

글로벌 디자인 인사이트

Vol_16 2010 국내의 사회문화적 변화와 가전 시장 트렌드_2010.5



New Shift & Trend in **Korea**

Social & Cultural Impact
Small Home Appliance Market Trend





Table of Contents

1. Social & Cultural Impact

Rise Up, Korea
Slow Life / Down Shift
For Me & Myself
Phobia 특수 : Influenza A & Yellow Dust
Neo Cocooning
Praise of Young & Beauty
Breaking "Taboo"
Friendly, Home daddy
Save the Green Planet

2. Small Home Appliance Market Trend

싱글용 가전시장 확대
스마트가전
Slow Life Slow Cooker
친환경·고효율 가전
2010 Design Trend
아트가전 Collaboration
Breaking "Taboo"- 주방 가전의 금기 컬러 "Black"

Social & Cultural Impact



Rise Up, Korea

경기와 고용 회복세의 가시화



윤중현 장관 / 기획재정부

올해 우리 경제는 세계경제의 완만한 회복세를 토대로 5% 내외의 성장을 기록할 것으로 전망하고 있다.

Part I Social & Cultural

Social & Cultural Research/ Domestic
Rise Up, Korea

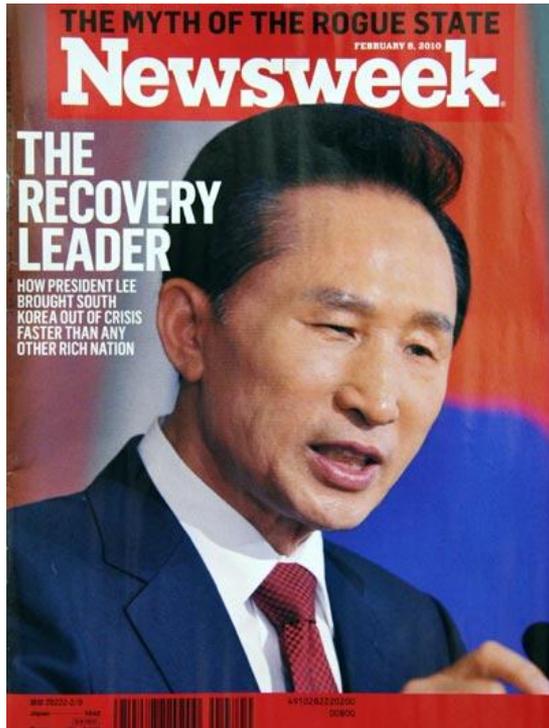
경기회복에 대한 기대감

경기과 고용 회복세의 가시화
소비심리 회복세
“월평균 소득 325만원, 소비 205만원”

“소득 증가율에 비해 소비지출이 많이 늘어난 것은 향후 경기회복에 대한 기대감으로 인한 것”

소비자 경기 호조의 여부를 가늠하는 ‘아마트 지수’가 상승세로 돌아서면서 국내 소비 심리가 본격적인 회복 담계에 접어들었다는 분석이 나온다.

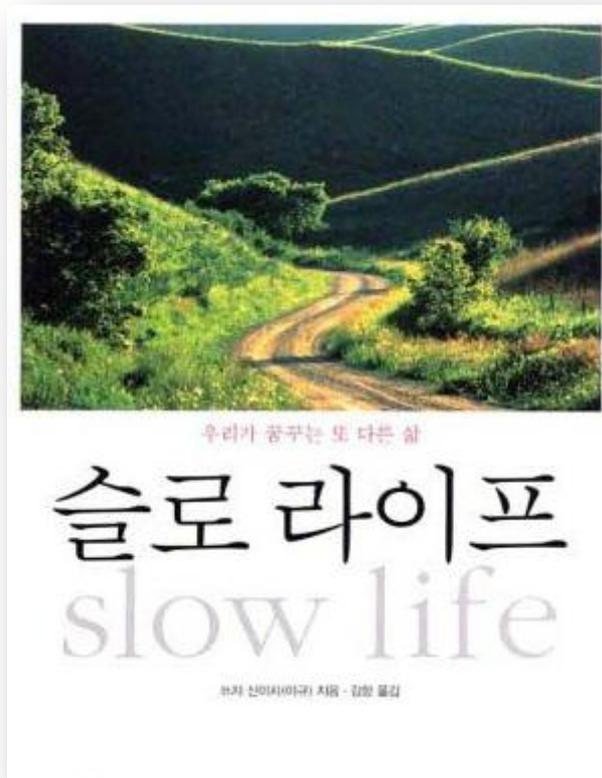
- 한국의 성장률 전망치
 - 정부: 5%
 - KDI: 5.9%
 - 한국은행: 5.2%
 - 삼성경제연구소: 5.1%
 - IB: 6% 대





Slow Life / Down Shift
나를 돌아보는 휴식 같은 삶

Social & Cultural Research/ Domestic
Slow Life / Down Shift



나를 돌아보는 휴식 같은 삶에 대한 욕구증가

경쟁에 부딪쳐 치열하게 살기보다는 인생을 여유 있고 아름답게 영위하고 싶은 욕구.

