

글로벌 디자인 인사이트

Vol_25 2010 미국의 사회문화적 변화와 가전시장트렌드_2010.5



New Shift & Trend in US

Social & Cultural Impact
Small Home Appliance Market Trend





Table of Contents

1. Social & Cultural Impact

- Money and Power in the Home
- From Minor To Major
- Luxury vs. Necessity
- Increase of Multi-Generational Family
- The Change of Coupon Usage
- Neo-cocooning
- Simpler, Greener Lifestyle
- Smart Grid Policy

2. Small Home Appliance Market Trend

- Energy-Saving Appliances
- Smart Appliances Market
- Stainless Steel as Luxury
- Bold Colored Appliances
- Dual Purpose Appliances
- Compact & Built-in
- Top 10 Small Appliances

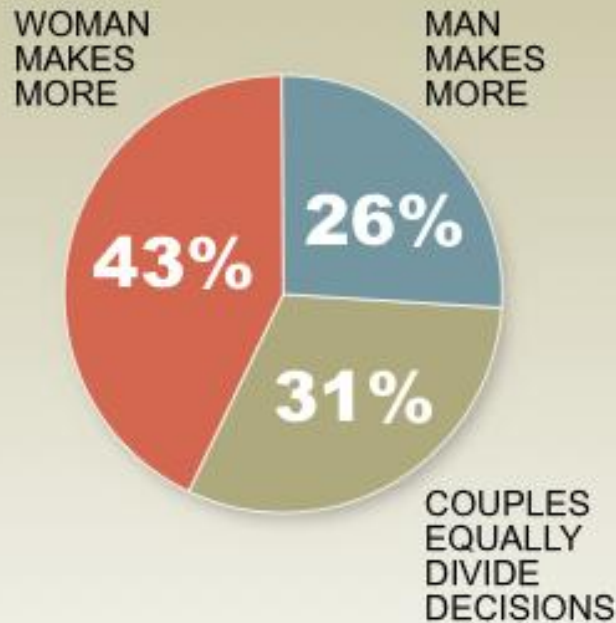
Social & Cultural Impact



Money and Power in the Home
미국 가정에서 여성의 지위 상승

Social & Cultural Impact

Who makes the decisions at home?



Results based on responses to questions on choosing shared weekend activities, buying things for the home, deciding what to watch on television and managing household finances.

Woman, The Decider at Home

일반적으로 미국 가정에서는 여성이 경제권을 쥐고 있음. 가계에 큰 지출이 있을 때에도, 서로 상의를 하고 의견을 나누기는 하지만 최종적으로 결정하는 쪽은 여성.

특히, 맞벌이 가정에서는 여성의 결정권이 더 강화됨. 이는 부부 각자의 소득 정도와 관계가 없음.

An Edge for Women on What to Do and What to Buy

Who makes the final decision when...

Choosing shared weekend activities	
	%
Woman	28
Man	16
Decide together	46
Varies/depends	6
Other/DK-Ref	4

Buying major things for home	
	%
Woman	30
Man	19
Decide together	46
Varies/depends	4
Other/DK-Ref	1



From Minor To Major
비주류 마켓을 주목해야 할 때!



Social & Cultural Impact

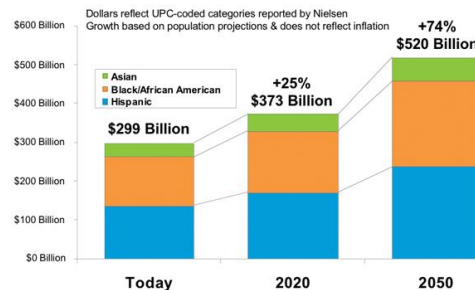
Diversity of consumer needs

현재의 추세로 볼 때, 2050년대가 되면 미국의 인구에서 백인 이외의 다양한 인종들이 차지하는 비율이 50% 이상이 될 것으로 추정됨,

가계 지출에 있어 중요시하는 포인트가 각 민족마다 다르기 때문에 각각의 소비자들의 특징에 대해 살펴 볼 필요성이 있음.

- Hispanic shoppers
전체 지출 중 많은 부분을 자녀에게 투자하며, 대부분 대형 할인 매장을 이용함.
- African American Shoppers
미용 상품에 대한 관심이 많고, 보통 dollar store나 drugstore 이용. 물건 값을 깎기 위한 흥정이나 쿠폰 이용을 잘 하지 않음.
- Asian American Shoppers
자녀를 위한 지출에 많은 부분을 투자하며, 대형 할인 매장을 이용하는 경우가 많음. 외식을 선호하는 경향이 있음.

