

JULY 2023

TREND 

AI POWERED TREND ANALYSIS REPORT

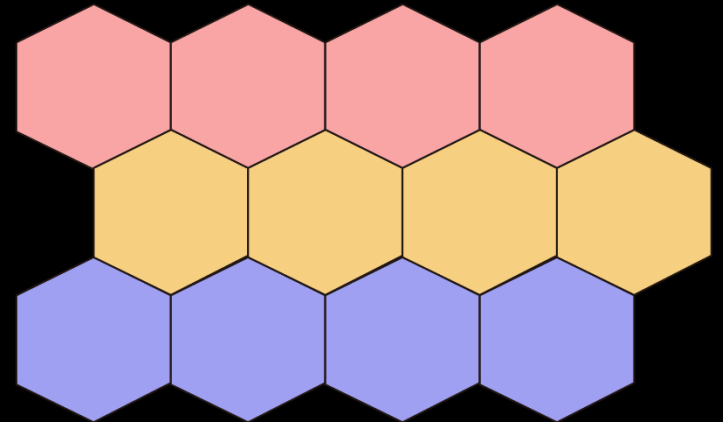
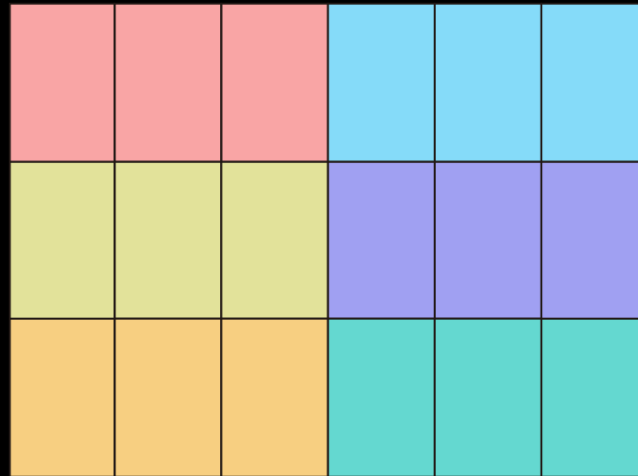
_PART 1

kma

LEAD THE WAVE

TREND.M은 생성형 AI와 대량언어모델을 기반으로 비즈니스 이슈를 지속적으로 추적하고 분석하면서 트렌드 생성 패턴을 도출합니다.

순행, 확장, 연결 역행, 축소, 단절의 트렌드 생성 패턴을 통해 18개의 트렌드 이슈별로 트래킹하면서 새로운 아이디어를 제시합니다.



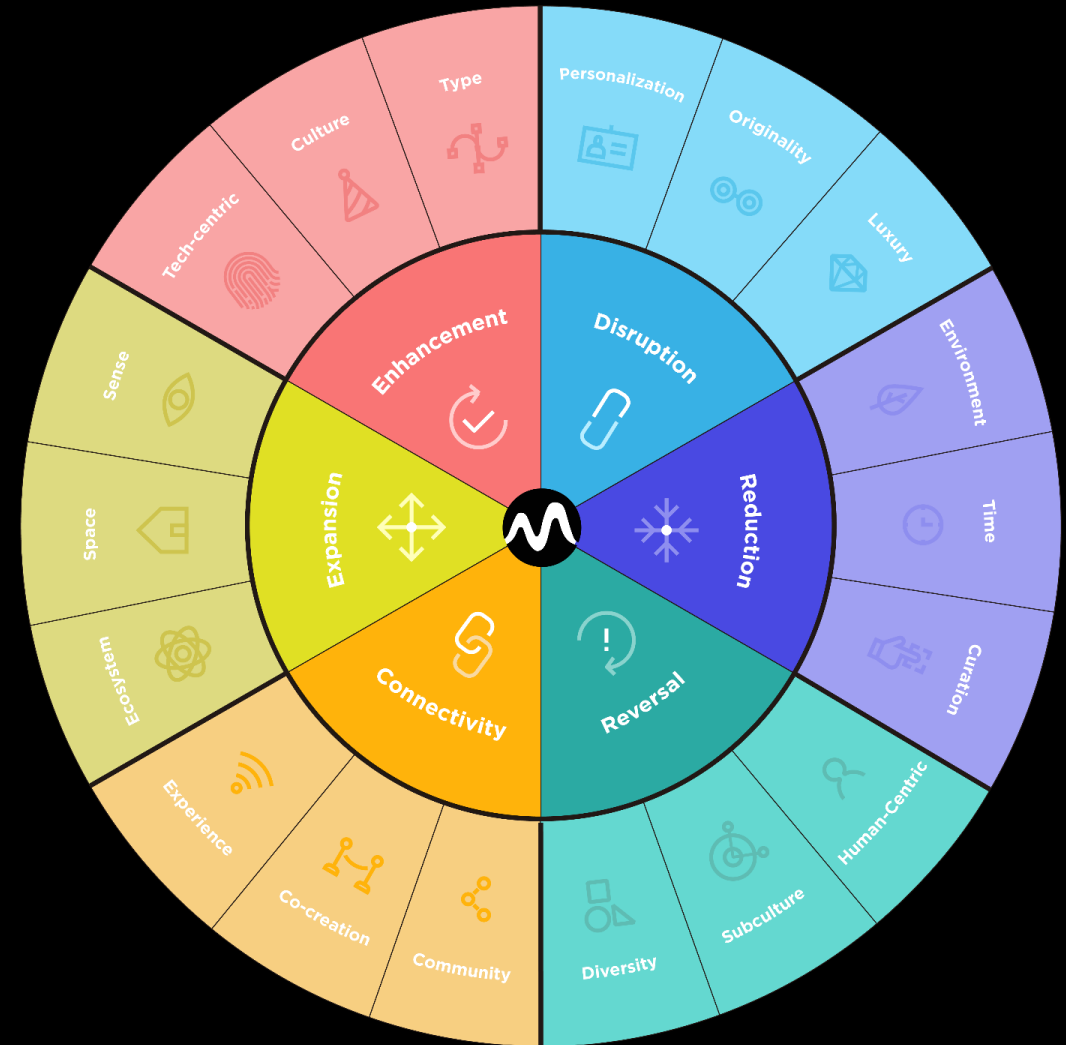
TREND.M IDEAWORK FLOW

6-PATTERNS OF TREND

TREND.M은 비즈니스 이슈를 지속적으로 추적하고 분석하면서
순행, 확장, 연결, 단절, 축소, 역행 등 트렌드 생성 패턴을 도출합니다.

Enhancement	+	최신 기술, 사회 문화, 유형(세대) 등을 통해 트렌드가 강화되는 패턴
Expansion	+	감각, 온/오프라인 공간, 생태계 등을 통해 트렌드가 확장되는 패턴
Connectivity	+	고객경험, 콜라보레이션, 커뮤니티 등을 통해 트렌드가 연결되는 패턴
Disruption	-	개인화, 오리지널리티, 하이엔드 등을 통해 트렌드가 특화되는 패턴
Reduction	-	사회적 비소비, 시간 절약, 큐레이션 등을 통해 트렌드를 선별하는 패턴
Reversal	-	인간중심, 서브컬처, 다양화 등을 통해 트렌드의 반대로 향하는 패턴

(+)요인은 트렌드를 통합/가속화시키며, (-)는 트렌드를 세분화/역방향으로 확산시킵니다.



18-ISSUES OF TREND

TREND.M은 6가지 트렌드 생성 패턴으로 도출된 18개의 트렌드 이슈를 기반으로 각 영역별 기업과 개인이 반드시 알아야할 정보를 분석하여 인사이트를 제공합니다.