슬로시티

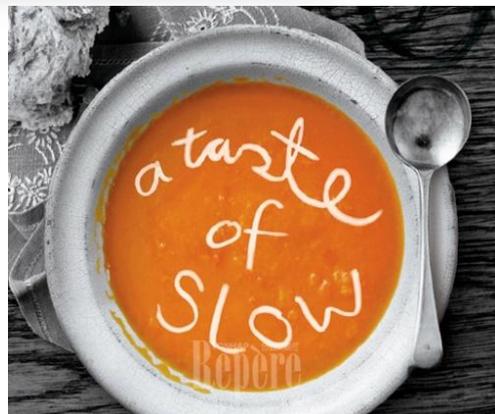
일상에서 벗어나 유인동력(걷기, 자전거 등)을 기반으로 한 요양 및 심적 안정을 목적으로 만들어진 도시

슬로푸드

국제적인 맛의 동질화를 피하고 각 지역 특색에 있는 음식을 지키고 개발하고자 하는 의미가 담겨 있다.

슬로뮤직

빠른 비트로 대변되어지는 전자 음악에 반하는 전통음악이나 복고풍 악기 연주곡을 슬로뮤직이라고 말해진다



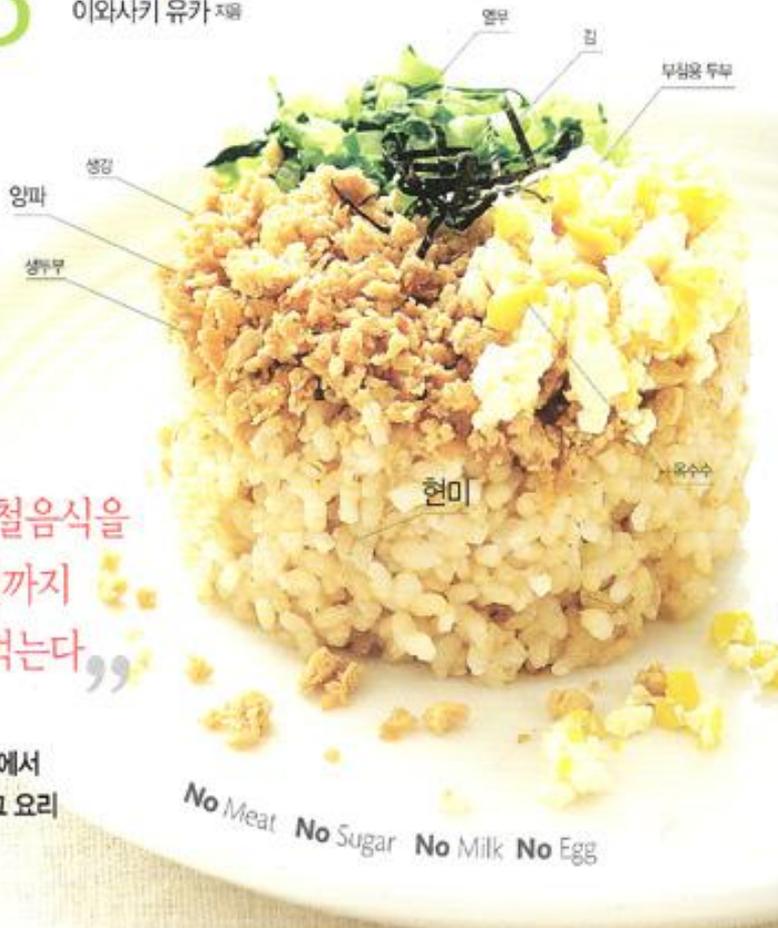
자연을 통째로 먹는

마크로비오틱

밥상

Macrobiotic
Cooking Recipe

이와사키 유카 지음



“우리 땅 제철음식을
뿌리부터 껍질까지
통째로 먹는다.”

SBS 드라마 <스타일>에서
셰프 류시원이 만든 그 요리

비타복스

Part I Social & Cultural

Social & Cultural Research/ Domestic
Slow Life / Down Shift

Wellbeing 슬로우 푸드

마크로비오틱 푸드

동양의 자연사상과 음양원리에 뿌리를 두고 있는 식생활법으로
신토불이(身土不二), 일물전체(一物全体) 등의 원칙을 지키며 육식을
자제하고 유기농 곡류와 채식을 중심으로 먹기를 권장. 재료선택은
물론 조리법·활용법까지도 자연친화적임