Multicultural Opportunities in Packaged Goods





Part I Social & Cultural

Lifestyle Research/ US

Social & Cultural Impact

Growing Power of Minority Marketing to LGBTs

Lesbian, gay, bisexual and transgendered (LGBT) people

미국 시장에 있어 이들의 영향력은 날로 증대되고 있으며, 많은 회사들이 이 소비 집단을 잠재적 수익성이 높은 집단으로 평가. 그들은 일반적으로 미국인들의 평균 소득을 훨씬 웃도는 소득 수준을 보임.

그들의 대부분은 미식가로 패션 방면에 대한 관심이 높으며, 소득의 거의 대부분을 여행, 건강, 웰빙 상품, 환경 친화적 상품 등을 소비하는 데 사용함.



Luxury Vs. Necessity
필수가전에 대한 재평가

Change of Life Value

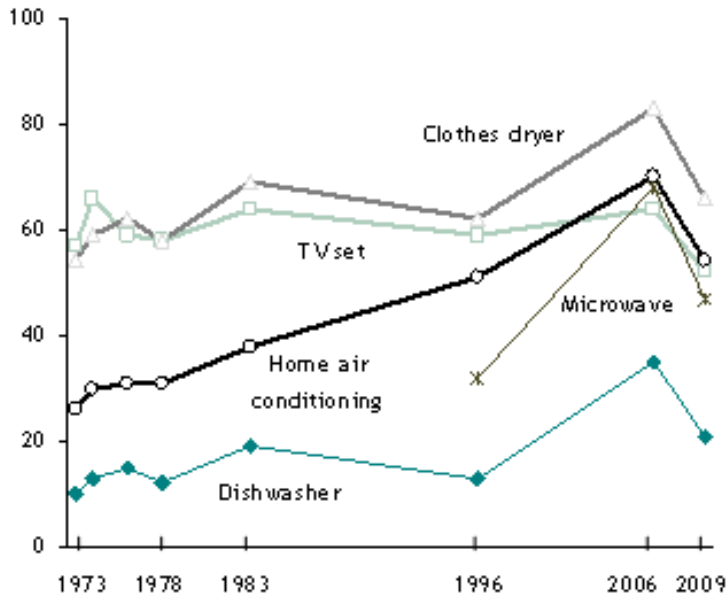
Luxury vs. Necessity : 'Necessity' Reevaluation

- Yesterday's Necessities Become Today's Luxuries
최근의 조사에 따르면, 불황 이후 미국인들에게 필수품에 대한 큰 인식의 변화가 있는 것을 알 수 있음.
많은 미국인들이 과거 필수품으로 여겨졌던 '텔레비전, 에어컨, 식기 세척기 등'을 없어도 되는 가전제품이라고 생각함.

- "Recession-proof" high-tech devices
컴퓨터와 핸드폰은 불황과 관계 없이 필수품으로 인식되고 있음.
IT와 디지털 제품들의 인식은 불황 전과 후에 크게 변화되지 않은 것으로 나타남.

From Luxury to Necessity—and Back Again

Percent rating each item as a necessity



Question wording: Do you pretty much think of this as a necessity or pretty much think of this as a luxury you could do without?
Source: 1973 to 1983 surveys by Roper; 1996 survey by Washington Post/Kaiser/Harvard; 2006 and 2009 surveys by Pew Research Center.

PewResearchCenter



Increase of Multi-Generational Family
독립자녀의 가정으로의 회귀

Social & Cultural Impact

Multi-Generational Family

일시적인 실업 급증을 비롯해 부동산 시장 붕괴로 인한 차압주택 급증, 외국 이민인구 증가, 초혼 연령의 상승에 따른 늦은 결혼 등이 복합적으로 작용한 결과.

