

2025 한국산업의 브랜드파워

2025년 3월 25일 화요일

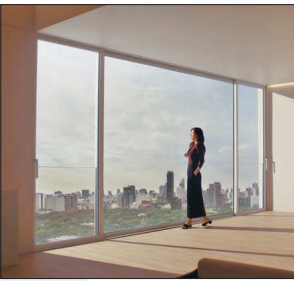
위기 상황에서 시장 지배력 더 커진 혁신 브랜드



SK주유소



롯데면세점



LX ZIN참호



코웨이 정수기



에이스침대

한국능률협회컨설팅(KMAC·대표이사 사장 한수호)이 '2025년도 제27차 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 조사 결과를 25일 발표했다.

올해 K-BPI 조사에서 나타난 주요 특징은 네 가지다.

첫째, 인공지능(AI) 기술 집적미 브랜드 경쟁력과 직결되는 모습이다. 병점고(삼성 BESPOKE) 에어컨(LG WHISEN) 등 필수 생활가전에 사용된 친화적 AI 기술이 집적된 브랜드들이 소비자 선택을 받고, 카카오톡은 오픈시와, KT는 마이크로소프트와 제휴를 맺고 AI 서비스 개발에 나섰다. 중고거래 플랫폼 부문에서는 3년 연속 1위로 선정된 당근은 사진만 업로드하면 게시물과 제목과 가격, 적정 가격을 자동으로 게시해주는 AI 포스팅을 도입했다. 뷰티플렉스 부문에서는 7년 연속 1위로 선정된 올리브영은 AI 기술을 통해 맞춤형 상품 구성과 프로모션을 제공한다. 이처럼 다양한 기업이 AI를 활용해 소비자 경험을 최적화하고 선도성을 확보해 나가고자 노력하고 있다.

둘째, 기업이 차별화가 어려운 시대에 들어서면서 일시적인 유행보다는 메가 트렌드 속에서 답을 찾고 있다. 여러 메가 트렌드 중에서 가장 대표적인 두 가지는 '디지털화'와 '건강'이다.

올해 K-BPI에선 디지털 관련 산업 신규 조사가 진행됐다. 주거생활의 편의를 높여주며 성장하는 홈플러스 부문에서는 삼성물산 홈네(Homeniq)이 처음으로 1위로 선정됐다. 이제는 전통적인 비즈니스를 넘어서 시장에서 강력한 파워를 보여주고 있는 인터넷전문은행 카카오뱅크, 모바일티(택스) 카카오톡, 가상자산거래소 업비트(Ubit)도 새로 1위에 올랐다. 기존 시장의 경쟁에서 벗어난 디지털 시장 개척이 브랜드에 새로운 기회를 제공한다는 평가가 나온다.

셋째, 난관 산업에서는 시장이 세분화하는 모습이다. 건강 영양식품에서 뉴케어(대성헬라이프), 여성유산 산에서 락토핏(영유산인 비비)이 신규로 조사돼 1위를 차지했다.

넷째, 신규 브랜드 출시 대신 확장 전략을 펴고 있다. 시장이 성숙하기 접어들어 새로운 브랜드 출시로 성공하기가 점점 더 어려워지면서 기업들이 많은 예산을 투입해 신규 브랜드를 론칭하기보다 기존의 강력한 브랜드 파워를 그대로 확장해 나가고 있다. 대표적으로 가전에서 LG전자와 삼성전자는 비교적 오래



한국능률협회컨설팅, 234개 산업군 조사

AI 기술 집적미 브랜드 경쟁력과 직결 LG WHISEN, 당근 AI포스팅 등 눈길

디지털·건강 등 새 시장 개척이 기회로 삼성물산 홈네·카카오톡·카뱅 업비트 첫 1위

시장 성숙기엔 기존 브랜드 확장이 주요 LG·삼성전자·신라스테이 파워 더 강화

“경제 불확실성 속 브랜드 양극화 심화 소비자 중심의 과학적 브랜드 관리 필수”

전부터 브랜드 확장 전략을 전개하고 있고, 신라호텔은 비즈니스호텔 확장에서 신라스테이로 브랜드 파워를 살렸다. SK는 정유에서 휘발유, 주유소, 연식 일, 자동차 관리까지 브랜드를 이어가고 있다.

마지막으로 올해 조사에선 1위 브랜드의 경쟁력이 상승하며 소비자 신뢰가 1위 브랜드에 집중됐다. 이는 코로나19가 유행했던 2021년 이후 가장 높은 수준으로, 최근 불안정한 국제 정세와 경제 상황이 반영된 것으로 해석됐다. 올해 ‘역전 산업’ 비율은 21개(8.9%)로 최근 5년간 가장 낮은 수준을 기록했다. 이 역시 고금리·고물가·고환율의 3고(高) 경제 상황에서 소비자들이 더욱 신뢰할 수 있는 브랜드를 선택하는 ‘1위 선호 현상’에 따른 결과로 볼 수 있다.

올해 기업 신변사의 공통 주제는 ‘위기’였다. 국내 외 경제 불확실성이 높아지는 가운데 강력한 브랜드

의 중요성이 더욱 커지고 있다. 불황기에는 소비자들이 실제 위험을 줄이기 위해 이미 검증된 브랜드를 선택하는 경향이 강해지기 때문이다. 이는 경제 상황이 어려울수록 소비자에게 신뢰받는 브랜드가 되기 위한 한 루트를 개척하려는 한 단편의 것을 의미한다. 위기 속에서 혁신하는 브랜드만이 위기 이후 시장을 지배하는 1등 브랜드가 될 수 있다.

K-BPI는 1999년 첫 조사를 시작한 이후 한국을 대표하는 브랜드 지표로 자리 잡았다. 소비자 응답을 기반으로 한 K-BPI 데이터를 통해 브랜드의 현 위치를 확인하고 소비자 충성도와 브랜드 연상 요소를 종합적으로 분석할 수 있다. 또 주요 경쟁 브랜드와의 비교를 통해 강점과 약점을 보다 확실하게 도출할 수 있다. K-BPI 데이터를 중심으로 다양한 데이터를 종합적으로 분석해 브랜드에 대한 총체적 인사이트를 얻고 시장 환경 변화에 선제 대응할 수 있다.

이기동 KMAC 사업가치진단본부장은 “올해 조사 결과는 경제 불확실성 속에서 1위 브랜드의 지배력이 강화되며 브랜드 양극화가 심화하고 있음을 보여준다”며 “치열한 경쟁 환경에서 지속 가능한 성장을 위해 소비자 중심의 실질적 가치 제공과 데이터 기반의 과학적 브랜드 관리가 필수적”이라고 강조했다.

김지원 기자

어떻게 조사했나

올해 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사는 2024년 10월 초부터 2025년 1월 중순까지 약 3.5개월에 걸쳐 이뤄졌다. 서울 및 6개 광역시에 거주하는 만 15세 이상 60세 미만 남녀 1만 2800명을 대상으로 1대 1 면접 방식으로 조사했다. 조사 지역과 대상은 통계청의 인구주택총조사 결과를 기준으로 인구 비례에 따라 배분했다. 시장점유율, 회원·가입자 수, 판매량 등에 따른 브랜드 선별 없이 각 산업에서 인지도 높고 브랜드로 대표되는 10개 이상 브랜드 ‘인지도’와 ‘도열도’를 바탕으로 100점 만점 기준으로 점수를 산출해 산업별 1위를 선정했다.

2025년 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사 주요 1위 브랜드

소비재 산업			소비재 산업		
산업명	기업명	1위 브랜드	산업명	기업명	1위 브랜드
가공유류	빙그레	빙그레바나나맛 우유	아이스크림	해태아이스크림	부리보온
강아지	동아제약	판파인	연세약품/원제리	신경외과	비이노
건강식품	KGC인삼공사	정관장	연진오일	SK엔부부	ZIC
김치	대성	총가	여성유산균	종근당건강	락토핏(영유산인 비비)
냉장·냉동육	금강	금강	오소수	롯데정밀화학	유록스
냉장·냉동육	하림	하림	위생약품	보령컨슈머헬스케어	젤포스
단백질보충제	일동후디스	하이문	유산균제품	종근당건강	락토핏
담배	KT&G	ESSE	자양강장제	동아제약	박카스
두유	정식품	배지밀	조미김	동원F&B	동원양반김
떡볶이	오뚜기	빙그레	오뚜기	오뚜기	오뚜기
건강성숙스킨케어	네오팔	아토팜	종합영양제	일동제약	아로나
일명물기	락엔락	락엔락	주방용품	락엔락	락엔락
백지	LX하우시스	LXZIN백지	주스	롯데정밀식품	델몬트
비빔/떡볶이	팔도	팔도비빔면	죽식법	C.제일제당	해한
비타민	종근당건강	아임비타	죽식법	종원F&B	종원양반죽
상차/상차대리	동국제약	미타가수	참치캔	동원F&B	동원참치
생수	제주특별자치도개발공사	제주삼다수	축산물브랜드	협동조합	협동조합
세탁제	리온코리아	비트	차	대성제약	덴탈크림2080
소금/소금제	신신제약	신신파스아레스	천연경향제	(주)케이씨	KCC제향제 향으로
소주	하이트진로	참이슬	차	대성제약	덴탈크림2080
소화제	동화약품	가스탈민-큐	탈모치료제	동국제약	탈모탈
수상가공식품	삼신식품	삼신아묵	북두	동원F&B	동원뉴트리플랜
수업백주	하이에코코리아	하이에코	학생교복	스타드에프엔	스타드학생복
시니어가죽류	유한칼텍스	디앤디	출판	이브지리	이브지리
식용유	사조제약	해표 식용유	휘발유	SK에너지	SK에너지