For Me & Myself
나를 위한 가치소비





Part I Social & Cultural

Social & Cultural Research/ Domestic For Me & Myself

나를 위한 가치소비

[그녀지향]에서 [자기지향]으로 Me & Myself

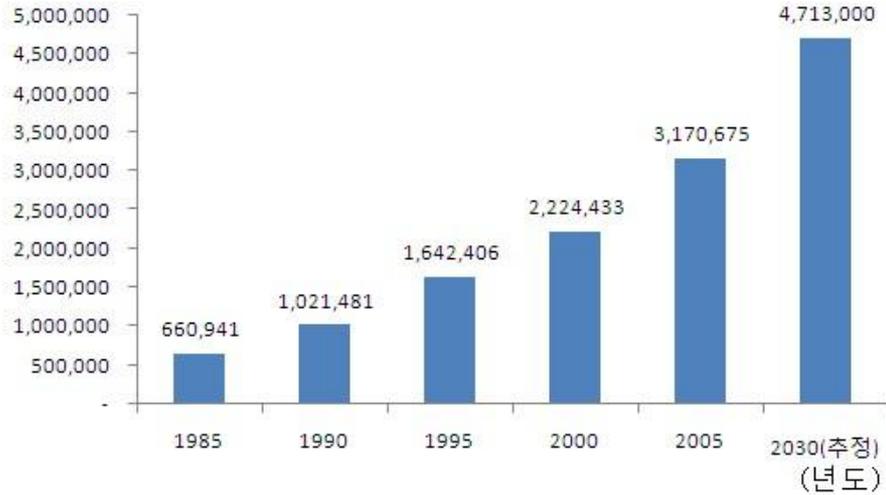
모든 소비의 기준이 자기 자신이 되는 것으로, 본인의 행복, 미, 가치를 업그레이드 할 수 있는 상품에 관심을 가지며 자신에 대한 적극적인 투자를 통해 스스로의 가치를 높이려는 소비행태가 점차 확산되고 있다.

여성의 자기지향적·자기애적 소비는 수 년 전부터 이슈화되어 왔으나 2010년 남성 소비가치도 변화하고 있다. 20,30대 젊은 미혼 남성들의 소비가 연인을 위한 상품 구매를 줄이고 자신을 가꾸는데 지출을 더 많이 하는 '그녀지향'에서 '자기지향'으로 돌아선 것.

미혼 남성의 상품군별 지출 비율은 2005년에는 여성리류(16.6%), 남성정장(14.8%), 식품(11.2%), 명품(9.8%), 영패션(8.7%) 순으로 높았으나 2010년 들어서는 명품(14.8%), 남성정장(13.0%), 여성리류(12.5%), 영패션(9.4%)으로 순위가 바뀌었으며 남성 화장품 구매 비율도 2005년 7.5%에서 올 들어 8.9%로 1.4% 포인트 높아졌다.

- 내용출처 : 현대백화점 홈페이지

Social & Cultural Research/ Domestic For Me & Myself



100만 싱글족시대 작고 편리해야 잘 팔리는 미니 경쟁

• 싱글을 위한 아이디어 상품

- 소용량 싱글팩
- 테이크 아웃
- 주말 브런치
- 혼자서도 즐길 수 있는 바 레스토랑
- 반찬전문점 / 아침배달 서비스
- 영화, 뮤직비디오
- 마사지, 피부관리
- **싱글을 위한 소형가전**





Phobia 특수 :
Influenza A & Yellow Dust
신종플루, 황사, 구제역, 음식물 파동



Influenza A & Yellow Dust

Phobia 특수

신종플루, 황사, 구제역, 음식물 파동

기상 이변 및 환경오염의 영향으로 끊임없이 질병이 발생하고 있다. 수년간 지속된 질병 문제는 사회적 이슈로 떠올랐으며, 이로 인해 건강에 대한 공포와 방어대책을 위한 각별한 소비심리가 작용하여 가전, 생활용품, 미용, 약품, 및 식품 등 다양한 제품군의 소비에 영향을 미치고 있다.

신종플루

마스크, 체온계, 손세정제, 공기청정기 등

더욱 강력해진 황사

공기청정기, 에어컨, 마스크, 삼겹살, 유모차 커버, 황사재킷 등

연이은 구제역 및 음식물 파동

홈쿠팡 주방가전, 보온도시락, 보온병, 건강식품, 신선식품, 유기농 식품 등



Part I Social & Cultural

Social & Cultural Research/ Domestic Influenza A & Yellow Dust

Phobia 특수
신종플루와 황사, 알리지 공포



삼성 하우젠 에어컨 ZERO· 삼성 하우젠 버블 세탁기·
삼성 바이러스 닥터·삼성 로봇청소기 탱고로 구성된
황사 4총 세트

Neo-Cocooning

집에서 모든 것을 즐기려는
'홈 지상 주의'



Neo-Cocooning

‘홈 지상 주의’

자발적인 재택활동을 즐기고 재충전에 적극적인 소비층으로 대개 안정적인 수입원을 갖고 있어 실업이나 성격 문제로 칩거 경향을 보이는 기존 코쿰족과 구별되며, 집 밖으로 나가는 대신 자신만의 공간에서 고급스러운 안락함을 추구하고자 함.

최근 명상룸, 다실, 홈시어터룸과 같은 기능성 공간 만들기가 프리미엄 소비층의 인테리어 트렌드로 떠오르고 있으며, 실제로 하이브랜드 매장에서 지난 1~3월 고가의 침구 브랜드 ‘네이처 필’ 매출이 지난해 동기보다 80% 급증하는 등 안락한 집안 생활을 위한 고급 소비 성향이 확산되고 있다.

