Sometrend

Biz Report

Mar. 2023.

VAIV

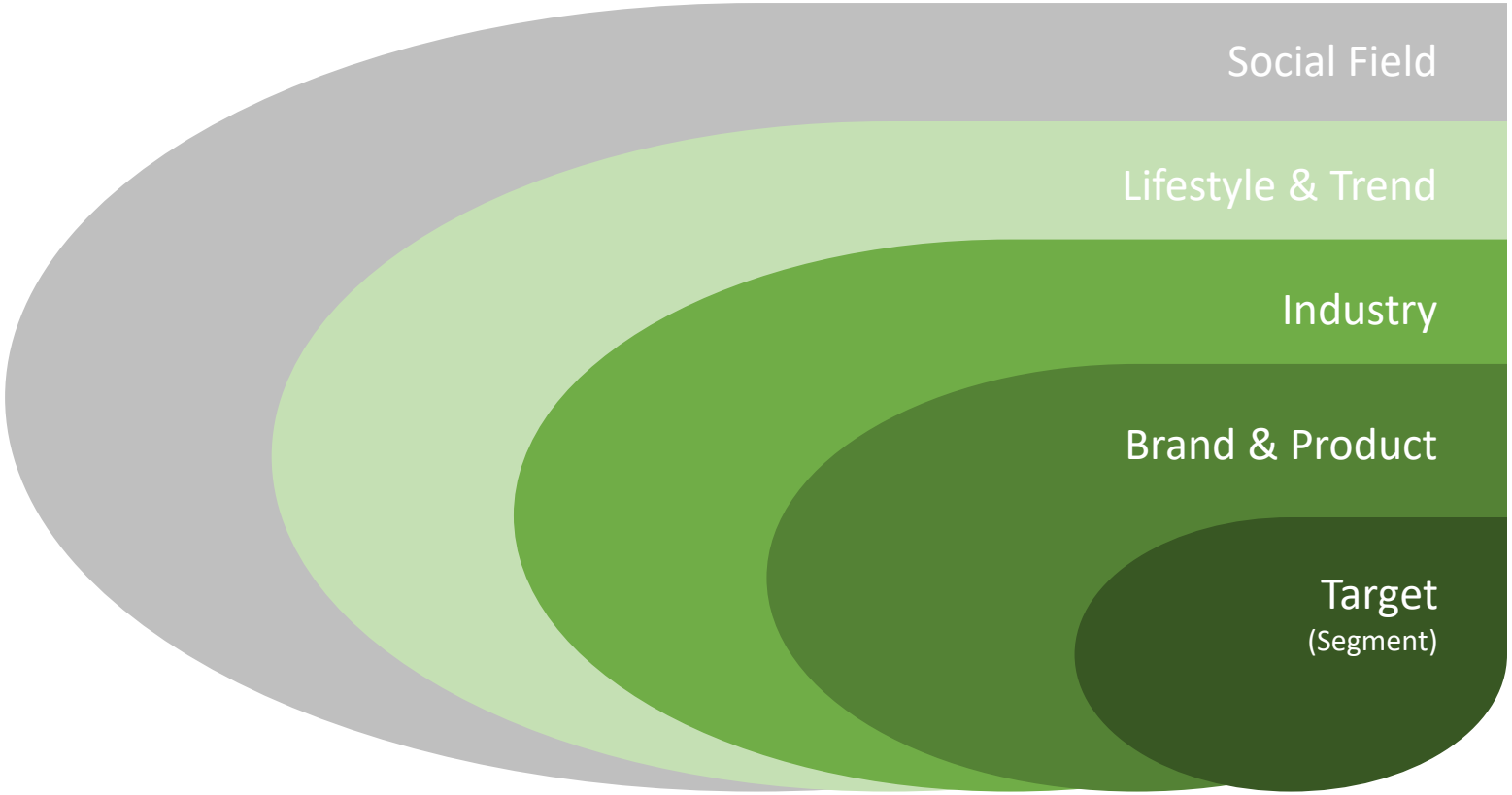
온라인에 산재한 소비자들의 많은 목소리와 그 속에 담긴 마음을
어떻게 이해하고 계신가요?