20대 인구 중 결혼한 적이 없는 사람이 남자는 4분의 3, 여자는 3분의 2. 젊은 사람들이 경제적으로 독립해 결혼을 고려하는 데 전보다 더 많은 시간이 소요됨.
대학이나 대학원 진학률이 빠르게 급증하고 있는 것도 이러한 경향을 반영하고 있음,

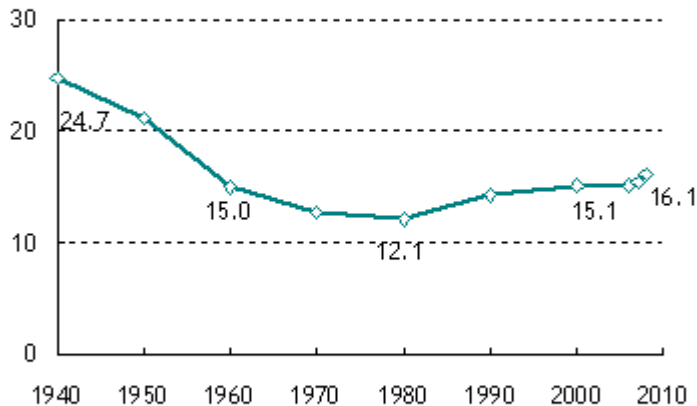
불황으로 인해 실직자가 늘어나면서 집으로 돌아와 부모와 함께 사는 젊은이들 “boomeranger”가 늘고 있음.
35세 이하의 젊은이들이 가장 많은 비율을 차지하며, 남성 보다는 여성이 더 많은 것으로 나타남.

어린이가 성년이 되면 부모결을 떠나 혼자 독립해 나가고, 부모들도 노년이 되면 자녀들과 떨어져 독립해 살거나 따뜻한 남쪽지방으로 이사해 은퇴 후 삶을 살던 전통적인 방식과는 완전히 상반된 현상.



Share of U.S. Population Living in Multi-Generational Family Households, 1940-2008

(%)



Source: Pew Research Center analysis of the U.S. Decennial Census data, 1940-2000, and 2006, 2007, 2008 American Community Surveys, based on IPUMS samples.

PewResearchCenter



The Change of Coupon Usage
20대 젊은 층의 쿠폰 사용률 증가



Part I Social & Cultural

Lifestyle Research/ US Lifestyle Shift

The coupon comeback

1999년 이후 쇠퇴의 길을 걷고 있던 쿠폰이 불황으로 인해 다시 성황을 이루고 있음,
27%이상의 미국인들이 가게 지출을 줄이기를 희망하고 있으며, 쿠폰이 그 중 가장 간단한 방법으로 인식됨.

2009년 인터넷 쿠폰은 2배 이상 성장세를 보임.
컴퓨터나 스마트 폰과 연계해 사용할 수 있는 쿠폰도 계속 성장, 발전해 나갈 것으로 보임.

전통적으로 쿠폰은 식품류에 적용되는 경우가 많았으나, 2009년부터 식품 이외의 상품에 해당되는 경우가 증가하고 있음,
2009년 총 12억 원의 쿠폰이 식품 이외의 상품에 사용되었음.

SAVE \$50
On Dimplex PowerChef Electric Grills.

Coupon valid for TBQ-120-DLX, TBQ-120-86G, BPC-2007, BQ-2007, CBQ-120-ELL and CBQ-120-8AM models only. This coupon cannot be combined with any offers or discounts. Offer expires May 31, 2010. Valid at participating dealers.

Dimplex outdoor living

half.com
AN eBay COMPANY
4% OFF

0 123456 789005

Neo-Cocooning
홈! 스위트홈!





Part I Social & Cultural

Social & Cultural Research/ US Lifestyle Shift

Entertaining at home

경제적인 이유가 가장 크지만, 심신의 안정에 좋다는 이유로 집에서 여가 시간을 보내고자 하는 미국인들이 늘고 있음.
집이 새로운 “entertainment hub”가 되고 있음.
2010년에 개최되는 월드컵은 이러한 트렌드를 더욱 강화시킬 것으로 보임.

불황에도 불구하고, 평면 텔레비전과 오디오의 소비는 큰 변동이 없었던 점이 이러한 사실을 반증함.
Wii Sports와 같이 공간도 적게 차지하면서 가족 모두가 참여할 수 있는 Fitness game이 인기를 끌고 있음.

사람들과 밖에서 만나기 보다는 집에서 만나는 경우가 늘어가고 있으며, 커뮤니티의 결속이 강해지면서 이웃들과의 유대가 강해지는 추세.



Lifestyle Shift

Cook at home

집에서 요리를 해먹는 것에 대한 소비자들의 관심이 늘고 있음. 외식을 덜 하고, 커피숍을 덜 가면 불필요한 지출을 많이 줄일 수 있다고 생각하는 소비자들 증가함에 따라 주방용 소형 가전에 대한 관심 역시 늘고 있음.