Cocooning으로 주목 받는 상품

커피메이커	온라인 쇼핑	DIY 미용용품
보온제품	온라인게임	배달 서비스
디지털 북리더	SNS 서비스	홈오피스 사무기기
콘솔게임	온라인강의	방콕형 의류
홈바 상품	즉석식품	초콜릿
재택근무용 제품	조경제품	홈spa
내식용 상품	홈 가드닝	핸드 크라프트
건강진단 제품	보드게임	운동기기



DeLonghi
EC-200NR



Nintendo
Wii



LG
엑스캔버스 HT953TVP 스텔라



Praise of Young & Beauty
젊음과 멋진 외모에 대한 예찬



Part I Social & Cultural

Social & Cultural Research/ Domestic
Praise of Young & Beauty

젊음과 멋진 외모에 대한 예찬



에스24에 따르면 외모 가꾸기와 관련한 뷰티 도서는 전년 동기 대비 59.2%가 증가했는데 이러한 추세는 젊음을 유지하려는 '다운에이징(down-aging)' 폭이 증가하면서 발생하는 현상으로 볼 수 있다.

동안은 벌써 몇 해 전부터 지속되어 온 외모 트렌드이지만, 해가 지날수록 '더욱 어려 보이는' 동안에 대한 욕구는 점점 높아지고 있다. 처음 '동안' 열풍이 시작될 때는 자신의 나이보다 어려 보이는 정도에 만족했다면, 최근에는 실제보다 5년 이상 어려 보이는 동안 세대가 구분되지 않는 동안에 대한 욕구가 강해지고 있다

최근 인기 있는 몸짱 유행어
꿀벅지, 초콜릿 복근, 청순 글래머, 짐승남, 꽃중년

'프렌디' 되기 위한 과제

- 아이와 함께 즐겁게 목욕하기
- 우는 아기 잘 재우는 나만의 비법 만들기
- 우리 아이 건강관리 비법!
- 나만의 이유식 및 간식
- 레시피 만들기
- 아이에게 재밌는 놀이도구
- 만들어주기
- 아이에게 마사지해주며, 스킨십 나누기
- 10년 후 내 아이가 읽을 타임캡슐
- 편지 쓰기
- 오늘은 아이와 내가 요리사. 아내를 위해
- 아이와 함께 음식 만들기
- 아이와 커플룩에 도전!
- 똑같은 옷 또는 같은 포즈로
- 커플룩 사진 찍기

- 아빠는 나의 선생님! 한 가지 주제를
- 정해서 아빠와 함께 배우기
- 아내를 외출시키고 아이와
- 단둘이 오붓한 시간 보내기
- 아이와 함께 운동을! 함께
- 땀 흘리며 추억 만들기
- 아이와 함께 추억여행 가기

※자료:보건복지가족부, 프렌디육아블로그

콘텐츠



Friendly, Home Daddy

남녀 역할구분의 붕괴

아빠표 요리 건강에도 만점!

육아에 적극적으로 참여하는 아버들이 많아지면서 아이의 이유식과 간식을 직접 챙겨주는 아버도 늘고 있다. 특히 한국을 떠돌아다녔던 딸리민 파동 이후 집에서 만드는 간식에 더 많은 관심이 모아지고 있다. 요리는 건강하고 행복한 가정을 위해 프렌디(Friend + Daddy의 합성어)가 도전해볼 수 있는 분야 중 하나다. 보건복지가족부 주최로 지난 9월부터 총 6주간 진행된 프렌디 블로그 콘테스트에 올라온 사례 중 아이의 건강을 위해 초보자들도 쉽게 따라할 수 있는 프렌디들의 행복한 건강 간식 만들기 노하우 일부를 소개한다. /김주선기자 sun@metro.seoul.co.kr

아이와 함께 만드는 간식 - 맛·영양 '최고'

◆아이 울리는 번비는 고구마 시금치로=프렌디 블로거 '별이 아빠'가 생후 1개월 때 번비로 고생하는 아이를 위해 만들었던 이유식이다. 찹쌀 쌀 25g, 고구마 10g, 닭고기 10g, 시금치 10g을 준비하여 잘게 찹고 찹은 다음 재료를 섞어 정성스럽게 끓이면 죽이 완성된다. 고구마는 섬유질이 풍부하고 시금치는 장의 운동을 촉진, 유아변비에 좋다고 한다.

◆아이 입에 썩- 흑미밥으로 만든 꼬마김밥= '호아아빠'의 '건강 만점 꼬마김밥', 몸이 좋은 흑미밥에 직접 계란지단, 시금치, 단무지, 우엉, 당근을 넣고 뭉들 만든다. 아이의 입에 썩 들어가도록 작게 만드는 것이 관건.

◆아빠의 초간단 쿠키= '두 공주와 행복한 아빠'란 블로거를 운영하는 '스카이'의 쿠키 굽기 필살기다. 재료는 쿠키믹스, 버터, 계란이 전부다. 버터를 상온에 녹인 후 계란과 함께 섞어서 풀어준 후 쿠키믹스와 함께 팜용, 아몬드 등을 취향에 맞게 섞어 반죽을 만든다. 반죽을 한 뒤 아이가 좋아하는 모양틀로 찍어내 오븐에 구우면 재밌고 맛있는 영양쿠키 완성.