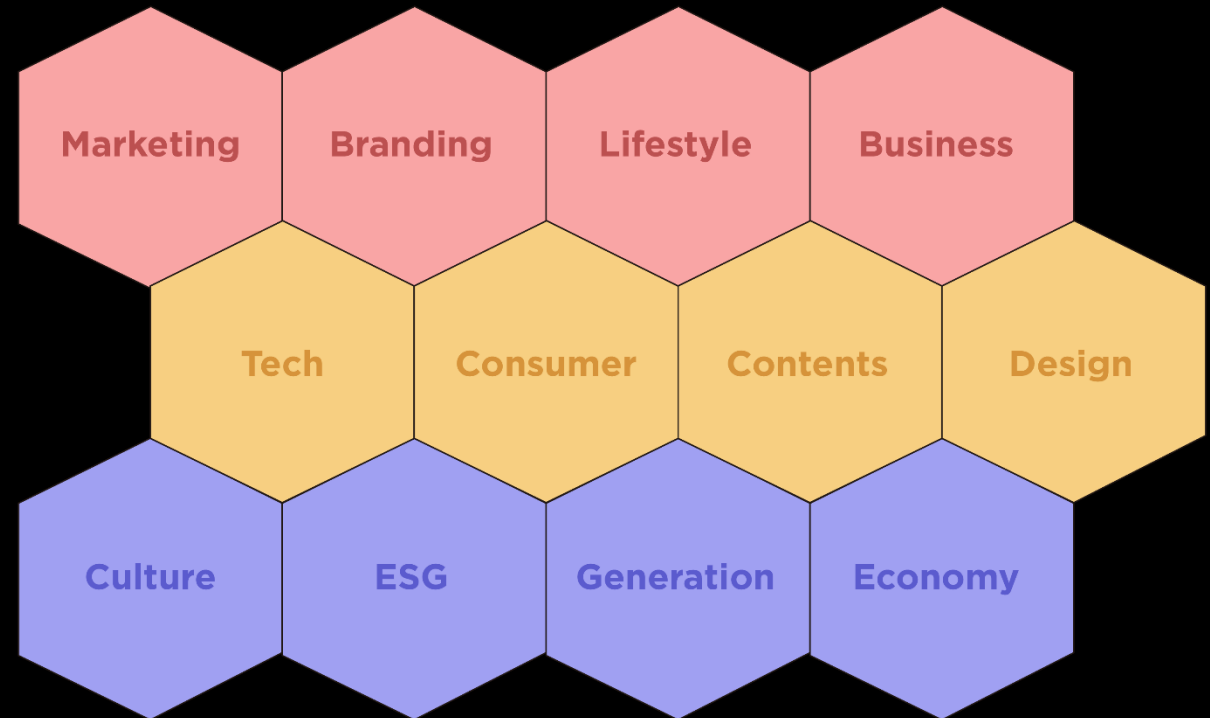
Tech-Centric	기술 혁신으로 발생하는 사회적 변화 특성
Culture	사회/조직/개인 관점에서 생성되는 문화 콘텐츠
Type	유사한 특성으로 세분화되는 그룹의 활동과 소비
Sense	기술/콘텐츠의 발전으로 확장되는 감각의 영역
Space	소비자가 활동하는 온/오프라인 영역의 변화
Ecosystem	기술 기반의 플랫폼과 비즈니스 생태계의 발전
Experience	브랜드 가치에 영향을 미치는 고객 경험 여정
Co-Creation	동종/이종 산업 간 발생하는 콜라보레이션 활동
Community	개인 중심으로 구성되는 취미/지역 기반 커뮤니티
Personalization	데이터와 인공지능 발전으로 인한 초개인화 가속화
Originality	차별화된 콘텐츠를 추구하는 세대가 원하는 독창성
Luxury	양극화된 소비 환경에서 지속 성장하는 하이엔드 문화
Environment	지속 가능한 사회를 추구하는 소비문화와 기업활동
Time	소비자의 라이프스타일을 반영한 시간적 가치
Curation	복합적인 소비 환경에서 선택 가치를 높여주는 큐레이션
Diversity	상호 가치를 존중하고 상생할 수 있게 만드는 다양성
Subculture	차별화된 콘텐츠와 브랜드 팬덤을 유도하는 서브컬처
Human-Centric	기술 발전 환경에서 인간 소외 현상을 방지하는 활동

Tech-centric 기술중심 	Culture 문화 	Type 유형 	Personalization 개인화 	Originality 독특성 	Luxury 럭셔리 
Ecosystem 생태계 	Space 공간 	Sense 감각 	Environment 환경 	Time 시간 	Curation 선택 
Experience 경험 	Co-creation 협업 	Community 커뮤니티 	Diversity 다양성 	Subculture 서브컬처 	Human-Centric 인간중심 

12-SECTORS OF TREND

TREND.M은 트렌드 생성 패턴, 트렌드 이슈를 지속적으로 트래킹하고
포럼M을 통해 12개 영역 전문가 인사이트와 트렌드 리포트 등 콘텐츠를 제공합니다.

Marketing	디지털 마케팅, 퍼포먼스 마케팅, AI 마케팅, 인플루언서, 미디어 등 사례 분석
Branding	브랜드 스토리텔링, 전략, 디자인, 커뮤니케이션, PR, 팬덤 구축 등 사례 분석
Lifestyle	의복, F&B, 주거, 휴식, 미학, 즐길 거리 등 사회 전반적인 라이프 패턴 분석
Business	국제 정세, 국내외 기업 환경, 소비자 성향, 소비 트렌드 등 비즈니스 이슈 분석
Tech	디지털 경험, 애널리틱스, 인공지능, 빅데이터, 블록체인 등 최신 기술 이슈 분석
Consumer	주력 소비자, 상품 및 서비스, 구매 방법, 새로운 소비 문화 등 시장 변화 분석
Contents	사회, 가치관, 관계, 콘텐츠, 사회 등 미디어 환경에서 발생하는 콘텐츠 변화 분석
Design	UX/UI, 그래픽, 공간, 패션, 캐릭터, 경험, 서비스 등 디자인 이슈 변화 분석
Culture	정체성의 다양화, 관계와 소통의 변화, 소비자의 가치 추구 등 문화적 요소 분석
ESG	지속 가능한 경영을 위하여 진행하고 있는 산업별 주요 ESG 활동 분석
Generation	인간 소외 현상에 대한 역트렌드, 세대별 추구 가치 변화 등 인간 중심 활동 분석
Economy	국내외 주요 국가 경제 활동, 산업별 성장 예측, 개인의 재테크 활동 등 경제 현황 분석



ESSENTIAL INSIGHT



01 SNS 전쟁의 시작

트위터의 리브랜딩 X, 틱톡 텍스트 기능 추가, 메타의 스레드 등 복합적으로 글로벌 SNS 기업의 경쟁이 심화되고 있으며, 커머스 기능 강화 등 새로운 비즈니스 모색 활동이 심화되고 있습니다.



02 과하거나 숨기거나

최근 패션 트렌드는 영화 '바비' 열풍이 이어지면서 핑크 신드롬이 확산되고 있는 동시에, 로고 플레이 대신 고급 소재를 활용한 의류를 선호하는 스텔스 럭셔리 패션이 인기를 끌고 있습니다.



03 커피처럼 일상으로 들어온 알콜

스타벅스코리아는 국내 진출 25년만에 처음으로 데블스스토어와 협력하여 주류 판매를 시작하였고, 대만의 F&B기업 왕왕그룹은 달콤한 맛을 지닌 도수 3.5% 수준의 음료 사와를 진출시켰습니다.



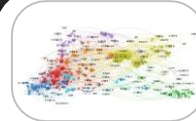
04 시즌이 비시즌

라이프스타일이 다변화되면서 특정 휴가기간을 사라지고, 비수기로 여겨졌던 12월에 휴가를 가는 경우가 많아졌습니다. 연차를 가장 많이 사용하는 요일은 금요일이었습니다.



05 IT기업의 미래는 로봇

네이버의 미래는 로봇과 디지털 트윈에 있습니다. 로봇 기술을 통해 인간의 일을 대신하게 하고, 자율주행, 스마트시티 등 현실과 가상세계를 연결한 디지털트윈 기술을 보유 및 개발하고 있습니다.



06 인류의 화두는 인공지능과 기후변화

국내 연구자들이 지난 10년간 조사한 보고서의 연구 주제를 분석한 결과, 인공지능과 기후변화 관련 연구가 가장 많았습니다. 인류의 미래에 가장 큰 영향을 미치는 아젠다라고 볼 수 있습니다.

MARKETING TRENDS

- 1 X | 일론 머스트의 소셜미디어
- 2 갤럭시 스튜디오 | 삼성전자-GS리테일 콜라보레이션
- 3 하이브 러브콜 | 갤럭시는 BTS, 아이폰은 뉴진스
- 4 당근마켓의 연결 | 중고 거래에서 부터 연결 서비스까지
- 5 먹태깅 신드롬 | 헝거 마케팅의 성공 사례



6-PATTERNS

					
Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

18-ISSUES

																	
Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-Centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury

TREND

일론 머스크의 소셜미디어 '엑스'의 이용자 수가 증가한 반면, 메타의 신규 서비스 '스레드'의 이용자 수는 감소한 것으로 나타났다. 머스크는 X의 월간 활성 이용자가 5억4000만명을 돌파했다고 밝혔다. 이는 지난해 5월의 2억 2900만명보다 약 1년여 만에 크게 증가한 수치이다. 머스크는 또한 X가 크리에이터들에게 광고 수익을 공유하고 있으며, 인터넷상에서 크리에이터들이 돈을 벌 수 있는 가장 좋은 곳이 되기를 희망한다고 강조했다. 반면, 스레드는 출시 이후 이용자 수가 빠르게 감소하고 있다. 메타 최고경영자는 가입자 1억 명을 넘은 이후 스레드 이용자가 절반 이하로 떨어졌다고 밝혔다. 그러나 메타는 스레드에 추가 기능을 탑재할 예정이며, 상황은 나아질 것이라고 강조했다. 스레드는 최근 팔로우 중인 계정의 게시물을 시간 순서대로 볼 수 있는 기능을 추가했으며, 일대일 메시지와 해시태그 등 이용자 요청이 많은 기능도 추가할 예정이다.