내구재 산업			내구재 산업		
산업명	기업명	1위 브랜드	산업명	기업명	1위 브랜드
아스팔트	케이티	KT가가치	수입승용차	메르세데스-벤츠	벤츠
TV	LG전자	LG TV	스마트워치/밴드	삼성전자	삼성 갤럭시워치
가스레인지	렌나이코리아	렌나이	스마트홈	한타HT	HT
가정용바닥재	LX하우시스	LXZIN바닥재	승용차타이어	한국타이어	한국타이어
가정용보일러	귀뚜라미	귀뚜라미보일러	에어컨	LG전자	LG WHISEN
공기청정기	코웨이	코웨이 공기청정기	엘리베이터	한도엘리베이터	한도엘리베이터
국산승용차	현대자동차	제네시스	육상외도열	대원비앤코	대원비앤코
간접냉장고	위니아	일렉	육상외도열	대원비앤코	대원비앤코
내비게이션	링크웨어	링크웨어아이비	육상외도열	대원비앤코	대원비앤코
냉장고	삼성전자	삼성 BESPOKE	육상외도열	대원비앤코	대원비앤코
노트북컴퓨터	LG전자	LG G	육상외도열	대원비앤코	대원비앤코
드림세탁기	LG전자	LG TROMM	육상외도열	대원비앤코	대원비앤코
디지털오버	아이비코리아	아이비	육상외도열	대원비앤코	대원비앤코
모터사이클	현대자동차	현대 모터사이클	육상외도열	대원비앤코	대원비앤코
발수	쿠쿠전자	쿠쿠	육상외도열	대원비앤코	대원비앤코
뷰티케어	LG전자	LG 뷰티케어	육상외도열	대원비앤코	대원비앤코
블랙박스	링크웨어	링크웨어아이비	육상외도열	대원비앤코	대원비앤코
블루투스이어폰	삼성전자	갤럭시버즈	육상외도열	대원비앤코	대원비앤코
비데	코웨이	코웨이 플루비데	육상외도열	대원비앤코	대원비앤코
사무용복합기	선드리고	선드리고	육상외도열	대원비앤코	대원비앤코

서비스재 산업			서비스재 산업		
산업명	기업명	1위 브랜드	산업명	기업명	1위 브랜드
PTV	케이티	제니TV	은행	신한은행	신한은행
간편결제서비스	신한카드	신한 SOL페이	이동통신서비스	케이티	KT
건강검진센터	서울아산병원	서울아산병원 건강검진센터	인터넷전문은행	카카오뱅크	카카오뱅크
금융지주(주)	신한금융지주(주)	신한금융그룹	자동차리스	SK스피드	스피드메이트
다이어트·다이어트	한대해상다이렉트	한대해상다이렉트	장기보험	한대해상	한대해상
대형유통망	이마트	이마트	종합병원	서울대병원	서울대병원
도시가스	서울도시가스	서울도시가스	종합주택개발업	오뚜기	오뚜기
독서토론회	한글교육	한글교육	주유소	SK에너지	SK주유소
렌터카	롯데렌터카	롯데렌터카	증권거래	증권한국	증권한국
리빙SPA	엘에이제이	엘에이제이	증권회사	삼성증권	삼성증권
면세점	롯데면세점	롯데면세점	지방은행	광주은행	광주은행
방범보안서비스	에스원	에스원	채권관리	KB국민카드	KB국민카드
백화점	대우백화점	대우백화점	초고속인터넷	KT가가치	KT가가치
배아관리	파리크라상	파리크라상	초고속인터넷	대교	대교
브랜드차량전용	교촌에프엔비	교촌에프엔비	하위전문포털	잡코리아	잡코리아

서비스재 산업			서비스재 산업		
산업명	기업명	1위 브랜드	산업명	기업명	1위 브랜드
비즈니스호텔	신라호텔	신라호텔	타이어전문점	한국타이어	한국타이어
사이버대학	경희사이버대학	경희사이버대학	학원서비스	우정사업본부	우정국·우정
생명보험	삼성생명	삼성생명	태양보험	롯데생명	롯데생명
신용카드	신한카드	신한카드	태양보험	롯데생명	롯데생명
아파트	삼성물산	삼성물산	태양보험	롯데생명	롯데생명
여행사	한화여행	한화여행	태양보험	롯데생명	롯데생명
온라인교육서비스	YBM	YBM	태양보험	롯데생명	롯데생명
외국어학원	와이비앤비	와이비앤비	태양보험	롯데생명	롯데생명
유아교육서비스	대교	대교	태양보험	롯데생명	롯데생명
유흥시설·유흥서비스	하나은행	하나은행	태양보험	롯데생명	롯데생명

서비스재 산업			서비스재 산업		
산업명	기업명	1위 브랜드	산업명	기업명	1위 브랜드
다이어트·다이어트	한대해상다이렉트	한대해상다이렉트	장기보험	한대해상	한대해상
대형유통망	이마트	이마트	종합병원	서울대병원	서울대병원
도시가스	서울도시가스	서울도시가스	종합주택개발업	오뚜기	오뚜기
독서토론회	한글교육	한글교육	주유소	SK에너지	SK주유소
렌터카	롯데렌터카	롯데렌터카	증권거래	증권한국	증권한국
리빙SPA	엘에이제이	엘에이제이	증권회사	삼성증권	삼성증권
면세점	롯데면세점	롯데면세점	지방은행	광주은행	광주은행
방범보안서비스	에스원	에스원	채권관리	KB국민카드	KB국민카드
백화점	대우백화점	대우백화점	초고속인터넷	KT가가치	KT가가치
배아관리	파리크라상	파리크라상	초고속인터넷	대교	대교
브랜드차량전용	교촌에프엔비	교촌에프엔비	하위전문포털	잡코리아	잡코리아

서비스재 산업			서비스재 산업		
산업명	기업명	1위 브랜드	산업명	기업명	1위 브랜드
비즈니스호텔	신라호텔	신라호텔	타이어전문점	한국타이어	한국타이어
사이버대학	경희사이버대학	경희사이버대학	학원서비스	우정사업본부	우정국·우정
생명보험	삼성생명	삼성생명	태양보험	롯데생명	롯데생명
신용카드	신한카드	신한카드	태양보험	롯데생명	롯데생명
아파트	삼성물산	삼성물산	태양보험	롯데생명	롯데생명
여행사	한화여행	한화여행	태양보험	롯데생명	롯데생명
온라인교육서비스	YBM	YBM	태양보험	롯데생명	롯데생명
외국어학원	와이비앤비	와이비앤비	태양보험	롯데생명	롯데생명
유아교육서비스	대교	대교	태양보험	롯데생명	롯데생명
유흥시설·유흥서비스	하나은행	하나은행	태양보험	롯데생명	롯데생명

서비스재 산업			서비스재 산업		
산업명	기업명	1위 브랜드	산업명	기업명	1위 브랜드
다이어트·다이어트	한대해상다이렉트	한대해상다이렉트	장기보험	한대해상	한대해상
대형유통망	이마트	이마트	종합병원	서울대병원	서울대병원
도시가스	서울도시가스	서울도시가스	종합주택개발업	오뚜기	오뚜기
독서토론회	한글교육	한글교육	주유소	SK에너지	SK주유소
렌터카	롯데렌터카	롯데렌터카	증권거래	증권한국	증권한국
리빙SPA	엘에이제이	엘에이제이	증권회사	삼성증권	삼성증권
면세점	롯데면세점	롯데면세점	지방은행	광주은행	광주은행
방범보안서비스	에스원	에스원	채권관리	KB국민카드	KB국민카드
백화점	대우백화점	대우백화점	초고속인터넷	KT가가치	KT가가치
배아관리	파리크라상	파리크라상	초고속인터넷	대교	대교
브랜드차량전용	교촌에프엔비	교촌에프엔비	하위전문포털	잡코리아	잡코리아

서비스재 산업			서비스재 산업		
산업명	기업명	1위 브랜드	산업명	기업명	1위 브랜드
다이어트·다이어트	한대해상다이렉트	한대해상다이렉트	장기보험	한대해상	한대해상
대형유통망	이마트	이마트	종합병원	서울대병원	서울대병원
도시가스	서울도시가스	서울도시가스	종합주택개발업	오뚜기	오뚜기
독서토론회	한글교육	한글교육	주유소	SK에너지	SK주유소
렌터카	롯데렌터카	롯데렌터카	증권거래	증권한국	증권한국
리빙SPA	엘에이제이	엘에이제이	증권회사	삼성증권	삼성증권
면세점	롯데면세점	롯데면세점	지방은행	광주은행	광주은행
방범보안서비스	에스원	에스원	채권관리	KB국민카드	KB국민카드
백화점	대우백화점	대우백화점	초고속인터넷	KT가가치	KT가가치
배아관리	파리크라상	파리크라상	초고속인터넷	대교	대교
브랜드차량전용	교촌에프엔비	교촌에프엔비	하위전문포털	잡코리아	잡코리아

서비스재 산업			서비스재 산업		
산업명	기업명	1위 브랜드	산업명	기업명	1위 브랜드
다이어트·다이어트	한대해상다이렉트	한대해상다이렉트	장기보험	한대해상	한대해상
대형유통망	이마트	이마트	종합병원	서울대병원	서울대병원
도시가스	서울도시가스	서울도시가스	종합주택개발업	오뚜기	오뚜기
독서토론회	한글교육	한글교육	주유소	SK에너지	SK주유소
렌터카	롯데렌터카	롯데렌터카	증권거래	증권한국	증권한국
리빙SPA	엘에이제이	엘에이제이	증권회사	삼성증권	삼성증권
면세점	롯데면세점	롯데면세점	지방은행	광주은행	광주은행
방범보안서비스	에스원	에스원	채권관리	KB국민카드	KB국민카드
백화점	대우백화점	대우백화점	초고속인터넷	KT가가치	KT가가치
배아관리	파리크라상	파리크라상	초고속인터넷	대교	대교
브랜드차량전용	교촌에프엔비	교촌에프엔비	하위전문포털	잡코리아	잡코리아

* 전체 조사결과와 K-BPI 홈페이지(kbpi.kmac.co.kr)에서 확인할 수 있습니다.