'어떻게' 접근하고, 분석하고, 이해하고, 활용할지
Sometrend Biz Report가 도와드립니다.

업계 1위의 소셜 미디어 빅데이터 분석 플랫폼 Sometrend를 기반으로 한
빅데이터 분석 전문가의 비즈 리포트를 구독하고
소비자의 생각을 *빠르게* 파악해보세요.

Sometrend Biz Report

썸트렌드의 소셜 빅데이터 분석 보고서 서비스, Somtrend Biz Report



사회, 정치, 경제 등 이슈 분석
긴급 이슈 진단 보고서

라이프스타일, 트렌드 분석

업계 트렌드, 업종 특징 분석

브랜드 및 제품의 소비자 인식 분석
자사 및 경쟁사 Pain point 발굴 및 Risk Sensing
긴급 이슈 진단 컨설팅

타겟(연령/성별/라이프스타일) 소비자 분석
(커뮤니티 채널)

Social Field

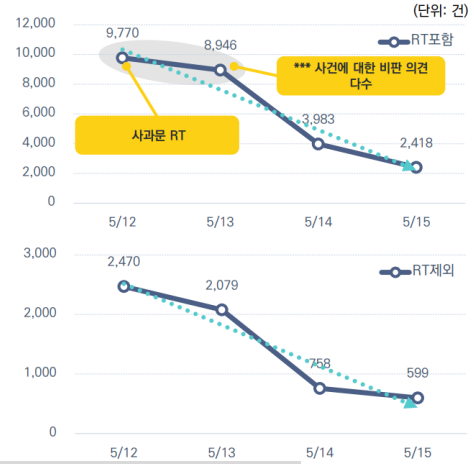
소셜 미디어 상의 이슈 변화와 뉴스 상의 이슈 변화를 비교 분석하여
두 채널의 파급력과 상호간의 영향력을 파악하고 해당 이슈에 대한 채널별 확산 추이, 긍부정 담론 등을 살펴봄으로써
온라인 상의 이슈 여론 동향 분석 보고서를 제공합니다.

01. 이슈 확산 분석 (1/2)

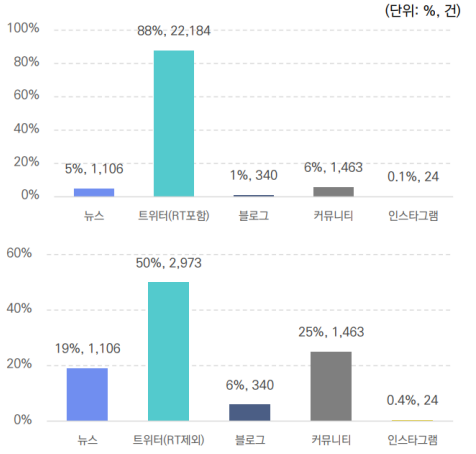
트위터 RT로 급증한 언급량, 점차 감소세에 접어들어

- *** 이슈는 5월 12~13일 일정 수준의 언급량을 나타내다 이후 점차 감소되는 양상을 보이고 있음
- 채널별 언급량은 트위터>커뮤니티>뉴스>블로그>인스타그램의 순으로 나타나, RT를 통한 트위터 채널의 확산 두드러짐
- *** 내용의 트윗이 RT로 다수 확산되었으며, 연이은 *** 사건에 대한 비판 의견 또한 다수 개진됨

***** 이슈 언급 추이**



***** 이슈 채널별 언급 비중**



01. 이슈 확산 분석 (2/2)

사과 주체 및 책임 소재에 대한 비판과 함께, 남성 커뮤니티 언급량 두드러져

- 뉴스 채널에서는 *** 및 *** 의 *** 징계 요구 기사에 다수의 댓글 발현
- 트위터 채널 역시 *** 의 사과문 확산과 함께, 사과 주체 및 책임 소재에 대한 비판 의견이 다수 RT됨
- 특히 커뮤니티 채널에서는 에펨코리아, 디시인사이드, MLB파크 등 남성 유저가 다수를 차지하는 커뮤니티의 언급량이 두드러짐