집에서 직접 요리를 해 먹는 것이 더 신선하고 건강한 식사를 할 수 있다고 생각하는 미국인들이 늘고 있음.

요리를 하나의 오락으로 생각하고 있는 미국인들이 늘고 있으며, 그에 따라 요리 강습이나 요리 관련 TV채널이 인기를 얻고 있음.

요리에서 즐거움을 느끼는 아동과 "gastrosexuals"들은 새로운 주방기기와 주방의 업그레이드에 상당한 관심을 보임.

이러한 추세는 에너지 절약과 "green living"에 대한 소비자들의 관심이 증가함에 따라 주방용 소형 가전의 소비량은 꾸준히 증가할 것으로 평가됨.

Lifestyle Shift

Return of DIY

미국인들이 이전에는 다른 사람에게 맡겼던 집수리나 인테리어를 스스로 하기 시작함.


불황으로 시작된 DIY 열풍은 남녀 그리고 소득의 정도와는 관계가 없이 널리 퍼져, 미국인들의 인기를 얻고 있음.

젊은층 역시 DIY를 하고 싶어하나 방법을 몰라서 학교나 비디오 클래스, Facebook, YouTube 등에 올라온 DIY 관련 콘텐츠 소비가 활발함.

DIY 분야

- 집 수리
- 도시 농장 (Food Garden)
- 자동차 수리 및 커스터마이징
- 뷰티 케어 등





Simpler, Greener Lifestyle
생활 속으로 들어온 Green

Georgia Organics &
Atlanta Community Food Bank
present

THE INCREDIBLE EDIBLE GROW-IT-YOURSELF FRUIT TREE, VINE & BERRY BUSH SALE

TO BENEFIT THE ATLANTA LOCAL FOOD INITIATIVE
PLANT YOUR OWN FRUITS AND BERRIES!

BLUEBERRIES RASPBERRIES BLACKBERRIES
KIWI MUSCADINES PEARS APPLES PLUMS
PERSIMMONS FIGS POMEGRANATES

AND MUCH MUCH MORE!

ATLANTA COMMUNITY FOOD BANK
970 JEFFERSON STREET, NW
ATLANTA, GA 30318

Sponsored by



FOR MORE INFORMATION, VISIT
WWW.ATLANTALOCALFOOD.ORG

Part I Social & Cultural

Social & Cultural Research/ US Lifestyle Shift

Food-Producing Garden

건강에 대한 관심이 커져가면서, 소비자들은 점점 까다로워졌으나, 불황으로 경제적 여건이 나빠지면서 많은 사람들이 food-producing garden을 가꾸기 시작.

작년 미국의 씨앗 판매량이 급증함.

Food-producing garden은 적은 가격으로 건강한 유기농 음식을 제공하고, 운송비를 줄임으로써 자신의 탄소 발자국을 줄일 수 있다는 점에서 각광받고 있음.



HOW IT SAVES YOU ENERGY... AND MONEY

■ Sustainable timber frame and wooden walls filled with glass wool insulation to reduce heat loss.

■ Three wind turbines and photovoltaic solar panels on roof generate electricity.

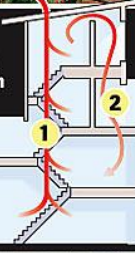
■ Solar panels heat water for baths and showers.

■ South-facing, triple-glazed windows capture heat from sun.

■ 'Grey' water from baths, showers, sinks and washing machine re-used to flush lavatories.



■ Building designed to be as airtight as possible. Air in the house is replaced just once an hour, compared with ten times an hour in a normal home.



■ Passive air ventilation stack draws warm air up the stairwell in the summer (1) and out through vents in the roof. In the winter, automatic vents close to keep warm air trapped in home (2).

■ Rainwater channelled into garden water butts.

Part I Social & Cultural

Social & Cultural Research/ US Lifestyle Shift

Eco-Friendly Home

점점 더 많은 수의 미국인들이 집을 건축하거나 구매할 때, 환경 친화적인 면을 고려하고 있으며, 각 주정부들은 이에 대해 다양한 인센티브를 제공하고 있음.

화학성의 페인트를 사용하지 않고, 재활용 나무를 사용하는 등 건축 재료를 선택할 때부터 신중하게 환경을 선택하는 태도를 보이고 있음.