◆딸리민 걱정 뚫! 아빠표 고구마튀김= '딸을 키우는 블로거' '공주님을 사랑해'는 아이들과 함께 탁발에서 가운 고구마로 영양 간식을 만든다. 얇게 썬 고구마를 찬물로 여러 번 헹궈 전분을 제거한 후 키친타월을 이용해 고구마



☞ 과연 너는 몇 점 이빠일까? (점수를 얻고 5개 중 답을 골라 필수불가결한 문제)

- ① 전혀 아니다 ② 안 그런 편이다 ③ 보통이다 ④ 그런 편이다 ⑤ 항상 그렇다
- 1. 아이의 예방접종 시기를 기억한다
- 2. 아이가 자주 가는 병원, 약국, 놀이시설에 익숙하다
- 3. 공전, 놀이시설 등에 같이 간다
- 4. 하루 중일 아이와 놀이 있어도 불안하지 않고 잘 통한다
- 5. 아이가 좋아하는 장난감, 놀이물 알고 있다
- 6. 아이가 칭찬 친구 이름, 사는 곳을 알고 있다
- 7. 생일, 크리스마스 때 아이가 어떤 선물을 받았는지 기억한다
- 8. 아이가 먹을 음식을 준비한다
- 9. 아이가 좋아하는 TV 프로그램을 알고 있다
- 10. 아이에게 책을 읽어준다

출처 : 중앙건강기밀지원센터(www.familynet.or.kr)

의 물기를 없앤다. 키친타월로 물 도둑은 이따다. 기름 빼는 것은 아이의 똥, 재료를 잘 씻은 포도를 미서에 돌린 후 오븐 쐐에 올리고 설탕과 소금을 씨와 껍질 분리할 위해 체에 걸러 적당히 뿌리면 영양 많고 맛좋은 꼭꼭 누른 후 포도즙만 받는다. '아빠표' 고구마 튀김이 완성된다. 설탕을 1 : 1의 비율로 넣고 끓이면 완성. 이때 거품 위로 올라오면 프렌디 블로거 '은서ya'가 만든 포도즙은 갈라내야 한다.

☞ 35점 ~ 50점 사이
당신은 이미 프렌디!
☞ 16점 ~ 34점 사이
자랑도 큰 문제는 없지만
여름은 이빠가 되고
실지는 없으신지?
☞ 1점 ~ 15점 사이
프렌디가 되려면 좀 더
노력하셔야 합니다.

Social & Cultural Research/ Domestic
Friendly, Home Daddy



New Family culture 새로운 가족문화 등장과 아빠의 새로운 역할

Friendly, Home Daddy

신개념의 가족문화 등장과 아빠의 새로운 역할.

‘프렌디(Friendly)’는 친구(Friend)와 아빠(Daddy)를 합친 ‘친구 같은 아빠’를 일컫는 말.

일과 육아 사이에서 균형점을 찾기 위해 노력하는 친구 같은 아빠들이 주목 받고 있으며 2009년 옥션 주방용품 코너는 전체 구매자 중 남성이 67%나 차지함.



Save the Green Planet

저탄소 녹색성장 정책



"The earth is one but one country, and mankind its citizen" Baha'i Writing



이영익
저탄소 녹색성장의 길

임다 솔리스
녹색인사이드

세라드 클라이스터리
길을 찾았다

양현 구리아
일기일독

녹색성장 이루기



Magazine of the United Nations Environment Programme - February 2010

Part I Social & Cultural

Social & Cultural Research/ Domestic Save the Green Planet

Save the Green Planet 저탄소 녹색성장 정책

세계 각 나라들이 기후변화·에너지 문제에 대한 대응을 국정의 최우선 과제로 설정하고, 관련 정부조직을 개편하고 관련 법령의 정책 제·개정을 적극적으로 추진하고 있다.

우리나라도 대통령직속 녹색성장위원회를 구축하고 기후변화 문제를 해결과 녹색성장을 실현하기 위한 기본적인 법 제도를 1월 13일에 공포하여 4월 14일부터 시행되고 있다.

저탄소 녹색성장 기본법은 세계 최초로 기후변화·에너지·환경문제뿐만 아니라 녹색기술과 R&D, 녹색산업구조로의 전환과 발전, 녹색국토·도시·건물·교통 등 저탄소 녹색성장에 관한 내용을 포괄적으로 규정하고 있는 종합 법이자 경제산업 발전을 지원하는 법을 말한다.

녹색성장 정책에서 장려하는 그린무브먼트

자전거 이용활성화
전기자동차 활성화
재활용 재료 활성화
쓰레기 줄이기 운동

Market Trend

Small Home Appliance

SHA Market Trend

Simple & Smaller, Less Feature 싱글용 가전시장 확대

싱글족 증가로 1인용 미인가전 수요까지 덩달아 늘고 있다. 1인용 미인가전은 최대한 부피와 무게를 줄이고 다양한 기능보다는 필수 기능에 충실한 게 특징이다. 국내 가전 업체들은 세련되고 스타일리쉬한 싱글들의 감성에 소구하고자 다양한 기능보다 디자인에 많은 공을 들인다.

온라인 쇼핑물 옥션에 따르면 지난달 400리터 이하의 소형 냉장고 판매량은 전년 동기대비 32%, 10kg미만의 소형 세탁기는 30% 이상 늘었다.