***** 이슈 채널별 주요 여론**

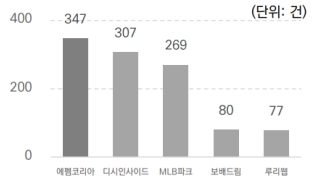
댓글 기준 확산 많은 뉴스

주요 기사	댓글
[기사제목] 조선일보 (2022/05/12)	3,528
[기사제목] 경향신문 (2022/05/13)	2,493
[기사제목] 조선일보 (2022/05/13)	2,386
[기사제목] 연합뉴스 (2022/05/13)	2,214
[기사제목] 중앙일보 (2022/05/14)	2,123

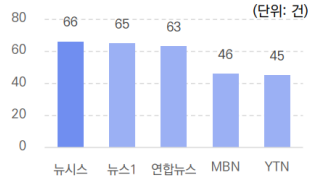
RT 기준 확산 많은 트위터

주요 게시글	RT
_c[트위터 내용] (2022/05/13)	2,297
Da*** wo******** [트위터 내용] (2022/05/13)	2,020
pa********** [트위터 내용] (2022/05/12)	1,981
st********** [트위터 내용] (2022/05/12)	1,709
mo********** [트위터 내용] (2022/05/12)	951

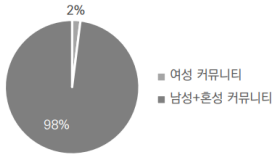
언급량 기준 확산 많은 커뮤니티



주요 보도 언론



성별 커뮤니티 언급 비중



Lifestyle & Trend

수년 이상의 기간 동안 한 주제에 대한 변화를 추적하여
전반적 추이의 변화, 시계열에 따른 패턴, 유사 카테고리별 연관어 분석 및
소비자 감성 변화 분석을 통해 중장기 트렌드에 대한 의미있는 인사이트를 발굴합니다.

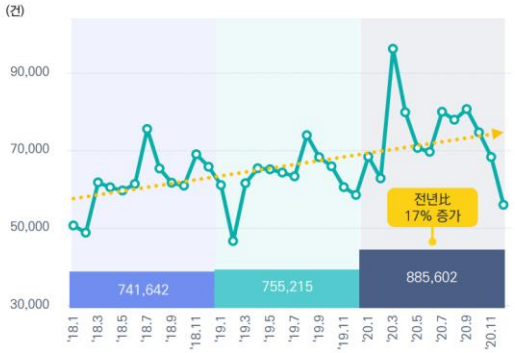
친환경 트렌드 분석

1-1. 친환경에 대한 소비자 관심 분석

'친환경'에 대한 소비자 관심은 지속적으로 증가

- 지난 3년간 '친환경'에 대한 소비자 관심은 지속적인 증가세를 보임
- 소비자들은 환경문제에 따른 실천방안으로 친환경 제품을 이용하며 스스로 정체성을 정의하고 영향력을 발휘
- 소비와 라이프스타일에 걸쳐 '비건', '업사이클링', '제로웨이스트' 등의 키워드와 함께 공정성, 진정성, 윤리성에 대한 시대적 요구 확산('21 트렌드노트)