• 리드(LEED - Leadership in Energy and Environmental Design)=미국그린빌딩위원회가 주관하는 친환경 건물인증.에너지 효율과 재생에너지 사용비중 등을 기준으로 플래티넘과 골드, 실버, 서티파이드 등 4개 등급으로 나뉜다.





엠파이어 스테이트 빌딩 친환경 리모델링

창문
102개층 6500개 창문
특수필름코팅, 보온강화

조명
주변 빛기 고려 자동 조명시스템

환기
대용량 첨단 환기시스템

냉난방설비
냉수시스템 교체
원격 에너지 효율 감시시스템 도입

Part I Social & Cultural

Social & Cultural Research/ US

Lifestyle Shift

Eco-Friendly Buildings & Stores

리모델링 엠파이어 스테이트 빌딩

1931년 완공된 이 빌딩은 지난 4월부터 회춘작업에 들어갔다. 공사기간은 5년. 이 기간 동안 1억달러가 투입된다. 6500여개 창문 모두에 특수 필름을 입히고 보온재 등을 강화한다. 이를 통해 여름에는 열 보존량을 줄여 시원하게 하고, 겨울에는 열 손실을 줄인다는 계획이다. 조명과 환기시설, 냉수시스템도 최첨단 시설로 개선한다. 첨단 센서로 무장한 절전시설과 에너지 사용 감시 시스템도 등장한다. 이 공사가 끝나면 건물 안에서 소비되는 에너지의 38%가 줄어들 것으로 전망된다. 절약되는 돈만 연간 440만 달러에 달한다

뉴욕 소호에 위치한 스타벅스 매장

도시 최초로 정부에서 친환경 건물로 바닥은 펜실베니아에서 가져온 것으로 100년도 더 된 헛간의 바닥 재료로 쓰였던 나무라고 함. 이 매장의 조명 역시 본 프로젝트의 파트너인 GE의 에너지 절약 전등을 사용함.

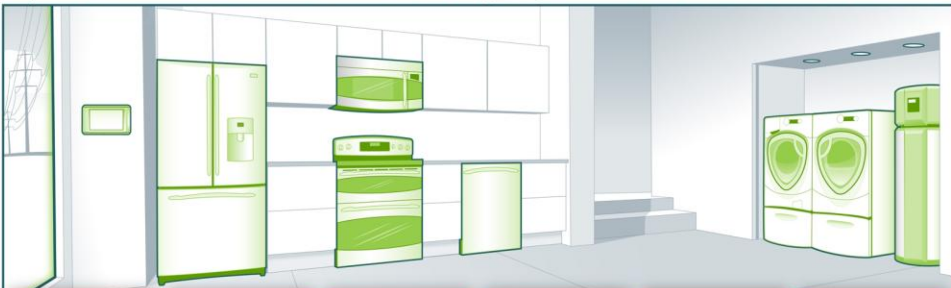
Smart Grid Policy
스마트 그리드, 에너지 효율 정책



Utility companies that have implemented time-of-use pricing communicate their daily rate schedules to the home.

GE's Demand Response Appliances react, saving money while lowering peak demand and the need for more power generation.

Optionally, the GE Home Energy Manager correlates rates with user-preferences to balance cost, comfort, and convenience.



<p>Home Energy Manager This energy brain works in conjunction with you and your home to help understand and optimize energy use.</p>	<p>Refrigerator This Profile refrigerator can reduce energy use on demand and delay defrosts to inexpensive rate periods.</p>	<p>Range & Microwave Cooking energy is reduced and with dual cavities, the range can preference the smaller upper oven.</p>	<p>Dishwasher The dishwasher is aware of expensive rate periods and can wait to run when energy costs are lower.</p>	<p>Laundry Pair When high rates arise, this laundry pair will save you money while getting your clothes clean and dry.</p>	<p>Hybrid Water Heater The water heater can switch to heat-pump mode and modify temperature settings during high rates.</p>
					

Part I Social & Cultural

Social & Cultural Research/ US
Social & Cultural Impact

Smart Grid
Evolution of Smart Appliances

스마트 그리드(Smart Grid)란 정보통신기술을 적용하여 전기를 보다 효율적이고, 지능적으로 사용할 수 있는 차세대 전력망을 의미함.

