



1 롯데면세점은 K콘텐츠를 활용한 관광객 유치 등을 통해 글로벌 시장 공략에 나서고 있다. 사진은 롯데면세점 전경.  
2 'LX Z:IN' 청호 뷰프레임'은 '베젤리스' 디자인을 도입했다. 사진은 '뷰프레임'이 적용된 거실의 전경.  
3 에스원은 40여 년간 지속적인 기술 개발과 전문 인력 양성으로 보안·건물관리·SI(시스템 통합) 솔루션 등 다양한 보안 서비스를 제공하고 있다.  
4 신한금융그룹은 슈퍼앱 '신한 슈퍼SOL'의 디지털 플랫폼 경쟁력 강화를 위한 혁신을 이어가고 있다. 사진은 신한금융그룹 전경.

## 잘 키운 브랜드, 어려울수록 빛난다

### 제27차 한국산업의 브랜드파워

국내외 경제 불확실성 커지자  
‘잘못된 소비 선택’ 줄이기 위해  
이미 검증된 브랜드로 선택 몰려  
1위 브랜드들, AI 적극 도입하고  
실질적 가치 제공하며 만족도 높여

한국능률협회컨설팅(KMAC·대표이사 사장 한수현)은 “2025년도 제27차 한국산업의 브랜드파워(이하 K-BPI) 조사 결과를 25일 발표한다. ‘한국산업의 브랜드파워’는 KMAC가 지난 1999년 국내 최초로 개발한 브랜드 관리 모델로, 대한민국 소비생활을 대표하는 각 산업의 제품·서비스부터 기업의 브랜드 경쟁력까지 측정하는 지수(指數)다. 올해는 △소비재 92개 △서비스재 86개 △내구재 54개 △스페셜 이슈 2개 등 총 234개 산업군(群)을 조사했다. ◇브랜드 생존법이 바뀐다! ‘AI’ 가 곧 브랜드

올해 K-BPI 주요 특징은 네 가지로 요약된다. 첫째, 브랜드 생존법이 바뀌었다. 최근 대한민국 브랜드의 공통적인 현상은 ‘AI(인공지능)’ 기술로 브랜드의 선도성을 강화하는 것이다. 대표적으로 냉장고(삼 성 BESPOKE), 에어컨(LG WHISEN) 등 필수 생활가전에 사용자 친화적 AI 기술이 접목된 브랜드들이 소비자 선택을 받았다. 카카오는 오픈AI와 협업하고, KT는 마이크로소프트(MS)와 협조해 ‘선도성 강화’에 주력하고 있다. 3년 연속 ‘중고거래 플랫폼 부문’ 1위에 선정된 당근은 사진만 올리면 게시글의 제목·제품사양·적정가격을 자동으로 업로드해 주는 AI 포스팅을 도입했다. ‘뷰티플랫폼 부문’에서 7년 연속 정상을 차지한 올리브영은 AI 기술로 맞춤형 상품

구성 및 프로모션을 제공하고 있다.

둘째, 최신 트렌드를 반영한 브랜드들이 두각을 나타냈다. 올해는 새롭게 ‘디지털 관련 산업’ 분야 조사가 이뤄졌다. 주거생활의 편의를 높이는 홈플랫폼 분야에서는 삼성물산 ‘홈닉(Homeniq)’이 처음 선정됐다. 또한 △인터넷 전문은행 ‘카카오뱅크’ △모빌리티 ‘카카오T’ △가상자산 거래소 ‘업비트(Upbit)’ 등도 각각 ‘신규 1위’에 올랐다. 건강 관련 산업에서는 △환자 영양식 ‘뉴케어(대 상 웰라이프)’ △여성 유산균 ‘락토피(생유산균 이브)’이 각각 ‘신규 1위’에 선정됐다. 디지털 시장 개척이 각 브랜드에 새로운 기회를 제공하면서도 더욱 세분된 시장으로 확장되는 흐름을 보여 주고 있다.

셋째, 기존 선두 업체들은 브랜드 파워를 강화해 시장을 확장하고 있다. K-BPI 조사에 따르면, 기존의 파워 브랜드들이 시장 지배력을 지속적으로 확장하고 있으며, 소비자들 역시 이 브랜드들을 ‘시장 넘버원’으로 인식하고 있었다. 가전 부문에서는 LG전자와 삼성전자가 오랫동안 브랜드 확장 전략을 펼쳐왔으며, 호텔 부문에서는 신라호텔이 비즈니스 호텔 브랜드인 신라스테이를 통해 브랜드 파워를 강화하고 있다. SK는 정유 산업에서 주유소·엔진오일·자동차 관리 서비스까지 사업 영역을 확장하고 있다. 삼성물산은 새롭게 론칭한 홈플랫폼 ‘홈닉’을 레미안 및 이외 단지까지 확대 적용하고 있다.

넷째, ‘넘버원 브랜드’는 위기 속에서 더 빛난다. 올해 조사 결과, 1위 브랜드 경쟁력이 강화되면서 소비자 신뢰 또한 1위 브랜드로 더 집중되는 경향을 보였다. 올해 ‘역전 산업’은 21개(8.9%)로, 최근 5년간 가장 낮은 수준을 기록했다. 국내외 경제 불확실성이 커지는 상황에서 ‘강력한 브랜드’의 중요성이 뚜렷해진 것이다. 경기 침체 시

소비자들은 ‘잘못된 소비 선택’을 줄이기 위해 이미 검증된 브랜드에 집중하는 경향이 강해진다. ◇2025 K-BPI 제언: “시장 변화에 선제적으로 대응하라”

K-BPI는 1999년 첫 조사를 시작한 대한민국 대표 브랜드 지표로, 브랜드 진단의 기준 역할을 하고 있다. 2025 K-BPI 강화를 위한 제언은 다음과 같다.

첫째, K-BPI 데이터를 활용하면 소비자가 브랜드에 대해 어떤 인식을 갖고 있는지 객관적으로 평가할 수 있다. 소비자들 응답 데이터를 활용해 브랜드의 시장 내 위치를 파악할 수 있으며, 소비자 충성도와 브랜드 연상 이미지까지 종합적으로 분석할 수 있다. 주요 경쟁 브랜드와 비교를 통해 강점과 약점 또한 보다 명확하게 파악할 수 있다.

둘째, 전문가 의견과 연구를 적극적으로 활용해 브랜드의 방향성을 명확히 설정할 수 있다. 학계·업계 전문가의 연구 자료와 인터뷰에서 경영 통찰력을 얻고, 장기 전략 수립에 도움 받을 수도 있다.

셋째, 온라인 소비자 의견을 면밀히 관찰해 변화하는 트렌드를 실시간 반영할 수 있다. K-BPI 데이터 중심으로 다양한 트렌드를 분석하면 온·오프라인 소비자에 대해 더 깊이 알 수 있고, 시장 환경 변화에 선제적으로 대응할 수 있다. 각 브랜드들이 어떻게 소비자들과 끈끈한 관계를 형성하는지 파악해 지속 가능한 성장 기반까지 마련할 수 있다.

이기동 KMAC 사업가치진단본부장은 “올해 조사 결과는 경제 불확실성 속에서 1위 브랜드 지배력이 강화되면서 브랜드 양극화 또한 심화되고 있음을 보여준다”며 “지열한 경쟁 환경에서 지속 가능한 성장을 이루기 위해서는 소비자 중심의 실질적 가치 제공과 데이터 기반의 과학적 브랜드 관리가 필수적”이라고 강조했다.

문미영 객원기자

### 2025년 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사 주요 1위 브랜드

#### ■ 소비재 산업

| 산업명      | 기업명           | 1위 브랜드       |
|----------|---------------|--------------|
| 가공우유     | 빙그레           | 빙그레 바나나맛 우유  |
| 감기약      | 동아제약          | 판피린          |
| 건강식품     | KGC인삼공사       | 정관장          |
| 국산맥주     | 오비맥주          | 카스           |
| 김치       | 대상            | 중가           |
| 남성정장구두   | 금강            | 금강           |
| 냉장/냉동육   | 하림            | 하림           |
| 농산물브랜드   | 여주시농협조합공동사업법인 | 대왕남표 여주쌀     |
| 단백질보충제   | 일동후디스         | 하이문          |
| 담배       | KT&G          | ESSE         |
| 두유       | 정식품           | 배지밀          |
| 떠먹는 요구르트 | 빙그레           | 요플레          |
| 민감성스킨케어  | 네오팜           | 아토팜          |
| 밀폐용기     | 락앤락           | 락앤락          |
| 벽지       | LX하우시스        | LX Z:IN 벽지   |
| 비타민      | 종근당건강         | 아임비타(종근당건강)  |
| 상차/홍터치로제 | 동국제약          | 마데카솔         |
| 생수       | 제주특별자치도개발공사   | 제주산다수        |
| 세탁세제     | 라이온코리아        | 비트           |
| 소염진통제    | 신신제약          | 신신파스 아렉스     |
| 소화제      | 동화약품          | 까스활명수·큐      |
| 수산물공식품   | 삼진식품          | 삼진어묵         |
| 수입맥주     | 하이네켄코리아       | 하이네켄         |
| 식용유      | 사조대림          | 해표 식용유       |
| 아이스크림    | 해태아이스크림       | 부리보콘         |
| 애슬레지웨어   | 안다르           | 안다르          |
| 언더웨어/란제리 | 신영와코루         | 비너스          |
| 엔진오일     | SK엔유브         | ZIC          |
| 여성유산균    | 종근당건강         | 락토피(생유산균 이브) |
| 요소수      | 롯데정밀화학        | 유룩스          |
| 유산균제품    | 종근당건강         | 락토피          |
| 자양강장제    | 동아제약          | 박카스          |
| 조미김      | 동원F&B         | 동원 양반김       |
| 종합문구     | 모닝글로리         | 모닝글로리        |
| 종합영양제    | 일동제약          | 아로나민         |
| 주방용품     | 락앤락           | 락앤락          |
| 주스       | 롯데칠성음료        | 델몬트          |
| 죽식밥      | CJ제일제당        | 햇반           |
| 죽식죽      | 동원F&B         | 동원 양반죽       |
| 참치캔      | 동원F&B         | 동원참치         |
| 축산물브랜드   | 황성축산업협동조합     | 황성축협한우       |
| 치약       | 애경산업          | 덴탈크리닉2080    |
| 친환경페인트   | (주)케이씨씨       | KCC 페인트 숲으로  |
| 치솔       | 애경산업          | 덴탈크리닉2080    |
| 탈모치료제    | 동국제약          | 판시딜          |
| 펫푸드      | 동원F&B         | 동원 뉴트리플랜     |
| 학생교복     | 스마트에프앤디       | 스마트학생복       |
| 홈패션      | 이브자리          | 이브자리         |
| 환자영양식    | 대상웰라이프        | 뉴케어(대상 웰라이프) |
| 휘발유      | SK에너지         | SK엔크린        |

#### ■ 내구재 산업

| 산업명          | 기업명         | 1위 브랜드        |
|--------------|-------------|---------------|
| 스피커          | 케이티         | KT 기가 지니      |
| TV           | LG전자        | LG TV         |
| 가스레인지        | 린나이코리아      | 린나이           |
| 가정용바닥재       | LX하우시스      | LX Z:IN 바닥재   |
| 가정용모일러       | 귀뚜라미        | 귀뚜라미모일러       |
| 가정용세습기       | LG전자        | LG WHISEN 세습기 |
| 공기청정기        | 코웨이         | 코웨이 공기청정기     |
| 국산승용차        | 현대자동차       | 제네시스          |
| 김치냉장고        | 위니아         | 딤채            |
| 내비게이션        | 팅크웨어        | 팅크웨어 아이나비     |
| 냉장고          | 삼성전자        | 삼성 BESPOKE    |
| 노트북컴퓨터       | LG전자        | LG 그램         |
| 드럼세탁기        | LG전자        | LG TROMM      |
| 디지털도어락       | 아사아블로이코리아   | 게이트맨          |
| 모터사이클        | 혼다코리아       | 혼다 모터사이클      |
| 블랙박스         | 팅크웨어        | 팅크웨어 아이나비     |
| 블루투스이어폰      | 삼성전자        | 갤럭시 버즈        |
| 비데           | 코웨이         | 코웨이 톨루 비데     |
| 사무용복합기       | 신도리코        | 신도리코          |
| 수입승용차        | 메르세데스-벤츠코리아 | 벤츠            |
| 스마트워치/밴드     | 삼성전자        | 삼성 갤럭시워치      |
| 스마트홈 네트워크시스템 | 현대HT        | HT            |

|              |             |                 |
|--------------|-------------|-----------------|
| 승용차타이어       | 한국타이어앤테크놀로지 | 한국타이어           |
| 식기세척기        | LG전자        | LG DIOS         |
| 에어컨          | LG전자        | LG WHISEN       |
| 엘리베이터        | 현대엘리베이터     | 현대엘리베이터         |
| 육실리모텔링       | 대림비엔코       | 대림 바스&카친        |
| 육실위생도기       | 대림비엔코       | 대림바스            |
| 음식물처리기       | 스마트카라       | 스마트카라           |
| 의류건조기        | LG전자        | LG TROMM 건조기    |
| 의류관리기        | LG전자        | LG TROMM styler |
| 임플란트         | 오스템임플란트     | 오스템             |
| 자동차배터리       | 세방전지(주)     | 로게트배터리          |
| 전기자동차        | 현대자동차       | 현대 아이오닉(5.6)    |
| 정수기          | 코웨이         | 코웨이 정수기         |
| 청문형에어컨       | 삼성전자        | 삼성 원도우핏         |
| 청호제          | LX하우시스      | LX Z:IN 청호      |
| 청소기          | LG전자        | LG 청소기          |
| 침대           | 에이스침대       | 에이스침대           |
| 헬스케어 (척추요리기) | 세라젠         | 세라젠             |

| 산업명        | 기업명        | 1위 브랜드        |
|------------|------------|---------------|
| IPTV       | 케이티        | 지니 TV         |
| 가상자산거래소    | 두나무        | 업비트(Upbit)    |
| 간편결제서비스    | 신한카드       | 신한 SOL페이      |
| 건강증진센터     | 서울아산병원     | 서울아산병원 건강증진센터 |
| 금융지주(그룹)   | 신한금융지주(그룹) | 신한금융그룹        |
| 다이렉트 자동차보험 | 현대해상화재보험   | 현대해상다이렉트      |
| 대형할인점      | 이마트        | 이마트           |
| 도시가스       | 서울도시가스     | 서울도시가스        |
| 렌터카        | 롯데렌탈       | 롯데렌터카         |
| 리빙SPA      | 엠에이치엔코     | 모던하우스         |
| 면세점        | 롯데면세점      | 롯데면세점         |
| 방범보안서비스    | 에스원        | 에스원           |
| 백화점        | 롯데쇼핑       | 롯데백화점         |
| 베이커리       | 파리크라상      | 파리바게트         |
| 부동산전문정보    | 직방         | 직방            |
| 브랜드치킨전문점   | 교촌치킨       | 교촌치킨          |
| 브랜드학원      | 종로엠스쿨      | 종로엠스쿨         |
| 비즈니스호텔     | 신라에이치엠     | 신라스테이         |
| 사이버대학      | 경희사이버대학교   | 경희사이버대학교      |
| 생명보험       | 삼성생명       | 삼성생명          |
| 신용카드       | 신한카드       | 신한카드          |
| 아르바이트 전문포털 | 잡코리아       | 알바몬           |
| 아파트        | 삼성물산 건설부문  | 레미안           |
| 여행사        | 하나투어       | 하나투어          |
| 오픈마켓       | 쿠팡         | 쿠팡            |
| 온라인외국어학원   | 와이비엠넷      | YBM넷          |
| 외국어학원      | 와이비엠에듀     | YBM어학원        |
| 유아교육서비스    | 대교         | 대교 눈높이        |