'친환경'에 대한 언급량 변화



'친환경'에 대한 주요 관심사

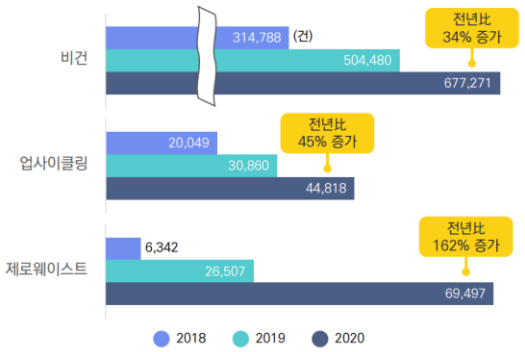
친환경 트렌드 분석

1-2. 친환경 트렌드에 대한 소비자 관심 분석

친환경 트렌드로 자리매김한 비건, 업사이클링, 제로웨이스트

- 지난 3년간 '비건', '업사이클링', '제로웨이스트'의 언급량 꾸준히 증가, 특히 '제로웨이스트'의 관심 증가가 두드러짐
- '비건'은 디저트와 대체육 등의 먹거리와 화장품, '업사이클링'은 가방, 인형 등 새로운 가치로 재탄생한 아이템, '제로웨이스트'는 일회용품, 포장 쓰레기 줄이기 및 대나무 칫솔, 텀블러 등의 친환경 제품이 주요 관심사로 발현

친환경 트렌드 키워드 언급량 변화



친환경 트렌드 키워드 주요 관심사

Industry

특정 업종이나 시장에 대해 현업에서 파악한 전형적이고 통상적인 시장 속성이
소셜 미디어 상에서 어떻게 발현되고 있으며 어떻게 변화하고 있는지, 또 어떤 새로운 트렌드가 발견되는지
그 특징과 흐름을 파악하여 소비자 관점에서의 마켓 밸류를 진단합니다.

구독 경제 트렌드 | 와인과 구독 경제 | 구독경제의 가전

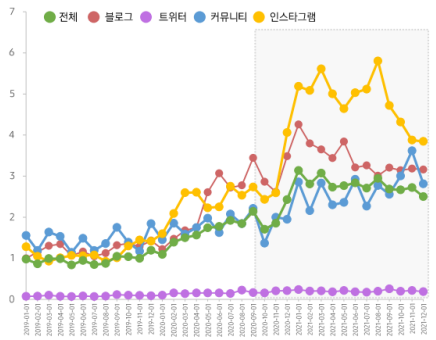
'구독' 주요 연관어

- 구독의 주요 연관어로 유튜브 관련 키워드가 압도적인 가운데, 필요 시 특정 정보를 검색하는 용도보다 개개인의 관심사에 따른 특정 '채널'을 '팔로우'하는 경향성이 나타남
- 유튜브 외 주요 연관어로는 각종 서비스를 '정기적'으로 구독하는 것과 관련된 키워드들이 등장하며, 이러한 '정기구독 서비스'의 언급 추이는 '20년 하반기를 기점으로 급증하고 있음

[구독 기간별 연관어]

No.	2019	Freq.	2020	Freq.	2021	Freq.
1	유튜브	287,836	유튜브	352,924	유튜브	155,150
2	영상	101,256	영상	126,103	(유튜브)채널	52,762
3	(유튜브)채널	82,547	(유튜브)채널	118,500	영상	51,850
4	tv	46,010	tv	65,544	tv	29,811
5	프로필	45,380	프로필	57,617	정기구독	29,653
6	댓글	35,181	댓글	49,214	서비스	22,314
7	동영상	30,379	알람	35,682	계정	21,635
8	정기구독	27,660	정기구독	34,005	팔로우	21,254
9	팔로우	27,473	팔로우	33,861	프로필	15,052
10	유튜버	24,921	검색	29,544	댓글	14,149
11	계정	22,747	업로드	26,730	알람	13,796
12	검색	22,517	계정	25,679	구독서비스	13,553
13	네이버	21,394	유튜버	22,687	무료	12,369
14	업로드	20,607	관심	18,145	맞팔	10,469
15	알람	18,610	동영상	17,831	검색	9,704
16	방송	15,813	인스타그램	16,054	트친소	9,633
17	브이로그	13,576	라이브	15,745	인증	9,220
18	버튼	12,709	정보	15,633	네이버	8,618
19	맞팔	11,590	네이버	15,581	블로그	8,272
20	노래	10,358	방송	15,197	선팔	8,251

[정기구독서비스 추이-10만건당 문서수]



