

美 소비자 조사결과, 3D TV 구매에 대해 미온적 반응

2011. 11. 14

Overview

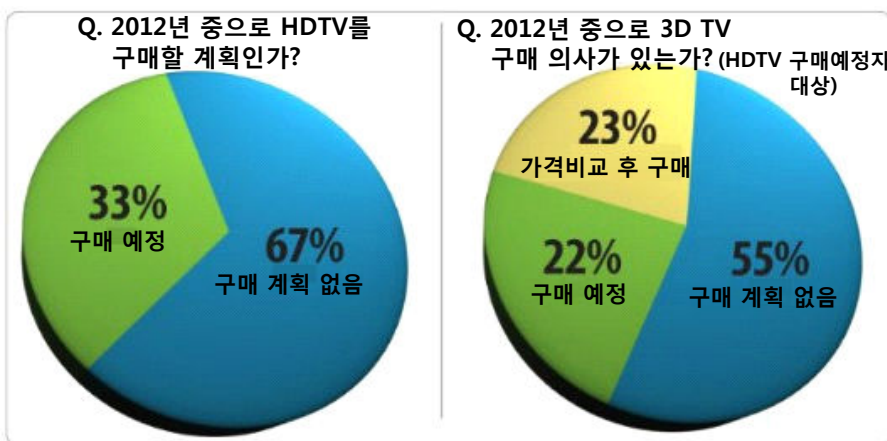
미국 전자제품 전문 쇼핑 사이트 레트레보(Retrevo.com)의 최근 시장 조사 결과에 따르면, 2012년 중으로 HDTV 구매 의사를 밝힌 응답자의 55%가 콘텐츠의 부족 및 안경 착용의 불편함 등으로 인해 3D TV 구매에는 큰 매력을 느끼지 못한 것으로 나타났다.

Briefing

HDTV 구매 예정자의 55%, 3D TV 구매 의사 없는 것으로 드러나

- 美 전자제품 전문 쇼핑 사이트 레트레보(Retrevo.com)가 1,000명 이상의 소비자를 대상으로 조사한 서베이 결과에 따르면, 응답자의 33%가 2012년 중으로 HDTV를 구매할 계획이 있다고 답변함
- 한편, HDTV 구매 예정자의 22%만이 3D TV 구매 의사를 표현했으며, 55%는 구매 계획이 없다고 답변함
- HDTV 구매 예정자의 23%는 가격을 고려해 구매할 가능성이 있다고 응답함

Figure 1 2012년 HDTV 및 3D TV 구매 의향 조사 결과



자료: 레트레보(Retrevo.com)

- 3D TV 구매 의사가 없다고 밝힌 응답자의 30%는 3D 안경 착용으로 인한 불편함을 이유로 들었으며, 40%는 3D 콘텐츠 부족을 거론함

- 한편, 3D TV 업계에서는 액티브 셔터(Active Shutter) 진영과 패시브(Passive) 진영 간에 기술 표준 경쟁이 치열함에도 불구하고 실제 응답자의 75%가 두 기술 간의 차이를 제대로 이해하지 못하는 것으로 나타남
- 이처럼 3D TV에 대한 소비자 반응이 미온적으로 나타남에 따라 주요 벤더들은 제품 생산량을 축소하는 등 대책 마련에 나서고 있음
 - 일례로 그동안 3D TV 보급에 적극적으로 나서왔던 파나소닉(Panasonic)은 최근 3D TV 생산 축소 계획을 발표했으며, 소니(Sony)도 TV 사업부에 대한 구조조정을 실시할 예정이라고 밝힘

Analysis

국내의 경우 2010년 4분기를 기점으로 3D TV 판매가 증가하고 있는 가운데, 가격이 상대적으로 저렴한 보급형 제품의 공급으로 향후 3D TV 시장이 더욱 확대될 것으로 전망된다. 한 유통업체 관계자에 따르면, 대형 TV 가운데 3D TV의 판매 비중은 올해 초 30%에서 지난 2분기 기준 45%까지 급등한 것으로 나타났다. 그러나 정작 3D 콘텐츠를 방송하는 국내 채널은 '스카이 3D'가 유일하며, 이마저도 제작 및 송출 시스템이 매우 취약하다. 현재 3D TV 제조사들은 TV를 인터넷에 연결해 3D 프로그램을 다운로드 받을 수 있는 서비스를 제공하고 있지만 대부분 30~60편 정도만 공급하고 있어 소비자들의 니즈를 충족시키기에는 그 수가 턱없이 부족한 실정이다. 따라서 향후 단말 제조사들은 3D TV 시장 성장을 위해 3D 콘텐츠 개발 및 제작 지원 등을 통해 사용자 경험(user experience)을 확장시키는 데 주력해야 할 것으로 전망된다.

Source

1. Electronic House, '55 Percent of HDTV Shoppers Don't Want 3D', 2011. 11. 3
http://www.electronichouse.com/article/55_percent_of_hdtv_shoppers_dont_want_3d/?utm_source=eh&utm_medium=rp
2. Mashable, 'Will 3D Televisions Actually Hurt the TV Business?', 2011. 11. 2
<http://mashable.com/2011/11/02/3d-television-stats/>