INSIGHT QUESTION

- 메타가 스레드에 추가 기능을 탑재하는 것은 어떤 전략적 의도를 가지고 있는 것인가?
- 스레드의 이용자 수가 왜 출시 이후에 빠르게 감소하고 있는 것일까?
- 엑스가 크리에이터들에게 광고 수익을 공유하는 것은 어떤 전략의 일환인가?
- 엑스의 이용자 수가 어떻게 1년 동안 2배로 늘어날 수 있었을까?



6-PATTERNS

					
Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

18-ISSUES

																	
Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-Centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury

TREND

GS리테일이 운영하는 편의점 GS25는 내달 20일까지 성수동에 위치한 플래그십스토어 ‘도어투성수’에서 갤럭시 신제품 2종과 콜라보 디저트를 만나볼 수 있는 ‘갤럭시 스튜디오 With GS25’를 연다고 30일 밝혔다. 이번 협업은 두 브랜드 간 신규 고객 확대라는 공동의 목표를 달성하기 위해 진행됐다. GS25는 전 세계적으로 사랑받고 있는 갤럭시와의 협업을 통해 고객들에게 한층 더 색다른 경험을 전달하고, 삼성전자는 갤럭시 언팩(제품 공개) 행사 이후 신제품과 혁신 기술을 선보이는 체험 공간을 마련할 수 있게 됐다. 갤럭시 콜라보 디저트도 준비했다. 인기 디저트 상품인 크림까놀레 4종(오리지널, 녹차, 초콜릿, 헤이즐넛)의 패키지를 갤럭시 신제품 모양과 색상(크림, 민트, 팬텀 블랙, 그라파이트)에 맞춰 구성했다. 해당 상품은 서울 강남, 홍대, 성수, 부산 광안리 등 갤럭시 스튜디오가 운영되는 매장에서 체험 증정품으로 지급된다. 특히 도어투성수에서는 갤럭시 Z 플립5 라벤더와 갤럭시 Z 폴드5 아이스블루 색상에 맞춘 크림까놀레 2종(타로, 모히또)도 특별 제작해 한정판으로 운영한다. 스튜디오 공간 내부는 셀피존, 게임존, 디저트존으로 구성됐다. 셀피존에서는 갤럭시 Z 플립5의 후면카메라로 플렉스캠 셀피를 촬영할 수 있고, 게임존에서는 갤럭시 Z 폴드5와 갤럭시 탭 S9의 대화면으로 게임을 즐길 수 있다. 디저트존에서는 GS25에서 판매하는 디저트를 고객이 원하는 버전으로 주문할 수 있도록 했다.

INSIGHT QUESTION

- GS25는 갤럭시와의 협업을 통해 어떤 효과를 기대하는가?
- 갤럭시 스튜디오에서는 어떤 상품과 경험을 제공하는가?
- GS25는 갤럭시와의 협업을 통해 어떤 경험을 전달하고자 하는가?
- GS리테일이 갤럭시와의 협업을 통해 어떤 목표를 달성하고자 하는가?



6-PATTERNS

					
Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

18-ISSUES

																	
Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-Centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury

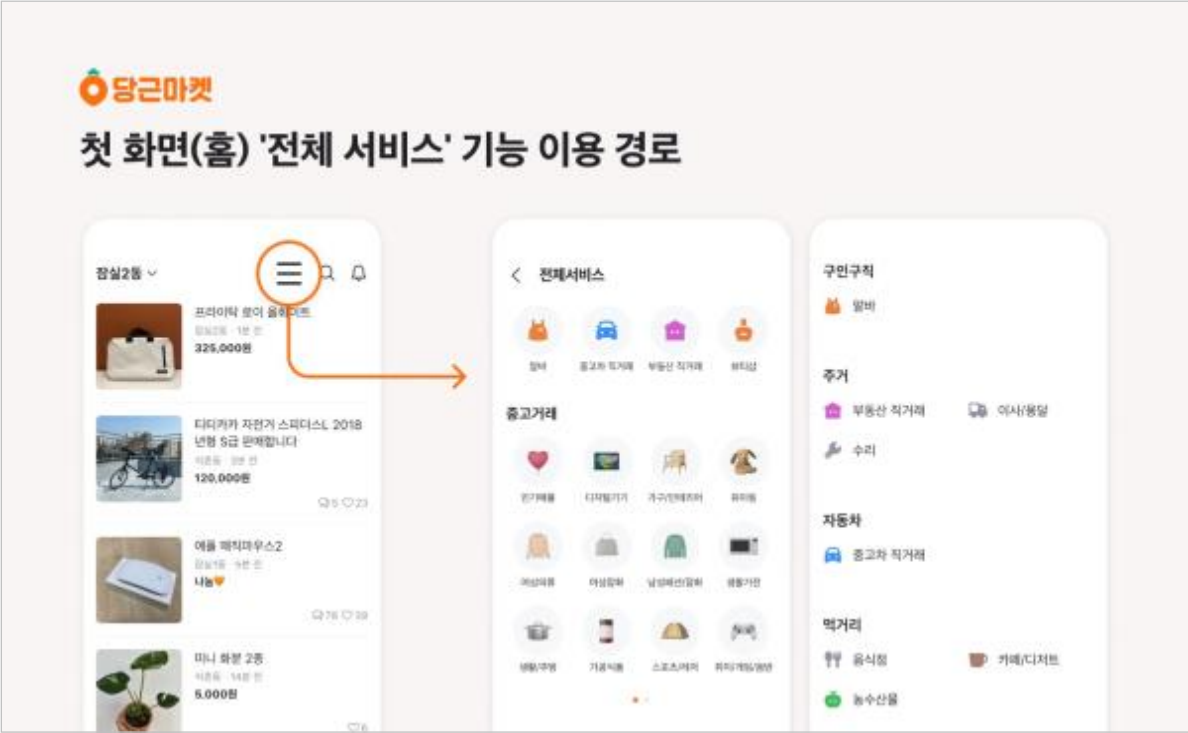
TREND

Global Korea

갤럭시와 아이폰은 각각 BTS와 뉴진스를 전면에 내세워 격전 중이다. 갤럭시는 BTS 멤버들이 모두 갤럭시 폰을 사용하며, 슈가는 갤럭시 언팩에 참석해 갤럭시를 응원했다. 또한, 삼성전자로부터 갤럭시 Z폴드 5를 선물받았다. BTS 팬클럽 아미 내부에서는 슈가를 비롯한 다른 멤버들도 갤럭시폰을 애용하는 경향이 있다. 반면, 애플은 뉴진스를 내세워 아이폰 한국 마케팅을 진행하고, 뉴진스의 신곡 뮤직비디오를 아이폰 14 프로로 촬영하도록 지원했다. 애플은 또한 애플 강남에서만 뉴진스의 독점 앨범을 발매하였다. BTS의 갤럭시와 뉴진스의 아이폰이 전면전을 벌였을 때, 통계적으로 갤럭시가 우세한 것으로 나타났다. 한국기업평판연구소의 조사 결과에 따르면, BTS는 스타 브랜드 평판에서 1위를 차지하였고, 뉴진스는 3위였다. 이러한 경향은 소비자들의 온라인 습관이 브랜드 소비에 큰 영향을 끼친다는 것을 보여준다. 그러나 갤럭시 언팩에 참석한 아이브 장원영은 아이폰으로 갤럭시 모델과 함께 찍은 사진을 공유해 논란을 일으켰다. 이로 인해 갤럭시 쪽이 손해를 볼 수도 있다.

INSIGHT QUESTION

- 갤럭시와 아이폰 중 어떤 브랜드가 소비자들에게 더 큰 영향을 미치고 있나요?
- 갤럭시와 아이폰은 어떤 연예인 마케팅 전략을 사용하고 있나요?
- 하이브의 아티스트와 함께 협업을 하고 있는 기업은 어떤 전략을 수립하고 있나요?