구독 경제 트렌드 | 와인과 구독 경제 | 구독경제의 가전

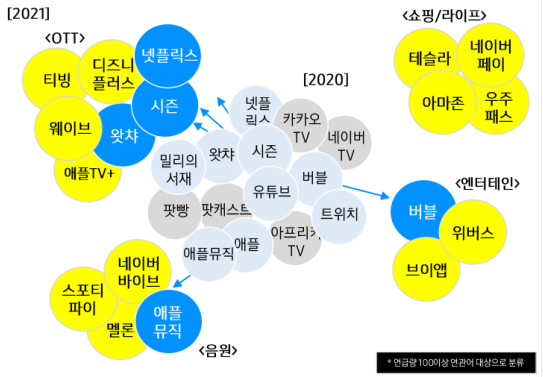
구독에 대한 소비자 인식 변화 분석

- 구독에 대한 소비자 개념 변화를 살펴보기 위해 시장 변화에 가장 민감한 상품/브랜드 연관어를 추가 분석한 결과, '20년 대비 양적인 면(키워드 수 및 언급량) 과 질적인 면 (범주)모두에서 키워드 수 및 언급량 확대.
- 엔터테인먼트 분야의 경우 1년 사이 구독 서비스/채널명 증가. ①넷플릭스, 왓챠 등 유명 브랜드들의 언급량이 증가하였고, ②스포티파이, 위버스, 웨이브 등 기존에 존재하였으나 연관어 순위에 없던 서비스들의 언급량&순위 증가. ③또한 디즈니플러스,애플TV+등 신규 서비스 등장 //또한 테슬라, 아마존, 네이버페이 등 기존에 없었던 쇼핑/라이프스타일 관련 브랜드도 언급되기 시작하여 구독 가능 카테고리가 확대됨

[구독 '브랜드' 연관어 비교]

No.	2020	Freq.	2021	Freq.
1	유튜브	352,924	유튜브	155,150
2	네이버tv	4,065	버블	7,975
3	아프리카tv	2,125	디즈니플러스	3,528
4	버블	1,815	넷플릭스	3,376
5	틱톡	1,808	네이버tv	2,184
6	넷플릭스	1,760	왓챠	1,455
7	트위치	1,412	틱톡	1,174
8	팟캐스트	975	밀리의서재	1,074
9	애플	951	트위치	1,052
10	팟빵	907	애플	991
11	리디스	865	티빙	687
12	왓챠	831	시즌	668
13	카카오tv	666	웨이브	611
14	시즌	570	위버스	543
15	애플뮤직	340	네이버웹	542
16	밀리의서재	198	애플뮤직	518
17			네이버 바이브	503
18			아마존	408
19			아프리카tv	402
20			팟캐스트	383
21			티스토리	329
22			네이버페이	308
23			팟빵	262
24			멜론	163
25			스포티파이	155
26			우주패스	161
27			테슬라	148
28			애플tv+	131
29			브이앱	128

['20년 대비 '21년 범주 확장 Map]



Brand & Product

브랜드와 제품의 일반적인 고유한 속성 뿐만 아니라
소비자 관점에서의 관련 키워드, 연결성 높은 타분야, 타브랜드와의 비교, Core problem & Painpoint 발굴 등의
다차원적인 접근으로 브랜드 및 제품 인식, 중장기적인 모니터링 및 트래킹, 리스크 매니지먼트에 활용 가능한 소구점을 제시합니다.

에어컨 최근 4년간 연관어 변화

- 에어컨 청소/설치 관련 판촉 및 소비자 문의/후기로 인해 지난 4년간 '청소', '설치' 꾸준히 상위 발현
- 코로나 확산에 따라 '필터', '세균', '살균' 등 위생 관련 키워드 순위 상승한 반면, 전용 제품의 활용으로 '제습' 및 '미세먼지' 키워드 언급량 감소
- 최근 트렌드로 자리잡은 '지구온난화', '친환경' 등의 신규 키워드 등장과 함께, 에어컨 '매립'(배관) 관련 언급 두드러짐