스마트 그리드는 온실가스 저감, 에너지 안보 확립 등의 목표를 저렴한 비용으로 달성하는 강력한 수단이 될 수 있음.

미국 정부도 경기 부양책의 일환으로 스마트 그리드의 보급에 예산을 지급하겠다고 결정.

가격적인 면에서나 실용적인 면에서 일단은 냉장고와 식기 세척기, 세탁기 같은 대형 가전 시장에서 두각을 나타낼 것으로 예상됨. 이러한 소비로 직접적인 체험을 한 소비자들은 소형 가전 구매 시에도 "smart grid"에 대해 고려할 것으로 보임.



Market Trend

Small Home Appliance

ECO-FRIENDLY

Part I Social & Cultural

Market Research/ US

SHA Market Trend

Energy-Saving Appliances

“Energy efficiency”란 단어는 2009년 최고로 주목을 끈 단어로, 2010년에는 소비자들이 가전을 구매하는데 있어 우선적으로 고려해야 하는 사항이 되었음.

에너지 효율성이 높은 제품에 제공되는 정부의 세금 감면 혜택과 각 주 정부가 시행하는 다양한 혜택들은 이러한 소비 트렌드를 강화시키고 있음.

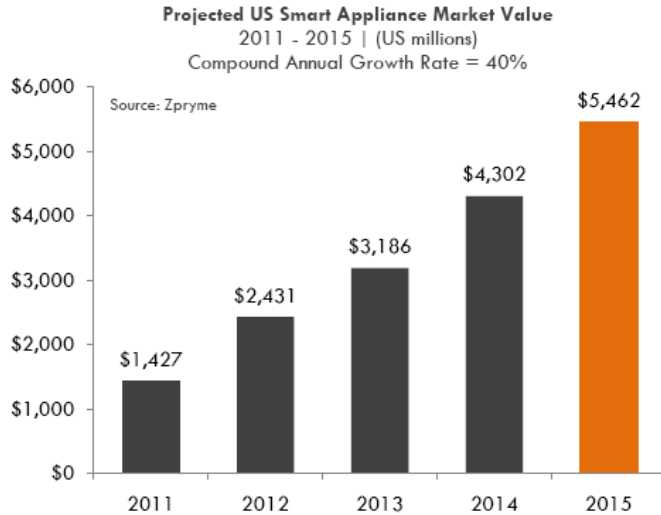
소비자 스스로가 에너지 절약이나 환경 보호에 관심이 없더라도 부모나 자녀, 또는 직장 동료들에게 사회적 압박을 qke기 때문에 이제 “Green”은 필수적 요소가 되었음.

환경 친화적인 상품을 구매하는 것은 이제 하나의 사회적 의무가 되었다고 볼 수 있음.

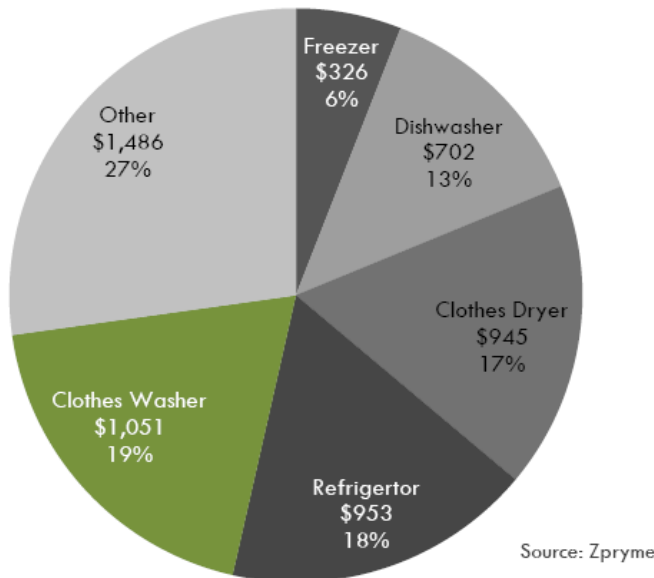


SHA Market Trend

Smart Appliances Market



Projected US Smart Appliance Product Sementation
2015 | (US millions)



미국 스마트 가전제품 시장 규모

2011년 미국의 스마트 가전제품 시장규모는 약14억 달러 정도를 기록할 것이며 연평균 약 40% 시장이 성장해 오는2015년에는 약 55억 달러 규모로 성장할 것으로 기대되고 있음

품목별 스마트 가전제품 시장규모

오는 2015년 품목별 시장을 보면, 세탁기 시장이 전체 시장의 약 19%를 차지해 가장 큰 약 11억 달러를 기록할 것을 전망됨.
- 두 번째로 크 시장은 냉장고로 전체 시장의 약 18%를 차지할 것으로 전망되며 시장 규모는 약 9억5000만 달러를 기록할 것임.