TREND

Global Korea

중고 거래 플랫폼인 당근마켓이 홈 화면을 개편하여 다양한 연결 서비스를 더욱 쉽게 이용할 수 있도록 했다. '전체 서비스' 기능을 도입하면서 중고 거래뿐만 아니라 동네 커뮤니티, 구인·구직, 먹거리, 뷰티 등 다양한 서비스를 한 화면에서 볼 수 있다. 당근마켓은 이용자 중심의 서비스를 제공하기 위해 계속 발전할 예정이다.

6-PATTERNS

					
Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

INSIGHT QUESTION

- 당근마켓은 앞으로 어떻게 발전할 예정일까요?
- 당근마켓은 어떤 방식으로 이용자 중심의 서비스를 제공하고 있을까요?
- 화면 개편으로 사용자들은 어떤 서비스를 더욱 쉽게 이용할 수 있게 되었을까요?
- 당근마켓은 어떤 다양한 연결 서비스를 제공하고 있을까요?

18-ISSUES

																	
Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-Centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury



6-PATTERNS

					
Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

18-ISSUES

																	
Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-Centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury

TREND

Global Korea

농심의 '먹태깡'이 대형 히트상품으로 등장하며 인기를 끌고 있다. 공급량 부족으로 편의점에서 주문 중단과 재개가 반복되고, 중고거래 플랫폼에서는 먹태깡을 웃돈까지 거래하는 상황이다. 하지만 농심은 판매 급감을 방지하기 위해 공장 증설을 고려하지 않고, 생산 라인을 효율적으로 운영해 공급량을 최대한 늘릴 계획이라고 밝혔다.

INSIGHT QUESTION

- 농심의 애간장 마케팅은 어떤 전략으로 진행되고 있는 건가요?
- '먹태깡'의 대형 히트상품으로 인기를 끌고 있는 이유는 무엇인가요?
- 농심은 왜 '먹태깡'의 판매 급감을 방지하기 위해 공장 증설을 고려하지 않고, 생산 라인을 효율적으로 운영해 공급량을 최대한 늘릴 계획인가요?

BRANDING TRENDS

- 1 핑크 신드롬 | 패션 브랜드의 핑크 트렌드
- 2 스텔스 럭셔리 | 아는 사람에게만 보여지는 가치
- 3 푸바오 브랜딩 | 에버랜드 유튜브 인기와 고객 유치까지
- 4 파랑새는 떠났다 | 트위터 브랜드 아이덴티티 변경
- 5 알코올 음료 | 대만 왕왕그룹 <사와> 한국 진출



6-PATTERNS

					
Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

18-ISSUES

																	
Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-Centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury

TREND

Global Korea

영화 '바비' 열풍에 핑크 컬러 아이템들이 스포츠웨어 업계에서 인기를 끌고 있다. 네이버 검색 트렌드에 따르면 핑크 컬러에 대한 소비자들의 관심이 높아져 검색량이 증가하고 있으며, 이는 바비의 스타일과 컬러에 대한 관심이 커지고 있다는 것을 보여준다. 아디다스, 유타, 뉴발란스, 라코스테 등 여러 브랜드가 핑크 컬러 아이템을 출시하여 소비자들의 기대를 사고 있다.

INSIGHT QUESTION

- 여러 브랜드가 핑크 컬러 아이템을 출시하는 것에 어떤 전략이 있는가?
- 바비의 스타일과 컬러에 대한 관심이 증가하는 이유는 무엇인가?
- 핑크 컬러에 대한 소비자들의 관심이 높아지는 이유는 무엇인가?
- 핑크 컬러 아이템이 스포츠웨어 업계에서 왜 인기를 끌고 있는가?



TREND

Global Korea

2010년대 후반에는 '빅 로고' 디자인이 명품 시장을 석권했지만, 최근 경기 불확실성으로 인해 고급 소재와 브랜드 로고를 드러내지 않는 '스텔스 럭셔리'가 인기를 끌고 있다. 이에 따라 캐시미어와 같은 고급 소재가 여름 옷에 적용되는 추세다. 미국의 컨템포러리 럭셔리 브랜드 '빈스'는 여름 시즌에 캐시미어 제품을 활발히 내놓아 매출이 30% 이상 증가했으며, '브루넬로 쿠치넬리'와 '로로피아나' 등의 브랜드도 최상급 캐시미어를 사용한 여름 옷을 주력으로 출시하고 있다. 이러한 현상은 '스텔스 럭셔리' 및 '올드머니 패션'의 부상과 관련이 있다고 분석되며, 경제적 위기 상황에서는 미니멀리즘 스타일이 유행하는 경향이 있다고 전문가들은 설명했다.

6-PATTERNS

					
Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

INSIGHT QUESTION

- 경제적 위기 상황에서는 어떤 스타일이 유행하는 경향이 있는가?
- '스텔스 럭셔리' 및 '올드머니 패션'의 부상은 어떤 현상과 관련이 있는가?
- 어떤 브랜드들이 최상급 캐시미어를 사용한 여름 옷을 출시하고 있는가?
- 왜 최근에는 '스텔스 럭셔리'가 인기를 끌고 있는가?

18-ISSUES

																	
Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-Centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury



TREND

Global Korea

에버랜드의 공식 유튜브 채널 구독자 수가 100만명을 돌파하여, 여행·레저 업계에서는 최초로 이 기록을 달성했다. 이는 판다 월드의 인기와 관련이 있으며, 앞으로는 다양한 콘텐츠를 제작하여 유튜브 팬덤을 더욱 확대할 계획이다. 에버랜드는 구독자 수 100만명 돌파를 기념해 고객 감사 이벤트를 진행할 예정이다.

6-PATTERNS

					
Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

INSIGHT QUESTION

- 에버랜드의 구독자 수 100만 돌파를 기념하는 고객 감사 이벤트에는 어떤 내용이 포함될까?
- 에버랜드가 유튜브 팬덤을 확대하기 위해 어떤 콘텐츠를 제작할 계획인가?
- 판다 월드의 인기와 에버랜드 유튜브 채널의 성과는 어떤 관련이 있을까?
- 에버랜드의 유튜브 채널이 100만 구독자를 돌파한 것은 왜 중요한가?

18-ISSUES

																	
Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-Centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury



TREND

Global Korea

트위터의 상징인 파랑새를 알파벳 'X'로 변경한 일론 머스크 CTO의 결정에 이용자와 전문가들의 비판이 이어지고 있다. 로고 변경으로 인해 트위터의 브랜드 가치가 약 40억~200억 달러 정도 하락했을 것으로 분석되며, 상표권 소송의 위험도 제기되고 있다. 머스크 CTO의 야심은 트위터를 슈퍼 애플리케이션으로 발전시키는 것이지만, 이로 인해 이용자들의 이탈이 예상되고 있다.

6-PATTERNS

					
Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

INSIGHT QUESTION

- 일론 머스크의 목표는 무엇이며, 이로 인해 어떤 현상이 예상되고 있나?
- 로고 변경으로 인해 트위터의 브랜드 가치가 어느 정도 하락 했을까?
- 트위터의 상징인 파랑새를 변경한 결정은 어떻게 이용자와 전문가들에게 비판을 받았나?

18-ISSUES

																	
Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-Centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury



TREND

Global Korea

대만 기업인 왕왕그룹(Want Want Group)이 알콜 주류 브랜드인 사와(Sawow)를 한국 시장에 출시했다. 알코올 함량 3.5%로 뉴질랜드산 밀크를 베이스로 한 달콤한 맛을 지닌 사와는 성인 누구나 가볍게 즐길 수 있는 알코올 음료로, 다양한 맛으로 확장하고 2024년에는 사와 스파클링도 선보일 예정이다.

6-PATTERNS

					
Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

INSIGHT QUESTION

- 왕왕그룹이 사와 브랜드를 어떻게 확장할 계획이 있을까?
- 사와의 알코올 함량은 어떻게 되며, 어떤 소비자층을 대상으로 하고 있을까?
- 왕왕그룹이 왜 한국 시장에 사와를 출시하게 되었을까?

18-ISSUES

																	
Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-Centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury

LIFESTYLE TRENDS

- 1 넥스트 마라탕 | SNS에서 MZ세대에게 '탕후루' 인기
- 2 시즌비시즌 | 휴가 시즌이란 단어는 사라졌다
- 3 워터밤 패션 | 물놀이를 위한 의류 트렌드 급부상
- 4 블록코어룩 | 축구 유니폼을 일상복으로 입다
- 5 이케아 호텔 | 가구에서 공간까지 큐레이션



TREND

Global Korea

국내에서는 최근 10·20대를 중심으로 '탕후루' 열풍이 불고 있으며, 이는 SNS를 통해 확산되고 있다. 달콤한 과일을 꼬치에 꽂아 설탕과 물엿으로 굳힌 이 중국 음식은 더운 여름철에 인기가 높아지고 있으며, 탕후루 전문점과 디저트 카페, 식당 등에서도 판매되고 있다.