No.	2019	Freq.
1	청소	87,344
2	설치	84,958
3	전기세	43,126
4	먼지	39,638
5	제습	35,563
6	필터	32,324
7	곰팡이	29,232
8	인테리어	18,159
9	미세먼지	15,784
10	실외기	14,525
11	청정	9,538
12	신혼/혼수	6,110
13	송풍	5,997
14	매립	5,328
15	세균	4,807
16	에너지(소비)효율	4,636
17	홈쇼핑	4,416
18	살균	4,216
19	인공지능	3,918
20	하이마트	3,802

No.	2020	Freq.
1	청소	89,303
2	설치	81,951
3	곰팡이	40,289
4	필터	34,058
5	먼지	30,686
6	전기세	23,781
7	제습	15,007
8	실외기	14,970
9	인테리어	13,537
10	청정	8,861
11	송풍	8,331
12	미세먼지	7,270
13	감염 NEW	7,237
14	매립	6,263
15	세균	6,209
16	신혼/혼수	5,635
17	살균	4,999
18	하이마트	4,631
19	에너지(소비)효율	3,433
20	셀프	3,065

No.	2021	Freq.
1	청소	71,382
2	설치	67,794
3	전기세	31,458
4	필터	27,365
5	먼지	27,019
6	곰팡이	22,745
7	인테리어	18,877
8	실외기	13,368
9	제습	10,940
10	지구온난화 NEW	10,353
11	송풍	5,390
12	매립	5,225
13	세균	4,981
14	미세먼지	4,831
15	청정	4,819
16	홈쇼핑	4,504
17	살균	3,899
18	전자랜드	2,668
19	삼성디지털프라자	2,599
20	셀프	2,564

No.	2022(~5월)	Freq.
1	청소	28,953
2	설치	26,082
3	필터	10,923
4	먼지	10,532
5	곰팡이	9,261
6	전기세	6,705
7	실외기	5,108
8	인테리어	5,087
9	세균	2,912
10	청정	2,794
11	제습	2,504
12	매립	2,378
13	살균	2,137
14	송풍	1,896
15	미세먼지	1,172
16	친환경 NEW	1,129
17	하이마트	1,108
18	셀프	1,022
19	신혼/혼수	1,002
20	전자랜드	878

상승 하락 신규

에어컨 지난 2년간 연관어 변화; Focus on Air-Conditioner Type & Brand

- 브랜드 및 타입 관련 연관어 분석 결과, '벽걸이형', '스탠드형' 에어컨이 상위권 유지 중이나 '천장형', '창문형', '이동식' 에어컨 성장세
- '19년 대비 '21년도에는 '비스포크', '타워', '오브제' 등 브랜드 키워드 확장
- 다양한 업체가 비교적 고른 분포를 보였던 '19년 대비, '21년에는 '삼성' 과 'LG'의 2강 구도가 더욱 공고화 되는 양상

[에어컨 '브랜드 및 Type' 연관어 비교]

No.	2019	Freq.
1	벽걸이(형)	63,568
2	LG	51,998
3	삼성	42,274
4	스탠드(형)	40,989
5	무풍	22,042
6	시스템에어컨	19,862
7	캐리어	15,568
8	2in1	15,255
9	휘센	14,303
10	천장형	12,568
11	이동식	9,439
12	인버터	8,974
13	창문형	8,293
14	위니아	7,303
15	파세코	4,609