|            |             |                   |
|------------|-------------|-------------------|
| 은퇴설계 금융서비스 | 하나은행        | 하나 연금닥터           |
| 은행         | 신한은행        | 신한은행              |
| 이동통신서비스    | 케이티         | KT                |
| 자동차관리      | SK스피드메이트    | 스피드메이트            |
| 장기보험       | 현대해상화재보험    | 현대해상              |
| 종합병원       | 서울대학교병원     | 서울대학교병원           |
| 주유소        | SK에너지       | SK주유소             |
| 중고등교재      | 좋은책신사고      | 좋은책신사고            |
| 증권회사       | 삼성증권        | 삼성증권              |
| 지방은행       | 광주은행        | 광주은행              |
| 체크카드       | KB국민카드      | KB국민카드            |
| 초고속인터넷     | 케이티         | KT 기가 인터넷         |
| 초등교육서비스    | 대교          | 대교 눈높이            |
| 취업전문포털     | 잡코리아        | 잡코리아              |
| 타이어전문점     | 한국타이어앤테크놀로지 | 티스테이션(T 'Station) |
| 택배서비스      | 우정사업본부      | 우체국소포             |
| 테마파크       | 롯데월드 어드벤처   | 롯데월드 어드벤처         |
| 패밀리레스토랑    | CJ푸드빌       | 빔스                |
| 패션주얼리전문점   | HON         | 미니골드              |
| 패스트푸드점     | 롯데지알에스      | 롯데리아              |
| 펫보험        | 메리츠화재       | 펫포인트(메리츠화재)       |
| 편의점        | 비지오프리테일     | CU                |
| 프라이빗뱅킹     | 신한은행        | 신한 Premier        |
| 한방병원       | 경희대학교한방병원   | 경희대 한방병원          |
| 항공(FSC)    | 대한항공        | 대한항공              |
| 헤어&뷰티브랜드   | 존오뷰티        | 존오헤어              |
| 호텔         | 호텔신라        | 호텔호텔              |
| 홈플랫폼       | 삼성물산 건설부문   | 홈닉(Homeniq)       |

#### ■ 스페셜 이슈 산업

| 산업     | 기업명  | 1위 브랜드   |
|--------|------|----------|
| 착한브랜드  | 신한카드 | 신한카드 아름스 |
| NGO브랜드 | 월드비전 | 월드비전     |

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

### K-BPI 어떻게 조사했나?

올해 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사는 지난해 10월 초부터 지난 1월 중순까지 3개월 넘게 진행됐다. 서울특별시와 6대 광역시(부산·대구·광주·울산·대전·인천)에 거주하는 만 15세 이상 만 60세 미만 남녀 소비자 1만2800명을 ‘일대일 개별 면접 방식’으로 조사했다. 조사 지역과 대상은 통계청의 인구주택총조사 결과를 기준으로 인구 비례에 따라 배분했다. 조사는 각 브랜드의 △시장 점유율 △회원 가입자 수 △판매량 등과 상관없이, 각 산업 내 모든 브랜드를 조사했다.

K-BPI 총점은 각 산업 내 인지된 모든 브랜드를 조사 대상으로 삼아 브랜드 ‘인지도’와 ‘로열티’를 바탕으로 1000점 만점 기준으로 산출했다.



2025년 제27차 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사 234개 산업별 1~3위 브랜드

| 역전 산업별 상위 1~3위 브랜드 |          |            |                      |                      |                        |                      |              |
|--------------------|----------|------------|----------------------|----------------------|------------------------|----------------------|--------------|
| 대분류                | 중분류      | 산업명        | 기업명                  | 1위 브랜드               | 2위 브랜드                 | 3위 브랜드               |              |
| 소비재                | 생활용품     | 헤어케어       | 아모레퍼시픽               | 미쟈센(438.0)           | 케라시스(408.1)            | 엘라스틴(395.5)          |              |
|                    | 식품일반     | 농산물브랜드     | 여주사랑농협<br>공동사업법인     | 대항남표 여주쌀(405.9)      | 임금남표이천(384.7)          | 철원 모대쌀(374.3)        |              |
|                    |          | 분유         | 매일유업                 | 매일 멸균루트(495.5)       | 일동후디스 트루맘(456.2)       | 남양 일페리얼 XO(428.2)    |              |
|                    |          | 유음료/주류     | 수입맥주                 | 하이네켄코리아              | 하이네켄(544.8)            | 호가든(404.7)           | 버드와이저(404.7) |
|                    | 패션용품     | SPA 브랜드    | 에프알엘코리아              | UNIQLO(581.3)        | ZARA(449.6)            | SPA0(421.5)          |              |
|                    |          | 아웃도어       | 영월아웃도어               | 노스페이스(500.2)         | 코오롱스포츠(493.4)          | 네파(473.5)            |              |
|                    |          | 여성의류       | 한신                   | SYSTEM(394.9)        | 미인(330.6)              | 잇미사(321.0)           |              |
| 내구재                | 가정/사무/일반 | 가정용바닥재     | LX하우시스               | LX Z-IN 바닥재(563.6)   | 홈씨어 인테리어 바닥재(546.7)    | 이건 마루(389.3)         |              |
|                    | 생활가전     | TV         | LG전자                 | LG TV(777.3)         | 삼성 TV(739.2)           | 위니아(325.6)           |              |
|                    |          | 가정용세탁기     | LG전자                 | LG WHISEN 세탁기(616.0) | 위너스 뽀송(524.1)          | 코웨이 제습기(464.5)       |              |
|                    | 주방가전     | 식기세척기      | LG전자                 | LG DIOS(586.9)       | 삼성 키친핏(433.5)          | 월플(241.2)            |              |
|                    | 도소매/유통   | 대형슈퍼마켓     | 이마트                  | 이마트 에브리데이(521.3)     | 롯데슈퍼(368.7)            | GS THE FRESH(354.9)  |              |
|                    |          | 백화점        | 롯데쇼핑                 | 롯데백화점(752.0)         | 신세계백화점(575.1)          | 현대백화점(455.6)         |              |
|                    | 서비스일반    | 인터넷 서점     | 에스이샵사                | 에스24(606.7)          | 알라딘(553.3)             | 교보문고(472.7)          |              |
| 고속버스               |          | 금호익스프레스    | 금호고속(525.7)          | 중앙고속(516.0)          | 천일고속(510.7)            |                      |              |
| 서비스재               | 택배서비스    | 우정사업본부     | 우체국소포(591.2)         | CJ대한통운택배(575.5)      | 한진택배(513.3)            |                      |              |
|                    | 온라인게임    | 크래프톤       | PUBG : 배틀그라운드(433.8) | 피파모바일(387.5)         | 원신(372.5)              |                      |              |
|                    | 온라인/플랫폼  | 종합숙박 예약플랫폼 | 여가어머파티니              | 여가어머(622.4)          | 아놀자(611.4)             | 아고다(424.3)           |              |
|                    | 자동차플랫폼   | 엔카닷컴       | 엔카(499.6)            | 케이카(Kcar)(461.3)     | KB차차차(450.4)           |                      |              |
|                    | 이동통신서비스  | 케이티        | KT(702.4)            | SK텔레콤(682.6)         | LG U+ (430.2)          |                      |              |
|                    | 통신       | 알뜰폰(MVNO)  | SK텔레콤                | 세븐모바일 (SK텔레콤)(495.4) | 헬로모바일 (LG헬로모바일)(446.6) | M모바일 (KT엠오바일)(411.5) |              |

| 신규 조사 산업별 상위 1~3위 브랜드 |       |              |                      |                       |                    |
|-----------------------|-------|--------------|----------------------|-----------------------|--------------------|
| 대분류                   | 산업명   | 기업명          | 1위 브랜드               | 2위 브랜드                | 3위 브랜드             |
| 소비재                   | 스포츠웨어 | 나이키코리아       | 나이키(669.0)           | 아디다스(508.6)           | 뉴발란스(468.2)        |
|                       | 여성유산균 | 종근당건강        | 락토핏 (성유산균 이브)(510.5) | 비비렘 (프로바이오틱스W)(438.3) | 유한양행(엘레나)(381.0)   |
|                       |       | 위장기능(짜림은현탁액) | 보령컨슈머헬스케어            | 겔포스(825.5)            | 게바스콘(379.8)        |
|                       | 한자영양식 | 대상웰라이프       | 뉴케어 (대상 웰라이프)(696.4) | 그린비어(정식품)(369.8)      | 마이케어(인산가)(318.2)   |
|                       |       | 로봇청소기        | LG전자                 | LG 코드레오(640.5)        | 로보박(532.1)         |
|                       | 내구재   | 전기자동차        | 현대                   | 아이오닉(5. 6)(556.2)     | 테슬라(529.6)         |
|                       |       | 가상자산거래소      | 두나무                  | 업비트(UPbit)(727.8)     | 빗썸(bithumb)(514.6) |
|                       | 서비스재  | 모빌리티(택시)     | 카카오모빌리티              | 카카오T(807.2)           | 우터(우바)(310.4)      |
|                       |       | 인터넷전문은행      | 카카오뱅크                | 카카오뱅크(794.6)          | 토스뱅크(471.4)        |
|                       |       | 홈플러스         | 삼성물산 건설부문            | 홈플러스(Homena)(443.8)   | 하이오터(Hi-oT)(336.1) |

2025년 제27차 K-BPI 주요 산업별 1~3위 브랜드

| 소비재 산업(92개) |             |                   |                         |                          |                            |                             |
|-------------|-------------|-------------------|-------------------------|--------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| 중분류         | 산업명         | 1위 연속연수           | 기업명                     | 1위 브랜드                   | 2위 브랜드                     | 3위 브랜드                      |
| 생활용품        | 생리대         | 25                | 유한킴벌리                   | 화이트(596.2)               | 홍은느낌(585.8)                | 순수한민(360.9)                 |
|             | 세탁세제        | 24                | 리얼리온코리아                 | 비트(558.6)                | 피슬(460.8)                  | 다우니(435.2)                  |
|             | 밀폐용기        | 22                | 락앤락                     | 락앤락(748.2)               | 지파락(440.9)                 | 지파락(376.1)                  |
|             | 차약          | 21                | 애경산업                    | 덴탈리온D2080(597.3)         | 페이코(521.0)                 | 알메이(379.9)                  |
|             | 바디케어        | 17                | 아모레퍼시픽                  | 헤파바스(449.7)              | 뉴트로지나(429.0)               | 도브(393.8)                   |
|             | 치솔          | 13                | 애경산업                    | 덴탈리온D2080(573.0)         | 오랄-B치솔(518.0)              | 페이코치솔(429.4)                |
|             | 주방용품        | 9                 | 락앤락                     | 락앤락(590.0)               | 해비락(462.6)                 | 태팔(411.8)                   |
|             | 구강청결제       | 5                 | 동아제약                    | 가그린(835.9)               | 2080 가글(357.2)             | 리스타린(332.7)                 |
|             | 청소세제        | 4                 | 유한양행                    | 유한락스(672.5)              | 홈스타(361.8)                 | 브레코(Bref)(356.6)            |
|             | 탈모샴푸        | 4                 | TS트릴론                   | TS샴푸(668.4)              | 러(로)(423.5)                | 닥터포헤어(325.1)                |
|             | 섬유유연제       | 2                 | 한국P&G<br>(한국편지)         | 다우니(639.6)               | 피온(573.6)                  | 사프린(555.6)                  |
|             | 헤어케어        | 1(역전)             | 아모레퍼시픽                  | 미쟈센(438.0)               | 케라시스(408.1)                | 엘라스틴(395.5)                 |
|             | 가거귀         | 27                | 유한킴벌리                   | 하기사(813.4)               | 보슬이(414.9)                 | 캠파스(296.5)                  |
|             | 연진오일        | 27                | SK엔부브                   | ZIC(686.0)               | Kiox(427.9)                | Mobil 1(395.9)              |
|             | 취발유         | 27                | SK에너지                   | SK엔크린(639.9)             | Kiox(482.3)                | 현대오일뱅크<br>취발유(331.2)        |
| 소비재 기타      | 종합문구        | 25                | 모닝글로리                   | 모닝글로리(611.2)             | 아트박스(476.8)                | 히트랙스<br>(Hot Tracks)(326.1) |
|             | 벽지          | 21                | LX하우시스                  | LX Z-IN 벽지(674.5)        | 신한 벽지(487.5)               | 개나리 벽지(402.0)               |
|             | 민감성<br>스킨케어 | 19                | 네오밤                     | 아토타(544.3)               | 그린팡키(408.4)                | 피조겔(354.8)                  |
|             | 담배          | 18                | KT&G                    | ESSE(541.2)              | 덴필(454.6)                  | 더원(THE ONE)(355.6)          |
|             | 종합영양제       | 12                | 일동제약                    | 아로나인(583.5)              | 셀투스(497.4)                 | 바쿠스(364.5)                  |
|             | 요수스         | 7                 | 롯데정밀화학                  | 유록스(702.0)               | 블루원(339.5)                 | 오트스(331.4)                  |
|             | 친환경<br>페인트  | 7                 | (주)케이씨씨                 | KCC 페인트<br>솔로(700.9)     | 순수수(노루페인트)(336.3)          | 홈엔(334.4)                   |
|             | 캠핑전문<br>브랜드 | 7                 | 코오롱인더스트리<br>FNC부문       | 코오롱스포츠(610.9)            | 코베아(480.8)                 | 바발로(372.5)                  |
|             | 펫푸드         | 7                 | 동원F&B                   | 동원 뉴트리플랜(471.3)          | 나우(now)(381.1)             | 하림 더리얼(377.8)               |
|             | 남성화장품       | 6                 | 아모레퍼시픽                  | 오트세이(477.1)              | 우르스(437.2)                 | 보닌(374.2)                   |
|             | 여성화장품       | 6                 | 아모레퍼시픽                  | 헤라(527.2)                | 설화수(490.5)                 | 사헬(411.8)                   |
|             | 신나이어거귀      | 5                 | 유한킴벌리                   | 디랜드(776.9)               | 이저스(319.7)                 | 정성(273.0)                   |
|             | 유산균제품       | 5                 | 종근당건강                   | 락토핏(646.9)               | 듀오락(416.7)                 | BYO유산균<br>(C.제일제당)(354.8)   |
|             | 자동차용품       | 3                 | 볼스원                     | 볼스원(866.6)               | 소낙스(329.5)                 | 취원(228.7)                   |
|             | 비타민         | 2                 | 종근당건강                   | 아임비타<br>(종근당건강)(515.8)   | 멀티비타민 이윤샷<br>(고려인더)(448.8) | 오소물 이윤<br>(동아제약)(446.5)     |
| 여성유산균       | 1(신규)       | 종근당건강             | 락토핏<br>(성유산균 이브)(510.5) | 비비렘<br>(프로바이오틱스W)(438.3) | 유한양행(엘레나)(381.0)           |                             |
| 식품일반        | 과자          | 26                | 농심                      | 새우깡(453.8)               | 프림글(409.4)                 | 빼빼도(406.9)                  |
|             | 국물라면        | 26                | 농심                      | 신라면(696.4)               | 진라면(412.9)                 | 너구리(375.4)                  |
|             | 식용유         | 26                | 사조대림                    | 해표 식용유(633.5)            | 백설 식용유(535.0)              | 청정원 식용유(413.2)              |
|             | 참치캔         | 26                | 동원F&B                   | 동원참치(778.6)              | 사조참치(573.4)                | 오뚜기 참치(388.5)               |
|             | 김치          | 25                | 대성                      | 종가(683.7)                | 비비고 김치(522.1)              | 농림 아름참치(367.6)              |
|             | 냉장/냉동육      | 23                | 하림                      | 하림(671.1)                | 목우촌(587.0)                 | 마니카(345.2)                  |
|             | 건강식품        | 19                | KGC인삼공사                 | 정관정(688.5)               | 한삼인(374.8)                 | 센트록(325.8)                  |
|             | 축산물<br>브랜드  | 19                | 형성축산업<br>협동조합           | 형성축협한우(581.9)            | 장수한우(335.0)                | 안동한우(317.3)                 |
|             | 조미김         | 14                | 동원F&B                   | 동원 양반김(684.1)            | 광진김(458.4)                 | 지도표<br>채래식상경김(337.9)        |
|             | 자연조미료       | 11                | 샘표                      | 연두(649.6)                | 맛선생(567.4)                 | 산들애(524.6)                  |
|             | 즉석밥         | 6                 | CJ제일제당                  | 햇반(734.1)                | 맛있는 오뚜기밥(573.3)            | 센국(342.4)                   |
|             | 즉석국         | 6                 | 동원F&B                   | 동원 양반국(635.4)            | 비비고 즉석국(471.8)             | 아침엔 반죽(470.1)               |
|             | 냉동만두        | 5                 | CJ제일제당                  | 비비고 만두(659.7)            | 해태제과 고향만두(504.9)           | 백설 만두(443.1)                |
|             | 수산가공<br>식품  | 5                 | 삼진식품                    | 삼진어묵(626.5)              | 삼호어묵(457.9)                | 고려사어묵(387.8)                |
|             | 장류          | 4                 | CJ제일제당                  | 해찬들(644.7)               | 청정원(593.5)                 | 해표 순창국(376.1)               |
| 즉석국         | 4           | CJ제일제당            | 비비고 즉석국(687.3)          | 오뚜기 즉석국(534.5)           | 동원 양반(366.8)               |                             |
| 비빔/<br>볶음라면 | 3           | 팔도                | 팔도비빔면(628.7)            | 짜짜게티(584.0)              | 불닭볶음면(404.4)               |                             |
| 숙취해소        | 3           | HK이노엔             | 컨디션(666.3)              | 여명808(517.8)             | 개수광(375.5)                 |                             |
| 아이스크림       | 3           | 해태아이스크림           | 부리보몬(470.7)             | 메로나(439.7)               | 구구권(345.4)                 |                             |
| 농산물브랜드      | 1(역전)       | 아주신농협조합<br>공동사업법인 | 대당남표 어주쌀(405.9)         | 임금남표이현(384.7)            | 철원 오대쌀(374.3)              |                             |
| 분유          | 1(역전)       | 매일유업              | 매일 멸균분유(495.5)          | 일동메디스 트루맘(456.2)         | 남양 임례리향 XO(428.2)          |                             |
| 환자영양식       | 1(신규)       | 대상헬리퍼프            | 대개<br>헬리퍼프(696.4)       | 그린리퍼(정식품)(369.8)         | 마이케어(인산식)(318.2)           |                             |