6-PATTERNS

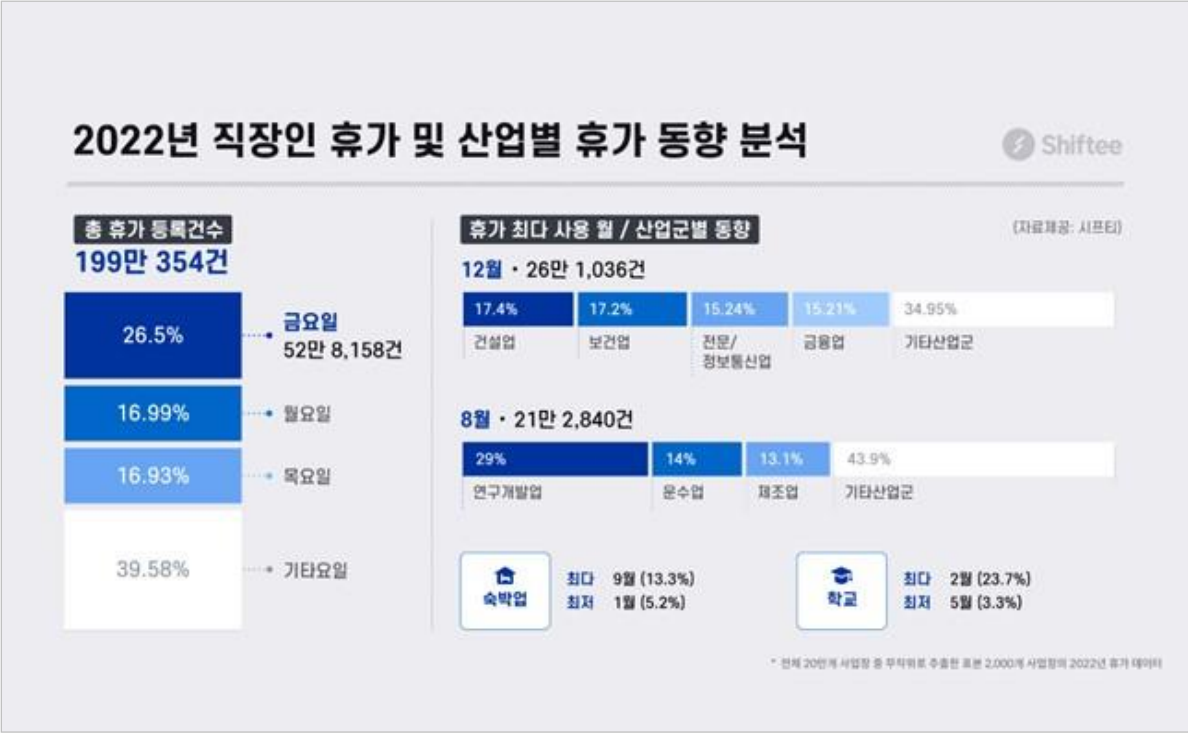
					
Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

INSIGHT QUESTION

- 탕후루 열풍이 SNS를 통해 어떻게 확산되고 있는가?
- 탕후루는 어떤 종류의 가게에서 판매되고 있는가?
- 탕후루는 왜 더운 여름철에 인기가 높아지고 있는가?
- 탕후루가 어떤 국가의 음식인가?

18-ISSUES

																	
Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-Centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury



TREND

Global Korea

한국 직장인들은 12월에 가장 많은 연차를 사용한다는 연구 결과가 나왔다. 주로 HR 솔루션을 운영하는 기업에서 추출한 데이터에 따르면, 전체 휴가 등록 건 중 13.1%인 26만1036건이 12월에 등록되었다. 금요일이 가장 많은 연차를 사용하는 요일로 나타났고, 월요일과 목요일이 그 뒤를 이었다.

6-PATTERNS

					
Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

INSIGHT QUESTION

- 한국 직장인들은 어떤 달에 가장 많은 연차를 사용하나요?
- 가장 많은 연차를 사용하는 요일은 무엇인가요?
- 12월에 등록된 휴가 등록 건의 비율은 어떻게 되나요?
- 주로 HR 솔루션을 운영하는 기업에서 어떤 데이터를 추출했나요?

18-ISSUES

																	
Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-Centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury



TREND

Global Korea

올 여름 페스티벌인 워터밤과 관련된 의류 거래액이 크게 증가하고 있는 것으로 나타났다. MZ세대는 워터밤룩이나 흠뻑쇼룩이라 불리는 민소매와 반바지 등을 주로 착용하며, 튜브탑과 청반바지가 가장 인기 있는 품목으로 부상하고 있다. 또한 반다나를 튜브탑처럼 착용하는 패션도 주목받고 있으며, 이러한 패션 트렌드는 엔데믹 이후 재개된 여름 페스티벌의 인기와 연관이 있다고 분석되고 있다.

6-PATTERNS

					
Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

INSIGHT QUESTION

- 여름 페스티벌의 인기와 이러한 패션 트렌드는 어떠한 연관이 있는가?
- 반다나를 튜브탑처럼 착용하는 패션의 인기는 어떤 이유로 주목받고 있는가?
- 어떤 의류 품목이 가장 인기 있는가? 그 이유는 무엇인가?
- MZ세대는 왜 워터밤룩이나 흠뻑쇼룩을 선호하는가?

18-ISSUES

																	
Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-Centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury



6-PATTERNS

					
Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

18-ISSUES

																	
Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-Centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury

TREND

Global Korea

축구 유니폼을 일상복으로 입는 블록코어룩이 MZ세대에게 인기를 끌고 있다. 유명인들의 착용과 시원한 소재, 우수한 디자인 등이 블록코어룩의 인기 비결로 꼽히고 있으며, 이러한 트렌드가 MZ세대에게 신선함을 주고 있다. 그러나 운동복 스타일이기 때문에 호불호가 갈리며, 눈에 띄기 때문에 불필요한 소비를 지양해야 한다.

블록코어(Blokecore)는 남자를 지칭하는 속어인 ‘블록(Bloke)’과 평범함을 멋으로 승화한 패션 용어 ‘놈코어(Normcore)’가 합쳐진 것으로 축구 유니폼을 일상복과 결합하여 웨어러블하고 스타일리시하게 즐기는 것이 포인트이다.

INSIGHT QUESTION

- 블록코어룩은 운동복 스타일이기 때문에 어떤 호불호가 갈리나요?
- MZ세대에게 신선함을 주는 트렌드는 어떤 특징을 가지고 있나요?
- 블록코어룩의 인기 비결은 무엇인가요?
- MZ세대에게 블록코어룩이 인기를 끄는 이유는 무엇인가요?



6-PATTERNS

					
Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

18-ISSUES

																	
Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-Centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury

TREND

스웨덴에 위치한 이케아 호텔이 많은 관심을 받고 있다. 이케아는 스웨덴 남서부 작은 마을 엘름홀트에 위치하고 있으며, 이곳은 이케아의 고향이기도 하다. 이케아 호텔은 총 254개의 객실로 구성되어 있으며, 스탠다드 더블 룸, 더블 룸과 패밀리 룸, 캐빈 룸 등 다양한 유형의 객실을 제공한다. 이케아 호텔은 모든 객실을 최신식 이케아 가구로 꾸며놓았다. 가격 또한 스웨덴의 물가에 비해 저렴하며, 스탠다드 더블 룸과 더블 룸은 1박 기준 약 10만 원, 패밀리 룸은 약 15만 6000원, 캐빈 룸은 약 6만 원에 예약할 수 있다. 이케아 호텔은 다양한 패키지도 제공하며, 이케아 박물관 패키지와 골프 패키지 등 다양한 선택지를 제공한다.

INSIGHT QUESTION

- 이케아 호텔은 어떤 패키지를 제공하나요?
- 이케아 호텔의 가격은 어떻게 되나요?
- 이케아 호텔의 객실은 어떻게 꾸며져 있나요?
- 이케아 호텔은 어떤 유형의 객실을 제공하고 있나요?