스마트 가전제품 주요 트렌드

스마트 가전제품 시장은 먼저 전력 소비가 많은 냉장고, 식기 세척기 등 대형 가전제품이 가장 먼저 활성화할 것으로 전망됨.
미국 업체들 중 스마트 가전제품 시장이 확대되면 가장 큰 혜택을 입는 미국 기업은 대형 가전제품을 생산하고 있는 GE와 Whirlpool 사 될 수 있음.
이에 따라 최근 미국 대형 가전제품 시장에서 점유율을 높인 한국 기업들도 스마트 가전제품 시장 확대에 따른 제품 개발 생산에 나서야 함.



Part I Social & Cultural

Market Research/ US

SHA Market Trend

Stainless Steel as Luxury

미국 소비자의 경우 실용성을 중요시하기 때문에 화려한 디자인보다 견고한 느낌을 주는 것을 선호함

모든 스타일과 잘 어울리며 프로페셔널한 프리미엄 가전이라는 이미지로 소비자에게 평가되는 스테디 셀러

통계에 따르면 신규 구매의 약 40%가 스테인레스 소재 가전이라고 할 정도로 미국인의 사랑을 받고 있다.

스테인레스 스틸 소재의 선호 이유

- Attractiveness of the steel finish
- Ease of cleaning
- Long life span of stainless steel
- Health issues

SHA Market Trend

Bold Colored Appliances

미국 소비자들은 일반적으로 스테인레스 가전을 선호하는 것으로 조사되고 있으나 트렌디한 컬러에 대한 수용도 또한 높은 것으로 나타났다.

최근들어 화이트, 블랙, 실버로 주를 이루던 미국 주방가전에 화려한 컬러의 소형가전이 주방 인테리어에 활력을 불어넣고 있다.

대형가전 보다는 다소 크기가 작은 블렌더, 에스프레소 머신, 아이스크림 제조기 등의 소형가전에 채도 높은 레트풍의 선명한 컬러 적용한 것이 인기.

최근 가장 인기 있는 컬러는 레드 컬러이며 그린, 블루, 오렌지 컬러와 같이 선명한 컬러에 대한 선호도 또한 높은 것으로 나타남.



SHA Market Trend

Dual Purpose Appliances

미국 주택의 크기가 점차 작아짐에 따라 제한적인 공간의 효율적인 활용에 대한 관심이 높아지면서 하나의 기기에서 다양한 기능을 제공하는 가전을 선호

필수 가전을 2 in 1으로 제공하여 공간활용

차별화 전략으로 소비자들이 선호하는 기능을 부가적으로 추가

DuoChef MC8088HLC

오븐과 전자레인지

Candy Duo 609 X oven dishwasher combo

오븐과 식기세척기

Tefal Toast n Grill

그릴과 토스트기

Northstar refrigerator with Brew Master draft system

냉장고와 생맥주기





Part I Social & Cultural

Market Research/ US

SHA Market Trend

Compact & Built-in

냉장고, 오븐, 가스렌지, 식기세척기, 세탁기, 드라이어 등과 같은 필수 가전의 빌트인 트렌드의 대중화되고 있으며 커피메이커 및 캔오프너, 라디오에 이르기까지 빌트인화하는 추세.

주거공간이 소형화됨에 따라 빌트인을 통한 공간 활용도를 높이면서 스타일을 업그레이드 할 수 있는 가전이 인기

기존 주방 인테리어와 조화를 이루는 소재 및 컬러를 선호하며 지문 및 더러움을 쉽게 없앨 수 있는 스테인레스 소재는 지속적으로 인기



SHA Market Trend

Top 10 Small Appliances

- #1. Coffee maker
- #2. Toasters and ovens
- #3. Blender
- #4. Rice cooker
- #5. Food processor
- #6. Mixer
- #7. Electric grill
- #8. Slow cooker
- #9. Microwave
- #10. Fryer

