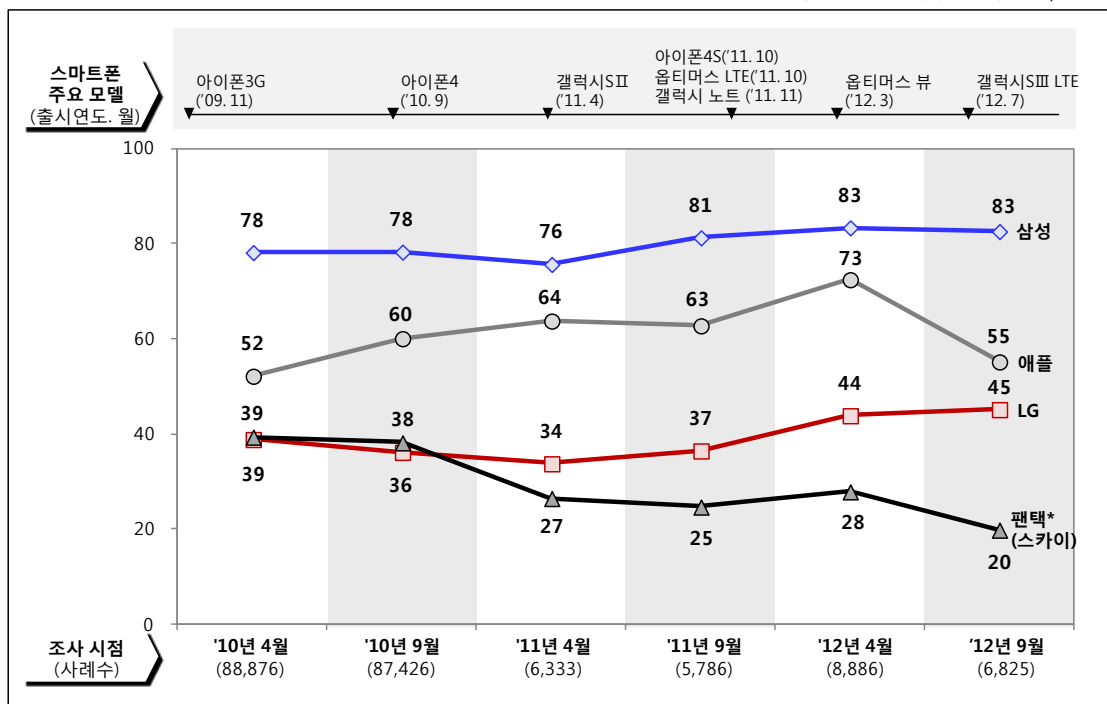


휴대폰 브랜드, 삼성-약진, 애플-추락, LG-추격

휴대폰 신모델이 성공적이면 브랜드에 대한 호감도도 상승했다. 아이폰의 공습에 움츠렸던 삼성은 갤럭시 SII를 통해 상승세를 탔으며, LG는 옵티머스 LTE를 통해 추격의 발판을 마련했다. 반면 아이폰으로 시장을 뒤흔들던 애플은 삼성과의 송사로 그간의 성과를 다 날렸다. 한때 LG를 앞섰던 팬택은 제품과 브랜드 모두가 침체의 늪에 빠져들고 있다.

[그림1] 휴대폰 제조사의 브랜드 이미지 호감도 추이('10년 4월~'12년 9월)

(해당 브랜드 인지도, 5점 척도, Top2box%)



주1) 휴대폰 제조사의 브랜드 이미지 호감도

- Q. 아래 각각의 휴대폰 제조사 이미지가 얼마나 마음에 드는지 평가하여 주십시오.

- 5점 척도 중 4~5점 응답 비율(5점 척도: '5. 매우 마음에 든다', '4. 약간 마음에 든다', '3. 보통이다', '2. 약간 마음에 들지 않는다', '1. 매우 마음에 들지 않는다')

* 2012년 4월까지 '팬택(스카이)', 2012년 9월에는 '팬택'으로 브랜드 이미지 호감도를 조사함

휴대폰 전문 리서치회사인 마케팅인사이트(대표 김진국)가 지난 3년간 실시한 '이동통신 기획조사'에서 '삼성·애플·LG·팬택 등 휴대폰 제조사들의 브랜드 호감도'를 분석한 결과, 출시한 휴대폰의 인기에 따라 소비자가 느끼는 기업 호감도도 함께 출렁였다. 특히 '아이폰3', '갤

For more Information

문의: 박경희 부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984 e-mail: parkkh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

럭시SⅡ'와 같은 '히트작'은 해당 회사뿐 아니라 휴대폰 업계 전반에 반향을 일으킨 것으로 나타났다.