2025 한국산업의 브랜드파워 역전·주요 산업별 1~3위 브랜드 조사 결과

산업 조사 산업별 상위 1~3위 브랜드

대분류	산업별	기업명	1위 브랜드	2위 브랜드	3위 브랜드
소비재	스프츠웨어	나이키코리아	나이키(N690)	아디다스(S508)	뉴발란스(A582)
	여성유선군	충근강간강	락토트(여성유선군 이브)(S10)	비바필라(프로바이오스W)(A38)	유한양행(올뮤브)(J3810)
	위장약(위장약·위장약)	보령한신비바필라스케어	결로스(S25.5)	개비스트(S79.8)	알미라(265.1)
내구재	한지장영식	대상탈리아프	뉴케이(대상 탈리아프)(696.4)	그린바이(장식품)(369.8)	마이크에이(인산가)(318.2)
	로보트전기	LG전자	LG 코드제로(S40.5)	로보렉(S53.2)	삼성생포코 제트북(A25.2)
	전기(가전)	현대전자	현대아이오닉(S.6)(566.2)	테슬라(S529.6)	기아니로 EV(S39.1)
서비스재	가상자산거래소	두나무	업비트(UPbit)(727.8)	빗썸(bithumb)(514.6)	코인플러스(Coinone)(253.5)
	오도발(디(텍스))	카카오모빌리티	카카오T(T807.2)	우타(우타)(310.4)	티스타(S37)
	인타트전문은행	카카오뱅크	카카오뱅크(734.6)	토스뱅크(471.4)	K뱅크(S345.5)
유통	유통	삼성물산건설부문	홈플러스(Homage)(443.8)	하이마트(H+ot)(336.1)	지이홈(223.6)

2025년 제27차 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 전체 산업별 1~3위 브랜드

소비재 산업(92개)						
종류	산업	1위 연속 연수	기업명	1위 브랜드	2위 브랜드	3위 브랜드
생활용품	생선기	25	유한양행	해피니스(S96.2)	순은(S285.5)	순수한신(S30.9)
	세탁제	24	라이온코리아	비트(S68.8)	화이글(S40.6)	다우(D143.2)
	지킴이	22	락원	락원락(742.2)	글리시온(440.9)	지킴이(S76.1)
	탈취제	21	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	비치케어	17	아모레퍼시픽	헤비니스(A48.7)	뉴트론(S42.0)	도보(S33.8)
	치솔	13	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	주방용품	9	락원	락원락(S90.0)	헤비니스(A48.7)	다우(D143.2)
	구강청결제	5	동양약품	가그린(S35.5)	헤비니스(A48.7)	헤비니스(A48.7)
	탈취제	4	유한양행	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	탈취제	4	TS엔터테인먼트	TS엔터(S66.4)	레미(S42.5)	레미(S42.5)
생활용품	생선기	25	유한양행	해피니스(S96.2)	순은(S285.5)	순수한신(S30.9)
	세탁제	24	라이온코리아	비트(S68.8)	화이글(S40.6)	다우(D143.2)
	지킴이	22	락원	락원락(742.2)	글리시온(440.9)	지킴이(S76.1)
	탈취제	21	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	비치케어	17	아모레퍼시픽	헤비니스(A48.7)	뉴트론(S42.0)	도보(S33.8)
	치솔	13	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	주방용품	9	락원	락원락(S90.0)	헤비니스(A48.7)	다우(D143.2)
	구강청결제	5	동양약품	가그린(S35.5)	헤비니스(A48.7)	헤비니스(A48.7)
	탈취제	4	유한양행	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	탈취제	4	TS엔터테인먼트	TS엔터(S66.4)	레미(S42.5)	레미(S42.5)
생활용품	생선기	25	유한양행	해피니스(S96.2)	순은(S285.5)	순수한신(S30.9)
	세탁제	24	라이온코리아	비트(S68.8)	화이글(S40.6)	다우(D143.2)
	지킴이	22	락원	락원락(742.2)	글리시온(440.9)	지킴이(S76.1)
	탈취제	21	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	비치케어	17	아모레퍼시픽	헤비니스(A48.7)	뉴트론(S42.0)	도보(S33.8)
	치솔	13	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	주방용품	9	락원	락원락(S90.0)	헤비니스(A48.7)	다우(D143.2)
	구강청결제	5	동양약품	가그린(S35.5)	헤비니스(A48.7)	헤비니스(A48.7)
	탈취제	4	유한양행	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	탈취제	4	TS엔터테인먼트	TS엔터(S66.4)	레미(S42.5)	레미(S42.5)
생활용품	생선기	25	유한양행	해피니스(S96.2)	순은(S285.5)	순수한신(S30.9)
	세탁제	24	라이온코리아	비트(S68.8)	화이글(S40.6)	다우(D143.2)
	지킴이	22	락원	락원락(742.2)	글리시온(440.9)	지킴이(S76.1)
	탈취제	21	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	비치케어	17	아모레퍼시픽	헤비니스(A48.7)	뉴트론(S42.0)	도보(S33.8)
	치솔	13	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	주방용품	9	락원	락원락(S90.0)	헤비니스(A48.7)	다우(D143.2)
	구강청결제	5	동양약품	가그린(S35.5)	헤비니스(A48.7)	헤비니스(A48.7)
	탈취제	4	유한양행	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	탈취제	4	TS엔터테인먼트	TS엔터(S66.4)	레미(S42.5)	레미(S42.5)
생활용품	생선기	25	유한양행	해피니스(S96.2)	순은(S285.5)	순수한신(S30.9)
	세탁제	24	라이온코리아	비트(S68.8)	화이글(S40.6)	다우(D143.2)
	지킴이	22	락원	락원락(742.2)	글리시온(440.9)	지킴이(S76.1)
	탈취제	21	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	비치케어	17	아모레퍼시픽	헤비니스(A48.7)	뉴트론(S42.0)	도보(S33.8)
	치솔	13	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	주방용품	9	락원	락원락(S90.0)	헤비니스(A48.7)	다우(D143.2)
	구강청결제	5	동양약품	가그린(S35.5)	헤비니스(A48.7)	헤비니스(A48.7)
	탈취제	4	유한양행	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	탈취제	4	TS엔터테인먼트	TS엔터(S66.4)	레미(S42.5)	레미(S42.5)
생활용품	생선기	25	유한양행	해피니스(S96.2)	순은(S285.5)	순수한신(S30.9)
	세탁제	24	라이온코리아	비트(S68.8)	화이글(S40.6)	다우(D143.2)
	지킴이	22	락원	락원락(742.2)	글리시온(440.9)	지킴이(S76.1)
	탈취제	21	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	비치케어	17	아모레퍼시픽	헤비니스(A48.7)	뉴트론(S42.0)	도보(S33.8)
	치솔	13	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	주방용품	9	락원	락원락(S90.0)	헤비니스(A48.7)	다우(D143.2)
	구강청결제	5	동양약품	가그린(S35.5)	헤비니스(A48.7)	헤비니스(A48.7)
	탈취제	4	유한양행	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	탈취제	4	TS엔터테인먼트	TS엔터(S66.4)	레미(S42.5)	레미(S42.5)
생활용품	생선기	25	유한양행	해피니스(S96.2)	순은(S285.5)	순수한신(S30.9)
	세탁제	24	라이온코리아	비트(S68.8)	화이글(S40.6)	다우(D143.2)
	지킴이	22	락원	락원락(742.2)	글리시온(440.9)	지킴이(S76.1)
	탈취제	21	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	비치케어	17	아모레퍼시픽	헤비니스(A48.7)	뉴트론(S42.0)	도보(S33.8)
	치솔	13	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	주방용품	9	락원	락원락(S90.0)	헤비니스(A48.7)	다우(D143.2)
	구강청결제	5	동양약품	가그린(S35.5)	헤비니스(A48.7)	헤비니스(A48.7)
	탈취제	4	유한양행	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	탈취제	4	TS엔터테인먼트	TS엔터(S66.4)	레미(S42.5)	레미(S42.5)
생활용품	생선기	25	유한양행	해피니스(S96.2)	순은(S285.5)	순수한신(S30.9)
	세탁제	24	라이온코리아	비트(S68.8)	화이글(S40.6)	다우(D143.2)
	지킴이	22	락원	락원락(742.2)	글리시온(440.9)	지킴이(S76.1)
	탈취제	21	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	비치케어	17	아모레퍼시픽	헤비니스(A48.7)	뉴트론(S42.0)	도보(S33.8)
	치솔	13	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	주방용품	9	락원	락원락(S90.0)	헤비니스(A48.7)	다우(D143.2)
	구강청결제	5	동양약품	가그린(S35.5)	헤비니스(A48.7)	헤비니스(A48.7)
	탈취제	4	유한양행	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	탈취제	4	TS엔터테인먼트	TS엔터(S66.4)	레미(S42.5)	레미(S42.5)
생활용품	생선기	25	유한양행	해피니스(S96.2)	순은(S285.5)	순수한신(S30.9)
	세탁제	24	라이온코리아	비트(S68.8)	화이글(S40.6)	다우(D143.2)
	지킴이	22	락원	락원락(742.2)	글리시온(440.9)	지킴이(S76.1)
	탈취제	21	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	비치케어	17	아모레퍼시픽	헤비니스(A48.7)	뉴트론(S42.0)	도보(S33.8)
	치솔	13	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	주방용품	9	락원	락원락(S90.0)	헤비니스(A48.7)	다우(D143.2)
	구강청결제	5	동양약품	가그린(S35.5)	헤비니스(A48.7)	헤비니스(A48.7)
	탈취제	4	유한양행	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	탈취제	4	TS엔터테인먼트	TS엔터(S66.4)	레미(S42.5)	레미(S42.5)
생활용품	생선기	25	유한양행	해피니스(S96.2)	순은(S285.5)	순수한신(S30.9)
	세탁제	24	라이온코리아	비트(S68.8)	화이글(S40.6)	다우(D143.2)
	지킴이	22	락원	락원락(742.2)	글리시온(440.9)	지킴이(S76.1)
	탈취제	21	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	비치케어	17	아모레퍼시픽	헤비니스(A48.7)	뉴트론(S42.0)	도보(S33.8)
	치솔	13	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	주방용품	9	락원	락원락(S90.0)	헤비니스(A48.7)	다우(D143.2)
	구강청결제	5	동양약품	가그린(S35.5)	헤비니스(A48.7)	헤비니스(A48.7)
	탈취제	4	유한양행	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	탈취제	4	TS엔터테인먼트	TS엔터(S66.4)	레미(S42.5)	레미(S42.5)
생활용품	생선기	25	유한양행	해피니스(S96.2)	순은(S285.5)	순수한신(S30.9)
	세탁제	24	라이온코리아	비트(S68.8)	화이글(S40.6)	다우(D143.2)
	지킴이	22	락원	락원락(742.2)	글리시온(440.9)	지킴이(S76.1)
	탈취제	21	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	비치케어	17	아모레퍼시픽	헤비니스(A48.7)	뉴트론(S42.0)	도보(S33.8)
	치솔	13	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	주방용품	9	락원	락원락(S90.0)	헤비니스(A48.7)	다우(D143.2)
	구강청결제	5	동양약품	가그린(S35.5)	헤비니스(A48.7)	헤비니스(A48.7)
	탈취제	4	유한양행	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	탈취제	4	TS엔터테인먼트	TS엔터(S66.4)	레미(S42.5)	레미(S42.5)
생활용품	생선기	25	유한양행	해피니스(S96.2)	순은(S285.5)	순수한신(S30.9)
	세탁제	24	라이온코리아	비트(S68.8)	화이글(S40.6)	다우(D143.2)
	지킴이	22	락원	락원락(742.2)	글리시온(440.9)	지킴이(S76.1)
	탈취제	21	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	비치케어	17	아모레퍼시픽	헤비니스(A48.7)	뉴트론(S42.0)	도보(S33.8)
	치솔	13	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	주방용품	9	락원	락원락(S90.0)	헤비니스(A48.7)	다우(D143.2)
	구강청결제	5	동양약품	가그린(S35.5)	헤비니스(A48.7)	헤비니스(A48.7)
	탈취제	4	유한양행	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	탈취제	4	TS엔터테인먼트	TS엔터(S66.4)	레미(S42.5)	레미(S42.5)
생활용품	생선기	25	유한양행	해피니스(S96.2)	순은(S285.5)	순수한신(S30.9)
	세탁제	24	라이온코리아	비트(S68.8)	화이글(S40.6)	다우(D143.2)
	지킴이	22	락원	락원락(742.2)	글리시온(440.9)	지킴이(S76.1)
	탈취제	21	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	비치케어	17	아모레퍼시픽	헤비니스(A48.7)	뉴트론(S42.0)	도보(S33.8)
	치솔	13	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	주방용품	9	락원	락원락(S90.0)	헤비니스(A48.7)	다우(D143.2)
	구강청결제	5	동양약품	가그린(S35.5)	헤비니스(A48.7)	헤비니스(A48.7)
	탈취제	4	유한양행	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	탈취제	4	TS엔터테인먼트	TS엔터(S66.4)	레미(S42.5)	레미(S42.5)
생활용품	생선기	25	유한양행	해피니스(S96.2)	순은(S285.5)	순수한신(S30.9)
	세탁제	24	라이온코리아	비트(S68.8)	화이글(S40.6)	다우(D143.2)
	지킴이	22	락원	락원락(742.2)	글리시온(440.9)	지킴이(S76.1)
	탈취제	21	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	비치케어	17	아모레퍼시픽	헤비니스(A48.7)	뉴트론(S42.0)	도보(S33.8)
	치솔	13	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	주방용품	9	락원	락원락(S90.0)	헤비니스(A48.7)	다우(D143.2)
	구강청결제	5	동양약품	가그린(S35.5)	헤비니스(A48.7)	헤비니스(A48.7)
	탈취제	4	유한양행	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	탈취제	4	TS엔터테인먼트	TS엔터(S66.4)	레미(S42.5)	레미(S42.5)
생활용품	생선기	25	유한양행	해피니스(S96.2)	순은(S285.5)	순수한신(S30.9)
	세탁제	24	라이온코리아	비트(S68.8)	화이글(S40.6)	다우(D143.2)
	지킴이	22	락원	락원락(742.2)	글리시온(440.9)	지킴이(S76.1)
	탈취제	21	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	비치케어	17	아모레퍼시픽	헤비니스(A48.7)	뉴트론(S42.0)	도보(S33.8)
	치솔	13	애경산업	엔탈(S29.2)	2000(S37.3)	2000(S37.3)
	주방용품					