싱글들에게 인기 있는 가전 제품

'용량 1kg' 세탁기, 3-4인용 압력밥솥, 미니오븐, 미니정수기, 미니생수기



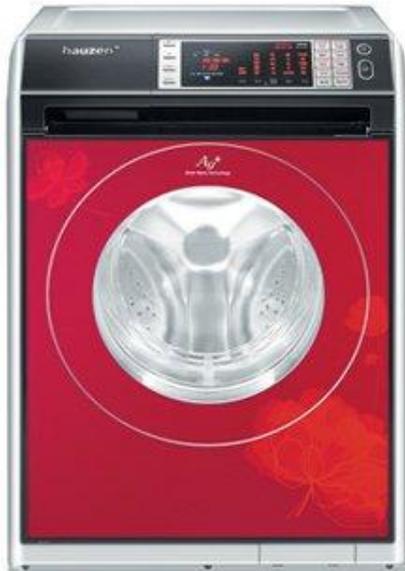
웅진코웨이
P-07CU



삼성
하우젠 VC-RE70V



쿠첸
WHA-T1000G



삼성
하우젠 SEW-HAR149AUR



필립스
HD2628



포맥스
FK-0201



더 리빙팩토리
1인용 커피메이커

100인 | 싱글들을 위한 1인용 가전제품

실시간 베스트 5 성별/연령별		참여:133	조회:26103
1위	 토스터 검색 새비나 토스터도 있어야 아침을 간단히 해결 할수가 있어요. 스토리 3 참여 56	8.1	투표하기
2위	 음식물 처리기 검색 sweetmom 혼자 살면서 많지도 않은 음식물을 매일 봉지 들고 버려라 나가기 귀찮아서 밥 안해먹는다는 친구 이야기를 듣고 집들이에 사다준.. >더보기 스토리 2 참여 39	8.0	투표하기
3위	 커피포트 검색 새비나 당연히 필요한 제품입니다. 스토리 3 참여 41	8.0	투표하기
4위	 싱글 정수기 검색 하트뿔뿔 혼자 살면 물 안 끓여 마시고 생수 사다 먹는 다던데..먹다 남은 생수도 상하는거 아시죠? 밤에 물 떨어지면 나가기 귀찮고... >더보기 스토리 3 참여 36	7.9	투표하기
5위	 로봇 청소기 검색 MyNike 이거하나 있으면 편하죠 ㅎㅎ 스토리 1 참여 16	7.6	투표하기

성별 베스트

남자		31명
1위	 싱글 정수기 9.1점 하트뿔뿔 참여 7 혼자 살면 물 안 끓여 마시고 생수 사다 먹는 다던데..먹다 남은 생수도 상하는거 아시죠? 밤에...	
2위	음식물 처리기	8.9점
3위	토스터	8.6점
4위	로봇 청소기	8.2점
5위	커피포트	7.9점

여자		105명
1위	 커피포트 8.1점 새비나 참여 30 당연히 필요한 제품입니다.	
2위	토스터	8.0점
3위	핸디형 청소기	7.9점
4위	자동분사 방향제	7.9점
5위	음식물 처리기	7.8점

Part I Social & Cultural

Market Research/ Domestic

SHA Market Trend

TOP 5 Home Appliance 싱글용 가전 인기순위

싱글 가전 성공 키워드
간편한 생활, 작은 용량, 우수한 디자인

실시간 인기순위

- 1위 토스터
- 2위 음식물처리기
- 3위 커피포트
- 4위 싱글 정수기
- 5위 로봇청소기

남성

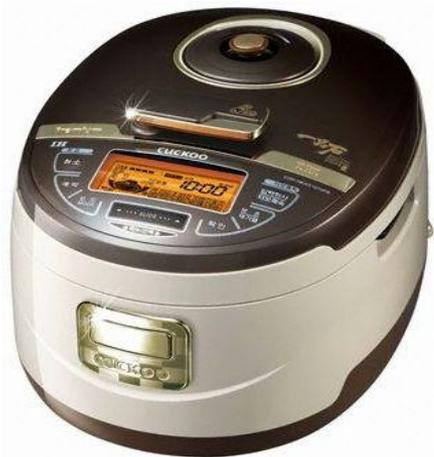
- 1위 싱글 정수기
- 2위 음식물처리기
- 3위 토스터
- 4위 로봇청소기
- 5위 커피포트

여성

- 1위 커피포트
- 2위 토스터
- 3위 핸디형 청소기
- 4위 자동분사 방향제
- 5위 음식물처리기

Smart Home Appliance

스마트 홈 가전



SHA Market Trend

Be Smarter! 알아서 척척! 스마트 가전

스마트 컨셉은 10년 전부터 각 기업의 R&D로 꾸준히 발전해왔으나 2010년 본격적인 스마트 가전 시대가 열렸다. 가전에서의 스마트 열풍은 향후 홈네트워크 시스템과 결합하여 대형가전과 프리미엄 소형가전에서도 확산될 전망이다.