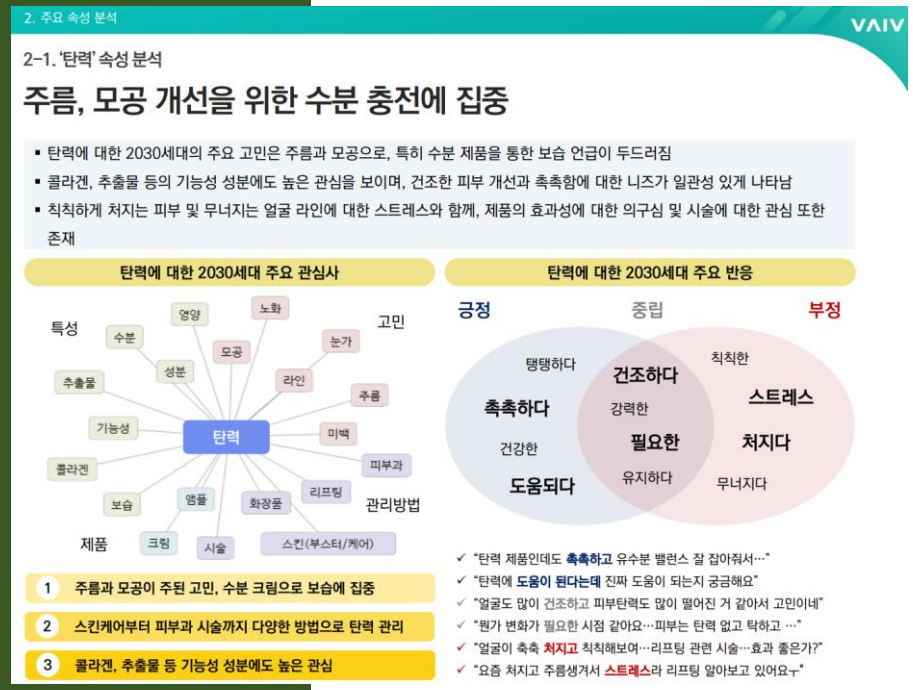
No.	2021	Freq.
1	벽걸이(형)	48,184
2	삼성	47,870
3	LG	42,610
4	스탠드(형)	28,557
5	무풍	26,345
6	시스템에어컨	24,247
7	창문형	16,595
8	천장형	13,730
9	2in1	13,270
10	이동식	11,840
11	휘센	11,810
12	인버터	10,431
13	캐리어	9,794
14	비스포크 NEW	6,976
15	파세코	5,068
16	타워 NEW	4,934
17	위니아	4,133
18	오브제 NEW	3,992
19	빌트인 NEW	2,837

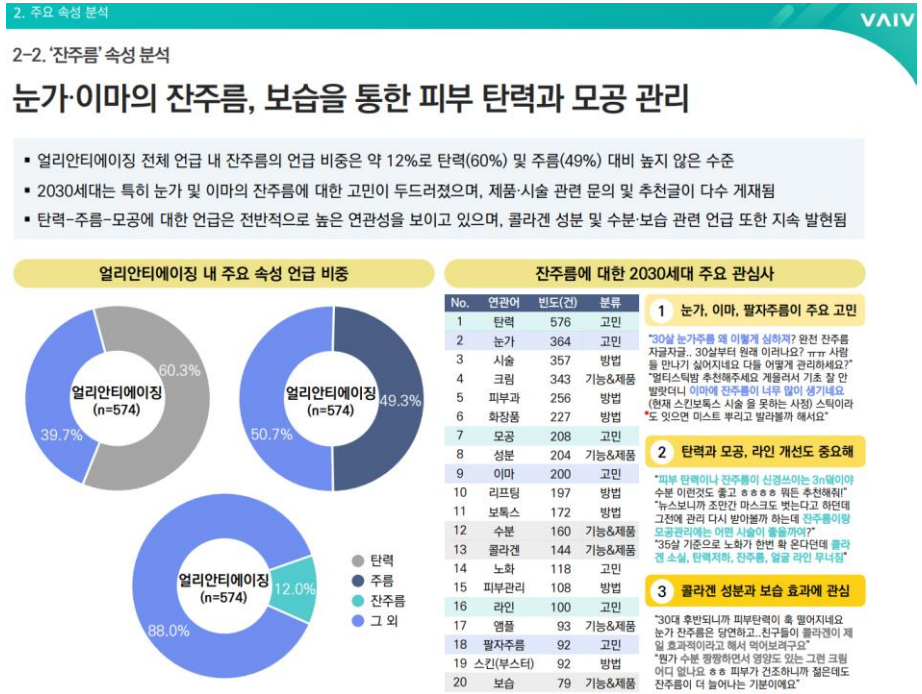
상승 하락 신규

['19년 대비 '21년 키워드 변화 Map]

Target(Segment)

타켓 분석은 특정 소비자 타겟(연령/성별/라이프스타일) 데이터를 분석하여
목표와 방향성을 더욱 명확하게 제시할 수 있는 Core problem와 Painpoint 발굴 및
관련 인사이트를 제공합니다.