맞춤형 솔루션으로 고객에 친환경 오피스 지원

사무용복합기 부문

신도리코



신도리코가
'2025 한국산
업의 브랜드
파워(K-BPI)' 사무용복합기 부문에서
1위로 선정됐다.

신도리코는 미래형 스마트 오피스를 구축하는 토털 비즈니스 솔루션 전문 기업으로 63년간 사무기기업계를 선도해왔다. 최근에는 스마트 오피스 환경을 조성하고 정보 자산을 안전하게 보호하는 오피스 솔루션 역량을 강화해 기업의 디지털 전환을 지원하고 있다.

이 회사는 최고고객책임자(ICCO)를 중심으로 전사적 공조 체계를 갖추고 고객 만족도 제고에 노력하고 있다. 매년 소비자 중심 경영 계획을 수립하고 서비스 KPI 지표 모니터링을 통해 시장 품질 개선 활동을 하는 것이 대표적이다. 임직원을 대상으로 기술정보회의, 서비스 향상 교육 등 CS이카데미를, 대리점 대표를 대상으로 '파트너 콘퍼런스'를 정기적으로 열어 서비스 퀄



리티를 높이도록 지원하고 있다.

신도리코는 소프트웨어 기술력 성장에도 지속적으로 투자해왔다. 각 산업군의 특성을 고려한 신도리코의 맞춤형 패키지 오피스 솔루션은 대기업, 공공기관, 정부기관의 디지털 전환 및 친환경 오피스 구축을 지원한다.

대표적으로 Sindoh MPS v46 솔루션은 클라우드 프린팅 솔루션(Uprint),

통합 관리 솔루션(Wisdom), 문서 보안 솔루션(WatchDog), 전자문서 관리 솔루션(My Docs), 문서 출력 사전 보안, AI OCR(인공지능 광학문자인식) 등 다양한 기능을 통합 제공한다.

신도리코는 지난해 한국은행 본점과 전국 16개 지역 본부에 클라우드 프린팅 솔루션을 공급했다. 올해는 오피스물류서비스에 맞춤형 3세대 물류스캔 솔루션을 공급했다.

ESG(환경·사회·지배구조) 경영 경쟁력 역시 뛰어나다. 조달, 생산, 판매에 이르는 모든 기업 활동에 환경 경영 체계를 도입했으며, 사무기기 사용 과정에서 발생하는 폐소모품을 친환경적으로 처리하기 위해 SRP(Sinhoh Return Program)를 시행하고 있다.

비영리법인 가천재단재단을 통해 지역사회 아동, 청소년, 여성, 노인, 화가정 등을 대상으로 매년 다양한 사회공헌 사업을 펼치고 있으며 국내 문화예술계 진흥을 위해 후원에도 힘쓰고 있다.

김남주 기자

디스크 통증 개선 효능 ... 헬스케어 체험 확대

헬스케어(척추의료기기) 부문

세라젤



세라젤이 '2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 헬스케어(척추의료기기) 부문에서 1위로 선정됐다.

세라젤은 27년 헬스케어 노하우가 담긴 혁신적인 제품, 체질 중심의 고객 서비스, 글로벌 확장 노력 등을 인정받아 브랜드 인지도, 이미지, 선호도 등 다양한 지표에서 높은 점수를 받았다.

세라젤의 척추 의료기기 '마스터'는 의료기기 기술, 척추 기술, 온열 기술 등 세라젤이 20여 년간 쌓아온 기술력이 집약된 제품이다. 사용자의 하중, 척추 깊이, 굴곡도를 분석해 척추 라인에 밀착한 마사지는 물론 척추 라인 전반에 걸쳐 65도 집중 온열 마사시까지 제공한다. 이외에도 목, 어깨, 골반까지 마사지 범위와 넓이를 다양화하고, 마사지 모드를 총 27가지로 늘려온 '마스터' 컬렉션 제품을 꾸준히 업그레이드했다.



최근 출시된 마스터V9 2025년형은 체어 선택 모드를 기존 2개에서 4개로 늘렸으며, 식품의약품안전처로부터 추간판(디스크) 탈출증 치료, 퇴행성 협착증 치료, 근육통 완화, 혈액순환 개선, 생리통 치료, 심부정맥혈전증 예방 도움 등 여섯 가지 효능을 인증받았다.

세라젤은 카페형 직접 마사진 헬스케어 센터에서 운영해 헬스케어 가전제품 체험할 기회를 제공하고 있다. 카페 이용과 헬스케어 가전 체험을 결합한 형태로 편안한 환경에서 구매 전 예약 없이 제품을 체험해볼 수 있는 것이 특징이다.

또한 세라젤은 글로벌 의료기기 표준을 준수하며 미국 식품의약국(FDA), 중국 식품약품감독관리총국(CFDA), 유럽 안전인증(CE) 등에서 인증을 획득해 제품의 효과와 안전성을 입증했다.

세라젤 관계자는 "5년 연속 1위 수상을 세라젤 브랜드의 우수성을 소비자에게 인정받은 것으로 믿고 있는 결과"라며 "차별화된 품질, 기술력과 최상의 제품을 바탕으로 소비자들의 건강한 삶에 기여하도록 노력할 것"이라고 말했다.

김남주 기자

중증 희귀 난치질환치료·필수의료 선도적 역할

종합병원 부문

서울대학교병원



서울대학교
병원이 '2025
한국산업의
브랜드 파워
(K-BPI)' 종합병원 부문 1위에 올랐다.

근대의료의 산실이자 국가중앙병원인 서울대병원은 지난 100년 동안 한국 의료를 선도해 왔다. 1885년 사당시 국립병원인 제정원으로 출범해 1946년 국립 서울대 의과대학 부속병원, 1978년 특수법인 서울대병원으로 개편해 오늘에 이르렀다.

2003년 분당서울대병원과 건강검진을 전문으로 하는 헬스케어시스템 강남센터 개원, 2011년 통합진료 시스템을 기반으로 하는 최첨단 암병원 개원, 2019년 최첨단 외래진료 시스템과 환자 중심의 진료 서비스를 도입한 대한외과 개원 등을 통해 중증 희귀 난치질환 치료와 공공의료정책 중심의 4차병원으로서 위상을 높이고 있다.

서울대병원은 인류의 의료 난제 해결



에 앞장서기 위해 세계적 수준의 연구 중심병원으로 도약하고 있다. 특히 대한민국 제1호 '국가전략기술 특화연구소'로 지정된 서울대병원은 글로벌 데이터 플랫폼(NSTR)을 구축하고 미국 하버드대, 매사추세츠공대(MIT) 등 유수 기관과의 첨단바이오 연구협력을 기반으로 세계적 수준의 연구 환경을 마련했다. 또한 차세대 의료 인공지능(AI) 전문 역량 강화와 혁신 기술 개발을 주도할 '헬스케어AI 연구원'을 신설했다.

서울대병원은 국가중앙병원으로서 중증질환 및 필수의료 분야에서 세계적 수준의 의료 서비스를 제공하고 있

다. 지난해 개소 1주년을 맞은 '서울대병원 넥센터'를 통해 200여 명의 환자와 가족에게 심과 정서적 지지의 공간을 제공하고 국내외 로컬로컬의 새로운 모델을 제시했다.