스마트 냉장고 e-다이어리

Wi-Fi 기능이 내장돼 무선 네트워크에 연결할 수 있게 되면서 메모와 일정관리는 물론 인터넷으로 날씨 정보와 뉴스를 한 눈에 살펴볼 수 있음. 요리 재료와 요리법이 내장되어 있으며 10인치 LCD 터치 스크린은 전자앨범으로 활용 가능함.

'지펠 마시모 주끼' 냉장고

4계절 변화 감지 기능에 사용자 습관 및 생활습성까지 기억해 운전 상태를 조절해주는 '스마트 에코 시스템'이 적용.

2010년형 휘센 에어컨

실내외 온도에 따라 냉방능력을 자동 조절해주는 '휴먼케어 인버터' 기술이 내장됐다. 또한 사용자의 위치와 인원수를 감지해 바람의 방향 및 세기까지 자동으로 조절해주는 '인체감지센서'도 포함

대우일렉트로닉스의 '클라쎬 말하는 오븐'

대우 일렉트로닉스에서 출시된 클라쎬 오븐은 제품을 사용하는 방법을 음성으로 설명함. 각 기능을 6x12단계로 나눠 '음식을 넣어주세요' '메뉴를 선택하세요' 등 단계마다 음성으로 안내하는 사운드 인터페이스를 제공함.



- ① iRobot , 룸바530
- ② 쿠쿠홈시스 , 쿠쿠 CRP-HKXS1010FB(스페셜 에디션)
- ③ 삼성 , 스마트 지펠 (2005년)
- ④ LG , D0610TF1
- ⑤ LG , 휘센 에어컨

Eco-friendly 친환경·고효율 에코 가전



Market Research/ Domestic SHA Market Trend

친환경 · 고효율 에코 가전

녹색성장 사업은 국가적 차원에서는 물론, 세계적으로도 중요성이 더해가고 있어 기업들에게도 빼 놓을 수 없는 핵심 경쟁 요소가 되고 있으며, 2010년 본격적인 에코제품들이 시장에 출시되고 있다.

시장에 출시된 에코가전

1. 전력소모 50% 줄인 `삼성 버블 에코` 세탁기
2. 세제나 전기 없이 초음파 진동으로 살균이 가능한 한경희 친환경 초음파 살균기
3. 황사 예방과 공기 정화 기능을 가진 향균 디스크를 내장한 위니아만도 공기 청정기
4. 전기나 필터 없이 물로 공기청정기와 가습기능을 겸하는 위닉스 공기청정기
5. 새로운 개념의 고효력 버너를 채택해 효율이 높은 동양매직의 저가형 에코 가스레인지





엔유씨
NYF-G8045F



브레드가든
BG-PRWM09



리콕
WATERPROOF 슬로우쿠커 SLO-5500



이젠
무공해 콩나물 재배기



필립스
쥬서기

Part I Social & Cultural

Market Research/ Domestic

SHA Market Trend

Slow Cook, Self-Home Cooking 웰빙 홈쿠킹족의 증가

싱글들의 최고의 관심사이자 즐거움인 맛집 순방에 대한 열정을 보이는 미식족들이 있는 반면, 30세 이상 싱글족들 사이에는 웰빙 먹거리와 식생활에 높은 관심을 보이는 홈쿠킹족들이 늘어나고 있다.

집에서 만들어 먹는 밥은 비교적 저렴하고 안전하다는 장점이 있다. 하지만 초보 주부들이나 독신자들이 집에서 요리를 해 먹는 것은 생각보다 쉬운 일이 아니다. 이에 따라 밥솥이나 가스기 등 주방 가전용품을 생산하는 업체들은 최근 집에서 자사 제품으로 만들 수 있는 요리를 소개하는 간편 요리책자를 출판하거나 요리교실을 열어 가전 제품을 구매한 소비자에게 플러스 알파의 서비스를 제공하는 것이 고객 마케팅의 추세이다.

Interior Home Appliance
Neo Minimalism





Total Kitchen Solution Modern **Eco**





Total Kitchen Solution
Minimal **Built-in**



Collaboration Art Home Appliance

아트가전은 2007년부터 이미 시작되었으나 주얼리디자이너, 순수아티스트, 가구 디자이너 등 콜라보레이션의 폭이 훨씬 다양해지고 넓어지고 있다. 대형가전의 경우 2009년에 비해 flower 패턴이 감소하면서 미니멀 해졌으며 대신 몬드리안과 같은 기하학적이고 그래픽적 패턴이 강세를 보인다. 여전히 빛의 감성으로 어필하고자 하는 LED / 크리스탈 데코레이션도 프리미엄 소비자를 공략하고 있다.



LG 맨디니



삼성 마시모주끼



LG 하상림 작가의 꽃

SHA Market Trend

Breaking “Taboo” 주방 가전의 금기 “Black” Premium Black으로 거듭나다

Premium Black

전통적인 백색가전이 블랙 컬러를 사용하기 시작한 것은 약 3~4년 전부터이며, 시장에 일반화된 것은 최근 2년 정도에 불과함.

'블랙'은 식감을 떨어뜨린다는 이유로 주방가전에서는 기피하는 것이 일반적인 추세였음, 일례로, 밥솥은 전통적으로 백색이나 붉은색을 사용했었으나, 과감하게 시도된 블랙&실버 메탈 콤비네이션의 모던한 밥솥은 2009년 최고 히트상품이 되었음.