BUSINESS TRENDS

- 1 스마트팜 | 유통 비즈니스의 핵심 경쟁력
- 2 틱톡 커머스 | 미국 내 온라인 스토어 오픈
- 3 미국 에너지 효율 상향 | 환경 보호와 에너지 안보 목적
- 4 스포티파이 가격 인상 | 음악공룡의 가격 인상 추진
- 5 스타벅스 맥주 | 25년 만에 국내 주류 판매 시작



TREND

Global Korea

이마트와 홈플러스는 기후 변화에 대응하기 위해 스마트팜 기술과 협업을 통해 신선도를 강화하고 있다. 이마트는 스마트팜 농가와 계약을 맺고 여름에도 맛 좋은 딸기를 판매하고 있으며, 특수 냉동기를 설치하여 겨울 생산 상품과 같은 당도를 유지하고 있다. 또한, 외국 연구원을 초빙하여 아보카도 후숙 기술을 배워 바로 먹을 수 있는 아보카도를 판매하고 있다. 홈플러스는 홈플러스 신선 농장을 운영하여 농가와 협업하고 있으며, 과일 품목을 확대하고 계약 농가 수를 늘리는 등 협업을 확대하고 있다. 또한, CA(Controlled Atmosphere) 기술을 적용한 저장소를 운영하여 농산물의 신선도를 유지하고 있다. 이러한 노력은 기후 변화로 인한 농산물 시세의 급등에 대응하기 위한 것이다.

6-PATTERNS

					
Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

INSIGHT QUESTION

- 이마트와 홈플러스의 노력은 어떤 목적을 가지고 있는가?
- 홈플러스는 어떤 협업을 통해 농산물의 신선도를 유지하고 있는가?
- 이마트는 어떤 스마트팜 기술을 활용하여 농산물의 신선도를 강화하고 있는가?
- 이마트와 홈플러스는 기후 변화에 어떻게 대응하고 있는가?

18-ISSUES

																	
Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury



6-PATTERNS

					
Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

18-ISSUES

																	
Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-Centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury

TREND

Global Korea

중국의 동영상 공유 플랫폼 틱톡이 미국에서 중국 상품을 판매하는 온라인 스토어를 내달 초 개장한다고 월스트리트저널이 보도했다. 틱톡은 제조업체와 유통업체로부터 공급받은 제품을 직접 판매하고 배송할 예정이며, 외부 유통업자들에게도 판매 채널을 개방할 계획이다.

INSIGHT QUESTION

- 외부 유통업자들에게 판매 채널을 개방하는 것이 틱톡에게 어떤 이점을 가져다줄까?
- 틱톡이 제조업체와 유통업체로부터 공급받은 제품을 직접 판매하는 이유는 무엇일까?
- 틱톡의 미국 온라인 스토어 개장은 어떤 전략적 목표를 가지고 있을까?



6-PATTERNS

					
Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

18-ISSUES

																	
Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury

TREND

Global Korea

바이든 행정부는 금요일에 새로운 규칙을 제안하여 신차 및 대형 차량의 에너지 효율 기준을 높이고, 연료 가격을 기준으로 미국인들에게 500억 달러 이상의 절감 효과를 가져올 수 있다고 밝혔다. 만약 최종적으로 승인된다면, 이 규칙은 2027년부터 2032년까지 승용차의 연비를 연간 2%씩 향상시키고, 경량 트럭의 연비를 연간 4%씩 향상시킬 것이다. 또한, 2030년부터 2035년까지 특정 상업용 픽업 트럭과 작업용 밴의 연비를 연간 10%씩 향상시키도록 요구할 것이다. 이 규칙이 최종적으로 승인되면, 2050년까지 약 90억 갤런의 휘발유를 절약하고, 9억 톤 이상의 이산화탄소 배출을 방지할 수 있다고 국립도로교통안전국(NHTSA)은 밝혔다. 이는 약 2억 대의 차량을 도로에서 제거하는 것과 같다. NHTSA는 연비 기준을 설정할 때 전기차를 고려하지 않지만, 자동차 제조업체들은 이를 준수하기 위해 전기차 및 기타 대체 연료 차량을 더 많이 판매할 수 있다고 밝혔다. 교통부 장관인 피트 부티지지는 “차량의 연비 향상은 미국인들의 지갑에 더 많은 돈을 넣어주고, 전체 국가의 에너지 안보를 강화해준다”고 말했다.

INSIGHT QUESTION

- 전기차를 고려하지 않은 연비 기준 설정은 어떤 이유로 이루어졌을까?
- 국립도로교통안전국은 이 규칙이 승인되면 어떤 효과를 가져올 수 있는지 밝혔는데, 그 내용은 무엇인가?
- 이 규칙이 최종적으로 승인되면 어떤 변화가 있을까?



TREND

Global Korea

세계 최대 음원 플랫폼인 스포티파이가 10년 만에 프리미엄 구독 서비스 가격을 인상한다. 이는 최근 음악 스트리밍 업계의 구독료 인상에 따른 조치로, 스포티파이는 혁신을 지속하기 위해 가격을 조정했으며, 이로 인해 팬과 아티스트에게 더 많은 가치를 제공할 수 있을 것으로 전망된다.

6-PATTERNS

					
Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

INSIGHT QUESTION

- 스포티파이의 구독료 인상이 팬과 아티스트에게 어떤 가치를 제공할 수 있을까?
- 스포티파이의 구독료 인상이 혁신을 지속하는 데 어떻게 도움이 되나?
- 스포티파이의 구독료 인상은 어떤 이유로 이루어지는 것인가?
- 스포티파이가 프리미엄 구독료를 12년만에 올리는 이유는 무엇인가?

18-ISSUES

																	
Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-Centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury

한국 



장소 여주 자유CC점

주종 데블스도어 X 스타벅스 라거

가격 1잔 당 1만 2000원

TREND

Global Korea

스타벅스코리아가 25년 만에 첫 주류 판매를 시작했다. 스타벅스는 신세계푸드 계열사인 데블스도어와 협력하여 '데블스도어 X 스타벅스 라거'를 경기도 여주 자유CC점에서 판매하고 있으며, 이 맥주에는 스타벅스의 '별다방 블렌드' 커피 향이 더해졌다. 이로 인해 스타벅스의 주류 판매는 국내의 매장에서 확대될 가능성이 있다.

6-PATTERNS

					
Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

INSIGHT QUESTION

- 스타벅스의 맥주 판매는 스타벅스의 브랜드 이미지에 어떤 영향을 미칠까?
- 스타벅스의 맥주 판매는 어떻게 국내외 매장에서 확대될 수 있을까?
- 스타벅스의 '데블스도어 X 스타벅스 라거'는 어떤 특징을 가지고 있는가?

18-ISSUES

																	
Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-Centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury

TECH TRENDS

- 1 네이버의 미래 I 로봇 + 디지털 트윈
- 2 인공지능 로봇 개 I chatGPT 탑재한 로봇 200만원
- 3 텍스트 대결 시작 I 틱톡 VS 트위터 VS 스레드
- 4 카카오 세이프봇 I 글, 이미지, 동영상까지 관리
- 5 인류의 화두 I 인공지능과 기후변화



TREND

Global Korea

김상배 매사추세츠공대(MIT) 기계공학과 교수는 네이버가 로봇 회사가 될 것이라고 예측했다. 김 교수는 네이버 랩스의 기술고문으로 활동하며, 로봇공학 분야에서 세계적인 명성을 가지고 있는 사람이다. 그는 네이버랩스가 로봇 기술을 통해 사람들의 일을 덜어주는 것을 추구하고 있으며, 이를 위해서는 디지털트윈이 필수적이라고 강조했다. 디지털트윈은 현실과 동일한 가상세계를 의미하며, 자율주행과 스마트시티 등 다양한 분야에서 중요한 기술로 간주된다. 네이버는 이미 공간을 스캔하고 3D로 구축하는 기술을 보유하고 있으며, 네이버 신사옥에는 디지털트윈을 활용한 물류 로봇이 사용되고 있다. 김 교수는 네이버가 로봇 운영에 필요한 엔드 투 엔드 기술을 갖춘 유일한 기업이라고 강조했다. 또한, 네이버는 사우디아라비아의 네옴시티 프로젝트에 참여하여 도시 인프라의 자동화를 통해 첨단 기술 기반 도시로 만들기 위한 노력을 기울이고 있다고 전했다.

6-PATTERNS

					
Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

INSIGHT QUESTION

- 네이버가 어떤 프로젝트에 참여하여 첨단 기술 기반 도시를 만들기 위해 노력하고 있는가?
- 네이버가 이미 어떤 디지털트윈 관련 기술을 보유하고 있는가?
- 디지털트윈이 로봇 기술에 어떤 역할을 하는가?
- 네이버가 로봇 회사로 발전하기 위해 어떤 기술을 추구하고 있는가?