또 권역책임의료기관 및 중앙심뇌혈관 질환센터로서 지역 완결형 필수요를 강화하기 위해 정보 공유와 지원을 확대하고 중증 환자의 최종 치료 역할과 필수요 컨트롤타워로서 선도적 역할을 수행하고 있다.

서울대병원은 아랍에미리트(UAE) SKSH 위탁운영 계약을 연장하고 아부다비 종합병원 설립 프로젝트를 추진해 의료기술의 전문성과 우수성을 세계적으로 입증한 바 있다. 또 혁신적인 'K-의료'를 이끌어갈 국립소방병원, 배관서울대병원, 기장종합치료센터 건립에 박차를 가하고 있다.

김남주 기자

안전교육·라이딩 이벤트 ... '편 라이딩' 문화 확산

모터사이클 부문

혼다 모터사이클



혼다 모터사이클이 '2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 모터사이클 부문 1위로 선정됐다.

혼다는 'The Power of Dreams-How we move you'(꿈의 힘으로 당신을 움직인다)라는 브랜드 슬로건 아래 세계에서 4대 이상을 판매한 글로벌 판매량 1위 모터사이클 브랜드다. 국내에서 110cc '슈퍼커브'부터 1800cc '골드왕'까지 다양한 라이프스타일을 아우르는 제품을 선보이며 차별화된 '편 라이딩' 문화를 이끌어 소비자들에게 사랑받고 있다.

최근에는 베스트셀링 스무터 'PCX'를 포함해 다양한 신차를 새롭게 선보였다. 혼다의 레이싱 헤리티지를 담은 슈퍼모토 모델인 'CBR600RR', 업계 최초로 개발한 클러치 전자 제어 시스템 '혼다 E-클러치'가 내장된 CBR650R-CBR650R 시리즈를 출시해



큰 인기를 얻고 있다. 또한 국내 처음 선보인 클래식 네이키드 모델 'GB350'로 소비자의 라이프스타일에 걸맞은 다양한 선택지를 제공하고 있다.

혼다코리아는 고객에 안전한 환경에서 '타는 즐거움'을 느끼는 편 라이딩 문화를 향유하도록 노력을 기울이고 있다. 전국 라이더를 대상으로 매년 개최하는 '혼다데이'부터 트랙에서의 라이딩 내막을 즐거움을 선사하는 '트랙데이', 혼다 모터사이클 125cc 이하 스몰 모델로 참여하는 '혼다 원메이커 레이

스' 등 다양한 고객 접점 이벤트를 마련해 모터사이클 문화를 활성화해 기여하고 있다.

지난 5월에는 국내 수입자 브랜드 최초로 자회 규모로 모터사이클 안전운전 교육 전문기관 '혼다 에듀케이션 센터'를 열었다.

혼다 에듀케이션 센터는 모터사이클로 인한 사고 예방 및 지속적 안전의식과 모터사이클 문화를 저변 확대를 목표로 한다.

혼다는 글로벌 비전 중 하나로 2050년까지 전 세계에서 혼다 자동차 및 모터사이클을 관련 교통사고 사망자 제로(Zero)를 달성하는 것을 제시했다. 1970년 일본에 안전운전 교육 본부를 설치한 이후 전 세계 각지에서 안전운전 센터 운영 및 각종 안전운전 확산 활동을 전개하고 있다.

김남주 기자

연비향상·엔진보호 ... 프리미엄 오일 시장 넘버원

엔진오일 부문

ZIC



SK엔투브의
ZIC가 '2025
한국산업의
브랜드파워(K-BPI)' 엔진오일 부문에서
1위에 선정됐다.

ZIC는 1995년 국내 최초 합성유 브랜드로 출발해 30년 동안 대한민국 프리미엄 엔진오일 시장의 '넘버 원' 브랜드 자리를 지켜왔다. SK엔투브의 그룹III, 그룹III+ 프리미엄 기유인 'YUBASE'를 기반으로 제조된 제품으로 연비 향상과 엔진 보호 기능이 탁월하다. 유럽(ACEA)과 미국(API)의 엔진오일 규격부터 글로벌 주요 메이저 자동차 제조사의 공식 승인까지 까다로운 세계 시장의 제품 규격을 만족하고 있다.

2023년 뉴(New) ZIC 론칭과 함께 전기자동차 유흥용 전용 브랜드 ZIC e-FLO를 새롭게 선보여 모빌리티 시장 환경 변화에 적극적으로 대응하



고 있다. 대형차 운전자를 위한 전용 유흥용 교환소인 ZIC스테이션을 확장하고 있으며, 승용차 운전자 대상 네이비 ZIC 전용 온라인 브랜드 스토어에 온라인 전용 제품인 X8, X10을 출시해 제품 라인업을 강화했다. 쿠팡, G마켓 등 오픈마켓을 확대하는 등 소비자의 구매 편의성을 높이기 위한 노력도 계속되고 있다.

2023년 로고 리뉴얼 이후 브랜드 캠페인 활동을 강화했다. 'ZIC를 만드는 회사, 에너지 세이빙 캠페인'과 'SK엔투브 캠페인'을 시작으로 지난해부터는 '어번 프로텍트(Urban Protect)' 글로벌 통합 캠페인을 통해 프리미엄 ZIC의

수한 제품력을 전 세계에 알리고 글로벌 자동차 제조사와의 협업을 확대하고 있다. 납재인 SK엔투브 Green 성장본 부장은 "ZIC가 30년간 대한민국 프

리미엄 엔진오일 브랜드로 꾸준히 성장해 온 것은 고객의 신뢰와 그것을 재빨리 알기 위한 SK엔투브의 끊임없는 노력이 있었기에 가능했다"며 "차별화된 제품 개발과 고객 친화적인 서비스로 국내 엔진오일 시장의 대표 자리를 굳건히 지키며 해외 시장에서 존재감을 강화하도록 노력하겠다"고 말했다.

한편 SK엔투브는 전 세계 60여 개국 200여 개 업체에 고급 윤활유와 완제품을 수출하는 기업으로, 최근에는 액티브를 통한 관리 등 전력효율화 시장을 선도하며 '에너지 세이빙 캠페인'으로 입지를 공고히 하고 있다.

김남주 기자

운전자 쉽터 넘어 응급처치 등 색다른 고객 경험

주유소 부문

SK주유소



SK주유소가
'2025 한국산
업의 브랜드파
워(K-BPI)' 주
유소 부문에서 1위로 선정됐다.

또한 국내 정유사 중 처음으로 홍콩 국적 항공사에 지속가능항공유(SAF:Sustainable Aviation Fuel)를 대량으로 공급한다. 지난 1월 유럽 수출에 연이은 성과로 국내 정유사의 거점 시장인 아시아-태평양 지역 SAF 시장 선점의 발판을 마련했다는 평가다.

SK주유소는 60여 년간 국내 석유 유통시장 발전에 중추적 역할을 해왔다. 서울지하철 2호선 홍대입구역 인근에 자리했던 청기와주유소는 1969년 SK에너지의 전신인 유공이 세운 최초의 현대식 주유소였다. 석유와 정제된 타기 서비스 등 고객 편의시설을 보유한 청기와주유소는 40여 년간 서울의 랜드마크로 불리며 고객에게 사랑받



았다.

SK주유소는 한층 더 나아가 화물차 운전자의 복지를 향상하기 위해 별도의 휴게 공간을 마련하기도 했다. 2006년 최첨단 SK그룹 선더화장의 유지에 따라 화물차 휴게소인 '내트럭하우스' 서비스를 시작했다.

화물차 운전자를 위한 휴게소, 식당 등 편의시설과 주유소, 정비·검사소, 물류주선사 사무실을 갖추고 있으며 좋은 23개소를 운영하고 있다. 이를 바탕으로 화물차 운전자의 휴게 시간 증가 및 교통사고 감소, 도로 내 불법 주차 문제

해소에 기여하는 등 사회적 가치를 창출하고 있다.

이에 더해 SK주유소는 소방청과 협업체 전국 155개 직영주유소 내 '우리 동네 응급처치소'를 마련해 사회 안전망 강화에도 기여하고 있다. 우리 동네 응급처치소에는 거즈, 붕대, 밴드, 일반 의약품이 상시 구비돼 있다. 심폐소생술, 기도 폐쇄 처치 등 응급처치 교육을 받은 직원과 배치된 응급상황 대처 능력이 높다.

김종화 SK에너지 사장은 "국내 최초의 현대식 주유소로 시작해 에너지를 공급하는 SK주유소는 휴식과 색다른 체험 공간을 제공해 고객 삶의 에너지를 충전하고 있다"며 "앞으로도 좋은 서비스와 차별화된 가치를 제공해 19년간 쌓아온 고객의 신뢰에 보답하겠다"고 말했다.

김남주 기자

해외 단체관광객 유치 ... 면세시장 활성화 이끌어

면세점 부문

롯데면세점

LOTTE DUTY FREE 롯데면세점이 '2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 면세점 부문 1위에 올랐다.

롯데면세점은 본업 경쟁력을 앞세워 외국인 단체관광객 유치에 박차를 가하고 있다. 3월 초 대만 암웨이그룹 입직원들이 비즈니스 전파 회의와 네트워킹 강화의 장인 기업 회의에 참석하기 위해 한국을 찾았는데, 입직원 1200여 명이 3차로 나눠 입국한 뒤 서울, 인천, 강령의 주요 관광지를 방문했다. 이번 일정 중 면세점 쇼핑은 롯데면세점이 유일했다. 방문객들은 면세점에서 논픽션, 탭버린즈 등 국산 화장품과 K푸드에 큰 관심을 보였다.

지난 2일에는 부산을 방문한 대형 크루즈 관광객 3000여 명이 롯데면세점 부산점을 찾아 쇼핑을 즐겼다. 롯데면세점은 앞으로도 인센티브·크루즈 단체관광객 등 외국인 관광객을 매월 최소 1만~2만 명 꾸준히 유치해 면세



시장 활성화를 지속적으로 도모할 계획이다.

롯데면세점은 올해 1월 초 마케팅 부문을 신설하고 예하에 GT(그룹타임), FIT팀, 커뮤니케이션팀을 배치해 단체관광객, 개별관광객, VIP 등 고객 세분화 타겟 마케팅을 강화했다. 일반 단체관광객뿐 아니라 마이스(MICE: 기업 회의·포상관광·컨벤션·전시회) 행사 및

인센티브 단체관광객 유치에 최선을 다해 매출과 수익성 두 마리 토끼를 동시에 잡겠다는 전략이다.

