

【2020 年】 2020 年

2020年 年(年) 年 年。 年 年 年(?) 年 年, 年 年 2020年 年 年 年。

年 年 年 年 年 年 年 年 年 年 年 年。 年 年 ‘年 年 2020’ 年 ‘MIGHTY MICE’ 年。

Me and Myself(年 年), Immediate Satisfaction: the ‘Last Fit Economy’(年 年), Goodness and Fairness(年 年), Here and Now: the ‘Streaming Life’(年 年), Technology of Hyper-personalization(年 年), You’re with Us, ‘Fansumer’(年), Make or Break, Specialize or Die(年), Iridescent OPAL: the New 5060 Generation(年), Convenience as a Premium(年), Elevate Yourself(年) 年 10年。

- 2019年 年 1. 年 年 年 年 ‘年’ 2. 年 年 年 年 年 年 ‘年 年’ 3. 年 年 年 年 ‘年 年’ 4. 年 年 年 年 年 年 ‘年 年’ 5. 年 年 年 年 ‘年(Work-life-balance)’ 年 6. 年 年 年 年 年 年 ‘年’ 7. 年 年 年 年 年 年 ‘年 年’ 8. 年 年 年 年 ‘年 年’ 9. 年 年, 年 年? ‘年 年’ 10. 年 年 年 ‘年 年 年 年’ 年。

2020年 年 年 年 年。

2020 TREND PREVIEW

※ 자료출처
'트렌드 코리아 2020' (김난도 저), 서울대 소비 트렌드 분석센터

© Gettyimagesbank

00 : 0000

1. 00 0000

00000 000 0000 0000 000000. 00, 00, 0000, SNS 00 000 00 00 0000 0000 000000. SNS 00 000 0000000, 0000, 0000, 000000000 00 00 000 0 0000, 000 000 SNS 000 00 0 000 000 000 0000 000.

'00 0000' 0 00000 000 000 000 000000. 000 00 000 000 000 000 000 0 0 00 00 0000 000000. 00 000000 00 000000 000 00 000 000 000000, 000000 00000 000 00 000 00000 0000 0000 0000. 000 0000 '00 0000' 0 0 0000 1.000 000 00 2.00 000 000 3.00 000 00000 00 00 4.00 00 0 00 00 000000.

이 글은 '이름'이라는 주제를 다룹니다. '이름'은 우리 자신을 대표하는 중요한 요소입니다. '이름'은 우리의 정체성을 나타내는 중요한 요소입니다. '이름'은 우리의 정체성을 나타내는 중요한 요소입니다. '이름'은 우리의 정체성을 나타내는 중요한 요소입니다.



이름 : 이름

2. 이름의 중요성

이름은, 이 세상에서 우리를 구별해주는 중요한 요소입니다. 이름은 우리의 정체성을 나타내는 중요한 요소입니다. '이름'은 우리의 정체성을 나타내는 중요한 요소입니다. '이름'은 우리의 정체성을 나타내는 중요한 요소입니다. '이름'은 우리의 정체성을 나타내는 중요한 요소입니다. '이름'은 우리의 정체성을 나타내는 중요한 요소입니다.

3. 이름의 변화

이름은 때때로 '이름'이라는 주제를 다룹니다. '이름'은 2020년에 가장 많이 사용되는 이름입니다. '이름'은 2020년에 가장 많이 사용되는 이름입니다. '이름'은 2020년에 가장 많이 사용되는 이름입니다. '이름'은 2020년에 가장 많이 사용되는 이름입니다. '이름'은 2020년에 가장 많이 사용되는 이름입니다.

이름은 때때로 '이름'이라는 주제를 다룹니다. '이름'은 2020년에 가장 많이 사용되는 이름입니다. '이름'은 2020년에 가장 많이 사용되는 이름입니다. '이름'은 2020년에 가장 많이 사용되는 이름입니다. '이름'은 2020년에 가장 많이 사용되는 이름입니다.

0000 000 00 000 00 5.000 000 00(00 000) 00 0000.