Small Appliances to Give as Wedding Gifts

- #1. Rival Crock Pot
- #2. Sunbeam Bread Maker
- #3. KitchenAid Stand Mixer
- #4. Hamilton Beach Toaster Oven
- #5. Cuisinart Ice Cream Maker
- #6. Presto Deep Fryer
- #7. Oster Blender



Newspaper

이데일리 <http://www.edaily.co.kr/news/NewsRead.edy?SCD=DD52&newsid=01928646589919832&DCD=A00303&OutLnkChk=Y>
연합뉴스 http://www.idhn.co.kr/print_paper.cgi?action=print_paper&number=179912&title=%C7%C1%B8%B0%C6%AE
네이버 뉴스 <http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=102&oid=001&aid=0003177110>
Happy News <http://www.happynews.com/living/home-energy/energyefficient-appliances-tax-deduction.htm>
Post Tribune <http://www.post-trib.com/news/porter/2253862,springplant0510.article>
THE GLOBE AND MAIL <http://www.theglobeandmail.com/life/style/hot-kitchen-trends/article1544811/>
nola.com http://www.nola.com/homegarden/index.ssf/2010/04/diy_home_repair_becoming_the_i.html
Officialwire http://www.officialwire.com/m/main.php?action=posted_news&rid=96333&catid=1248

Website

Natural Home Magazine <http://www.naturalhomemagazine.com/natural-home-living/2010-predictions-simpler-greener-lifestyles.aspx>
Mintel Oxygen <http://academic.mintel.com/sinatra/oxygen/display/id=482436>
http://academic.mintel.com/sinatra/oxygen_academic/search_results/show&/display/id=482518
Pew Research Center <http://pewsocialtrends.org/pubs/733/luxury-necessity-recession-era-reevaluations>
<http://pewresearch.org/pubs/967/gender-power>
<http://pewresearch.org/pubs/1528/multi-generational-family-household>
Electronicstalk <http://www.electronicstalk.com/news/uli/uli128.html>
Overstock.com <http://www.overstock.com/guides/top-10-small-appliances>
Jetson Green <http://www.jetsongreen.com/>
U.S. Green Building Council <http://www.usgbc.org>
Associated Content http://www.associatedcontent.com/article/2598069/hot_trends_for_home_and_garden_in_2010_pg2.html?cat=6
The Gourmet Retailer http://www.gourmetretailer.com/gourmetretailer/content_display/news/e3i46b00e47f06110d827e347de2e9268b3?imw=Y
Zpryme Research & Consulting <http://zpryme.com/smart-grid-insights.html>
Energy Star http://www.energystar.gov/index.cfm?c=windows_doors.pr_taxcredits
Examiner <http://www.examiner.com/x-8895-Charlotte-Interior-Improvement-Examiner~y2010m2d27-New-trends-in-home-appliances>
HGTV <http://www.hgtv.com/decorating/discover-the-latest-kitchen-color-trends/index.html>
Appliancemagazine <http://www.appliancemagazine.com/applianceline/editorial.php?article=2201&zone=205&first=1>
iMarketNews <http://imarketnews.com/node/12238>
Kitchebath [http://www.kitchenbathdesign.com/print/Kitchen-and-Bath-Design-News/Kitchen--Bath-Design-Seen-More-Modest-in-Face-of-Economy/2\\$5541](http://www.kitchenbathdesign.com/print/Kitchen-and-Bath-Design-News/Kitchen--Bath-Design-Seen-More-Modest-in-Face-of-Economy/2$5541)
diynetwork <http://www.diynetwork.com/kitchen/9-hot-trends-for-todays-kitchens/index.html>
Euromonitor http://www.euromonitor.com/DIY_And_Gardening_in_the_US
Answerbag http://www.answerbag.com/q_view/1898262
lets-do-diy.com <http://www.lets-do-diy.com/News/2009/12/DIY-trends-for-2010-projects.aspx>
yell.com <http://www.yell.com/builders/blog/diy-trends-for-the-2010-renovator/>

Blog

Nelsen Wire <http://blog.nielsen.com/nielsenwire/consumer/u-s-demographics-are-changing-are-your-marketing-plans-ready/>
<http://blog.nielsen.com/nielsenwire/consumer/the-coupon-comeback>
Flickr <http://www.flickr.com/photos/downingstreet/3862150488>

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
안정윤
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. 25 **2010 미국의 사회문화적 변화와 가전시장트렌드_2010.5**

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