



民間主導의 世界的 경영컨설팅 機關

韓國能率協會컨설팅

150-869 서울特別市 永登浦區 汝矣島洞 12(CCMM B/D 8層)

TEL : (02) 3786-0360~1

FAX : (02) 785-0501

한능컨 : 제 2005 - 91 호

2005. 3. 16

수 신 : 각 언론사

[직인생략]

발 신 : 한국능률협회컨설팅

제 목 : **2005 년 제 7 차 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사 결과 발표**

안녕하십니까?

한국능률협회컨설팅에서는 우리나라 산업의 질적인 성장을 유도하고 우리 기업들이 국제 경쟁력을 가진 글로벌 브랜드로 도약하는 계기를 만들고자 '99 년부터 실시해온 한국 산업의 브랜드파워(K-BPI;이하 K-BPI 라 칭함) 제 7 차 조사를 2005 년 1~2 월에 실시하였습니다.

본 조사는 한국능률협회컨설팅이 개발한 브랜드 파워 측정 모델에 의해 국내 산업의 164 개 산업군의 브랜드를 조사하여 우리나라 대부분 산업의 브랜드 경쟁력을 평가하였습니다.

첨부한 자료는 본 K-BPI 조사 결과를 다음과 같이 축약한 것이니 귀지(방송)의 보도를 양청합니다

본 자료는 3 월 24 일 조간 (방송은 3 월 23 일 17:30 분) 부터 보도를 요망합니다.

조사 결과자료 발표 내용

제 1 부 한국산업의 브랜드파워 조사 개요

1. 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)
2. 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사 설계
3. K-BPI 모델 소개 및 분석 방법 특징

제 2 부 조사결과 및 특징

1. 한국산업의 브랜드파워 현황 및 특징
2. 각 산업군별 특징

별첨 1. 산업군별 1 위 브랜드 소개

韓 國 能 率 協 會
韓 國 能 率 協 會 컨 설 팅
會 長 宋 仁 相



제 1 부 제 7 차 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사의 개요

1. 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)조사의 배경 및 목적

대부분의 기업이 일정 수준의 기술력을 갖추에 따라 제품이나 서비스의 1차적인 품질 차원에서 확실한 비교 우위를 점유하기 어려운 상황에 놓이게 되었다. 뿐만 아니라 다국적 기업의 자본 및 브랜드 침투가 점차 가속화되어 가고 있다. 더욱이 장기간 경기 침체를 겪게 됨에 따라 국내 기업들의 마케팅 활동은 위축되고 있으며, 국내 기업들로 하여금 강력한 브랜드 없이는 기업의 성공을 약속할 수 없는 환경으로의 변화를 독려하고 있다. 국내시장은 물론 해외에서 통용되는 글로벌 브랜드의 개발 및 구축 없이는 장기적인 기업 존립이 어려울 수 밖에 없다는 시대적인 필연성이 요구되고 있는 것이다.

이러한 비제품적 경쟁우위에 대한 연구 결과로 한국능률협회컨설팅은 우리나라 산업의 질적 성장을 유도하고 각 기업 또는 산업에서 브랜드 경쟁력을 확보할 수 있는 계기를 마련하고자 1998년 국내 최초로 브랜드파워 측정모델을 개발, 매년 조사를 실시하고 있으며, 1999년 1차 조사에 이어 금년에 7차 조사를 실시하였다.

K-BPI 조사는 조사 결과를 매년 우리나라 산업에 공표함을 기본 운영방침으로 하고 있으며, 이를 통해 각 산업군 및 기업의 현 위치를 확인하고 브랜드 파워 향상을 위한 방향을 제시함으로써 기업의 경쟁력 강화와 글로벌 브랜드 관리를 위한 기초 자료로 활용될 수 있도록 하는 데에 그 목적이 있다. K-BPI 조사 결과를 통해 각 기업은 시장에서 자사 브랜드의 상대적 경쟁력 파악은 물론 유사 카테고리의 브랜드 비교 지수를 분석할 수 있는 기회를 갖게 됨으로써, 브랜드 파워 증대를 위한 체계적인 브랜드 매니지먼트 전략을 수립할 수 있는 계기로 활용할 수 있을 것으로 기대된다.