2009년 11월 '아이폰' 출시 후 애플의 브랜드 호감도는 소비자의 열광적인 반응에 힘입어 등장하자마자 2위인 LG를 훌쩍 넘어서며 1위 삼성을 위협했다. 반면, 삼성·LG·팬택 3사는 애플에 눌러 2011년 4월까지 하락세를 보였다. '아이폰3' 출시 후인 2010년 초 52%였던 애플 브랜드 호감도는 이듬해 4월 64%까지 상승했으나 삼성은 같은 기간 78%에서 76%로 떨어졌다. LG 역시 39%에서 34%까지 하락했고 팬택은 39%에서 27%로 급감했다(그림 1).

이 같은 분위기는 삼성이 2011년 4월 '갤럭시SⅡ'를 내놓으면서 반전돼 2011년 9월 조사에서는 5%p 상승해 81%가 삼성 브랜드에 호감을 표했다. 아이폰4S 출시 후 73%까지 상승세를 이어가던 애플은 '갤럭시SⅡ'에 기세가 한풀 꺾이는데 이어, 지난해 삼성과 벌인 특허 소송 여파에 55%까지 급락했다. 소비자들은 '삼성의 기술 특허를 침해한 애플'이 적반하장격으로 '삼성이 디자인 특허를 도용'했다고 주장하는 것으로 받아들였기 때문이다([텔레콤리포트 16-02 '삼성-애플 특허소송으로 애플 이미지에 악영향'](#)). 이 사건은 제품의 경쟁력도 중요하지만 경쟁관계를 다루는 기업의 활동도 매우 중요함을 보여준다.

LG도 2011년 10월 LTE 스마트폰을 출시하면서 이전 보다 기업 호감도가 개선된 것으로 조사됐다. 2011년 9월 브랜드 호감도가 37%였으나 1년 만에 45%로 뛰어, 한때 30%p에 육박하던 애플과의 차이를 6개월 사이에 10%p로 좁혔다.

이에 비해 팬택(스카이)은 피쳐폰에서 스마트폰으로 시장의 중심 축이 이동한 2010년 이후 브랜드 호감도가 지속적으로 하락한 것으로 나왔다. 스카이 인수 이후 팬택은 '베가'라는 스마트폰 브랜드를 내놓았지만 아직 내세울만한 히트작이 없고, 피쳐폰 브랜드인 스카리와 베가가 혼용되면서 기업의 브랜드 파워가 약화된 것으로 풀이된다.

For more Information

문의: 박경희 부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984 e-mail: parkkh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr

[제 16차 이동통신 기획조사 개요]

- 조사명: 2012 하반기 이동통신 기획조사
- 조사기관: (주)마케팅인사이트(www.mktinsight.co.kr)
- 조사대상: 14 ~ 64세 휴대폰 보유자
- 조사내용: - 이동통신 서비스 및 단말기 구매/사용행동, 만족도, 브랜드 선호도 등
 - 통화/제품 품질 평가 (경험품질)
- 조사기간: 2012년 9월 13일 ~ 10월 10일
- 조사방법: 온라인 우편조사(e-mail survey)
- 표본규모: 총 응답자 73,365명

위 조사 결과는 휴대폰 전문 조사업체 (주)마케팅인사이트(대표: 김진국)에서 2012년 9월 실시한 '16차 이동통신 기획조사'로부터 발췌한 것입니다. 이 조사는 매년 2회 상/하반기로 나누어 4월과 9월에 실시되며, 매회 10만여명의 이동통신 소비자가 참여하는 국내 유일의 이동통신 전문 기획조사입니다.

Copyright © Marketing Insight. All rights reserved. 상업적 목적에 사용할 수 없습니다.

For more Information

문의: 박경희 부장 Tel. 02) 6004-7619, Fax 02) 543-5984 e-mail: parkkh@mktinsight.co.kr

서울시 강남구 논현동 216-3 히아빌딩 4F Marketing Insight Inc. www.mktinsight.co.kr, www.panelinsight.co.kr