롯데면세점은 단체관광객 유치를 위해 2월 말 중국, 일본, 동남아시아 지역 주요 여행사 관광 통역사 초청 행사를 열었다. 또한 일본과 중국 사무소를 통해 현지 시장 동향을 신속하게 파악해 외국인 관광객을 직접 유치하고, 해외 여행 박람회에도 참가해 면세점 홍보 활동을 펼치는 등 다양한 외국

인 관광객 유치 활동을 전개하고 있다. 김동하 롯데면세점 대표는 "롯데면세점이 45년간 쌓아온 면세점 경쟁력을 바탕으로 외국인 관광객 유치에 적극 나설 것"이라며 "단순 쇼핑을 넘어 여행 만족도를 높이는 다양한 프로그램을 운영해 면세점 정상화와 건강한 유통 관광 시장 조성에 앞장서겠다"고 밝혔다. 김남주 기자

베젤리스 창호 '뷰프레임' ... 더 넓은 풍경 제공

창호제 부문

LX Z:IN 창호

LX Z:IN

LX하우시스의 LX Z:IN 창호가 '2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 창호제 부문 1위 브랜드로 선정됐다. 국내 창호 브랜드 역대 최다인 19회 1위에 올라 국내 창호 시장을 선도한 제품임을 입증했다.

단열, 기밀 등 창호의 기본 성능을 높인 것은 물론 지속적인 신제품 출시와 리뉴얼을 통해 고급스러운 디자인을 내 놓고 고객 편의성과 품질을 업그레이드한 것이 시장 선두 브랜드로 자리 잡은 비결이다.

"LX Z:IN 창호 뷰프레임"은 소비자들이 사에서 높은 관심을 받고 있는 LX하우시스 대표 창호 제품이다. 뷰프레임은 기존보다 얇아진 창호 프레임(장짜+창틀)을 통해 더 넓은 뷰를 제공한다는 의미를 담았다. 국내 창호업체 가운데 처음으로 창틀이 거의 안 보이는 베젤리스 디자인을 도입하고 창짜 높이를



최대 14mm 줄여 슬림형 프레임으로 더 넓은 뷰를 제공하는 것이 가장 큰 장점이다.

배수캡, 스트라이커, 윈드브로커, 핸들스토퍼 등 다양한 창호의 기능성 부자재를 최대한 창호 프레임과 일체화하고 하단(슬거진) 디자인을 적용해 뷰프레임 특유의 미니멀한 디자인을 극대화했다. 특히는 실리온 공법을 채택해 유리 마감 부분을 개스킷(매킹 자재) 마감으로 변경함으로써 실리온에 쉽게 생기는 곰팡이 걱정을 없애는 것은 물론 깔끔한 외관을 구현해냈다. 뷰프레임은 최대 28mm 두께 유리까

지 적용이 가능하며, 창짜와 창틀 모두에 단열 성능을 높이는 다중 제임버 설계가 도입됐다. 뷰프레임 이중 창은 로이유리(26·28mm) 한 장 만으로도 에너지 소비효율 1등급을 충족한다. 창호 기본 색상이인 우드·그레이 계열 8종을 비롯해 화이트 컬러 5종을 함께 선보였다.

시스템 창호에서도 LX하우시스는 인기 제품을 보유하고 있다. LX Z:IN 창호 시스템창은 세련된 디자인, 우수한 단열성과 뛰어난 위생성을 갖춘 틸트 앤드 턴, 리프트슬라이딩 등 다양한 개폐 방식의 폴리염화비닐(PVC)-알루미늄 시스템 창호 제품이다.

LX하우시스는 앞으로도 창호 생산부터 시공, 사후 관리까지 전 과정에서 완벽한 품질을 선보이며 계획이다. 김남주 기자

IP 컬래버로 고객에 새로운 테마파크 경험 선사

테마파크 부문

롯데월드 어드벤처

LOTTE WORLD ADVENTURE

롯데월드 어드벤처가 '2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 테마파크 부문 1위를 차지했다.

롯데월드 어드벤처는 1989년 문을 연 국내 최초·최대 실내 테마파크로, 다양한 즐길 거리와 체험을 제공하는 복합 문화공간이다. 오랜 운영 노하우를 바탕으로 연령과 취향을 아우르는 어드벤처와 시즌 축제, 풍성한 온·오프라인 콘텐츠를 통해 손님에게 특별한 경험과 즐거움을 선사한다.

최근에는 산사사업과 콘텐츠 영역을 지속적으로 확장하고 있다. 특히 국내 인기 웹툰, 게임, 애니메이션, 캐릭터 지식재산권(IP) 등을 활용해 시즌 축제, 어트랙션, 팝업스토어 등 다양한 영역에서 새로운 콘텐츠를 선보이고 있다.

우선 외부 IP와 컬래버한 시즌 축제로는 온·오프라인의 경계를 허물어 특별한 경험을 제공하고 있다. 올해 3월부터



는 글로벌 인기 애니메이션 '포켓몬'과 협업한 봄 시즌 축제 '포켓몬 월드 어드벤처: 스프링캠프'를 운영 중이다. 지난 1월에는 네이비엘트 '마루는 강자와 협업한 신년 시즌 축제를 선보였다.

어트랙션에도 외부 IP를 적극적으로 접목해 차별화된 즐길 거리를 제공한다. 최근에는 게임 '카트라이드: 드리프트' IP를 활용한 어트랙션 '카트라이드 레이싱 월드'와 게임 '배틀그라운드' IP 기반의 어트랙션 '배틀그라운드 월드 어드벤처'를 선보였다. 내년 상반기에는 온라인 게임 IP '메이플스토리'를 접목한 신규 어트랙션 3종을 비롯해 기

프트숍, 식음료(F&B) 매장, 포토존 등 다양한 체험 요소까지 제공할 예정이다.

외부 IP와의 협업을 넘어 자체 IP 사업도 적극적으로 확장하며 독창적인 브랜드 정체성을 강화하고 있다. 지난해 4월에는 캐릭터 굿즈 페어 '2024 굿즈이즈'에 참가해 자체 캐릭터 모리스와 보리스가 운영한다는 콘셉트의 비밀스러운 행은 연구소 '폴리 딜리버리'를 오프라인 공간에 구현했다.

온라인에서는 자체 캐릭터를 활용한 영·유아 놀이교육 콘텐츠 '로티토포레'와 유아·초·중·고 시장에서 영향력을 확대하고 있다. 아이들의 눈높이에 맞춘 학습 콘텐츠를 꾸준히 선보인 결과 교육, 영문, 서문 등 3개 언어 유튜브 채널에서 총구독자 380만 명, 누적 조회수 12억 회를 돌파했다. 김남주 기자

2중 쿠션으로 편안한 보행감 주는 '엑스컴포트'

가정용바닥재 부문

LX Z:IN 바닥재

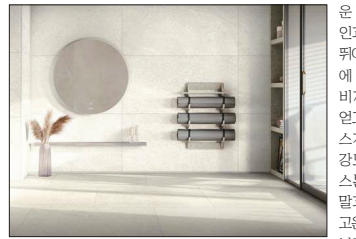
LX Z:IN

LX하우시스의 LX Z:IN 바닥재가 '2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 가정용바닥재 부문 1위를 차지했다.

LX하우시스는 편리한 일상생활을 도와주는 기능성과 함께 고급스러운 디자인을 갖춘 바닥재를 지속적으로 선보여 소비자로부터 꾸준히 사랑받고 시장을 선도하는 브랜드로 자리매김했다.

"LX하우시스의 대표 바닥재 제품 'LX Z:IN 바닥재 엑스컴포트'는 단일 쿠션층 구조인 기존 시트 바닥재와는 다르게 충격 흡수하는 상부층과 탄력 있는 하부층으로 이뤄진 2중 쿠션 구조에서 편안한 보행감을 제공한다. 청소가 쉬운, 외지 끄는 소리 등 생활 소음과 물건 등이 떨어질 때 발생하는 충격음도 줄여준다.

특수 표면처리 기술로 '미끄럼 저항 성능'을 강화해 사람은 물론 반려동물



까지 더욱 안전하게 걸어 다닐 수 있다. 반려견 미끄럼 안전성 테스트 결과 엑스컴포트의 미끄럼 저항성능이 기존 자사 강마루 대비 약 30% 우수한 것으로 나타났다.

엑스컴포트는 '반려동물 제품 인증'(PS인증을) 획득했다. PS인 증은 한국견협회와 KOTITI시험연구원에서 지정한 안전기준을 통과한 제품에만 부여되는 인증이다. 또 제조 과정에서 유해물질과 생활환경오염물질 감소 등을 사후로 환경부로부터 '환경표지인증'을 획득했다.

"LX Z:IN 바닥재 에디션은 고급스러

운 대리석, 원목 디자인과 적절한 감촉을 부여한 내구성을 동시에 갖춘 제품으로 소비자들에게 인기를 얻고 있다. LX하우시스가 자체 개발한 고강도 소재인 내추럴 스톤 코어(천연석 분말과 고분자 수지를 고온고압으로 압축한 보드)를 적용했다.

'에디션 스톤'은 대리석으로 주거 공간 전체를 꾸미길 선호하는 최근 트렌드에 맞춰 천연 대리석과 비슷한 표면 질감과 디자인을 구현했다.

"LX Z:IN 바닥재 하우스 타입'은 국내 바닥난방 주거환경에 특화된 높은 열전도도와 합리적인 가격대로 꾸준히 사랑받았다. 자사 합판마루 대비 열전도율이 약 두 배 높고, 국내 환경표지인증과 글로벌 시장에서 권위를 인정받는 미국의 실내 공기질 인증 표준인 플로어 스코어를 획득해 친환경성도 확보했다. 김남주 기자

'KB페이'로 고객 경험 혁신, ESG경영 확산

체크카드 부문

KB국민카드

KB 국민카드

KB국민카드가 '2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 체크카드 부문 1위에 올랐다.

KB국민카드는 소비자 니즈에 맞는 다양한 상품 포트폴리오를 운영하고 편리한 결제 및 금융 서비스를 제공하는 종합금융플랫폼 'KB Pay'를 통해 고객 경험을 혁신하는 동시에 ESG(환경·사회·지배구조) 선도 경영으로 사회 책임을 다하고 있다.