"컬러에 고정관념이 깨지고 점차 가전에 주방 인테리어 역할이 중요해지면서 질리지 않는 심플함과 고급스러운 디자인이 인기를 끌고 있다"



Newspaper

동아 <http://news.donga.com/3/all/20100105/25211381/1>
<http://news.donga.com/3/all/20091113/24083193/1>
<http://news.donga.com/Economy/New/3/01/20100309/26732568/1&top=1>
http://weekly.donga.com/docs/magazine/weekly/2003/07/18/200307180500005/200307180500005_2.html
한국일보 http://sports.hankooki.com/lpage/theme_news/201004/sp20100430172000106170.htm
<http://news.hankooki.com/lpage/economy/201002/h2010021613444021500.htm>
<http://news.hankooki.com/lpage/economy/201004/h2010041215274821500.htm>
서울경제 <http://economy.hankooki.com/lpage/economy/200904/e2009040317290870060.htm>
buzz http://www.ebuzz.co.kr/content/buzz_view.html?ps_ccid=82612
SBS뉴스 http://news.sbs.co.kr/section_news/news_read.jsp?news_id=N1000728225
독서신문 http://www2.readersnews.com/sub_read.html?uid=19085§ion=sc1
중앙일보 http://article.joins.com/article/article.asp?Total_ID=3969728
머니투데이 <http://www.mt.co.kr/view/mtview.php?type=1&no=2009123110090158141&outlink=1>
ZDNet http://www.zdnet.co.kr/ArticleView.asp?artice_id=20100408150934
디지털타임스 http://www.dt.co.kr/contents.html?article_no=2010041402011032718002
문화일보 <http://www.munhwa.com/news/view.html?no=20100423010315243060020>
다음 금융 <http://finance.daum.net/news/finance/photo/MD20100307082503658.daum>
네이버뉴스 <http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=105&oid=030&aid=0002045940>
프라임경제 <http://www.newsprime.co.kr/news/articleView.html?idxno=113483>
<http://www.newsprime.co.kr/news/articleView.html?idxno=83658>
경향신문 http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=200912170024315&code=940100
한국경제 직장인 http://w.hankyung.com/community/column.php?c_class=269&ch=comm2

Website

LG경제연구소 <http://www.lgeri.org>
삼성경제연구소 <http://www.seri.org>
현대경제연구소 <http://hri.co.kr>
글로벌IT트렌드 <http://www.itglobal.or.kr/index.asp>
Wisia <http://www.wisia.com/chart/13785>
Naver <http://www.naver.com>
구글 <http://www.google.co.kr>
명가아침 <http://www.emyungga.com>
뷰티누리 <http://www.beautynury.com>

(계속)

Blog

LG전자 블로그 <http://blog.lge.com/271>

Naver <http://blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=eunjs75&logNo=130053253252&widgetTypeCall=true>

<http://blog.naver.com/breezeyui?Redirect=Log&logNo=30067507847>

<http://blog.naver.com/pafayaco?Redirect=Log&logNo=50086338972>

<http://blog.naver.com/mistyluv78?Redirect=Log&logNo=130079064607>

<http://blog.naver.com/breezeyui?Redirect=Log&logNo=30067507847>

<http://blog.naver.com/chriscyw?Redirect=Log&logNo=120100437130>

<http://blog.naver.com/elimegg?Redirect=Log&logNo=40096319407>

트렌드 인사이트 <http://trendinsight.biz/14>

블로거1.0의 웹2.0 도전기 <http://27m.net/v8/bbs/view.php?id=information&no=489>

Global Insight 2010

기획 / 지식경제부, 한국디자인진흥원

연구 / (주)와이즈유엑스 글로벌
서울특별시 서초구 잠원동 23-3
(T) 02-3442-4198 (F) 02-3471-3361

사업 총괄책임 윤다연

연구책임 채송화
연구참여 정호실
안정운
문영근
최일래
장연재
전유나

발행인 / 김현태

발행처 / 한국디자인진흥원
경기도 성남시 분당구 아탑동 344-1 코리아디자인센터
(T) 031-780-2035 (F) 031-780-2040

총괄책임 김혜찬
실무책임 손동범
발간진행 조동천
이은선
유영선
박미주

본 보고서의 내용은 필자의 주관적인 의견이며 활용의 책임은 이용자들에게 있습니다.

이 보고서에 사용된 이미지는 직접 촬영한 이미지를 중심으로 하였으나 출처가 명확하지 않아 부득이 허가 없이 사용한 이미지는 저작권자의 요청 즉시 절차를 밟도록 하겠습니다.

Copyright © WiseUX Global Co., Ltd. 2010 All rights reserved

글로벌 디자인 인사이트

Vol. 16 2010 국내의 사회문화적 변화와 가전 시장 트렌드_2010.5

본 보고서는 지식경제부에서 시행한 디자인기반구축사업 중 디자인전략정보개발사업의 결과물입니다.
본 보고서의 내용은 한국디자인진흥원이 운영하는 desgndb.com에서 다운로드 받으실 수 있습니다.