## 외국인 단체관광객 적극 유치… 면세시장 선도



롯데면세점이 ‘2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)’ 조사에서 면세점 부문 1위로 선정됐다.

롯데면세점은 본업 경쟁력을 앞세워 외국인 단체관광객 유치에 박차를 가하고 있다. 특히 3월 한 달 동안 대만과 중국 단체관광객들이 롯데면세점을 많이 찾으며, 면세 시장 정상화의 신호탄을 쏘아 올렸다.

이달 초 대만 암웨이그룹 임직원 1200여 명이 서울·인천·강원도 주요 관광지를 방문했는데, 면세점 쇼핑은 롯데면세점에서만 진행했다. 롯데면세점은 이들을 위해 환영 플래카드를 준비하고, 여행용 파우치 세트(6종)를 제공했다. 방문객들은 논픽션·탐버린스 등 국산 화장품과 K푸드 제품에 높은 관심을 보였다.

지난 2일에는 부산 롯데면세점에 대형 크루즈를 타고 온 중국 단체관광객 3000여 명이 몰렸다. 이들은 상하이를 출발



롯데면세점 제공  
롯데면세점은 대만 암웨이그룹 임직원들과 중국 크루즈 단체관광객 방문 등으로 3월에만 5000여 명의 외국인 단체관광객을 유치했다. 사진은 지난 3일 서울시 중구 롯데면세점 명동본점을 방문한 대만 암웨이그룹 임직원들.

해 부산항에 입항한 뒤 자갈치시장과 롯데면세점 부산점을 방문한 후 일본 후쿠오카로 이동했다. 롯데면세점은 앞으로 매월 최소 1만~2만 명의 외국인 단체관광객을 유치해 면세 시장 활성화에 나설 계획이다.

롯데면세점은 지난 1월 마케팅 부문을 신설하고, 산하에 그룹투어(GT·Group Tour)팀·외국인 개별관광객(FTF)팀·커뮤니케이션팀을 배치해 고객 세분화 전략을 강화했다. 이를 통해 단체관광객 뿐만 아니라 개별 관광객(FTT)과 VIP 고객 대상으로 맞춤형 마케팅을 진행하고 있다. 또한, MICE(기업회의·포상관광·컨벤션·전시회) 행사 및 인센티브 단체

관광객 유치로 매출과 수익성 확대를 동시에 꾀한다는 방침이다.

외국인 단체관광객 유치 활동도 활발하다. 롯데면세점은 지난달 말 중국·일본·동남아 지역의 주요 여행사 및 관광 통역사를 초청해 행사를 열었다. 또한 K콘텐츠를 활용한 관광객 유치, 해외 유명 여행박람회 참가, 면세점 홍보 활동 등을 전개하며 글로벌 시장 공략에 나서고 있다.

김동하 롯데면세점 대표이사는 “롯데면세점은 45년간 쌓아온 면세업 경쟁력을 바탕으로 외국인 관광객 유치에 적극 나설 것”이라며 “단순 쇼핑을 넘어 여행의 만족도를 높이는 다양한 프로그램을 운영하겠다”고 말했다.

## 창틀 최소화한 ‘뷰프레임’으로 더 탁트인 뷰 제공



LX하우시스의 ‘LX Z:IN(LX 지인) 창호’가 ‘2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 창호재 부문’ 1위로 선정됐다. LX Z:IN 창호는 이로써 국내 창호 브랜드 역대 최다인 19회 1위 선정을 기록했다. 단열·기밀 등 창호의 기본 성능 강화는 물론, 지속적인 신제품 출시와 리뉴얼을 통한 품질 업그레이드가 주요 요인으로 꼽힌다.

‘LX Z:IN 창호 뷰프레임’은 소비자들 사이에서 높은 관심을 받고 있는 LX하우시스의 대표 창호 제품이다. ‘뷰프레임’은 기존보다 슬림해진 창호 프레임(창짝+창틀)으로 더 넓어진 뷰를 제공한다. 이는 실리콘에 쉽게 생기는 곰팡이 걱정을 없애고, 깔끔한 외관까지 구현했다. ‘뷰프레임’은 창호의 기본 색상인 우드·그레이 계열 컬러 8종을 비롯해 화이트 컬러 5종도 함께 선보였다. 이에 따라 최근 주거 공간 인테리어로 가장 인기를 끌고 있는 감각적인



LX하우시스 제공  
LX하우시스의 ‘LX Z:IN 창호 뷰프레임’은 창틀이 거의 보이지 않아 더욱 탁 트인 뷰를 제공한다는 의미를 담고 있다. 사진은 ‘뷰프레임’이 적용된 집 거실의 시원한 전망.

또한 배수캡·스트라이커·윈드클로저·핸들스트로 등 다양한 창호의 기능성 부자재들도 최대한 창호 프레임과 일체 화시켰다. 이러한 디자인은 뷰프레임 특유의 미니멀한 디자인을 극대화했다. 논실리콘(Non-Silicone) 공법도 채택해 유리 마감 부분을 가스켓(패킹 자재) 마감으로 변경했다. 이는 실리콘에 쉽게 생기는 곰팡이 걱정을 없애고, 깔끔한 외관까지 구현했다. ‘뷰프레임’은 창호의 기본 색상인 우드·그레이 계열 컬러 8종을 비롯해 화이트 컬러 5종도 함께 선보였다. 이에 따라 최근 주거 공간 인테리어로 가장 인기를 끌고 있는 감각적인

‘하이트뷰’ 연출도 할 수 있다. 시스템 창호에서도 LX하우시스는 인기 제품을 보유하고 있다. ‘LX Z:IN 창호 시스템창’은 △세련된 디자인 △시원한 외부 조망 △우수한 단열성 △뛰어난 위생성을 갖췄다. 틸트 앤 턴(Tilt & Turn)과 리프트 슬라이딩(Lift & Sliding) 등 다양한 개폐 방식의 PVC·알루미늄 시스템 창호 제품이기도 하다. 특히, ‘알루미늄 시스템창’은 슬림한 알루미늄 창 프레임과 외부로 노출되는 단열라인 프레임 부분까지 모두 도장 처리했다. 이로써 고급스러운 디자인과 쾌적한 외부 조망을 모두 확보했다.

## 중증질환·필수의료 분야서 세계적 수준 서비스 제공



서울대학교병원이 ‘2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 종합병원 부문’에서 1위로 선정됐다.

근대의료의 산실이자 국가중앙병원인 서울대병원은 1885년 서양식 국립병원인 제중원으로 출범해, 지난 100여 년 동안 우리나라 의료를 선도해 왔다. 1946년 국립 서울대학교 의과대학 부속병원으로 개편됐으며, 1978년에는 특수법인 서울대병원으로 전환되어 오늘에 이르고 있다.

서울대병원은 △1985년 어린이병원 개원 △1987년 서울특별시 보라매병원 위탁 운영 △2003년 분당서울대병원과 건강검진을 전문으로 하는 헬스케어시스템 강남센터 개원 △2011년 통합진료 시스템을 기반으로 하는 최첨단 암병원 개원 △2019년 최첨단 외래진료 시스템과 환자 중심의 진료서비스가 도입된 대한외래 개원 등으로 발전해 오고 있다.



서울대학교병원 제공  
세계적 수준의 연구중심병원이자 국가중앙병원으로서 지난 100여 년 동안 우리나라 의료를 선도해 온 서울대병원은 국내 최고의 종합병원으로 인정받고 있다.

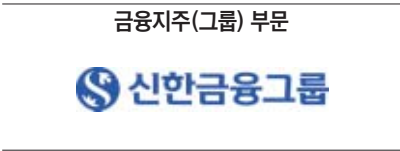
이를 통해 중증 희귀난치질환 치료와 공공의료정책 중심의 4차병원으로서 위상을 확고히 했다.

서울대병원은 인류의 의료적 난제 해결에 앞장서며 세계적 수준의 연구중심 병원으로 도약하고 있다. 특히 대한민국 제1호 ‘국가전략기술 특화연구소’로 지정돼 글로벌 데이터 플랫폼(NSTR)을 구축했다. 차세대 의료 AI(인공지능) 전문가 양성고 혁신 기술 개발을 주도할 ‘헬스케어AI 연구원’도 신설했다. 이로써 AI 기반 정밀진단과 맞춤형 치료 기술 구현에 집중하고 있다.

서울대병원은 국가중앙병원으로서 중증질환·필수의료 분야에서 세계적 수준

의 의료 서비스를 제공하고 있다. 지난 해 개소 1주년을 맞이한 ‘서울대병원 넥슨어린이통합케어센터’는 200여명의 환자와 가족에게 휴식과 정서적 지지의 공간을 제공했다. 이는 국내 의료돌봄의 새로운 모델을 제시했다고 평가받는다. 또한 권역책임의료기관 및 중앙심뇌혈관질환센터로서, 중증 환자의 최중치료와 필수의료 기지로서 선도적 역할을 수행하고 있다. 서울대병원은 UAE의 SKSH(셰이크 칼리과 전문병원) 위탁 운영 계약을 연장했다. 또한, 아바다비 종합병원 설립 프로젝트도 추진하며 서울대병원의 의료 기술 전문성과 우수성을 세계적으로 입증했다.

## 스타트업 육성에 진심… 금융권 최초 상생 프로그램 출범



신한금융그룹이 ‘2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 금융지주(그룹) 부문’에서 1위로 선정됐다.

신한금융그룹은 그룹 비전인 ‘더 쉽고 편안한, 더 새로운 금융’ 실현에 매진하고 있다. 이에 △데이터 기반 고객경험 혁신(더 쉬운 금융) △고객의 권리 강화 및 보호(더 편안한 금융) △신사업 발굴을 통한 고객 서비스 확대 및 동반 성장(더 새로운 금융)이라는 3대 디지털 지향점을 설정했다.

신한금융그룹은 지난해 7월 그룹의 수익성을 개선하기 위해 구체적 실행 목표와 추진 방안이 담긴 ‘기업가치 제고 계획’을 발표했다. 또 지난해 5월에는 임직원들을 대상으로 ‘책무구조도 작성 설명회’를 개최했다. 그룹사들의 책무구조도 작성이 마무리된 지난해 10월 금융당국에 책무구조도를 제출하고 이에 기반한 내부통제 관리체계도 도입



신한금융그룹 제공  
신한금융그룹은 그룹 비전인 ‘더 쉽고 편안한, 더 새로운 금융’의 실현을 위해 소비자 보호는 물론, 취약계층 지원과 스타트업 발굴에도 힘쓰고 있다.