No.	연관어	빈도(건)	분류
1	탄력	576	고민
2	눈가	364	고민
3	시술	357	방법
4	크림	343	기능&제품
5	피부과	256	방법
6	화장품	227	방법
7	모공	208	고민
8	성분	204	기능&제품
9	이마	200	고민
10	리프팅	197	방법
11	보톡스	172	방법
12	수분	160	기능&제품
13	콜라겐	144	기능&제품
14	노화	118	고민
15	피부관리	108	방법
16	라인	100	고민
17	앰플	93	기능&제품
18	팔자주름	92	고민
19	스킨(부스터)	92	방법
20	보습	79	기능&제품

Sometrend Biz Report **프로세스**

고객의 요구사항과 데이터로부터 추출된 관련 트렌드 이슈를 취합하여
토픽, 키워드, 분석 범위를 협의하고 보고서를 작성합니다.

Sometrend Biz Report **플랜**

구분	플랜명	분석 내용	분량	작성 기간	비용	비고
일회성	기업 맞춤 소셜 빅데이터 분석 보고서	사회 전반 및 업종, 마켓 등 최근 트렌드 분석 자사/경쟁사 브랜드 및 주요 제품 분석 커뮤니티 연령/성별/라이프스타일 타겟 분석	PPT 50페이지	1 개월	3,000만원	VAT별도
정기 구독	주간 이슈 보고서	대주제 1개 토픽 및 키워드의 해당 주 이슈 분석	PPT 5페이지	0.5주	200만원/건	VAT별도
	월간 이슈 보고서	대주제 1개 토픽 및 키워드의 해당 월 이슈 분석	PPT 10페이지	1주	500만원/건	VAT별도

VAIV

Sometrend Biz Report **레퍼런스**

최근 5년 주요 실적

분야	사업명	수행 기간	발주처
Electronics	• 생활가전 온라인 소셜 리스닝 분석 보고서	2019년~현재	삼성전자
	• 코로나 팬데믹에 따른 구매와 보관에 대한 소셜 미디어 분석 보고서	2022년 5월	삼성전자
Telecom	• 통신사 소셜 빅데이터 지수 분석 보고서	2022년~현재	LG U+
Beauty	• PnK & VAIV 뷰티 분석 보고서	2023년 1월	AK
	• 아모레퍼시픽 브랜드 디지털 지표 분석 보고서 (분기)	2018년~2019년	아모레퍼시픽
Food	• 삼양식품 소셜 빅데이터 제품 분석 보고서	2021년~2022년	삼양식품
Retail	• 다이소 소셜 미디어 분석 보고서	2022년 7월	보스턴컨설팅그룹코리아
Public	• 환경 보건 이슈 키워드 빅데이터 분석	2022년 8월	서울특별시환경보건센터
	• 철도 및 물류 소셜 미디어 빅데이터 분석	2022년 5월	한국철도기술연구원
	• 식약처 이슈 소셜 미디어 빅데이터 분석 보고서	2017년 10월	식품의약품안전처
Lifestyle	• 친환경 브랜드 랭킹 분석	2021년 7월	한국경제매거진
	• HS Ad 소셜 미디어 트렌드 분석 보고서	2015년~2018년	HS Ad
Entertainment	• KBS TV프로그램 소셜 미디어 분석 보고서	2017년 7월	KBS
Finance	• KB국민카드 소셜 빅데이터 트렌드 분석 보고서 (분기)	2017년~2018년	KB국민카드
	• 금융 트렌드 소셜 미디어 빅데이터 분석 보고서	2017년 1월	예금보험공사

VAIV

97, Dokseodang-ro, Seoul, Republic of Korea (04419)
TEL +82 2 565 0531 / FAX +82 2 565 0532

Copyright © VAIV Company Inc. All Rights Reserved.
No part of this publication may be circulated, quoted, or reproduced for distribution outside the client organization without prior written approval.