2. 한국산업의 브랜드파워 인덱스(K-BPI) 조사 설계

- ① 모집단 : 국내에서 소비 생활을 하고 있는 한국인으로서, 서울시 및 6 개 광역시에 거주하고 있는 만 15 세 이상 만 60 세 미만의 남녀
- ② 조사지역 : 서울 및 6 개 광역시(인천, 부산, 대구, 울산, 대전, 광주)
- ③ 표본추출방법 : 인구 비례(성별, 연령별, 지역별)에 의한 무작위추출법(Random Sampling)
- ④ 총표본수 : 12,000 명
- ⑤ 실시시간 : 2005 년 1 월부터 2005 년 2 월까지 (50 여일간)
- ⑥ 조사방법 : 면접원이 조사 대상자를 직접 방문하여 조사하는 일대일 개별 면접법
- ⑦ 조사대상산업 : 164 개 산업군 2576 개의 브랜드 평가

3. K-BPI 모델 소개 및 분석 방법

☞ K-BPI 란?

K-BPI(Korea Brand Power Index)는 소비생활과 밀접한 관계가 있는 국내 주요 산업을 대상으로 소비자 조사를 통해 각 브랜드가 갖고 있는 영향력을 파악, 이를 지수화 한 것으로 소비자의 브랜드 구매 행동을 예측할 수 있는 정성적 지표이다.

☞ K-BPI 모델은?

브랜드파워를 측정하는 방법으로는 크게 재무적 관점과 소비자 인지구조 관점에서 평가하는 방법이 있다. 재무적 관점은 기업의 자산가치의 평가나 기업 M&A 를 위한 평가수단으로 사용되는 방법으로, 주로 브랜드와 관련된 구매행동 중 가격 및 준거 가격을 기초로 하여 재무제표상의 항목중심으로 평가가 이루어진다. 반면, 소비자 인지구조적 관점은 소비자가 인지하고 있는 브랜드 자산에 대한 측정할 수 있는 구성 요소들을 인지도와 충성도에 대한 영향력과 표현력을 중심으로 구매행동

예측이 가능하도록 설계된 방법이다. K-BPI 지수 산출은 바로 소비자 인지구조적 관점에서 브랜드 인지도(Brand Awareness)와 브랜드 로열티(Brand Loyalty)를 중심으로 측정하여 산출되어진다.

이처럼 K-BPI 는 철저히 **소비자 관점에서 브랜드 파워를 측정하여**, 사후적인 관점에서 브랜드를 측정하는 재무적 관점보다는 향후 시장에서의 성장성을 예측할 수 있다는 장점이 있다.

☞ K-BPI 조사 및 분석방법

K-BPI 는 2000 년 제 2 차 조사까지의 모델인 인지도:로열티 = 80:20 의 기준을 브랜드의 정성적인 측면인 브랜드 로열티의 중요도가 상승하는 추세에 맞도록, 브랜드 인지도에 **70%**의 가중치(최초인 지 40%, 비보조인지 20%, 보조인지 10%)를 두며, 브랜드 로열티에 **30%**로 가중치를 변경하여 이를 1,000 점 만점 기준으로 산출하였다.

[K-BPI 분석방법]

$$K-BPI = 1000 \times (0.4X1 + 0.2X2 + 0.1X3 + 0.3X4)$$

X1 = 최초인지도

X2 = 비보조충인지도

X3 = 보조인지도

X4 = 브랜드 로열티 ⇒ 이미지, 구입 가능성, 선호도 항목에 대해 3:4:3의 가중치를 두고 평균치를 표준화된 점수(Z-Score)로 변환하여 표준정규분포상의 누적분포 값으로 환산한 수치임

4. K-BPI 심층조사 설계 및 진행

☞ K-BPI 심층조사는?

한국 산업부문에 대한 공정한 브랜드 조사를 진행하고 있는 한국능률협회컨설팅은 2003 년 제 5 차 조사에서부터 각 산업군에서의 상대 비교 뿐만 아니라, 국내 기업의 브랜드에 대한 고민과 해결 방안을 제시하기 위해서 각 산업군에 대한 심층 조사를 추가적으로 진행하여 왔다. 2003 년에는 30 개 산업군에 대해서 추가 조사를 진행하여 조사 산업군에 대한 트렌드 트래킹 데이터로 활용하였으며, 2004 년도에 이어 2005 년도에는 심층 조사를 더욱 강화하게 되었다. 다시 말해서 **K-BPI 심층조사를 통해서 각 산업군별 상대 비교에 대한 측정 요소를 K-BPI 지수 요소 뿐만 아니라 추가적으로 브랜드 활동 측정에 필요한 기타 추가 요소에 대한 조사가 가능해졌고 그 결과, 마케팅 및 브랜드 관련 실무자들에게 양질의 데이터 및 인구통계학적 Depth Analysis Program 을 제공할 수 있게 되었다.**

☞ K-BPI 심층조사의 구성은?