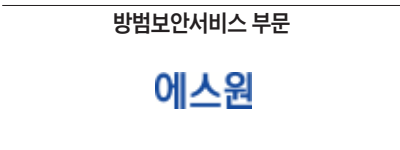
했다. 또 2023년 8월에는 신한은행·신한카드 등 11개 그룹사의 금융소비자보호 담당 임원 및 부서장들과 함께 ‘소비자 보호를 위한 전략 선포식’을 가졌다. 신한금융그룹은 저축은행 중신용 고객

하는 ‘브링업·밸류업(Bring-Up & Value-Up)’ 프로젝트도 시작했다. 이 프로젝트는 ‘신한저축은행에서 거래 중인 중신용 급여소득자 고객’이 보유한 ‘5000만원 이내의 원금 및 총부채원리금상환비율(DSR) 70% 이하 등 일정 우량거래 조건을 충족하는 개인 신용대출’을 신한은행의 대환전용 신상품으로 전환해 주는 상생 프로젝트다.

또 신한금융그룹은 사회복지사와 연계된 ‘사례관리’ 지원사업으로 전국 사회복지단 211개소에서 담당하고 있는 취약계층 1705가구에 가구별 상황에 맞는 생계·의료·교육 관련 비용 등 총 24억원을 지원했다.

신한금융그룹은 ‘금융을 새롭게, 신한이 한다’는 슬로건을 바탕으로 개발한 슈퍼앱 ‘신한 슈퍼SOL’로 디지털 플랫폼 경쟁력 강화에 더욱 힘쓰고 있다. ‘신한 슈퍼SOL’은 신한금융의 5개사 금융 앱의 핵심 기능을 결합한 통합앱이다. 더불어 국내 금융권 최초로 출범한 스타트업 액셀러레이터 프로그램 ‘신한 퓨처스랩’으로 스타트업과 상생의 생태계 조성을 위해 꾸준히 노력하고 있다.

## AI·생체인식 등 활용… 최첨단 보안서비스 선보여



에스원이 ‘2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)’ 조사에서 방법보안서비스 부문 1위로 선정됐다.

1977년 설립된 에스원은 국내 최초로 무인 보안 서비스를 도입하며 보안 업계의 새 지평을 열었다. 40여 년간 지속적인 기술 개발과 전문 인력 양성을 통해 기업·공공기관·개인 대상으로 보안·건물관리·시스템 통합(SI) 솔루션 등 다양한 서비스를 제공해왔다.

보안업에서 가장 중요한 것은 고객 신뢰다. 이에 에스원은 고객 중심의 상품과 서비스를 끊임없이 개선해 왔다. 전국 100여 개 이상의 출동 인프라를 구축하고, 수원·대구 통합관제센터를 운영해 신속한 대응과 고품질 서비스를 제공하고 있다. 또한, 국내 최초의 보안 전문 교육기관인 ‘에스원 인재개발원’을 설립해 도덕성과 전문성을 갖춘 보안 인력도 체계적으로 양성하고 있다. 연구·개



에스원 제공  
국내 대표 보안 기업 에스원은 AI(인공지능)·생체인식·IoT(사물인터넷)·빅데이터 등 첨단 기술을 접목한 신규 서비스들을 미래 성장 동력으로 삼고 있다.

발 부서에서는 첨단 기술을 접목한 다양한 신제품 개발에 박차를 가하고 있다.

에스원은 축적된 기술력과 노하우로 사업 영역을 확장하고 있다. △출입관리 및 영상보안 등 물리보안 △개인정보와 기술 자산 보호를 위한 디지털보안 △차량 운행 관리를 포함한 이동체 보안 등 다양한 분야에서 솔루션을 제공하고 있다. 2015년에는 프리미엄 부동산 종합 서비스 브랜드 ‘에스원 블루에셋’을 론칭했으며, 2021년에는 IoT(사물인터넷) 기술을 접목한 스마트 건물관리 서비스 ‘에스원 블루스캔’을 출시했다. 아울러 공항·플랜트·원자력발전소 등 국가 기간시설의 안전 관리까지 책임지며 국가

핵심 인프라 보호에도 기여하고 있다. AI(인공지능)·생체인식·IoT·빅데이터 등 최첨단 기술을 접목한 신규 서비스는 에스원의 미래 성장 동력으로 꼽힌다. △AI 알고리즘으로 CCTV 영상을 자동 분석하는 ‘무인 매장 솔루션’ △중대재해 예방을 위한 ‘안전환경 SVMs’ △학교폭력 및 위험구역 진입 감지 기능이 탑재된 ‘지능형 학교안전 패키지’ 등이 주목받고 있다. 에스원 관계자는 “초연결 사회에 걸맞은 혁신적인 안전·안심·편의 서비스를 지속적으로 선보일 계획”이라며 “국내 대표 보안 기업으로서 더욱 안전하고 편리한 미래를 만들어 나가겠다”고 밝혔다.

## ‘시대 앞선 기술’로 반세기 동안 난방 문화 발전 앞장



귀뚜라미보일러가 ‘2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)’ 조사에서 가정용 보일러 부문 1위로 선정됐다.

귀뚜라미보일러는 창립 반세기 동안 대한민국 난방 문화의 발전을 선도해왔다. 가정용보일러의 성능과 편의성을 높이는 동시에, 사용자 안전 강화를 위한 기술 개발에도 앞장서고 있다. 귀뚜라미보일러 창업주인 최진민 회장은 1960년대 우리나라 최초의 대단지 아파트인 ‘마포아파트’ (450세대)에 현대식 연탄보일러를 공급했다. 연탄가스 중독 같은 안전사고를 방지하면서도, 한민족 고유 의 구들장 온돌을 현대화한 ‘파이프 온돌 난방’ 방식을 개발했다. 1990년대 후반부터는 국내 보일러 업계에서 유일하게 가스보일러에 지진 감지기와 가스누출 탐지기로 구성된 2중 안전시스템을 적용해왔다. 귀뚜라미보일러의 안전 기술이 주목



귀뚜라미보일러 제공  
사용자 안전 강화에 힘써온 귀뚜라미보일러의 안전 시스템은 2016년 경주 지진 때 지진 감지기 작동으로 보일러 가동이 대가 중지된 뒤 ‘시대를 앞선 기술’로 조명을 받았다.

받기 시작한 것은 2016년 경주 지진 이후다. 당시 지진이 발생하자 해당 지역에서 보일러가 갑자기 멈췄다며 3500건 이상의 A/S 문의가 접수됐다. 그러나 이는 제품 고장이 아니라, 보일러에 적용된 2중 안전시스템이 지진을 감지하고 자동으로 멈췄기 때문이었다. 이 일이 알려지면서 귀뚜라미보일러는 ‘시대를 앞선 기술’로 재조명 받았다.

귀뚜라미는 사용자 안전성 강화뿐만 아니라 보일러를 ‘사계절 생활가전’으로 발전시키는 데에도 힘쓰고 있다. 지난해 국내 보일러 업계 최초로 외장형 ‘온수 플러스 시스템’을 선보였다. 공인

시험·인증기관인 KTC의 검증을 받은 자체 실험 결과, 이 제품을 설치하면 기존 대비 최대 90% 빨라진 10초 이내로 온수를 사용할 수 있다. 또 온수 사용 전 버려지던 찬물(4인 가족 기준 연간 약 17.5도)도 절약할 수 있다.

친환경 보일러 대표 제품인 ‘거꾸로 NEW 콘덴싱 L10 가스보일러’에는 인공지능(AD)과 빅데이터 기술을 활용한 ‘스마트 온수 기능’이 적용됐다. 이 기능은 사용자의 시간대별 온수 사용 패턴을 스스로 학습해, 예상 사용 시간 전에 예열한 기를 미리 예열함으로써 더욱 빠르게 온수를 공급한다. 정라-이예은 객원기자



## 3300만 고객이 이용하는 대한민국 대표 신용카드

### 신용카드 부문



신한카드가 '2025 한국산업의 브랜드 파워(K-BPI) 신용카드 부문'에서 1위로 선정됐다.

신한카드는 3300만 고객이 이용하는 대한민국 대표 신용카드 브랜드다. 고객 중심의 혁신과 변화를 지속하며, 기존의 틀을 뛰어넘는 도전으로 새로운 가치를 창출하고 시장을 선도하고 있다.

신한카드는 고객의 작은 불편도 해소하기 위해 △지급(Payment) 프로세스 혁신과 '스캔들 제로(Scandal Zero)' △지급 경쟁력 강화를 통한 시장 지위 확대 △지속 가능한 수익성 창출을 핵심 목표로 설정했다. 이를 달성하기 위해 전사 차원의 '전략적 구조개선(비움과 채움)'을 강도 높게 추진할 계획이다.

특히 '고객 편의성'을 최우선 가치로 삼아, 고객 접점에서 수집한 VOC(Voice of Customer·고객의 소리) 데이터를



신한카드는 변화와 혁신을 거듭하며 국내 신용카드 시장을 선도하고 있다. 사진은 신한카드 사옥.

경영 자원화할 예정이다. 아울러 고객 신뢰를 저해할 수 있는 요소를 사전에 차단하기 위해 내부 통제 체계도 더욱 강화하고, 디지털 기술을 활용한 차세대 결제 서비스까지 개발해 더 쉽고 편리한 사용자 경험을 제공할 방침이다.

신한카드는 '기업 시민'으로서 사회적 책임을 다하기 위해 ESG(환경·사회·지배구조) 경영을 강화하고 있다. △취

약계층을 지원하는 '따뜻한 세상' △환경 보호를 실천하는 '깨끗한 세상' △미래세대와 지역사회의 행복을 추구하는 '즐거운 세상'이라는 3대 핵심 가치로 다양한 지원 사업을 펼치며 지속 가능 경영을 실천하고 있다.

신한카드는 앞으로도 고객과 사회가 인정할 수 있는 일류(一流) 브랜드로 끊임없이 진화해 나갈 계획이다.

## 주거 플랫폼 '홈닉' 전국 단지서 쓸 수 있게 확대 론칭

### 홈플랫폼 부문



삼성물산 건설부문(이하 삼성물산) 홈닉(Homeniq)이 '2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 홈플랫폼 부문'에서 1위로 선정됐다.

삼성물산은 아파트 주거 플랫폼 '홈닉'을 전국 아파트 단지에서 사용할 수 있도록 확대 론칭했다. 이번 확장은 온라인 관리사무소 플랫폼 '아파트아이'와의 협업을 통해 이루어졌다. 아파트아이는 전국 아파트 단지 관리사무소의 약 85%가 사용하는 전산 시스템과 연계된 플랫폼이다. 이에 따라, 래미안 단지 입주민은 '홈닉' 앱으로 그 외 아파트 단지 입주민은 '아파트아이' 앱으로 동일한 서비스와 혜택을 이용할 수 있다.

홈닉은 이번 확대 론칭에 앞서 고객 선호도가 높은 서비스를 선별했으며, 고객 경험 개선을 위해 결제 기능도 새롭게 추가했다. 홈닉이 제공하는 대표 서비스로는 △아파트케어 △공동구매 △스타일



삼성물산 제공  
삼성물산은 아파트 주거 플랫폼 홈닉을 전국 아파트 단지에서 사용할 수 있도록 확대 론칭했다. 홈닉에서는 △아파트케어 △공동구매 △스타일갤러리 등의 서비스를 제공한다.

갤러리 등이 있다.

'아파트케어'는 입주 및 생활 중 발생하는 다양한 수리·교체 등의 문제를 래미안 CX(고객 경험) 전문가들이 직접 방문해 해결해 주는 유상 서비스다. 래미안 입주민이 아니어도 CX 전문가가 제공하는 프리미엄 서비스를 이용할 수 있다.

'홈닉 공동구매'는 검증된 제휴사 상품과 서비스를 래미안의 노하우로 선별해 공동구매 형태로 제공한다. '스타일갤러리'에서는 엄선된 브랜드와 협업해 공간에 최적화된 홈 스타일링을 제안한다.

이 외에도 단지 내 유휴공간을 갤러리

로 활용하고, 홈닉 앱에서 원하는 그림을 구매할 수 있는 '아트갤러리' 서비스와, 홈닉 사용자를 위한 멤버십 프로그램 '홈니커스 클럽' 등이 운영된다. 또한, 아파트아이의 관리비 결제, 월세 납부, 소방 세대 점검, 모바일 입주민카드 등의 서비스도 올해 안에 제공될 예정이다.

김명석 삼성물산 부사장(주택사업본부장)은 "기존 아파트 플랫폼은 단지별로 적용돼 확장성에 한계가 있었다"며 "홈닉을 통해 전국 아파트 단지 입주민에게 맞춤형 라이프 서비스를 제공하게 돼 기쁘다"고 밝혔다.

## AI가 학습 데이터 실시간 분석해 맞춤 교육 콘텐츠 제공

### 초등교육서비스 부문



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

대교 눈높이는 개인별·능력별 맞춤 학습으로 49년간 꾸준히 사랑받고 있는 국내 대표 교육 브랜드다. '눈높이 교육' 철학으로 새로운 교육 가치를 지속 창출하고 있다.

'눈높이스쿨원'은 인공지능(AI) 기반 맞춤 학습 프로그램이다. 학습 대상은 예비 초등학생부터 6학년까지이며, 국어·영어·수학·과학·사회 등 전 과목 학습을 지원한다. 대교의 AI 알고리즘이 학생 개개인의 학습 데이터를 실시간 분석해 맞춤 콘텐츠를 제공한다.

'눈높이스쿨원'은 교과 학습 외에 학습 흥미를 유발하는 다양한 부가 콘텐츠도 제공한다. 가상현실(VR) 과학 실험, 학습 게임, 국·영문 도서, 만화 등은 학생들의 호기심을 자극한다. 영어 듣기



대교 눈높이 제공  
대교 눈높이는 개인별·능력별 맞춤 학습으로 49년간 꾸준히 사랑받아 온 국내 대표 교육 브랜드다. 사진은 디지털 학습 제품인 대교 써밋.

훈련, 받아쓰기, 단원별 정리 콘텐츠는 학력 평가 준비에 실질적인 도움을 준다.

'눈높이리틀원'은 스토리텔링 방식으로 한글·수학·자연탐구를 동시에 학습할 수 있도록 설계된 프로그램이다. 아이들의 발달 단계에 맞춘 체계적인 커리큘럼과 학습 방식을 제공해 학부모들에게 좋은 반응을 얻고 있다.

'눈높이코어수학'은 수학의 핵심 개념을 빠르게 익히고 기초 계산력을 향상하는 맞춤 학습 과정이다. 초등 수학 교과서에서 수와 연산의 비중은 약 50%에 달한다. '눈높이코어수학'은 연산력을 빠르게 강화할 수 있도록 개발돼 선행 학

습을 하기에 좋다.

대교는 또 초중등 전문 학습관 '대교 하이캠퍼스(Hi CAMPUS)'를 론칭했다. 눈높이러닝센터를 초중등 전문 학습관으로 확대 적용한 오프라인 학습 공간이다. 대교의 디지털 학습 제품인 '대교 써밋' 등 프리미엄 학습 서비스를 제공한다.