• 2020년 10대 키워드의 핵심 1 **세분화**
초개인화 시대의 도래, 상황과 취향에 따라 소비자를 잘게 나눠라

양면성 **• 2020년 10대 키워드의 핵심 2**
매 순간 변화하는 정체성, 그 틈을 파고들어 다양한 욕구를 만족시켜라

• 2020년 10대 키워드의 핵심 3 **성장**
업그레이드하는 삶, 스펙 쌓기를 넘어 가치관의 변화를 포착하라

G00 : 0000

4. 0000 000

'0000(streaming)'의 00000 0000 00, 00000 00 00000 0000 00 0000. 0000 0000 0 000 00000 00 '0000'000 000 00000. 000000 00 000000, 000 00 000 00 000 00000 0000 00 000. 0000 0000 000, 0000 00 000 0 00000. 0000000 000 00 000 00·00·00·00000 00000 00000 0000 0000 0000 00. 000 0 0 00 00 000 0000 000 00000 0000000 0000000.

5. 0000 00

0000 000 0000 000 00000 0000 0000 000 000 00 000 0 00 000. 0000, 0000, 0000, 5G 0 0000 0000 00 000 00000 0000 "0000 00 000 00000 00 00" 000000. 000000 00000 0000 0000 000000 0000 0 00 00 0000 00 000. 00 0000 100 0000 0.10 0000 0000000.

6. 000

0000 0(Fan)0 000(Consumer)0 0000 00 0000 00 0000 00 0000 0000 0000 0000, 0000 00000 0 00000. 0 00000 0000 00000 '0000 00'0 0000 0000 00 0000 00 00000 00000 0000 0 0000. 00000 0000 0000000 00 00000, '00 000'0 00000 00000. 0000 0000 00(00, 00 0)0 000000 0000000 0000 0000 0000 00 000000000 0. 00000000, 0000 00, 00000 000000000 00 0000 00 0, 00000 0000 0000 0000 0

위기를 돌파하는 작은 히어로들이 몰려온다!



MIGHTY MICE

M e and Myselfs	멀티 페르소나
I mmEDIATE Satisfaction: the 'Last Fit Economy'	라스트핏 이코노미
G oodness and Fairness	페어 플레이어
H ere and Now: the 'Streaming Life'	스트리밍 라이프
T echnology of Hyper-personalization	초개인화 기술
Y ou're with Us, 'Fansumer'	팬슈머
M ake or Break, Specialize or Die	특화생존
I ridescent OPAL: the New 5060 Generation	오팔세대
C onvenience as a Premium	편리미엄
E levate Yourself	업글인간

00 : 0000

7. 0000

00000 0000 000 000 0000 000 000 00 000 0 00000000. 000 00 0000
 0000 00 000 000 00 0000. '0000' 00 000 0000, '00000' 00 000 00
 00, '00000' 000 0000, '00000' 000 000 000000. 0000(0000)0 00 00
 0 '0000(0000)'0 0000 00 000 0000 00 000 0000 00 000 000 000000.

8. 0000

0000 5800 0000 00 0000 000000 00, 0000 0000 0000(Old People with Active Life) 00 00(OPAL) 0000 0000. 0000 0000 0000 0000 00 0000 0 0 0000 0000 0000 0000000.

0000 0000 5060 000000 0000 000000 00000, 0000 00 0000 0000, 000000 0000 000000 00 0000 0000 0000 000000. 000000 000000 000000 000000 0000 000000 000000 00 0000. 0000 00 00 00000, 0000 0 SNS 0000 0000000 000000 0000 00 0000 0000000 0000 00000.

1.000 0 0000 0000 00 00000 2.0000 0000 00 00 3.00000(00+0000 00), 00 0(0+00) 4.0000 0000 0000 00 0000 00 00. 2030 00000000 000000 0000 00000000 000000000000 00000, 000000 000000000000 00000 00 0000000 00000 0000 0000 00000.



000 : 0000

9. 0000

“0000 00 000000 0000.” 00 00 00 00 0000 0000 0000 0000 0000 0000 00 0 00 000000 0000000000. 00 0000 0000 000000 0 0000 0000000 0000000 20200000 00 00 00000 00000 00 00000. 00 000000 000000 0000 10 00, 0000 0000 0000 00 0 0 00 0000000 0000000 00 00.0 00.00.00 0 0000 0000 00000 0000 00000 00000 0000 0000000 00000 00 0000. 0000 0000000 0 0000 000000 000000 00000 0000 00000

이러한 현상은 무엇을 의미하는 것일까요?

