

빅데이터를 활용한 국내 샤오미에 관한 인식 연구

문재영*, 이은지^o

*동서대학교 경영학부,

^o연세대학교 글로벌인재대학

e-mail: jaymoon@gdsuseo.ac.kr*, eun.ji.lee@yonsei.ac.kr^o

An Efficient Dynamic Workload Balancing Strategy

Jae-Young Moon*, Eun-Ji Lee^o

*Dept. of Global business school, Dongseo University,

^oDept. of Global Leaders College, Yonsei University

● 요약 ●

본 논문에서는 최근 스마트업체이며 제조업체로 화두가 되고 있는 샤오미 키워드로 빅데이터 분석을 활용하여 분석하고자 한다. 샤오미는 2021년 스마트폰 제조업체 세계1위를 차지했고, 글로벌 100대 브랜드 (2022)에는 처음으로 84위에 진입하여 급격하게 성장하고 있는 업체 중 하나이다. 특히 국내에서도 점차 점유율이 커지고 있는 상황에서 국내 소비자들의 인식과 향후 국내에서의 입지를 알아보하고자 한다. 국내 포털과 SNS에 채널을 통한 ‘샤오미’ 키워드에 관한 데이터를 통해 키워드 분석, 워드클라우드, 토픽모델링 등의 분석을 진행하여 최근 국내 샤오미에 관한 인식과 향후 방향성을 제시해보고자 한다.

키워드: 빅데이터(Big Data), 샤오미(xiaomi), 워드클라우드(wordcloud), 토픽모델링(Topic Modeling)

I. Introduction

최근에는 인공지능, 사물인터넷 등이 간접적으로 우리에게 많은 영향을 미치고 있으며, 수많은 제품이 생산되고 있다. 특히 사물인터넷 (IoT) 플랫폼으로 연결된 스마트폰과 스마트 하드웨어를 공급하는 샤오미가 2021년 국내 첫 공식 오프라인 매장으로 입점하였다. 2018년 본격적인 한국 진출 이후 국내 시장에 150개가 넘는 생태계 및 스마트폰 제품을 선보여 스마트 리빙을 지원하고 있다. 특히 2021년에는 스마트폰 제조업체 세계 1위를 차지했으며, 2022년에는 글로벌 100대 기업으로 신규진입하는 놀라운 기록을 세우고 있다. 이에 국내에서의 인식을 조사하여 향후 방향성을 살펴보고자 한다.

상장되었으며, 2019년에는 1000억대 이상의 시가총액으로 성장하였으며, 2021년 휴대폰 출하량은 14.1%의 시장점유율로 세계 3위를 차지하였다.

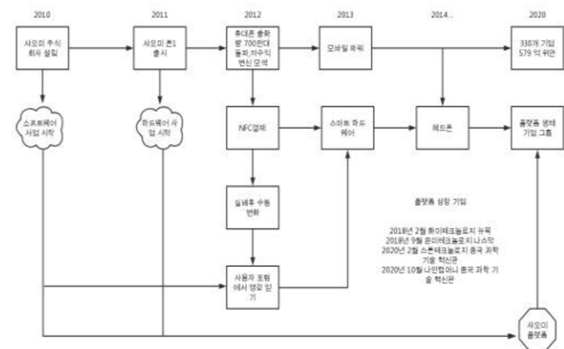


Fig. 1. Xiaomi Platform

II. Preliminaries

1. Related works

1.1 샤오미

베이징 샤오미 과학 기술 유한회사는 2010년 4월에 설립하였으며, 휴대폰을 주요사업으로 하는 첨단 모바일 인터넷 기업이라고 볼 수 있다. 최근에는 핸드폰 사업 뿐 아니라 스마트 리빙, 네트워크 서비스 등의 다양한 사업으로 확장되고 있다. 샤오미 그룹은 2018년에

샤오미 플랫폼의 변천과정을 살펴볼 수 있다. 연도별 키워드를 분석해볼 수 있다.

Table 1. 'Xiaomi' Key word Trend

2018	2019	2020	2021

2. Research Method

본 논문에서는 ‘샤오미’ 키워드에 대해 포털과 SNS를 통한 키워드를 도출하여 빅데이터 분석 기법인 텍스트마이닝과 언어 네트워크 분석을 적용하여 분석을 실시하였다. 시각화는 Ucinet 6와 Netdraw 프로그램을 이용하였으며, 연구방법은 Textom과 R프로그램을 활용하여 다양한 패키지를 통해 분석하였다.

네트워크 분석을 통하여 단어와 단어들간의 관계를 분석하였고, 주요단어 간 시각화를 위해 gplot 패키지를 활용하였다. 특히 단어 빈도를 분석하여, 이를 워드클라우드로 시각화하여 동향을 파악하였다. 마지막으로 토픽 분석을 위해 LDA 알고리즘을 사용하여 흐름을 파악하였다.

전반적인 분석과정은 Textom에서 ‘샤오미’, ‘xiaomi’ 키워드를 통해 키워드를 도출하여 자료를 수집하였다. 수집된 자료를 통해 전처리 과정(preprocessing)으로 분석자료를 정제하고 명사를 추출하여 말뭉치 수정작업을 실시하였다(기호/숫자/조사/일반어 제거). 이를 통해 빈도분석을 실시하였고, 클라우드 분석을 하였다. 또한 키워드간의 연결 관계 분석을 위해 네트워크 분석을 실시하였다. 텍스트 시각화를 통해 결과를 정리하였고 이에 대한 시사점을 제시하였다.

III. Analysis Results

‘Xiaomi’ 또는 ‘샤오미’ 관련 국내 포털과 SNS를 통해서 키워드를 수집한 후 빅데이터 분석을 실시하고자 한다. 키워드 빈도 분석과 워드클라우드 분석을 진행하여 현황을 살펴보고 중심 키워드를 알아본다. 특히 네트워크 분석과 토픽모델링을 통해 연관분석어를 살펴보고 향후 방향성을 알아본다.

IV. Conclusions

본 연구는 ‘샤오미’가 국내에 들어온 전과 후에 대하여 키워드 분석을 통해 인식변화를 살펴보았다. 이를 통해 도출된 결과를 통해 국내 소비자들이 어떻게 인식하고 있고, 어떤 점을 고려하고 있는지 알 수 있었다.

In Proceedings of the ninth USENIX conference on operating systems design and implementation, pp. 1-8.

[3] W. Chung, "BizPro: Extracting and categorizing business intelligence factors from textual news articles," International Journal of Information Management, Nov.23, No.2, pp.272-284, 2014.

[4] <http://cafe.naver.com/clubxm>

[5] <http://youtube.com/channelxm>

REFERENCES

[1] L. Yanpeng, "A Study on the Platformization Strategy of Chinese Company," M.A. Thesis, Yeungnam University, 2023.

[2] D. Beaver, S. Kumar, H. Li, J. Sobel, and P. Vajegl, "Finding a needle in haystack: Facebook's photo storage",