18-ISSUES

																	
Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-Centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury



6-PATTERNS

					
Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

18-ISSUES

																	
Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-Centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury

TREND

Global Korea

중국 로봇 기업 유니트리가 유니트리 고2라는 2세대 로봇 개를 사전예약 시작했다. 고2는 챗GPT 기술과 리모트 센싱 기술을 탑재하여 사용자를 따라다니고, 다양한 동작을 수행하며 대화도 가능하다. 이번 모델은 HD 카메라와 초광각 라이다 센서를 탑재해 환경을 매핑하고 장애물을 피하며 험난한 지형에서도 자유롭게 이동할 수 있다. 3개 모델로 구성되어 있으며 가격은 1천600달러에서 2천800달러까지 다양하다.

INSIGHT QUESTION

- 유니트리 고2 로봇 개의 가격은 어떻게 구성되어 있나?
- 고2 모델의 카메라와 센서는 어떤 목적으로 사용되나?
- 유니트리 고2 로봇 개는 어떻게 사용자를 따라다니고 동작을 수행할 수 있나?
- 유니트리 고2 로봇 개의 기능은 무엇인가?



TREND

Global Korea

세계적인 빅테크 기업들 사이에서 사회관계망서비스(SNS) 경쟁이 치열해지고 있다. 중국의 틱톡은 텍스트 기능을 추가하여 숏폼(짧은 동영상) 플랫폼으로 유명한 SNS인 트위터와 경쟁할 것으로 알려졌다. 이에 대해 정보기술(IT)업계 관계자들은 세 곳을 이용하는 유저들의 특성과 차별화의 필요성을 강조하며, 트위터의 반감에 기댄 스레드의 한계와 틱톡의 숏폼 특성에 따른 개성 개척의 방향을 모색할 것으로 예상된다.

6-PATTERNS

					
Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

INSIGHT QUESTION

- 틱톡의 숏폼 특성에 따른 개성 개척의 방향은 어떻게 모색될 것으로 예상되는가?
- 트위터의 반감에 기댄 스레드의 한계는 어떤 것이 있는가?
- 세 곳을 이용하는 유저들의 특성과 차별화는 왜 중요한가?
- 중국의 틱톡이 텍스트 기능을 추가하여 어떤 SNS와 경쟁할 것으로 알려져 있는가?

18-ISSUES

																	
Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-Centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury



6-PATTERNS

					
Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

18-ISSUES

																	
Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-Centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury

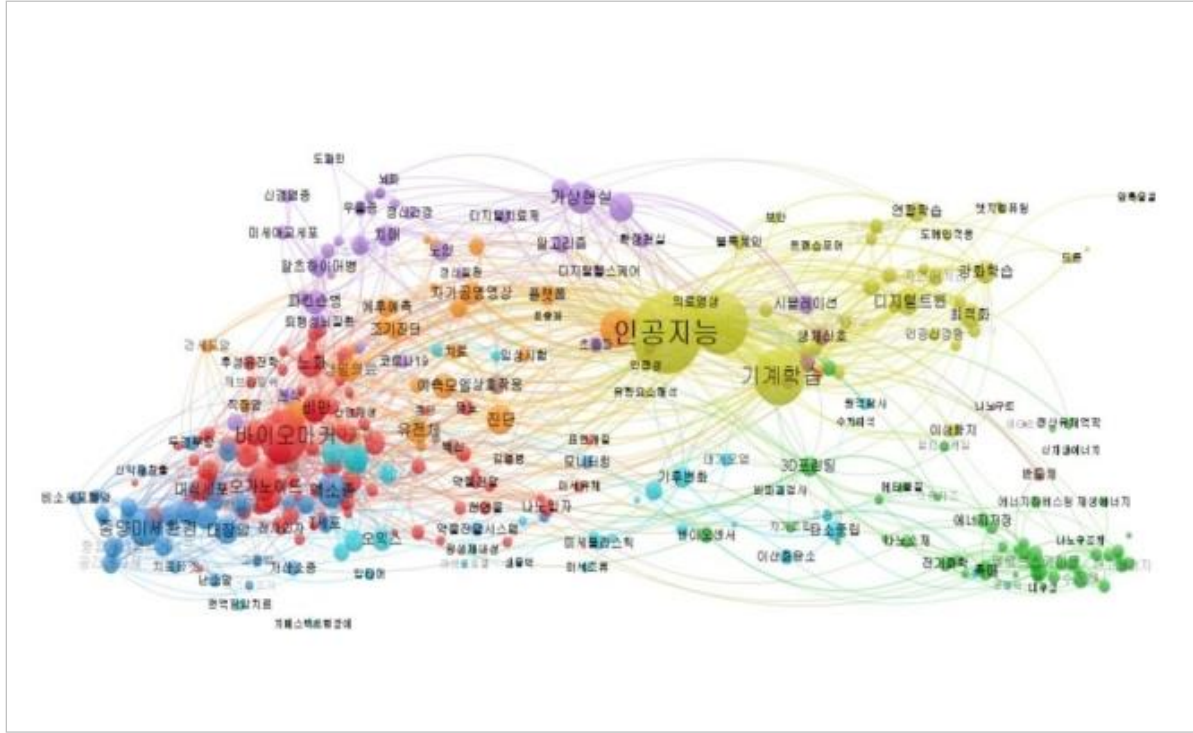
TREND

Global Korea

카카오가 댓글뿐만 아니라 게시글의 이미지와 동영상에도 욕설과 비속어를 차단하는 '세이프봇'을 도입할 계획이다. 세이프봇은 욕설을 자동 치환하고 댓글을 자동으로 가리는 기능을 추가하여 욕설 포함 댓글이 크게 줄어든 것으로 나타났다. 이로 인해 카카오의 댓글 문화가 성숙해지고 건강성이 향상되었다는 분석이다.

INSIGHT QUESTION

- 카카오의 댓글 문화와 건강성을 개선하기 위해 어떤 노력을 하고 있나?
- 세이프봇을 도입하면서 어떤 변화가 있었나?
- 카카오가 왜 '세이프봇'을 도입하게 되었을까?



Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-Centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury

Global	Korea
--------	-------

INSIGHT QUESTION

- 기후변화를 해결하기 위한 연구는 어떻게 변화하고 있나요?
- AI 연구는 어떤 학문 분야에서 빈도가 늘어나고 있나요?
- 앞으로 연구자들은 어떤 아이디어를 시도할 것을 기대하고 있나요?

CONSUMER TRENDS

- 1 디즈니의 혁신 | 우선 입장 패스로 웨이팅 없애다
- 2 팁플레이션 | 카카오T 택시 팁 서비스 도입
- 3 인형 키링 | 2030 여성 소비자 대상 인기
- 4 업가전 2.0 | LG전자 초개인화 서비스
- 5 MZ 핫플 다이소 | 가성비 대박 상품으로 인기



6-PATTERNS

					
Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

18-ISSUES

																	
Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-Centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury

TREND

Global Korea

일본의 도쿄 디즈니 리조트가 새로운 '우선 입장 패스'를 도입하며 디즈니 놀이기구를 최대한 많이 즐기고 싶은 사람들을 위한 옵션을 제공한다. 이 제도를 통해 고객들은 앱을 통해 입장 시간을 예약하고 줄을 기다리지 않고 놀이기구를 즐길 수 있게 된다.

INSIGHT QUESTION

- 해당 제도의 도입으로 인해 어떤 변화가 예상되는가?
- 이 방식은 도쿄 디즈니 리조트의 고객 만족도를 어떻게 높일 수 있는가?
- 이 '우선 입장 패스'를 통해 어떤 이점을 얻을 수 있는가?
- 도쿄 디즈니 리조트가 왜 '우선 입장 패스'를 도입하게 되었는가?



6-PATTERNS

Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

18-ISSUES

Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-Centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury

TREND

Global

Korea

카카오택시가 택시 이용객에게 팁을 받을 수 있는 서비스를 도입했다. 이 서비스는 서비스 질 향상을 기대하는 찬성 의견과 택시비 부담을 우려하는 반대 의견이 나뉘고 있다. 팁 문화가 확산되어 국내에서도 템플레이션 현상이 발생할 수 있다는 지적도 나오고 있다.

INSIGHT QUESTION

- 국내에서 팁 문화가 확산되면 어떤 현상들이 발생할 수 있을까?
- 택시 이용객들은 팁 기능에 대해 어떤 반응을 보이고 있을까?
- 팁을 받을 수 있는 서비스를 도입함으로써 카카오택시는 어떤 이점을 얻을 수 있을까?
- 카카오택시의 팁 기능 도입은 이용객들에게 어떤 변화를 가져올 수 있을까?