이뿐만 아니라 대교는 업계 최초로 콘텐츠 유통 가이드를 도입해 생명윤리·성평등·환경 의식 등 다양한 가치를 반영한 교재를 만들고 있다. 또 카이스트(KAIST)와 공동 연구소를 설립해 선하고 좋은 상품을 개발하고자 노력하고 있다.

## 새 콘텐츠로 업계 선도… 글로벌 엔터테인먼트로 도약

### 테마파크 부문



롯데월드 어드벤처(이하 롯데월드) '2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 테마파크 부문'에서 1위로 선정됐다.

롯데월드는 1989년 개원한 국내 최초이자 최대 규모의 실내 테마파크로, 다양한 즐길 거리와 체험을 제공한다. 대한민국을 대표하는 테마파크로 자리 잡은 롯데월드 어드벤처는 오랜 운영 노하우로, 다양한 어트랙션과 시즌별 축제, 온오프라인 콘텐츠를 통해 방문객들에게 특별한 경험과 즐거운 추억을 선사하고 있다. 최근에는 방문객들에게 더욱 차별화된 경험을 제공하기 위해 신규 사업과 콘텐츠 영역을 지속적으로 확장하고 있다. 특히, 국내외에서 인기 있는 웹툰·게임·애니메이션·캐릭터 저작권(IP)을 활용해 시즌별 축제, 어트랙션, 팝업스토어 등 다양한 분야에서 새로운 콘텐츠를 선보이고 있다.

지난 1월에는 네이버웹툰 '마루는 강



롯데월드 제공  
롯데월드는 1989년 개원한 국내 최초이자 최대 규모의 실내 테마파크다. 앞으로 오프라인 테마파크를 넘어 글로벌 엔터테인먼트 플랫폼으로 도약할 계획이다.

쥐'와 협업해 신년 시즌 축제를 선보였으며, 3월부터는 봄 시즌 축제 '포켓몬 월드 어드벤처: 스프링캠프'를 성황리에 운영 중이다. 또한, 자체 IP 사업도 적극적으로 확장하고 있다. 테마파크 내에서 자체 캐릭터 활용 범위를 넓히는 것은 물론, 멀티숍·팝업스토어·온라인 콘텐츠 등 다양한 분야로 사업을 확대하며 차별화된 IP 경쟁력도 구축하고 있다.

지난해 4월에는 캐릭터 굿즈 패어 '2024 굿즈이즈굿'에 자체 캐릭터 '모리스&보리스'로 참여했으며, 같은 해 10월에는 '모리스&보리스' IP를 활용한 팝업스토어도 서울 성수동에서 운영했다. 온라인에서는 자체 캐릭터 기반의 영·유아

놀이 교육 콘텐츠 '로티프렌즈'가 글로벌 시장에서 영향력을 확대하고 있다.

롯데월드 어드벤처는 오프라인 테마파크로서의 정체성을 유지하면서, 신규 콘텐츠도 활발히 선보이고 있다. 지난해에는 개원 35주년을 맞아 신규 야간 퍼레이드 '월드 오브 라이트'를 공개했다. 정글 탐험보트·번지드롭·화전그네 등의 운영을 종료하고, 새로운 어트랙션 도입을 추진하는 등 테마파크에 대한 대규모 투자 또한 이어가고 있다. 앞으로도 롯데월드는 오프라인 테마파크 콘텐츠를 더욱 강화하는 한편, 새로운 즐길 거리도 지속적으로 선보이며 글로벌 엔터테인먼트 플랫폼으로 도약할 계획이다.

## 국내서 쌓은 브랜드 경쟁력으로 글로벌 진출 가속화

### 호텔 부문



신라호텔이 '2025 한국산업의 브랜드 파워(K-BPI) 호텔 부문'에서 1위로 선정됐다.

신라호텔은 한국을 대표하는 프리미엄 라이프스타일 호텔 브랜드다. 국가적인 행사를 성공적으로 개최하는 등 명실상부한 국내 대표 호텔로 명성을 쌓아왔으며, 국내를 넘어 세계 속에서도 그 가치를 인정받고 있다.

신라호텔은 최고 품격과 차별화된 서비스의 '더 신라(The Shilla)' 브랜드 파워를 앞세워, 세계 유수의 매체와 기관들로부터 그 가치를 인정받고 있다. 객실·레스토랑·연회장·야외수영장 등 전 부문의 시설과 서비스가 세계적 경쟁력을 갖추고 있으며, 상품 기획력 또한 강점으로 평가받는다.

서울신라호텔 로비 라운지 '더 라이브러리'에서는 정기적으로 라이브 공연을 열어 엔터테인먼트 요소를 강화했으며,



신라호텔 제공  
신라호텔은 최고의 품격과 차별화된 서비스를 제공하는 국내 대표 호텔 브랜드다. 사진은 서울신라호텔 전경.

영빈관에서는 명절 시즌 고즈넉한 한옥의 정취를 느끼며 즐길 수 있는 클래식 공연을 연다.

제주신라호텔은 문화와 액티비티 향유에 대한 고객 수요를 충족시킴으로써 브랜드 파워를 높이고 있다. 제주시 한 경면에 있는 '저지 문화 예술인 마을'과 연계해 아트투어 상품을 기획했고, 계절별로 색다른 제주 자연의 매력을 즐길 수 있는 아웃도어 액티비티 프로그램도 꾸준히 운영하고 있다.

신라호텔은 '더 신라'의 브랜드 파워와 가치로 프리미엄 비즈니스 호텔 브랜드 '신라스테이'와 어퍼업스케일급

(upper upscale·객실 평균 가격 기준)으로 상위 15%의 호텔 가운데 최상위 '럭셔리' 호텔 다음 등급을 일컫는 말)급 브랜드 '신라모노그램'을 선보였다.

지난 2013년 론칭한 신라스테이는 올해 현재 전국 16개 핵심 지역에 진출해 있다. 10년 넘게 보여준 안정적인 운영으로 국내 확장과 글로벌 진출을 가속할 예정이다. 호텔신라의 세 번째 호텔 브랜드 신라모노그램은 2020년 다낭에서 첫 운영을 개시했다. 자연을 그대로 살려 풍경을 경관으로 활용할 수 있도록 한 점이 특징이다. 올해 강릉에도 새 지점을 오픈한다.

## ‘바로한끼 간편조리 용기’ 등 소비자 편의성 극대화

### 밀폐용기 부문



락앤락이 '2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 밀폐용기 부문'에서 1위로 선정됐다.

락앤락은 지난 1998년 4면 결합형 밀폐용기 'Lock&Lock'을 선보이며 주방 생활의 혁신을 주도한 브랜드다. 이후 폴리프로필렌(PP)·트라이탄·내열유리·스테인리스 등 안전한 소재와 기능성을 겸비한 제품을 지속적으로 출시하며 해외 시장에서도 경쟁력을 인정받고 있다. 지난해에는 냉동실 전용 용기 '프리저핏'과 '바로한끼 간편조리 용기' 등 소비자 편의성을 극대화한 제품을 출시해 호평받았다. 락앤락은 이 같은 기술력으로 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 밀폐용기 부문에서 무려 22년 동안 1위 자리를 지키고 있다. 주방용품 부문에서도 9년 연속 1위 자리를 수성하며 2관왕에 올랐다.

밀폐용기뿐만 아니라 락앤락의 쿡웨어



락앤락 제공  
락앤락은 안전한 소재와 기능성을 겸비한 밀폐용기를 지속 선보이며 해외 시장에서도 경쟁력을 인정 받았다. 뛰어난 기능과 디자인을 갖춘 쿡웨어 라인업도 소비자에게 많은 사랑을 받고 있다.

라인업도 소비자에게 꾸준히 사랑받고 있다. 대표 제품으로는 뛰어난 코팅력과 감각적인 디자인이 돋보이는 '슈트 IH'와 '데코트 IH'를 꼽을 수 있다. 최근에는 인덕션 사용에 최적화된 '슈트 브릭 IH'로 화제를 모았다. '슈트 브릭 IH'는 트루와이드 풀인덕션 바닥기술로 팬가장자리까지 열이 빠르고 고르게 전달되게 하는 제품이다. 조리 시간을 단축할 수 있어 소비자 사이에서 반응이 좋다.

락앤락 관계자는 "성원해 주신 고객

여러분께 감사드리며, 앞으로도 차별화된 제품과 서비스로 보답하겠다"고 말했다.

락앤락은 지난 1월 7년 만에 새로운 CI(기업 아이덴티티)를 공개하고, 글로벌 일류 브랜드로의 도약을 선포했다. 새로운 CI는 밀폐용기가 '찰칵(Snap)'하고 잠기는 순간의 감동에서 영감을 받아 탄생했다. 신뢰·지속·결속의 가치를 강화하겠다는 브랜드 비전도 담고 있다.

정리=정진영 객원기자



# AI 기술 기반으로 새로운 가치 제공… 유무선 브랜드 강자로 ‘우뚛’

## 이동통신서비스·초고속인터넷·IPTV 부문



KT가 ‘2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)’에서 △이동통신서비스 △초고속인터넷 △IPTV 3개 부문 1위로 선정됐다. 또한, 높은 고객 충성도를 바탕으로 ‘브랜드파워 총점 1위’에도 올랐다. 이러한 우수한 성과의 배경에는 고객 관점에서 더욱 편리하고 합리적이며 차별화된 상품과 서비스를 제공하기 위한 지속적인 노력이 있었다.

### ◇이동통신서비스 부문 1위

KT의 온라인 전용 요금제 ‘요금’은 최저 3만원부터 시작하는 합리적인 가격으로 고객의 선택 폭을 넓혔다. 또한, OTT 및 KT 멤버십 VIP 등급 혜택도 제공한다. ‘패밀리박스’는 가족 간 부족한 데이터나 멤버십 포인트를 공유할 수 있도록 설계됐다. 가입 시 고객 유형을 세분화해 맞춤 혜택을 자동 추천해 준다. 맞춤형 구독 서비스 ‘OTT 구독팩’은 이용 데이

터를 분석해 고객 선호 맞춤형 구독 상품을 지속적으로 출시하고 있다. KT는 스텝 차단 및 IP 추적 차단 서비스를 KT 이용자 단말기에 무료로 적용하는 등 통신 기술에 AI(인공지능)까지 접목해 고객의 일상에 필요한 가치를 제공하고 있다.

KT는 장기 고객 혜택을 개편했다. 인터넷·TV 상품만 이용하는 고객도 기간 합산이 5년 이상이면 혜택을 받을 수 있도록 대상 범위를 확대했다. 또한 △고객 선호도가 높은 로밍·OTT 구독 할인 △인터넷·TV 이용 고객을 위한 추가 혜택 등도 도입했다. 프로야구 kt wiz 홈경기 초청 등 매월 새로운 문화 혜택을 제공하는 ‘초대드림’ 프로그램도 운영 중이다.

### ◇초고속인터넷 부문 25년 연속 1위

초고속인터넷 부문에서 25년 연속 1위를 차지한 KT 기가 인터넷은 1994년 국내 최초로 상용 인터넷 서비스를 시작했다. 2014년에는 국내 최초로 기가 인터넷을 상용화하며 인터넷 사용 환경에 변화를 가져왔다. 지난달에는 군사 기밀 관리 수준의 보안 기능이 적용된 ‘KT 홈캡안심’을 출시해 고객 만족도를 높였다.

1



이어 3월에는 △AI 기술과 보안 설루션을 결합한 ‘도탈안심 인터넷’ 상품을 출시해 사이버 위협으로부터 사용자를 보호하고 △국내 통신사 최초로 WiFi 7 표준을 지원하는 ‘KT 와이파이 7D’도 선보였다. 이 공유기는 기존 와이파이 6 표준 대비 데이터 처리 속도가 2배 이상 빠르며, 디자인 또한 혁신적으로 개선됐다.

### ◇IPTV 부문 16년 연속 1위

IPTV 부문에서 지니 TV가 16년 연속

2



KT 제공  
①KT는 2025년 통신 기술 역량에 AI 기술을 융합한 AICT 컴퍼니로의 완전한 전환을 목표로 한다. KT의 온라인 전용 요금제 ‘요금’은 합리적 가격으로 고객의 선택 폭을 넓혔다.  
②KT 기가 인터넷은 올해 3월 국내 통신사 최초로 WiFi 7 표준을 지원하는 ‘KT 와이파이 7D’를 출시했다.

1위를 기록하며 대한민국 대표 미디어 플랫폼으로 자리 잡았다. 약 950만 가구가 선택한 지니 TV는 차별화된 콘텐츠와 AI 기술 기반으로, 고객이 원하는 모든 것을 한곳에서 즐길 수 있도록 혁신하고 있다. 최상의 시청 경험을 제공하기 위해 IPTV 최초로 8K 화질을 지원하는 온디바이스 AI 기반 ‘지니 TV 셋톱박스 4’를 출시했다. △AI 업스케일링 기술로 콘텐츠 화질을 더욱 선명하게 개선하고

△조도 센서를 활용해 최적의 화면 밝기를 자동 조정하며 △실내 소음 분석을 통한 AI 음향 최적화 기능을 적용해 몰입감을 극대화했다. 또한, ‘AI 골라보기’ 기능으로 원하는 인물이나 장면을 쉽고 빠르게 찾을 수 있다.

KT는 지니 TV에 고성능 AI 에이전트를 도입했다. 고객이 TV 시청 중 필요한 정보를 보다 자연스럽게 찾을 수 있도록 서비스를 지속적으로 확대해 나갈 계획이

다. KT는 다양한 불거리를 최적의 환경에서 제공하는 ‘미디어 포털’로 자리 잡으며, 고객 만족을 최우선으로 혁신 중이다.

KT는 2025년까지 통신 기술 역량에 AI 기술을 융합한 ‘인공지능·정보통신 기술(AICT) 컴퍼니’로의 완전한 전환을 목표로 하고 있다. 이를 위해 지난해 마이크로소프트(MS)와 파트너십을 체결하는 등 전 분야에서 혁신을 강화하고 있다.

## 정확한 검사·신속한 진료 연계로 암 발견율 높여

### 건강증진센터 부문



서울아산병원 건강증진센터가 ‘2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사’에서 건강증진센터 부문 1위에 선정됐다. 고객의 건강을 최우선으로 한 수준 높은 건강검진 서비스가 인정받았다.

서울아산병원은 미국 시사주간지 뉴스위크가 발표한 ‘2025 세계 최고 병원’ 평가에서 25위를 차지했다. 이로써 대한민국 최고 병원으로서의 위상을 다시 한번 입증했으며, 미국 메이요 클리닉, 클리블랜드 클리닉, 존스홉킨스 병원 등 세계 유수의 의료기관들과 어깨를 나란히 했다. ‘2025년 임상 분야별 세계 최고 병원’ 평가에서도 △내분비 3위 △소화기 4위 △암 5위 △비뇨기 5위 △신경 8위 등 4개 분야가 세계 5위권에 오르는 성과를 거뒀다.