SAPII 브랜드 조사 프로그램(Syndicate Audit Program II)

2004 년도에 진행된 Syndicate Audit Program 을 더욱 보완/발전시킨 2005 년도의 SAP II 프로그램은 기업의 사전 신청을 받거나 혹은 효과적인 컨설팅데이터의 산출을 위해 BSM(Brand Status in Market) 모델에 기초한 소비자 구매의사 결정과정에 대한 브랜드별 문제점 파악을 목적으로 전국단위의 K-BPI 조사 시행 시, 병행하여 함께 세부적으로 조사된다. 조사 후에는 그 산업군에 대한 별도의 보고서가 작성된다. 이 프로그램은 보다 심층적인 브랜드 현황 파악 및 문제점 분석을 위하여 기획되었다.

- 산업군 : 총 13 개(탄산음료, 스포츠의류, 가스오븐레인지, 식기세척기, 디지털카메라, 중형승용차, 대형할인점, 자동차보험, 여행사, 유아교재, 종합병원, 학습지, 육가공함)

이와 같이 한국 산업의 전체 산업군에 대한 지수를 포괄하는 범용적 지수로 자리매김하고 있는 K-BPI 는 2005 년 제 7 차 조사를 기점으로 지수 발표에서 기업 분석의 Data 로서의 한 단계 Level-Up 하기 위해서 변신을 모색하였다.

다음은 2005 년도 K-BPI 조사 대상 산업군이다.

 2005 년도 제 7 차 K-BPI 조사 대상 산업군

산업군		조사 대상 상품
제조업	소비재 (81 개)	가공우유, 간장, 건전지, 고추장, 국물음료, 골프의류, 골프화, 과자, 기능성요구르트, 기능성 숙취해소음료, 기저귀, 김치, 남성내의, 남성정장, 남성정장구두, 남성화장품, 냉장/냉동육, 녹차, 담배, 된장, 두유, 떠먹는아이스크림, 떠먹는요구르트, 마시는요구르트, 맥주, 미용용화장지, 밀폐용기, 벽지, 봉지면, 분유, 붙이는관절염치료제, 비누, 빙과, 살균세정제, 생리대, 생식(선식), 샴푸, 섬유유연제, 세탁세제, 소주, 소화제, 스포츠음료, 스포츠의류, 스포츠화, 식용유, 아이스크림콘, 엔진오일, 여성기초화장품, 여성내의, 여성색조화장품, 여성정장, 여성정장구두, 용기면, 위스키, 위장장애개선제, 유아복, 육가공품, 이유식, 일반우유, 자양강장제, 전통주, 종합감기약, 종합문구, 주방세제, 주스, 즉석간편식, 참치캔, 천연조미료, 치약, 칫솔, 캐주얼의류, 캐주얼화, 캔차음료, 커피, 커피음료, 콘택트렌즈, 탄산음료, 페인트, 학생교복, 홈세트, 휘발유
	내구재 (41 개)	가스레인지, 가스오븐레인지, 가정용바닥재, 가정용보일러, 공기청정기, 김치냉장고, 노트북컴퓨터, 대형승용차, 대형 TV, 데스크탑컴퓨터, 드럼세탁기, 디지털복합기, 디지털카메라, 디지털피아노, 모터싸이클, 미니벤, 밥솥, 복사기, 부엌가구, 비데, 소형이하승용차, 수입자동차, 승용차타이어, 식기세척기, 양문여닫이냉장고, 에어컨, 이동전화단말기, 정수기, 조명/램프, 주거용가구, 준중형승용차, 중형승용차, 창호재, 침대, 홈오디오메이션, 캠코더, 프린터, 피아노, MP3 플레이어, PDA, SUV
서비스업(42 개)		가전양판점, 개인자산관리, 고속버스, 국제전화, 대형할인점, 렌터카, 백화점, 상품권, 서적판매, 생명보험, 스키장, 신용카드사, 아이스크림전문점, 아파트, 여행사, 영화관, 유아교재, 은행, 이동전화서비스, 이동통신컨텐츠서비스, 인터넷쇼핑몰, 자동차보험, 자동차정비, 제과/제빵점, 중신보험, 종합병원, 증권, 초고속인터넷통신망, 커피테이크아웃전문점, 콘도미니엄, 택배서비스, 테마파크, 투신편드, 패밀리레스토랑, 패션주얼리, 패스트푸드점, 편의점, 피자전문점, 학습지, 항공사, 호텔, TV 홈쇼핑