TREND

Global Korea

인형 키링이 20-30대 여성들 사이에서 인기를 끌며, 썸트렌드에 따르면 '인형 키링' 검색량이 전년 대비 312.5% 증가하는 등 판매량이 늘어나고 있다. 이러한 키링은 '희소성'과 '스토리텔링'을 중요시하는 소비 가치관에서 나온 것으로 분석되며, 소비자들은 제품에 특별한 스토리가 있는 것을 선호하는 경향이 있다고 전문가들은 해석하고 있다.

6-PATTERNS

					
Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

INSIGHT QUESTION

- 소비자들이 제품에 특별한 스토리가 있는 것을 선호하는 이유는 무엇인가?
- 인형 키링이 소비 가치관에서 중요시되는 이유는 무엇인가?
- 인형 키링의 검색량이 왜 전년 대비 312.5% 증가하고 있는가?
- 인형 키링이 왜 20-30대 여성들 사이에서 인기를 끌고 있는가?

18-ISSUES

																	
Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-Centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury



6-PATTERNS

					
Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

18-ISSUES

																	
Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-Centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury

TREND

Global Korea

LG전자가 ‘업가전 2.0’을 선보이며 가전 판매 사업에서 벗어나 스마트 라이프 솔루션 기업으로 도약한다. 업가전 2.0은 고객의 생활습관에 맞게 제품과 서비스를 맞추는 초개인화 서비스를 제공하며, 가전 특화 인공지능칩과 운영체제를 탑재하여 제품의 기능과 사용자 경험을 개인 설정에 맞게 수정할 수 있다. 또한 외부 O2O 서비스도 제공하여 세탁기 구매 시 세제 정기배송, 드라이클리닝 등을 같이 선택할 수 있으며, 구독 서비스를 통해 가전 구매 방식을 다각화하고 애프터서비스와 외부 서비스 선택이 가능하다.

INSIGHT QUESTION

- LG전자의 업가전 2.0은 어떻게 가전 구매 방식을 다각화하고 외부 서비스 선택을 가능하게 하는가?
- 업가전 2.0은 어떤 외부 O2O 서비스를 제공하며 이를 통해 어떤 선택이 가능한가?
- 업가전 2.0이 가전 제품의 기능과 사용자 경험을 어떻게 개인 설정에 맞게 수정할 수 있게 하는가?
- 업가전 2.0은 어떤 서비스를 제공하며 왜 초개인화 서비스로 강조되고 있는가?



TREND

Global Korea

MZ세대 사이에서 저가 상품을 판매하는 다이소가 '가성비 맛집'으로 인기를 얻고 있다. 특히 애플워치 호환용 스트랩을 출시한 후에는 많은 관심을 받고 있으며, 저렴한 가격에 좋은 품질의 제품을 제공하고 있어 MZ세대 사이에서 큰 호평을 받고 있다. 또한, 다이소의 다양한 제품들이 SNS와 온라인 커뮤니티에서 반응이 좋아 계속해서 신제품 출시를 기획하고 있다.

6-PATTERNS

					
Enhancement	Expansion	Connectivity	Reversal	Reduction	Disruption

INSIGHT QUESTION

- 다이소는 어떻게 SNS와 온라인 커뮤니티를 활용하여 제품 반응을 파악하고 있는가?
- 다이소가 MZ세대 사이에서 큰 호평을 받는 이유는 무엇인가?
- MZ세대는 다이소의 애플워치 호환용 스트랩 출시에 어떤 반응을 보였나?
- MZ세대는 왜 다이소의 저가 상품을 선호하는가?

18-ISSUES

																	
Tech-centric	Culture	Type	Sense	Space	Ecosystem	Experience	Co-creation	Community	Diversity	Subculture	Human-Centric	Environment	Time	Curation	Personalization	Originality	Luxury

HOW TO USE

TREND.M 리포트는 트렌드의 답을 넘어 질문을 제시합니다.

트렌드 사례를 기반으로 자사에 적용할 수 있는 방법을 모색함으로써 비즈니스 혁신에 필요한 인사이트를 이끌어 냅니다.

TREND BASED INNOVATION

RESEARCH

DEFINE

IDEATE

PROTOTYPE

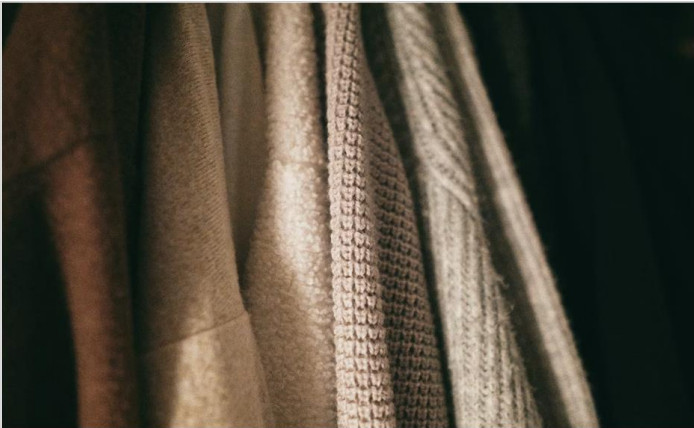
TEST

- 전체적인 트렌드 맥락 이해
- 자사 비즈니스 이해와 논의
- 트렌드 생성 패턴 기반 리서치
- 명확한 문제 인식과 정의
- 벤치마킹 가능 사례 리서치
- 벤치마킹 가능 트렌드 분석
- 트렌드 생성 패턴 아이디어
- 18개 트렌드 이슈별 아이디어
- 12개 트렌드 영역별 아이디어
- 비즈니스 모델 프로토타입 개발
- 프로토타입 내부 공유 및 토론
- 상품/서비스 프로토타입 개발
- 이해관계자 통합 솔루션 도출
- 문제원인과 프로토타입 적합도 분석
- 시장 테스트 및 피드백 지속 반영

HOW TO USE

트렌드 기반의 아이디어가 필요할 때 리포트를 활용할 수 있습니다.
리서치, 문제정의, 아이디어션 단계에서 인사이트를 얻을 수 있으며, 복합적인 관점을 확보할 수 있습니다.

스텔스 럭셔리 | 아는 사람에게만 보여지는 가치



TREND 

Global Korea

2010년대 후반에는 '빅 로고' 디자인이 명품 시장을 석권했지만, 최근 경기 불확실성으로 인해 고급 소재와 브랜드 로고를 드러내지 않는 '스텔스 럭셔리'가 인기를 끌고 있다. 이에 따라 캐시미어와 같은 고급 소재가 여름 옷에 적용되는 추세다. 미국의 컨템포러리 럭셔리 브랜드 '빈스'는 여름 시즌에 캐시미어 제품을 활발히 내놓아 매출이 30% 이상 증가했으며, '브루넬로 쿠치넬리'와 '로로피아나' 등의 브랜드도 최상급 캐시미어를 사용한 여름 옷을 주력으로 출시하고 있다. 이러한 현상은 '스텔스 럭셔리' 및 '올드머니 패션'의 부상과 관련이 있다고 분석되며, 경제 위기 상황에서는 미니멀리즘 스타일이 유행하는 경향이 있다고 전문가들은 설명했다.

6-PATTERNS 



Enhancement



Expansion



Connectivity



Reversal



Reduction



Disruption

18-ISSUES



Tech-centric



Culture



Type



Sense



Space



Ecosystem



Experience



Co-creation



Community



Diversity



Subculture



Human-Centric



Environment



Time



Curation



Personalization



Originality



Luxury

INSIGHT QUESTION 

- 경제적 위기 상황에서는 어떤 스타일이 유행하는 경향이 있는가?
- '스텔스 럭셔리' 및 '올드머니 패션'의 부상은 어떤 현상과 관련이 있는가?
- 어떤 브랜드들이 최상급 캐시미어를 사용한 여름 옷을 출시하고 있는가?
- 왜 최근에는 '스텔스 럭셔리'가 인기를 끌고 있는가?

1
RESEARCH

주요 트렌드의 요약 텍스트를 읽으면서
시장에 대해 이해하고 맥락을 파악합니다.

2
DEFINE

인사이트 퀘스천을 통하여
자사의 비즈니스/상품/서비스를 돌아봅니다.

3
IDEATE

트렌드 패턴과 이슈별로 문제 해결을 위한
아이디어를 도출합니다.

PROTOTYPE

정의된 문제를 해결할 수 있는 프로토타입을
개발하여 조직 내에서 공유 및 토론을 합니다.

TEST

고객과 시장 반응을 확인하기 위하여
파일럿 테스트를 하고 피드백을 반영합니다.

■ 트렌드 기반 아이디어 도출 프로세스는 워크숍을 통해 진행할 수 있습니다.



Contact_help-m@kma.or.kr