서울아산병원은 1989년 개원과 함께 ‘환자 중심 병원’을 선언하며 시설부터 운영 시스템까지 의료 서비스 전반을 환



서울아산병원 제공  
서울아산병원 건강증진센터는 전문의가 직접 검진 결과를 설명하는 등 고객 중심 시스템으로 운영된다.

자 맞춤형으로 구축했다. 1990년 오픈한 건강증진센터 역시 ‘고객 중심 건강검진’이라는 철학을 일관되게 지켜왔다.

서울아산병원 건강증진센터는 △전문 간호사의 1대1 상담으로 고객 특성과 요구를 반영한 맞춤형 건강검진 프로그램 설계 △스마트폰 앱 기반의 전자 수진표로 대기 시간 최소화 △전문의가 직접 검진 결과를 설명해줘 궁금증 해소 등 고객 중심 시스템으로 운영되고 있다. 또한 과거 검진 이력이 있는 고객에게 건강관리 주의사항을 안내하는 ‘해피콜’ 서비스를 운영하는 등 검진의 질적 향상과 사후 관리 강화에도 힘쓰고 있다. 건강검진에서 가장 중요한 것은 정확

한 검사와 신속한 진료 연계다. 서울아산병원 건강증진센터의 2021년 암 발견율은 고객 10만 명당 1082.6명으로, 같은 해 국가 암 등록 통계에서 제시한 암 조발생률(새로 발생한 암환자 숫자·540.6명)보다 2배 이상 높았다. 건강증진센터는 자체적으로 13개 외래분과를 운영하며 유소견자(이상 소견이 발견된 환자)에 대한 신속한 진료 연계 시스템을 갖추고 있으며, 고객 편의를 위해 지속적으로 시스템을 개선하고 있다.

서울아산병원 관계자는 “고객 개개인의 건강 상태에 맞춘 정밀 검진과 체계적인 사후 관리로 건강검진의 새로운 기준을 만들어가겠다”고 밝혔다.

## 금융권 최초로 은행·증권 장점 더한 복합점포 도입

### 프라이빗뱅킹 부문



신한 Premier가 ‘2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 프라이빗뱅킹 부문’ 1위로 선정됐다. 신한 프리미어는 신한 금융그룹의 자산관리 대표 브랜드다.

신한의 자산관리 채널은 각각의 특성을 갖추고 있다. 신한 프리미어는 리테일 고객을 위한 종합 자산관리 채널인 신한 프리미어 라운지(영업점) 기반 △자산가 고객을 위한 1대1 포트폴리오 서비스를 제공하는 ‘신한 프리미어 PWM’ △가족과 가문을 위한 맞춤형 자산 서비스로 특화된 ‘신한 프리미어 패밀리 오피스’ △기업가 고객을 위한 프라이빗뱅킹(PB·Private Banking) 서비스와 투자은행(IB·Investment Banking) 설루션을 결합한 ‘신한 프리미어 PIB’ △투자·세무·부동산·상속 등 분야별 전문가의 집단 지성이 발휘되는 ‘신한 프리미어 패스파인더(Premier Pathfinder)’ 등의 채널을 운영하고 있다. 이들



신한은행 제공  
신한은행은 2011년 금융권 최초로 은행과 증권의 장점을 접목한 금융 복합점포 모델 ‘신한 PWM’을 도입해 자산관리 시장의 연결과 확장을 주도하고 있다. 사진은 신한 Premier 반포라운지.

채널은 ‘고객 중심 자산관리’라는 슬로건 아래 자산관리의 새로운 기준을 제시하고 있다.

신한은행은 2011년 금융권 최초로 은행과 증권의 장점을 접목한 금융 복합점포 모델 ‘신한 PWM’을 도입해 자산관리 시장의 연결과 확장을 주도했다. 2019년에는 기업 고객의 IB 수요에 특화된 ‘PIB센터’를 신설하며 범위를 확장했으며, 2022년부터는 초고자산가들의 가문을 관리하는 ‘패밀리오피스 채널’이 성공적으로 운영되고 있다.

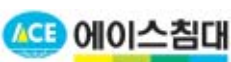
PIB센터는 자산 규모가 8조원(2024년 기준)을 돌파하며 빠르게 성장하고 있다. PIB센터는 PB의 자산관리 노하

우 위에 △IB 분야의 자본 투자 △M&A 컨설팅 △기업공개(IPO) 사업 등을 발굴해 기업과 자산가들을 연결하는 특화 채널이다.

신한 프리미어는 개별 고객에게 맞춤형 포트폴리오를 제안하기 위해 신한금융그룹 차원의 종합적인 하우스 뷰와 투자 전략을 수립한다. 또한 △‘신한 PIB센터’ 1개 점, ‘신한 패밀리오피스센터’ 2개 점, ‘신한 PWM센터’ 22개 점 등 총 25개 PB 고객 채널을 운영하고 있으며, △리테일 영업점의 ‘프리미어 라운지’ △전문가 집단의 ‘신한 프리미어 패스파인더’를 총괄하는 최고의 자산관리 브랜드다.

## 침대 기술의 한국화 선도… 글로벌 경쟁력 끌어올려

### 침대 부문



에이스침대가 ‘2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사’에서 침대 부문 1위에 선정됐다. ‘침대=과학’이라는 혁신적 개념을 제시하며 대한민국 침대 산업의 경쟁력을 글로벌 수준으로 끌어올렸다.

1963년 창립된 에이스침대는 1970~80년대 급격한 도시화와 아파트 보급 확산으로 늘어난 침대 수요를 선점하며 브랜드 인지도를 높였다. 1993년에는 ‘침대는 가구가 아닙니다. 침대는 과학입니다’라는 광고를 통해 침대가 단순한 가구가 아니라 인체공학과 수면공학을 바탕으로 한 과학적 제품이라는 인식을 확산시키며 업계 1위로 도약했다.

에이스침대과학연구소는 국내 침대 과학 기술력의 중심 역할을 하고 있다. 1991년, 업계 최초로 설립된 이 연구소는 국내 침대 산업 유일의 국제공인시험기관으로 인정받으며, 침대 기술의 한국



에이스침대 제공  
에이스침대는 ‘슬리포노믹스’ 축을 공략해 제품 고급화에 힘을 쓰는 동시에 침대 과학 기술력에 집중한 커뮤니케이션도 지속할 예정이다.

화를 선도해왔다. 지난해 8월에는 소비자가 우려하는 유해 물질을 철저히 관리하기 위해 연구소 내부에 라돈 측정실과 화학 실험실을 신설했다. 모든 제품을 라돈 안전 기준(37Bq/ml)보다 훨씬 낮은 수준으로 관리하고 있다.

올해 에이스침대는 숙면을 위해 과학히 투자하는 ‘슬리포노믹스(Sleeponomics)’ 소비층을 겨냥한 프리미엄 전략을 강화할 계획이다. 프리미엄 매트리스 라인업 ‘로얄에이스(Royal Ace)’와 호텔형 침대 프레임 등 고급 제품군을 확대하며 브랜드 가치를 높인다. 또한, 고객이 직접 다양한 매트리스를 체험할 수

있도록 대형 프리미엄 체험형 매장 ‘에이스스퀘어’를 전국 주요 거점에 추가 출점할 예정이다.

온오프라인 채널을 다각화해 고객 접점을 확대하는 동시에, 침대 과학 기술력을 강조하는 커뮤니케이션 전략도 지속한다. 올해는 신규 디지털 콘텐츠 ‘숙면 보존의 법칙’ 캠페인을 선보였다. 현재 △수면 가속도의 법칙 △자용 잘자용 법칙 △표면장력 현상 등 3편의 영상 이 공개됐다. 에이스침대는 △디지털 캠페인 △TV CF △인플루언서 협업 등 다양한 채널로 ‘침대=과학’이라는 브랜드 메시지를 전달하고 있다.

## ‘나폴리맛피아 모짜렐라버거’ 등 2030 편슈머 공략

(Fun+Consumer)

### 패스트푸드점 부문



롯데리아가 ‘2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사’에서 패스트푸드점 부문 1위로 선정됐다.

롯데GRS 버거 프랜차이즈 브랜드인 롯데리아는 독창적인 메뉴 개발과 소비자 호기심을 자극하는 ‘편슈머(Fun+Consumer)’ 전략으로 고객의 입맛을 사로잡아 왔다. 올해 역시 더욱 다양한 신메뉴를 선보이며 새로운 브랜드 경험을 제공할 계획이다.

롯데GRS는 롯데리아 브랜드 강화를 위해 2022년 하반기 ‘K-버거 육성 프로젝트’를 진행했다. 이를 통해 롯데리아 대표 메뉴인 ‘리아 불고기’와 ‘리아 새우’ 버거 기반으로 한정판 메뉴를 출시하고, 다양한 협업 프로젝트도 추진하며 브랜드 성장의 기틀을 다졌다.

특히 지난해 2월과 5월 출시한 ‘왕돈까스버거’와 ‘오징어 얼라이브 버거’는 원재료를 활용해 버거의 외형과 식감을



롯데리아 제공  
‘오징어 얼라이브 버거’는 출시 11일 만에 누적 판매량 80만 개에 육박하며 이례적인 성과를 거뒀다.

차별화하며 주목받았다. ‘왕돈까스버거’는 출시 2주 만에 55만 개 팔리며, 한 달 동안 누적 판매량 약 80만 개를 기록했다. ‘오징어 얼라이브 버거’ 역시 출시 11일 만에 누적 판매량 80만 개에 근접하며 이례적인 성과를 거뒀다.

롯데리아는 한국인 입맛에 맞춘 K버거 개발을 위해 차별화된 맛을 선보이고 있다. 유명 셰프와 협업해 출시한 ‘불고기 포텐버거’와 ‘통새우크림KIM버거’가 대표적이다. ‘불고기 포텐버거’는 ‘리아 불고기’에 국내산 청양고

추·갯잎·매실을 활용해 불고기의 풍미를 한층 끌어올린 제품으로, 출시 한 달 만에 55만 개 이상 판매됐다. 특히 2030 세대 구매율이 64%에 달해 젊은 층을 겨냥한 메뉴 전략이 효과를 거둔 것으로 나타났다. ‘통새우크림KIM버거’는 김·부각·통새우 토핑으로 색다른 맛을 구현했다.

올해도 롯데리아는 소비 트렌드와 고객 니즈(needs)를 반영한 독창적인 신메뉴 출시를 이어가고 있다. 지난 1월에는 ‘나폴리맛피아’ 권성준 셰프와 협업해 ‘나폴리맛피아 모짜렐라버거’를 출시했다. 이 제품은 ‘모짜렐라 인더 버거’에 △고소한 치즈 풍미 △모짜 브리오쉬 번 △바질·토마토 등의 재료와 권성준 셰프의 특제 레시피를 접목한 것이 특징이다. 출시 이후 누적 판매량 200만 개를 돌파하며 주목받고 있다.

롯데리아 관계자는 “K-버거 육성을 위한 지속적인 연구·개발과 협업으로 고객들에게 새로운 맛과 경험을 제공할 것”이라고 밝혔다.

정리=문미경 객원기자



## 또 한 번 기존의 틀 넘어선 새로운 주거 패러다임 제시



래미안이 ‘2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 아파트 부문’에서 1위로 선정됐다.

삼성물산 래미안은 지난 2000년 ‘자부심(Pride)’이라는 브랜드 철학을 바탕으로 통칭됐다. 그리고 지난 2021년 5월, 브랜드 비전 ‘라이프 컴패니언(Life Companion)’을 선포하며 브랜드 아이덴티티(BI) 또한 새롭게 선보였다. 새로운 비전은 개인 맞춤형 상품과 차별화된 서비스로 트렌디한 라이프스타일을 제안하고, 데이터 기반의 인공지능 기술로 고객의 일상생활에서 발생하는 크고 작은 일들까지 지원하겠다는 래미안의 의지이다. 래미안은 또한 고객 만족을 위해 △고객의 시각에서 아파트 내부 시공 상태와 품질을 자체 점검하는 ‘전수 점검’ △고객이 입주 전 직접 방문해 입주할 아파트의 시공 상태를 확인하고 불편사항 접수까지 하는 ‘입주자 사전 점검’ 등 ‘사



삼성물산 제공  
삼성물산의 아파트 브랜드 래미안은 2023년 ‘래미안, 더 넥스트(RAEMI-AN, THE NEXT)’를 선보이며, 기존의 틀을 넘어선 새로운 주거 패러다임을 제시했다.

전(事前) 품질 지원 활동’ 프로그램도 운영하고 있다.

지난해 7월에는 ‘래미안 원펜타스(신반포 15차 재건축)’로 또 하나의 새로운 랜드마크를 선보였다. 총 641세대의 래미안 원펜타스는 다소 작은 규모에도 모든 것을 갖춘 단지이다. 유엔 스튜디오(UN studio) 설계사와 협업체 유선형의 차별화된 외관 디자인을 계획했고, 커뮤니티는 세대당 약 4평 규모로 강남권 최고 수준의 시설과 공간으로 꼽힌다.

지난해 래미안은 서울 주요 입지인 강남3구에서 ‘래미안 원펜타스’ ‘래미안 레벤투스’ ‘잠실 래미안 아이파크’를 성공적으로 분양했다. 인천 지역에서는 ‘래미안 송도역 센트리폴’을 분양하며, 지난

해 인천시 최다 청약접수(총 1만8957건, 평균 경쟁률 31대1)를 기록했다. 지난 1월 분양한 ‘래미안 원페플라’도 흥행하며 성공적으로 분양 완료(평균경쟁률 15.16대1, 청약접수 총 4만635건)됐다.

지난 1월에는 서울 강북권 도시정비사업 최대어로 꼽히는 한남4구역 재개발 사업의 시공사로 래미안이 선정됐다. 래미안은 한남4구역 단지명을 ‘래미안 글로우 힐즈 한남’으로 제시하고 한강변 대표 랜드마크로 조성할 예정이다.

고객 경험 제공에도 충실한 래미안은 서울 송파구 문정동 래미안갤러리에서 지난해부터 간절사 최초로 시즌 전시를 운영 중이다. 지난해 14만 명이 넘는 고객이 방문했다.

## 국내 최초로 하나의 파스 안에 냉온찜질 효과 모두 담아



신신파스 아렉스가 ‘2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 소염진통제 부문’에서 1위로 선정됐다.

일상 속 근육통을 겪을 때 가장 먼저 찾게 되는 것이 ‘파스’ 한 장이다. 한때 값비싼 필수품 파스에 의존하던 시기를 지나, 1959년 대한민국 최초의 파스 ‘신신파스’가 등장했다. 이후 점점 다양해지는 수요에 따라 파스 역시 진화를 거듭하고 있다.