제 2 부 조사 결과 및 특징 – 2004 년도 Four Brand Trend Index

1. 한국산업의 브랜드파워 현황 및 특징

2005 년 제 7 회차를 맞고 있는 한국산업의 브랜드파워조사(K-BPI)는 이제 대한민국의 브랜드지수를 나타내는 대표적인 조사로 자리잡아가고 있다. 2004 년에는 193 개의 산업군을 대상으로 브랜드 조사를 실시한데 이어 올해에는 엄정한 기준을 거쳐 164 개의 산업군을 조사하면서 단순한 양적인 팽창보다는 대한민국의 브랜드지수를 효과적으로 나타낼 수 있는 질적인 향상을 도모하였다는데 조사의 의미가 있다. 올해 조사를 진행하면서 산업군별 브랜드파워 지수의 상대비교를 통한 기업 경쟁력 강화에도 의의를 두었지만, 지금까지의 DATA 를 통해 국내 브랜드 현황에 대한 이슈 또는 트렌드를 파악하고 대안을 제시한다는 점에 큰 의의를 둔다고 할 수 있다.

전반적인 2005 년의 브랜드 트렌드를 살펴보면 메스티지 브랜드에 대한 관심 고조, 해외에서 우수한 평가를 받은 브랜드들의 뚜렷한 국내 성과 향상, 웰빙문화의 확산으로 인한 관련산업군의 성장 등을 들 수 있다. 또한 경제측면에서는 2005 년 2 월 한국경제의 소비자 기대심리는 2004 년 4 월의 99.9 이후 10 개월 만에 최고치인 99.4 를 기록해 6 개월 후의 경기, 생활형편, 소비지출 등에 대한 소비자들의 긍정적인 기대심리가 상승한 것으로 통계청 조사결과 나타났으며, 더불어 주가의 상승폭도 작년에 비해 크게 올라가면서 국내 기업들의 가치가 향상되면서 국내 경제에 청신호로 작용하였다. 이러한 시기에 2005 년에 제 7 차 한국산업의 브랜드파워조사를 발표하면서 작년과 달리 특이할 만한 부분을 크게 4 가지로 나누어서 살펴보고자 한다.

첫 번째는 브랜드파워가 높아질 수록 기업 가치도 성장한다 브랜드파워가 높아진다는 의미는 기업이 고객과의 브랜드 커뮤니케이션, 브랜드 관리 등을 활발하고 철저하게 하고 있다는 것을 의미한다. 또한 이러한 기업들은 브랜드파워의 상승과 함께 성장을 하면서 주가의 상승을 가져오고 있다. 많은 기업들이 이러한 사례들을 보여주고 있으나, 대표적으로 몇몇 기업의 사례들을 살펴볼 수 있다. 2004 년과 2005 년의 K-BPI 지수 변화를 통해 기업의 사례를 살펴보면 남성화장품부문의 오딧세이와 여성기초화장품부문의 헤라 브랜드를 소유하고 있는 태평양은 두 개 브랜드의 K-BPI 지수가 2004 년보다 2005 년에 높게 나타나며 주가 또한 조사시점인 2004 년 1 월보다 2005 년 1 월에 상승한 것을 볼 수 있다. 웅진씽크빅, SK 네트워크, SK, 롯데제과 등의 경우도 유사한 현상이 나타난다. 이러한 브랜드들의 일반적인 특징은 다양한 통합마케팅 활동을 통한 충성도 및 인지도의 상승을 들 수 있다. 전년대비 충성도가 증가한 오딧세이(54.7 → 62.5), 헤라(67.2 → 82.0)가 괄목할 만한 브랜드 활동을 보여준 대표적인 예라고 할 수 있다.

기업명	조사산업군	브랜드명	2004 년 K-BPI 지수	2005 년 K-BPI 지수	2004 년 1 월 주가	2005 년 1 월 주가
태평양	남성화장품	오딧세이	374.3	436.1	176,000 원	223,000 원
	여성기초화장품	헤라	392.4	467.8		
웅진씽크빅	유아교재	씽크빅	435.4	572.3	3,000 원	4,190 원
SK 네트워크	자동차정비	스피드메이트	334.6	433.7	12,650 원	21,500 원
SK	휘발유	엔크린	719.5	813.6	34,700 원	54,500 원
롯데제과	떠먹는 아이스크림	위즐	436.7	462.8	496,500 원	742,000 원

두 번째는 메스티지 브랜드에 대한 관심고조.