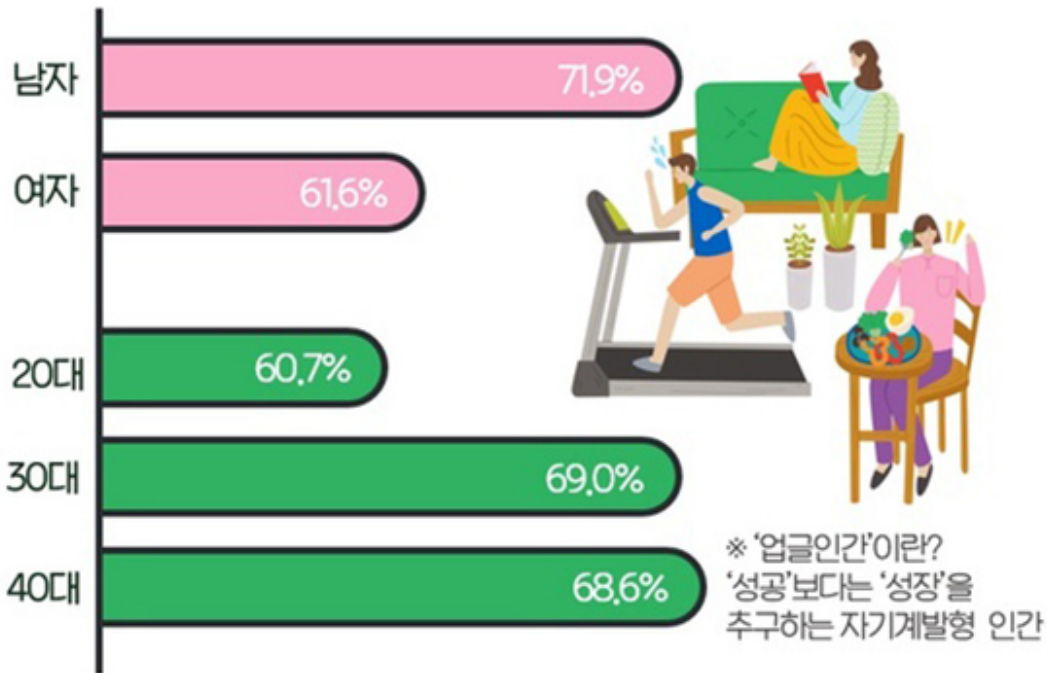
10. 결론

이러한 현상은 무엇을 의미하는 것일까요? 이 현상은 단순히 '업글인간'의 증가를 나타내는 것만은 아닙니다. '업글인간'의 증가를 통해 우리는 '성공'보다는 '성장'을 추구하는 자기계발형 인간이 많아지고 있다는 것을 알 수 있습니다. 이는 개인적인 발전과 사회적 진보를 위한 긍정적인 신호로 볼 수 있습니다.

“우리는 'Better me'가 'than yesterday(어제)'보다 더 나은 나를 만들 수 있습니다. '업글인간'의 증가는 '성공'보다는 '성장'을 추구하는 자기계발형 인간이 많아지고 있다는 것을 의미합니다.”

성인남녀 64.5% 나는 '업글인간'이다

※ 성인남녀 785명 대상 조사, 자료:잡코리아X알바몬



JOBKOREA × **albamon**

이러한 현상은 무엇을 의미하는 것일까요? 12월 9~15일 조사 대상 785명 중 64.5%가 '업글인간'이라고 응답했습니다. 이는 '성공'보다는 '성장'을 추구하는 자기계발형 인간이 많아지고 있다는 것을 의미합니다.

출처 : 잡코리아

* 00, 000 000 00 '00 000'00 00000. 0 0 00 0000000 000 000 0000
0.

* 000 00 000 0000000.

1. [000000] '0000000 2020' 0000 00 000 00000 00
00000, 2019. 11.14. (000_00_00000 ▶)

2. 000 000 000 00, 20200 00 000 000
00000, 2019.12.13. (000_00_00000 ▶)

3. [20200 000 00000] '00 00000'0 0000
00000, 2019.11.21. (000_00_00000 ▶)

4. 20200, '000000000000'0 000 '00000 00 00'0 000!
00000, 2019.11.7. (000_00_00000 ▶)

0/
000(0000000)