2007년 출시된 신신파스 아렉스는 신신제약만의 독보적인 기술력을 담아낸 제품이다. 국내 최초로 하나의 파스 안에 냉온찜질 두 가지 효과를 담았다. 부착과 동시에 차갑게 부기를 빼주며, 차츰 뜨겁게 전환된다. 이는 혈액순환을 도와 근육통과 관절통에 매우 효과적이다. 유기용매 대신 천연고무 연합 방식으로 제작돼 친환경적이다. 뿐만 아니라 우수한 피부 안전성을 제공해 피부가 약



신신제약 제공  
대한민국 최초의 파스 ‘신신파스’를 대표하는 신신파스 아렉스는 하나의 파스 안에 냉·온찜질 두 가지 효과를 담았으며, 크기와 제형도 다양하다.

한 사람들에게도 좋다.

신신파스 아렉스는 전신에서 발생하는 근육통의 특성에 착안해, 크기와 제형을 다양화했다. 대·중·소 세 가지 사이즈에 이어 손목과 발목 등에 감아서 부착할 수 있는 롱타입을 출시했다. 바르는 타입의 ‘신신아렉스 로션’, 먹는 경구제 ‘아렉스알파정’ 등의 라인업을 갖추고 있다.

최근에는 신신제약의 독자적인 고밀착 하이드로겔 기술을 적용한 신개념 파스 ‘아렉스 마일드 카타플라스마’도 출시했다. 고품질 명품 파스를 지향하는 플렉스(flex) 시리즈의 첫 제품으로 아렉스의 냉온찜질 효과는 그대로 담으면서 피부 안정성과 점착력까지 극대화했

다. 카타플라스마 특유의 촉촉한 수분감으로 피부 트러블을 최소화해 3세 이상부터 사용할 수 있다.

신신제약은 1959년 창립 당시 필수품인 값비싼 일본 파스에만 의지할 수밖에 없었던 국민의 고통을 덜어주기 위해 국산 파스 개발에 성공했다. 2018년 처음 연 매출 100억원을 넘어섰고, 지난해에는 브랜드 매출액 220억원 달성으로 단기간에 두 배 이상의 매출 증가세를 보였다. 외용제 의약품 부문 리더 신신제약은 국내에서 가장 다양한 첩부제 파스 라인업을 보유하고 있다. 또한 모기 기피제, 팜 억제제, 펄 푸리는 연고 등 일상 생활에 필요한 100여 종의 의약품과 의약외품을 생산하고 있다.

## 간장·레드·허니… ‘3대 시그니처 소스’로 마니아층 모아



교촌치킨이 ‘2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 브랜드치킨전문점 부문’에서 1위로 선정됐다.

국내 대표 상생 프랜차이즈 교촌치킨을 운영하는 교촌에프앤비는 소비자들의 다변화된 입맛과 외식 트렌드를 반영해 본격적으로 메뉴 라인업 확장에 나섰다. 소비자 취향이 점점 세분화되면서, 교촌은 보다 폭넓은 고객층을 확보하기 위해 전략적 변화도 추진 중이다.

교촌은 지난 30여 년간 간장·레드·허니 등 ‘3대 시그니처 소스’를 중심으로 국내 치킨 시장에서 ‘소스 장인’으로 자리매김해왔다. 지난해에는 ‘교촌육수수’를 출시하기도 했다. 그리고 최근에는 ‘기본팩’ 메뉴인 △교촌후라이드 △교촌양념치킨 △교촌후라이드양념반반을 새롭게 출시하며 선택의 폭을 더욱 넓혔다. 특히 ‘교촌양념치킨’은 교촌 창립 이래 처음으로 선보인 양념치킨 메뉴로,



교촌에프앤비 제공  
교촌치킨이 맞춤형 소비 트렌드에 발맞춰 새롭게 출시한 ‘싱글시리즈’는 특제 튀김 반죽을 활용한 왕중심 메뉴로, 교촌 시그니처 소스의 잘 어울린다.

기존 메뉴와의 차별성을 강조했다.

‘교촌후라이드’는 특제 튀김 반죽으로 바삭하고 촉촉한 식감을 강조하며, 후라이드 특유의 단백하고 고소한 맛이 특징이다. 교촌양념치킨은 바삭하게 튀

긴 후라이드 치킨에 과일이 함유된 새콤달콤한 특제 양념 소스까지 더해 깊은 감칠맛을 자랑한다. ‘교촌후라이드양념반반’은 후라이드의 바삭함과 양념의 풍부한 감칠맛을 동시에 즐길 수 있다.

교촌은 맞춤형 소비 트렌드에 발맞춰 고객의 다양한 취향을 반영한 메뉴도 지속적으로 출시하고 있다. 그중에서도 ‘싱글시리즈’는 교촌만의 특제 튀김 반죽을 활용한 왕중심 메뉴이다. 교촌 시그니처 소스와 조화를 이룬다. 지난 1월에는 ‘교촌싱글왕’과 ‘레드싱글왕’이 출시됐다. 두 메뉴는 특제 튀김 반죽과 다양한 소스 조합으로 좋은 반응을 얻고 있다.

이러 지난 4월 교촌은 대표 시그니처 메뉴인 ‘허니시리즈’ 탄생 15주년을 기념해 △허니싱글왕(6P) △허니왕(16P)을 새롭게 선보였다. 이후 △후라이드싱글왕(6P)과 △후라이드왕(16P)도 추가 출시했다. 교촌에프앤비 관계자는 “이번 신메뉴 출시는 기본에 충실하면서도 고객의 기대를 충족시키기 위한 교촌의 노력”이라며 “앞으로도 트렌드 변화에 맞춰 지속적인 발전과 차별화를 이어가겠다”고 말했다.

## 개인·법인 특화 서비스 갖춘 ‘대한민국 자산관리 명가’



삼성증권이 ‘2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 증권회사 부문’에서 1위로 선정됐다.

대한민국 자산관리 명가 삼성증권은 시대의 흐름을 빠르게 읽고 고객 니즈에 부합하는 컨설팅 서비스와 금융상품 제공에 매진했다. △투자 설루션 노하우가 집약된 인프라 △최적의 상품 설루션 공급 능력 △컨설팅 역량을 갖춘 프라이빗뱅크(PB)와 비대면 상담 조직까지 핵심 경쟁력을 두루 갖추고 있다.

삼성증권은 2005년 업계 최초로 자산관리 브랜드인 ‘아너스클럽(Honors Club)’을 선보였다. 2009년에는 새로운 자산관리 브랜드 POP(Platform Of Private banking Service)으로 입지를 견고히 했다. 2010년에는 초고액자산가 전담 브랜드 ‘SNI(Success & Investment)’ 도입으로 초부유층 자산관리 시장을 주도해 왔다. 이어 지난해 1월, 국



삼성증권 제공  
삼성증권은 자산관리 분야에서 개인은 물론 법인 특화 서비스까지 탄탄한 입지를 구축하며 ‘대한민국 자산관리 명가’ 자리를 지키고 있다.

내 최초 패밀리오피스 전담 지점인 ‘SNI 패밀리오피스센터’를 신설했다. 이곳은 초고액자산가를 위한 최적의 맞춤형 서비스를 제공한다.

삼성증권은 초부유층 고객의 질세와 부동산 투자 니즈가 증가하는 현실에도 주목했다. 이에 ‘택스(Tax) 센터’ 신설로 맞춤형 질세 전략을 제안한다. 또 국내·해외 조세 이슈를 다루는 원스톱 설루션도 마련했다. 외부 세무법인과 제휴로 금융소득 관련 종합소득세, 대주주 양도소득세, 증여세 등의 신고 대행 서비스도 제공하고 있다.

삼성증권의 법인 특화 서비스도 탄탄한 입지를 구축했다. △스타트업부터 대

기업까지 1200개 회원사의 최고경영진을 위한 CEO·CFO 포럼 △900여개 회원사의 주주총회를 지원하는 온라인 주총장 △법인 임직원의 주식보상 관리를 돕는 워크플레이스(Workplace) WM △조(兆) 단위 해외투자 자문의 국내 관리를 돕는 글로벌 주식입고 서비스 등을 운영하고 있다. 2021년 신설된 디지털 부문에서는 증권업계 최대 비대면 상담 조직인 디지털자산관리본부를 구축했다. 2022년부터 삼성증권 디지털 부유층 고객 대상으로 운영 중인 ‘에스라운지(S.Lounge)’와 ‘삼성증권 유튜브’ ‘투자네켓’ 애니메이션 등도 좋은 반응을 얻고 있다.

## 100% 온라인으로 4년제 학사 제공… 일·학업 병행 가능



경희사이버대학교가 ‘2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 사이버대학 부문’에서 1위로 선정됐다.

경희사이버대학교는 2001년 설립된 대한민국 최초의 사이버대학이다. 100% 온라인 수업으로 4년제 학사 학위를 제공하며, 시간간 제약 없이 일과 학업을 병행할 수 있다.

경희사이버대학교는 2025학년도부터 디지털 전환 시대에 발맞춰 △전자정보공학과 △AI(인공지능)·빅데이터경영전공 △스포츠학부 △글로벌지식융합부를 개편·신설했다. 이번 학부(과) 개편은 급변하는 산업 환경에 적합한 융합적이고 실용적인 학습 기회를 제공한다. 특히 신설된 글로벌지식융합부는 이주배경 성인 학습자들의 사회적 성공을 돕기 위해 맞춤형 교육 환경 제공에 초점을 맞췄다.

경희사이버대학교는 2007년 원격대학 종합평가에서 최우수대학(A등급)으



경희사이버대학교 제공  
2001년 설립된 대한민국 최초의 사이버대학인 경희사이버대학교는 시간 제약 없이 일과 학업 병행이 가능해, 제2의 인생을 준비하는 이들과 함께 많은 학생의 선택을 받았다.

로 선정된 이후, 2013년과 2020년에도 연속으로 최우수대학으로 평가받아 3회 연속 최고 등급을 달성했다. 또한, 교육부가 주관하는 원격대학 인증·역량진단에서도 우수한 성과를 거뒀다.

경희사이버대학교는 2018년 ‘사이버대학 발전유공 기관’ 부문에서 교육부장관 표창을 받았으며, 2021년에는 이 표창을 두 번째로 수상했다. 또한, 2023년에는 사이버대학 최초로 ‘제7회 세계인문학포럼’ 위탁운영 주관 연구기관으로 선정됐다. 지난해에는 ‘2주기 원격대학 교육혁신 지원 사업’에도 선정돼, 이주배경 성인 학습자를 위한 맞춤형 교수·학습 지원 체계 구축과 원격교육 활성화 모델을 적용 중이다.

경희사이버대학교는 지난해 10월, 첨단 기술이 접목된 사용자 중심 지능형 교육·행정 플랫폼 ‘차세대 교육행정시스템’을 오픈했다. 사이버대학 최초로 AI 기술을 활용해 모든 온라인 강의에 자막과 강의스크립트까지 제공한다. 또한, AI 기술이 적용된 ‘KHCU 혁신형 교육개발 사업’으로 기존 온라인 교육 방식을 혁신하고 있다.

다양한 장학 혜택도 눈에 띈다. 2024학년도 기준 신·편입생의 98%가 장학 혜택을 받고 있으며, 약 40여 개의 교내·외 장학금이 마련돼 있다. 이 밖에도 경희사이버대학교는 국내 주요 대기업·공기업과 탄탄한 산학협력 관계 구축으로 취업 지원에도 힘쓰고 있다.

## ‘헬시 플레저’ 트렌드 맞춰 고단백·저당 두유 출시

〈HealthyPleasure〉



베지밀이 ‘2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)’ 두유 부문에서 1위로 선정됐다.

정식품의 베지밀은 일명 ‘국민 두유’로 불린다. 국내 최초의 두유 브랜드이자 남녀노소 누구나 즐길 수 있는 다양한 제품으로 장기간 사랑받고 있기 때문이다. 정식품은 변화하는 업계 트렌드에 맞춰 다양한 제품을 지속적으로 선보이고 있다. 최근 건강을 중시하는 헬시 플레저(HealthyPleasure) 트렌드가 이어지며, 고단백 제품 및 저당 제품들이 출시됐다.

‘베지밀 고단백 두유 초코’는 고단백 두유와 스페인산 초콜릿의 만남으로 깊은 초코 풍미와 풍부한 단백질을 함께 즐길 수 있다. 한 팩(190mL)에 일반 우유(5.7g) 또는 두유(6g) 대비 약 2배 많은 식물성 단백질 12g을 함유하고 있다. 당류는 4.3g에 불과해 부담 없이 맛있게 즐



정식품 제공  
정식품 베지밀은 ‘헬시 플레저’ 트렌드에 맞춘 고단백 및 저당 제품은 물론, 소아과 전문가가 개발한 최초의 두유 브랜드답게 영유아 전용 두유도 꾸준히 개발하고 있다.

길 수 있다. 제품 한 팩으로 비타민 B군과 비타민D를 1일 영양성분 기준치의 30%, 칼슘은 20% 보충할 수 있다. 이외에도 △별곡에 함유된 성분으로 설탕에 비해 당 소화·흡수 정도가 5분의 1 정도인 ‘팔라티노스’를 사용한 ‘에이스 저당 두유’ △콩 이외에 아무것도 첨가하지 않은 ‘베지밀 무첨가 두유’ 등의 저당 제품이 있다.

베지밀은 소아과 전문가가 만든 최초의 두유라는 강점으로, 영유아를 위한 두유도 꾸준히 개발하고 있다. 지난해 8월 영유아식 ‘베지밀 인퍼트 프리미엄’과 ‘베지밀 토들러 프리미엄’을 리뉴얼했으며, 새롭게 ‘베지밀 킨더랜드 프리

미엄’까지 출시했다. 올해 창립 52주년을 맞은 정식품은 ‘국내 넘버원’ 두유 베지밀을 넘어 신(新) 성장동력 카테고리 ‘그린비아’ 브랜드 확대에 주력하고 있다. 그린비아는 질한 맛 용도에 따라 적절한 열량과 영양을 보충할 수 있도록 1991년 국내 최초로 출시된 특수의료용도식품 브랜드다. 지난해 ‘그린비아 영양 케어’와 ‘그린비아 당 케어’ ‘그린비아 캔서 케어’를, 지난 1월에는 ‘그린비아 마일드 케어 팩’ 2종과 ‘그린비아 미니’ 2종을 출시했다. 또한 정식품은 식재료 브랜드 ‘간단요리사’ 등 다양한 제품을 선보이고 있다. 정려-이예은 객원기자



## 정확도·속도 높은 AI 인재 매칭 서비스 ‘원픽’ 출시



잡코리아가 ‘2025 한국산업의 브랜드 파워(K-BPI) 취업전문포털 부문’에서 1위로 선정됐다.

잡코리아는 대한민국 대표 HR 테크 플랫폼 기업이다. 1998년 취업 포털 서비스를 선보인 이후, △비정규직 채용 특화 플랫폼 ‘알바몬’ △긱잡(Gig Job·단기나 임시직 근무) 플랫폼 ‘긱몬’ △게임업계 취업 전문 플랫폼 ‘게임잡’ 등을 운영하며 국내 온라인 채용 정보 시장에서 선도적 입지를 구축하고 있다.