KB국민카드는 금융과 일상을 연결하는 종합금융플랫폼 KB Pay의 기능과 서비스를 지속적으로 개선하고 있다. 체크카드, 신용카드, 계좌 등 다양한 결제수단 실물 없이도 오프라인으로 간편하게 결제할 수 있는 KB Pay는 지난 2월 가입자 1400만 명을 돌파했다.

"KB국민 트래블러스 체크카드"는 KB국민은행과 협업해 내놓은 KB국민



은행권, KB Pay 마니, KB증권 등과 연계한 투자 서비스, 국민버서 일일 서비스 등 매년 새로운 서비스를 강화했다. 이런 노력에 힘입어 KB Pay는 지난 2월 가입자 1400만 명을 돌파했다.

"KB국민 트래블러스 체크카드"는 KB국민은행과 협업해 내놓은 KB국민

카드의 여행 특화 체크카드다. 전월 이용 실적 조건 없이 전 세계 56종 통화 환전 시 환율 우대 100%, 해외 현금카드 입출금(ATM) 인출 수수료 100% 면제, 해외 가맹점 이용 수수료 면제 서비스를 제공한다.

KB국민카드는 다양한 사회공헌 활동을 통해 소상공인, 아동·청소년 지원 등 상생과 돌봄의 금융을 실천하고 있다. 또 ESG 특화 상품 운영 및 마케팅에 기반한 녹색소비 활성화를 통해 저탄소 사회로의 이행을 선도하고 더욱 투명하고 건강한 지배구조를 확립하는 등 ESG 경영을 실천하고 있다.

지나해는 '돌봄' 및 상생을 핵심 영역으로 하는 KB금융그룹의 사회공헌 전략과 연계해 KB국민카드가 집중할 4개 주요 아젠다(교육, 생활·안전, 글로벌, 환경)를 선정했다. 마태세대 성장을 위한 교육 지원, 취약계층 정서·경제적 지원, 글로벌 가계 지원, 기후위기 대응 및 생활모양성 보존 사업 등 선제적이고 지속적인 사회공헌활동을 실행해 ESG 경영을 지원하고 있다. 김남주 기자

트렌디한 디자인 '디아망' ... 고가 벽지시장 인기

벽지 부문

LX Z:IN 벽지

LX Z:IN

LX하우시스의 LX Z:IN 벽지가 '2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)'에서 21년 연속 벽지 부문 1위로 선정됐다.

고품질과 트렌디한 디자인, 다양한 기능성을 갖춘 벽지를 지속적으로 선보인 것이 오랜 기간 시장을 선도하며 소비자로부터 사랑받은 이유다. LX하우시스를 대표하는 'LX Z:IN 벽지 디아망'은 특유의 단단한 표면 질감과 풍성한 두께감, 다양한 화벽 패턴 등 트렌디한 디자인으로 국내 고가 벽지시장에서 큰 인기를 끌고 있다.

최근 소비자들 사이로 선호하는 화벽, 패턴, 스킨, 직물 디자인 등 다양한 표면 질감 위주로 신규 색상이 대폭 늘어났다. 특히 석회, 모래, 흙 등을 주재료로 벽에 바른 듯한 표면 질감을 구현한 화벽 디자인과 일반 벽지 대비 30% 이상 두꺼운 패턴·직물 등 두께 디자인 제품과



인기시장에서 인기를 끌고 있다.

"LX Z:IN 벽지 디아망 포티스는 지난해 출시된 이후 강한 내구성과 함께 유럽풍 패턴 등 고급스러운 패턴 디자인을 갖춘 인기를 얻고 있는 고급 벽지 제품이다. 인테리어 필름처럼 강한 표면강도를 갖춰 찢김과 긁힘 등 생활 흔적 걱정을 덜어준다. 한국여건협회와 KOTITI시험연구원에서 지정한 내스크래치성 시험항목 기준을 통과해 '반려동물 제품 인증'(PS인증을)을 획득해 내구성을 인정받았다.

아울러 유럽식 패턴, 천연 대리석 등 우아하고 고풍스러운 디자인과 질감을 구현했으며, 최신 트렌드를 반영한 화벽·패턴 패턴부터 따뜻한 겨울을 위한 등 총 64종으로 구성했다.

디아망 포티스는 인테리어 필름처럼 강한 내구성을 갖췄으면서도 일반 벽지처럼 쉽게 시공할 수 있는 것이 큰 장점이다. 이음매가 잘 보이지 않는 벽지의 장점과 강한 표면강도가 더해져 마치 고급 도장을 한 것처럼 공간을 한층 더 고급스럽게 연출할 수 있도록 돕는다. LX하우시스는 앞으로도 차별화된 기술력과 디자인을 앞세워 고객을 감동하게 하는 벽지 제품을 지속적으로 선보이며 시장을 선도해 나갈 계획이다. 김남주 기자

AI기반 맞춤형 콘텐츠 ... 자기주도적 학습 길러

초등교육서비스 부문

대교 눈높이

눈높이

대교 눈높이가 '2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 초등교육서비스 부문에서 1위로 선정됐다.

대교 눈높이는 국내 대표 교육 브랜드로 개인별 능력별 맞춤 학습을 통해 49년간 사랑받고 있다. 눈높이 교육 철학을 내세워 프리미엄 라인업의 복합형 학습 제품으로 교육의 새로운 가치를 창출한다.

'눈높이리틀원'은 인공지능(AI)을 기반으로 한 초등 전 과목 맞춤 학습 프로그램이다. 국어, 영어, 수학, 과학 등 전 과목을 지원하고, 대교의 AI 알고리즘이 개개인 학습 데이터를 실시간 분석해 맞춤 콘텐츠를 제공한다. 학습 후에는 평가 문제로 개념 이해도를 점검하고 부족한 부분은 자동 복습을 통해 보완하며 내용을 완벽히 소화할 수 있도록 설계했다.



대교의 프리미엄 통합 학습 프로그램 '눈높이리틀원'은 스토리텔링 방식으로 한글, 수학 학습과 자연 탐구를 동시에 할 수 있다. 숫자 카드, 퍼즐 등 체험형 교구를 활용해 학습 내용을 오래 기억할 수 있게 만들었다. 음성 콘텐츠를 제공하는 '눈높이리틀원'도 동요, 말놀이 활동을 하면서 자기주도적 학습 태도를 기르고 성취감과 자신감을 쌓을 수 있다.

'눈높이코어수학'은 수학의 핵심 개념을 빠르게 익히고 기초 계산력을 기르는 맞춤 학습 과정이다. 고학년 때 다

루는 '분수 소수의 사칙 계산과 혼합 계산' 등 6년간의 과정을 효과적으로 완성할 수 있다. 대교는 초·중·고 전 단계 학습관 '대교 하이캠퍼스'를 열어 학년별, 수준별로 기초부터 내신, 수

능까지 대비할 수 있는 환경을 갖췄다. 대교의 중등 전문 자격 평가를 합격한 전문 교사가 수업 후 관리까지 해준다. 이 밖에 대교는 고령화 시대에 맞춰 시니어 전용 프로그램 '대교 브레인 트레이닝'을 선보이고 있다.

업계 최초로 콘텐츠 윤리 가이드를 도입해 생리·성리, 생명권, 환경의식 등 다양한 가치를 반영한 교재를 제작했다. 또 KAIST와 공동 연구소를 세워 상품을 개발하고 기업 문화, 고객 커뮤니케이션 전반에 걸쳐 윤리 경영을 강화할 계획이다. 김경서 기자

통증 부위별 크기·제형 다양 ... 피부 안전성 우수

소염진통제 부문

신신파스 아렉스

신신파스 아렉스

신신파스 아렉스가 '2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 소염진통제 부문에서 1위로 선정됐다.

신신제약은 1959년 설립 당시 필수품인 값비싼 일본 파스에만 의지할 수밖에 없던 국민의 고통을 덜어주겠다는 마음에서 시작해 국산 파스 개발에 성공하며 파스의 독립을 이뤘다. 1959년 대한민국 최초의 파스 '신신파스'가 등장한 후 점점 다양해지는 수요에 따라 파스도 진화하고 있다.

신신제약 아렉스에는 신신제약만의 독보적 기술력을 적용했다. 국내 최초로 하나의 파스에 냉온 찜질 두 가지 효과를 담아 2017년 출시 당시 파스계에 새바람을 일으켰다. 부착과 동시에 부기를 빼주고 차츰 뜨겁게 전한데 혈액순환을 도와 근육통과 관절염 완화에 탁월하다. 천연오일 함유로 자극으로 제작해 친환경적이며 피부 안전성이 우수하다.



신신파스 아렉스는 손목, 발목 등에 감아 부착할 수 있는 롱타입 등 통증 부위에 따라 크기와 제형을 다양화한 제품을 출시했다. 바르는 타입의 '신신파스 로션', 먹는 형태인 '아렉스알파정' 등도 있다.

최근에는 신신제약의 독자적 고밀착 하이드로젤 기술을 적용한 신개념 파스 '아렉스 마일드 카타플라스마'를 내놓았다. 고점질 명품 파스를 지향하는 플렉스 시리즈의 첫 제품으로 냉온 찜질 효과를 그대로 담으면서 피부 안전성과 점착력은 극대화했다. 카타플라스마 특유의 수분감으로 피부 트러블을 최소화해 3세부터 사용할 수 있고,

별도의 밀착포 없이도 플라스타 수분의 점착력을 구현했다.

이 밖에도 신신제약은 철퍼테, 에어로졸, 리퀴드 제형 등 여러 제품을 선보이며 의용제 약약품 부문을 선도하고 있다. 국내에서 가장 많은 철퍼테 라인업을 보유하고 있으며 모기 기피제, 담배 억제제, 멍 풀리는 연고 등 일상생활에 필요한 100여 종의 약약품 및 약약품품을 생산하고 있다.

이런 노력 끝에 제품력을 인정받아 신신파스아렉스는 K-BPI 소염진통제 부문에서 7년 연속 1위를 차지했으며 2018년 연 매출 100억원을 넘어선 뒤 2024년 브랜드 매출 220억원을 달성했다. 김경서 기자

국내서 직접 콩기름 착유 ... 소비자 신뢰감 높여

식용유 부문

해표 식용유

해표

해표 식용유가 '2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 식용유 부문에서 1위로 선정됐다.