최근에는 변화하는 채용 시장 트렌드에 맞춰 AI(인공지능) 기술을 접목한 다양한 서비스도 선보이고 있다. 지난해에는 기업·인재 추천 과정에서 매칭 정확도와 속도를 높인 ‘원픽(One Pick)’ 서비스를 출시했다. 원픽은 공고 등록과 헤드헌팅을 결합한 형태의 서비스다. AI로 공고 내용과 기업·구직자 데이터를



잡코리아 제공  
잡코리아는 국내 온라인 채용 정보 시장에서 선도기업 지위를 유지하고 있다. 최근에는 AI(인공지능) 기술을 접목한 다양한 서비스를 선보이고 있다.

종합 분석한 뒤, 합격 가능성이 높은 인재와 기업을 매칭해 준다.

잡코리아는 HR 테크 플랫폼으로서의 경쟁력을 강화하기 위해 채용 관리 솔루션(ATS) 기업 ‘나인하이어’도 인수했다. 나인하이어는 채용 공고 게시부터 합격 통보까지 채용 전 과정을 효율적으로 관리할 수 있는 솔루션을 제공하는 기업이다. 기업 채용 관리에 필요한 △채용 사이트 제작 △채용 공고 및 지원서 취합 △지원자 통합 관리 △지원자 다면 평가 △채용 데이터 분석 등을 서비스한다.

잡코리아의 AI 매칭 기술을 활용하면

채용 과정에서 가장 시간이 오래 걸리는 이력서 심사를 효율적으로 진행할 수 있다. 이 외에도 △AI 기반 추천·검색 서비스 △자기소개서 분석 서비스 △유저간 커리어 설계를 돕는 서비스 등을 선보이며 시장을 선도하고 있다.

한편, 잡코리아는 2023년 새로운 BI(브랜드 아이덴티티)와 슬로건을 공개했다. 새 로고는 구직자의 성장을 상징하는 상승 곡선을 시각화했으며, 새 슬로건 ‘NEW JOB, NEW ME(새로운 일, 새로운 나를 만든다)’는 250만 구직자 회원들을 응원하고 격려하는 의미를 담고 있다.

## 한겨울 땅속 김장독 구현… 오랫동안 맛있는 김치 유지



딤채가 ‘2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 김치냉장고 부문’에서 1위로 선정됐다.

딤채는 국내에서 ‘김치냉장고’를 지칭하는 대명사격 브랜드다. 독보적인 오리지널 독립 냉각 기술과 발효 과학으로 탁월한 김치 숙성 및 보관 기술력을 자랑한다.

1995년 11월 20일 탄생한 딤채는 저장실 자체를 냉각시키는 ‘직접 냉각 방식’이라는 독자 기술로 한겨울 땅속 김장독 환경을 구현했다. 이로써 김장김치 본연의 맛을 과학적으로 재현해냈다. 딤채만의 획기적인 기술 노하우인 ‘톱 쿨링(Top Cooling) 시스템’은 기계실을 위로 올려 열에 민감한 김치는 물론 채소·과일·육류 등을 더 오랫동안 생생하고 맛있게 보관할 수 있도록 해준다.

최근 딤채는 ‘고메 보관 모드’를 새롭게 적용했다. 원터치 올인원(All-in-



딤채 제공  
딤채는 1995년 출시 이후 김치냉장고 시장을 선도해왔으며, 최근에는 멀티 저장 냉장고로 도약을 추진하고 있다. 사진은 딤채 대표 제품 라인업.

One) 모드인 고메 보관 모드를 활용하면 김치는 물론 채소·과일·밀키트·계란·육류·생선 등 다양한 식재료를 한 번에 장기간 신선하게 보관할 수 있다. 이를 통해 김치냉장고 본연의 기능을 넘어, 멀티 저장 냉장고로 한 단계 더 진화하고 있다.

또한, 딤채는 독보적인 발효 과학 기술을 접목해 ‘비건김치 숙성 모드’도 선보였다. 식물성 재료만 사용해 만든 비건김치를 최적의 숙성 알고리즘으로 맛있게 익힐 수 있도록 했다.

이 외에도 최신 식문화 트렌드까지 반영해 국내 최초로 ‘썬러드 보관 모

드’와 ‘밀키트 보관 모드’를 도입했으며, 막걸리와 과일청을 직접 만들어 보관할 수 있는 ‘발효 숙성 모드’도 새롭게 추가했다.

딤채는 앞으로도 변화하는 소비자 라이프스타일과 니즈(needs)를 반영해 김치 숙성·저장이라는 본연의 기능을 강화하는 한편, 다양한 식재료를 최적의 환경에서 보관할 수 있는 멀티 저장 기능도 더욱 발전시킬 계획이다. 1995년 출시 이후 줄곧 김치냉장고 시장을 선도해온 딤채는 앞으로도 명실상부한 1등 김치냉장고 브랜드로서의 입지를 더욱 확고히 할 것으로 기대된다.

## 하드웨어·소프트웨어 아우르는 ‘토틸 비즈니스 솔루션’ 기업



신도리코가 ‘2025 한국산업의 브랜드 파워(K-BPI) 사무용복합기 부문’에서 1위로 선정됐다.

신도리코는 지난 63년간 사무기기 업계를 선도해 온 토틸 비즈니스 솔루션 전문 기업이다. 1960년 창립 이후 한국 최초로 복사기와 팩시밀리를 생산·판매하며 국내 사무자동화 시대를 열었다. 이후 뛰어난 출력 품질과 사용자 편의성의 고성능 사무기기를 다수 출시하며 시장을 이끌어왔다. 최근에는 스마트오피스 환경에서 활용도가 높은 제품을 중점적으로 선보이며 비즈니스 혁신도 가속화하고 있다.

신도리코는 최고고객책임자(Chief Customer Officer·CCO) 중심으로 전사적 공조 체계를 구축하고, 고객 만족도 향상을 위해 노력하고 있다. 고객지원부문은 임직원 대상으로 기술 정보 회의 및 서비스 향상 교육을 정기적으로 개



신도리코 제공  
신도리코는 63년간 사무기기 업계를 선도해 온 토틸 비즈니스 솔루션 기업이다. 최근에는 스마트오피스 환경에서 활용도가 높은 제품을 중점적으로 출시하고 있다.

최해 고객 중심 서비스의 중요성을 강조하고 있다.

신도리코는 소프트웨어 기술력 향상을 위한 투자도 지속적으로 확대하고 있다. 산업별 특성을 고려한 ‘맞춤형 패키지 오피스 솔루션’은 대기업·공공기관

## 국내서 직접 콩기름 착유… 고품질의 안전한 먹거리 실천



해표 식용유가 ‘2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 식용유 부문’에서 1위로 선정됐다.

‘해표’ 브랜드로 잘 알려진 사조대립은 유지류·수산식품·가공식품 등 가정에서 사랑받는 다양한 식품을 생산하고 있다. 또한, 식품업계에 각종 원·부재료도 공급하며 시장 경쟁력을 강화하고 있다. 사조대립이 생산하는 고품질 대두유(콩기름)는 우수한 품질과 신뢰성을 바탕으로 꾸준히 성장하고 있다.

사조대립은 국내 식품산업이 자리 잡지 못했던 1966년 창립 되었으며, 시장을 선도해왔다. 이후 1971년, 진해에 현대식 자동 설비를 갖춘 대규모 대두 가공공장을 국내 최초로 설립하며 국내 식품산업 발전과 식생활 개선에 기여했다.

‘해표’ 식용유는 독창적인 디자인으로도 주목받고 있다. 해표만의 적색으로 표현된 BI(브랜드 아이덴티티)는 매장



사조대립 제공  
사조대립 ‘해표’ 식용유는 우수한 품질과 신뢰성으로 꾸준한 성장을 이어가고 있다. 사진은 한 소비자자가 매장에서 해표 식용유 제품을 살펴보고 있는 모습.

에서 시각적 차별성을 높이며 소비자 인지도를 강화하고 있다. 실제로 많은 소비자가 빨간색을 보면 해표를 떠올릴 정도로 브랜드 인지도가 높다.

해표 식용유는 단순히 원료를 수입해 가공·판매하는 방식이 아니라, 국내에서 직접 콩기름을 착유하는 제품으로 잘 알려져 있다. 원료를 단순 수입·가공하는 것보다 여러 배 더 많은 공정이 필요

및 정부 기관의 디지털 전환과 친환경 오피스 구축을 지원하고 있다.

글로벌 시장에서도 경쟁력을 강화하며 사업 확장을 지속하고 있다. 현재 중국 칭다오와 베트남 하노이에 생산공장을 운영하고 있으며, 현지 판매법인을 통해 활발한 영업 활동을 전개하고 있다. 또한, 유럽 및 중동 시장 개척을 위해 현지 파트너들과 협력하며 시장 확대에 나서고 있다.

신도리코는 글로벌 표준으로 자리 잡은 ‘ESG(환경·사회·지배구조) 경영’ 경쟁력 역시 뛰어나다. 조달·생산·판매 전 과정에 환경 경영 체계를 도입했으며, 사무기기 사용 과정에서 발생하는 폐소모품을 친환경적으로 처리하기 위해 SRP(Sindoh RETURN Program)를 시행하고 있다. 아울러, 비영리법인 가천신도재단을 통해 다양한 사회공헌 사업도 적극 추진하고 있다. 재단은 꾸준한 장학 사업으로 현재까지 5000명에 달하는 과학 인재를 배출했으며, 1998년부터 매년 가천학술상을 시상해 우수한 학술적 성과를 낸 연구자를 발굴·지원하고 있다.

## 국내 정유사 중 처음으로 홍콩 항공사에 SAF 공급

(지속가능항공유)



SK주유소가 ‘2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 주유소 부문’에서 1위로 선정됐다.

SK주유소는 지난 60여 년간 국내 석유 시장 발전에 중추적인 역할을 해왔다. 서울 지하철 2호선 홍대입구역 인근에 있던 ‘청기와 주유소’는 1969년 SK에너지 전신인 유공이 설립한 국내 최초의 현대식 주유소다. 식당·정비·렌터카 서비스 등 다양한 고객 편의시설을 갖춰 40여 년간 서울의 랜드마크 역할을 하며 사랑받았다.

SK주유소는 화물차 운전자의 복지를 고려한 별도 휴게 공간도 운영해왔다. 2006년, 최중현 SK그룹 선대 회장의 유지에 따라 화물차 전용 휴게소 ‘내트릭 하우스’ 서비스를 도입했다.

‘내트릭하우스’는 화물차 운전자를 위한 △휴게소·식당 등 편의시설 △주유소 △정비·검사소 △물류추진사 사무실 등



SK에너지 제공  
SK주유소는 국내 최초의 현대식 주유소로 시작해 지난 60여 년간 국내 석유 시장 발전에 중추적 역할을 해왔다. 또 ‘우리 동네 응급처치소’ 등을 운영하며 사회 안전망 구축에도 힘쓰고 있다.

을 갖춘 공간이다. 현재 전국 23곳에서 운영 중이며, 이를 통해 화물차 운전자의 휴식 시간 보장과 교통사고 예방, 도로 불법 주차 문제 해소 등에 기여하고 있다.

SK에너지는 국내 정유사 중 처음으로 홍콩 국적 항공사에 지속가능항공유(Sustainable Aviation Fuel·SAF)를 대량 공급하고 있다. 지난 1월 유럽 수출에 이어, 국내 정유사의 거점인 아시아태평양 지역에서 SAF 시장 선점의 발판을 마련했다는 평가를 받고 있다. SK에너지가 구축한 대량 생산 체계가 잇따른 성과로 이어지고 있다는 분석이다.

SK에너지는 지난해 9월 연간 10만

규모의 저탄소 제품 대량 생산 체계를 구축하고, 코프로세싱(Co-Processing·일괄 생산) 방식으로 SAF 상업 생산에 착수했다. 코프로세싱은 기존 석유제품 생산 공정 라인에 별도의 바이오 원료 공급 배관을 연결해 SAF와 바이오 납사 등 저탄소 제품을 생산하는 공정이다.

김중화 SK에너지 사장은 “국내 최초 현대식 주유소로 출발해 에너지를 공급해온 SK주유소는 이제 휴식과 색다른 체험 공간으로 고객의 삶에 에너지를 충전하고 있다”며, “앞으로도 차별화된 서비스와 가치를 제공해 19년간 이어온 고객 신뢰에 보답하겠다”고 말했다.

## 전국 580개 매장서 합리적 가격으로 정비 서비스



스피드메이트가 ‘2025 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 자동차관리 부문’에서 1위로 선정됐다.

자동차 종합 관리 브랜드 스피드메이트는 △자동차 경정비 △긴급 출동 서비스 △타이어 및 수임차 부품 유통 등 차량 관리 전반에 걸친 서비스를 제공하고 있다. 지난해 9월, SK네트웍스로부터 물적 분할해 ‘SK스피드메이트’라는 독립 법인으로 출범하면서 사업 혁신을 가속하고 있다.

스피드메이트는 전국 580여 개 매장에서 신bio할 수 있는 품질과 합리적인 가격의 정비 서비스를 제공하고 있다. 앞으로는 축적된 사업 데이터를 AI(인공지능)와 연계해 미래 성장 동력을 확보하는 동시에 고객 중심 서비스도 더욱 강화할 계획이다.

지난해 스피드메이트는 독립 자동차 데이터 전문 기업 DAT로부터 AI 자동



SK스피드메이트 제공  
스피드메이트는 전국에 580여 개 매장을 둔 자동차 종합 관리 브랜드다. 사진은 스피드메이트 매장 전경.

견적 시스템 등 다양한 솔루션을 도입했다. 이러한 기술은 스피드메이트의 수입차 통합 플랫폼인 ‘하클베리 프로’에 적용된다. 이를 통해 스피드메이트는 사고차 수리 등 중정비 분야까지 사업 영역을 확대할 수 있을 것으로 전망된다.

또한, 수도권 일부 매장에서 오후 10시까지 운영했던 ‘별빛 정비’를 올해 확대 시행할 계획이다. 평일 업무 시간에 차량 정비가 어려운 직장인들의 불편을 해소해 고객 만족도를 높이겠다는

전략이다. 아울러 일부 차종에만 한정됐던 기존의 수입차 멤버십을 전 차종으로 확장하는 개편 작업에도 박차를 가하고 있다.

스피드메이트 관계자는 “대한민국을 대표하는 차량 관리 브랜드로서, 축적된 정비 데이터에 AI 기술을 접목해 사업 혁신을 추진하고 있다”며 “고객 중심 서비스를 지속적으로 개발해 자동차 관리 업계의 선도주자로 자리 매김하겠다”고 밝혔다.

정리=정진영 객원기자



 LX하우시스



LX **Z:In** 창호

창호의 새로운 뷰가 되다 뷰프레임



2025 한국산업의 브랜드파워  
창호 부문 최다 1위 (19회)

\*해당 이미지는 연출된 이미지로 실제와 다를 수 있음