한국에 식품산업이 자리 잡지 못한 1966년 창립한 사조대립은 1971년 경남 진해에 현대식 자동 설비를 갖춘 대단위 대두 가공 공장을 국내 최초로 설립해 식품산업 발전과 식생활 개선을 통한 국민 건강 향상에 이바지했다.

해표 브랜드로 잘 알려진 사조대립은 유지류, 가공식품 등 가정에서 사랑받는 제품을 만들며 식품업계에 두각을 나타내며 원·부재료로 공급한다. 이 회사에서 생산하는 양질의 대두유(콩기름)는 신장하는 제품으로 성장하고 있다. 사조대립은 체계화된 시스템으로 고객 만족 활동을 펼치고 있다. 정기적인 회의를 열어 내외부 고객의 목소리를 듣고 클레임을 살핀다. 짧게는 하루, 길어도 1주일 안에 클레임을 개선하고 이



를 재료화한 뒤 비슷한 불만 사항이 생겼을 때 빠르게 대처하도록 교육한다. 아울러 내부 고객 역시 소중함을 인식하고 다양한 복리후생 제도를 활용한다. 사조대립은 밀알복지재단 푸드뱅크, 복지회관에 물품 지원, 장애인 경기 대회 후원, 기부 등 여러 분야에서 사회 활동을 이어가고 있다.

해표 식용유는 국내에서 직접 콩기름을 착유하는 것으로 유명하다. 단순

히 원료를 수입해 가공하는 일보다 더 많은 공정이 요구되지만 국내에서 착유한다는 자부심을 토대로 좋은 식용유를 생산하기 위해 최선을 다하고 있다.

해표 식용유는 디자인부터 납다르다. 해표만의 적색으로 표현한 브랜드이미지(BI)는 떠오르는 대양을 상징하는 원형 바탕과 로고를 이용하여 강조해 강력한 이미지를 구축했다.

사조대립은 제품 변연의 품질뿐만 아니라 심미성, 편리성, 기능성을 연구해 패키지 개선에도 끊임없이 노력한다. H(History), A(Along), E(Easy), P(Premium), Y(Young), O(Outdoor) 등 여섯 가지 트랜딩을 반영해 새롭게 선보인 해표 고급유에는 해표 식용유 이미지를 세련되게 개선해 소비자에게 적극적으로 다가갔다는 의미가 담겨 있다. 김경서 기자

‘하림 삼계탕’ 수출 통해 한식 세계화 앞장

냉장·냉동류 부문

하림

하림

하림이 '2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 냉장·냉동류 부문에서 1위로 선정됐다.

하림은 닭고기 전문성을 기반으로 종합식품기업으로 도약하기 위해 마케팅 활동을 펼치며 인지도와 신뢰도를 쌓아왔다. '자연의 신선함이 주는 최고의 맛'이라는 하림표 식품 철학에 맞춰 '하림-안심할 수 있는 차별화된 식품'이라는 인식을 심어주고자 노력했다.

하림은 자체 전향 프로그램 HCR을 통해 소비자에게 생산 공정을 투명하게 공개해 위생과 안전에 대한 신뢰를 얻고 있다.

하림의 프레스쉬 제품은 국내 최초로 전 생선 라인에 유림식 동물복지로게 시스템을 적용해 '맛'과 '안전'을 담고 '맛'을 그대로 살렸다. 생산부터 유통까지 전 공정이 식품안전관리인증(HACCP)을 받았다.



IFF 제품은 도계한 닭을 영하 35도 이하에서 부위별로 개별 급속 동결을 거쳐 닭고기 본연의 육질과 영양이 살아 있다. 냉동 상태에서도 문치 않고 필요한 양만 조리할 수 있어 편리하다. 대표 제품으로 '동물복지 IFF 큐브닭가슴살' 'IFF 한란 불닭볶음육' 'IFF 한란 닭통잡류' 등이 있다.

하림 삼계탕은 24시간 이내에 잡은 닭고기의 신선함과 급속 동결해 깊은 맛을 담았다. 국내산 재료를 달걀과 함께 끓여 진하고 깊은 맛을 냈으며 1994년 출시 이후 30년 넘게 사랑받고

있다. 미국, 일본 등 이어 2024년 국내 최초로 유럽연합(EU) 회원국에도 수출돼 세계적으로 사랑받는 K푸드로 자리 잡았다. 이처럼 하림은 한식의 세계화를 위해 힘쓰고 있다.

전통식품으로 선호하지 않던 닭가슴살

은 이제는 없어서 못 파는 부위가 됐다. 이런 변화의 선두주자로 하림의 냉장 닭가슴살 시리즈가 있다. 2019년 출시 이후 폭발적으로 성장했으며 2022년에는 차별화된 공법을 적용해 더 부드러운 수비드 닭가슴살을 선보여 닭가슴살의 대중화에 앞장섰다. 2024년에는 부드러운 '맛닭가슴살' 시리즈를 내놔다.

하림은 ESG 경영의 일환으로 온실가스 배출 감축, 용수 재활용, 도계 과정에서 발생하는 부산물의 자원화 등 다양한 사업을 추진 중이다. 김경서 기자

콤팩트한 크기 '아이콘 시리즈' ... 주방공간 혁신

정수기 부문

코웨이 정수기

coway

코웨이 정수기가 '2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 정수기 부문에서 1위로 선정됐다.

코웨이는 1989년 설립된 후 30년 넘게 부동의 1위를 고수하고 있는 대한민국 대표 정수기 회사다. 코웨이는 업계 최고 수준의 서비스 경쟁력과 연구개발 역량을 기반으로 혁신을 거듭하며 시장을 선도하고 있다.

아이콘 정수기 등 아이콘 시리즈는 초소형 크기와 뛰어난 위생성, 편의 기능을 겸비해 인기를 끌고 있다. 고객들의 호응 속에 누적 판매 160만 대를 돌파하며 베스트셀러로 자리 잡았다.

아이콘 시리즈는 콤팩트한 크기로 공간 활용도가 뛰어나고 주방 분위기와 취향에 따라 다채로운 색상 선택이 가능해 인테리어를 장식하는 소비자의



이목을 단숨에 집중시켰다. 아이콘 정수기는 가로 18cm의 슬림한 사이즈로 주방 공간의 혁신을 이뤘으며 아이콘 얼음정수기는 기존 전자 얼음정수기 대비 부피를 약 40% 줄였다.

아이콘 시리즈는 편의 기능과 위생성도 획기적으로 강화했다. 100도까지 주출 가능해 물로 끓일 필요 없이 편리하게 온수를 이용할 수 있다. 물이 나오는 파우셋은 손쉽게 분리해 필요 시 세척 가능하며 6시간마다 자외선(UV)으로 살균해 위생성을 높였다.

코웨이는 인공지능(AI) 등 기술 혁신을 더해 고객 만족 서비스를 개선하고 있다. 'AI 스마트 진단 기능'을 통해 기기 상태를 실시간 점검할 수 있으며, 이상 감지 시 스마트 폰으로 해결 방법을 제시해 줘 빠른 조치가 가능하다. 고장이 해결되지 않으면 자동으 고객센터로 연결된다.

디지털 기술을 활용해 정수기 자가 관리가 용이하도록 필터 교체에 관한 모든 것을 알아서 확인해주는 스마트 필터 센싱 기술도 적용했다. 자동으로 필터 수명을 확인해 교체 시기가 지났을 알림을 보내고, 필터 교체가 완료되면 새 필터를 감지해 작동으로 세척해준다.

코웨이 관계자는 "코웨이는 필터 기술력, 엔지니어를 고려한 디자인, 편의 기능을 집약한 제품을 선보여 오랜 기간 고객 신뢰를 유지하고 있다"며 "다양한 소비자 목소리를 반영해 브랜드 경쟁력을 공고히 할 것"이라고 말했다. 김경서 기자

출시 43주년 ... 참치캔 국내 시장 점유율 1위

참치캔 부문

동원참치

동원참치

동원참치가 '2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 참치캔 부문에서 1위로 선정됐다.

참치 하면 누구도 동원참치를 먼저 떠올린다. 동원참치는 1982년 11월 국내에 처음 나온 이후 43년 동안 소비자에게 꾸준히 사랑받고 있다. 많은 신제품이 1년을 버티지 못하고 사라지는 시대에 동원참치는 올해 출시 43주년을 맞았다.

동원그룹 창업주 김재철 명예회장은 '국민에게 양질의 단백질을 공급하겠다'는 일념으로 동원참치를 개발했다. 동원참치는 1980년대 값비싼 고급 식품에서 1990년대 가정집을 통한 편의식품으로, 2000년대 들어서는 건강성을 강조한 건강식품으로 40년 넘게 국내 참치캔 시장 1위 자리를 지켜왔다.



동원참치는 한 해 2억 캔 이상 판매되고 있으며 2014년에는 업계 최초로 누적 판매량 50억 캔을 돌파해 국내 수산캔 시장에서 신기원을 이루었다. 2023년까지 총 판매량 76억 캔을 넘어섰다.

동원F&B는 동원참치 수요 확대를 위해 식문화 트렌드에 맞춰 다양한 신제품을 선보이고 있다. 대표 제품인 '동원참치'는 참치캔으로 맛을 내 별도의 조리 없이 바로 먹기에 좋다.

동원참치가 젊고 트렌디한 이미지를 부여하기 위해 활발한 마케팅 활동

을 벌이고 있다. 미니언즈, 보로로 등 유명 캐릭터와 협업해 다양한 기획 제품은 물론이고 온·오프라인 행사를 선보였다.

광고 역시 빼놓을 수 없다. 조정석과 손나은을 모델로 내세운 '맛의 대참치, 동원참치' 편은 종속적 있는 노래와 따라 하기 쉬운 춤으로 수많은 팬들을 만들었다. 이후 대세 캐릭터 '헬수'를 비롯해 정동원, 2PM 준호, 찬성, 걸그룹 아이브 멤버 안유진을 모델로 발탁하며 MZ세대와 활발하게 소통해 왔다. 지난해 안유진 출연한 광고는 유튜브 누적 조회 수 1300만 회를 넘는 등 화제를 모았다.

기존 고객층의 탄탄한 로열티에 MZ 세대의 호응이 더해져 동원참치는 기존 70%를 웃돌던 국내 참치캔 시장 점유율이 80%를 넘어섰다. 1등 자리를 굳건히 다지고 있다. 김경서 기자