전반적으로 경기가 향상되면서 메스티지 브랜드에 대한 사회적 관심이 고조되고 있다. 대중적 명품으로 불리우는 중고가형 메스티지 제품들의 지속적인 관심이 2005 년 K-BPI 조사에서도 나타나고 있다. 메스티지는 대중(Mass)과 명품(Prestige)를 합성한 신조어로 패션, 가전, 자동차, 유통, 아파트 등 각 분야에서 큰 사회적인 반향을 보여주고 있다. 메스티지는 합리적인 가격, 품질, 감성을 중요하게 생각하는 트렌드이지만, 다른 한편으로는 브랜드가 줄 수 있는 가치를 제공하지 못한다면 메스티지 상품으로서의 가치가 떨어진다. 2004 년에 소비심리가 많이 위축되었지만, 저가의 제품을 여러 개 구입하느니 질 좋은 제품 하나를 구입하겠다는 소비자들이 증가하면서 다양한 메스티지 제품들에 대한 관심이 증가하고 있다. 이러한 현상들은 2005 년까지 이어져서 주로 산업군 전반에 걸쳐 골고루 나타나고 있는데, 패션의 대표적인 사례는 고급스러운 캐주얼의류 빈폴(446.3 → 462.0)이며, 가전의 경우에는 삼성전자와 LG 전자의 명품가전으로 꼽히던 양문여달이냉장고, 드럼세탁기, 대형 PDP TV 등의 보급형 모델의 확산을 들 수 있다. 패밀리레스토랑 부문은 고급 음식을 비교적 저렴한 가격에 양질의 서비스로 즐길 수 있는 아웃백스테이크(455.3 → 576.3)를 들 수 있다. 특히 아웃백스테이크는 친절한 서비스와 맛있는 빵의 무한제공 등을 통한 차별화 된 브랜드 전략으로 올해 패밀리레스토랑 부문에서 1 위를 차지하였다. 커피테이크아웃전문점 부문의 경우 호텔커피숍의 가격보다 저렴하고 일반 카페의 커피보다 비싼 스타벅스(657.2 → 694.8)의 커피도 메스티지를 지향하고 있다. 이렇듯 소비자의 소비 트렌드를 읽고 꾸준한 브랜드 활동을 펼치고 있는 기업들이 2004 년에 이어 올해 2005 에도 지속적으로 우수한 성과를 보여주고 있다

세 번째로 해외에서 우수한 성과를 나타낸 브랜드들의 뚜렷한 국내 성과를 들 수 있다.

세계판매 1 위, 해외 소비자만족도 1 위, 국제박람회 1 위 등의 성과를 나타낸 브랜드들이 국내에서도 뛰어난 성과를 보여주고 있다. 한국 전자업체들이 해외에서 우수한 품질력으로 급속히 떠오르거나 Market Share 를 높이며 선전하고 있다. 삼성전자는 스웨덴에서 양문여달이냉장고 시장점유율 1 위를 차지했으며, 애니콜은 휴대전화 부문에서도 세계 1 위 휴대전화 생산업체인 노키아 본사가 있는 핀란드에서 2004 년 시장점유율 10% 정도의 성장율을 보여주었다. 또한 애니콜의 휴대폰 가격이 아시아, 태평양 11 개 주요도시의 물가수준과 구매력 등을 비교하는 지수로 사용되기도 했다. 하노버 세빗 2005 에서 삼성전자는 102 인치 PDP TV 를 전시하고, 신제품으로 80 인치대 LCD 를 선보여 세계적 수준의 기술력을 자랑했다. LG 전자 또한 드럼세탁기 트롬과 에어컨 휘센도 해외에서의 우수한 평가를 얻고 있다. 이러한 해외에서의 성과가 속속 국내에서도 나타나고 있다. 2005 년 한국산업의 브랜드파워 조사에서 삼성전자는 이동통신단말기 부문의 애니콜을 포함하여 총 7 개 부문에서 1 위를 차지하는 우수한 성과를 나타내었다. LG 전자 또한 드럼세탁기부문에서 트롬이 3 년연속 1 위로 조사되었으며, 에어컨부문의 휘센 또한 6 년연속 1 위였던 위니아를 누르고 1 위로 조사되었다. 이러한 산업군들은 역시 국내에서도 월풀이나 모토로라, 도시바 등의 해외 브랜드들을 누르고 당당하게 2005 년 조사에서 1 위로 조사되어 국내 소비자들에게도 역시 인정을 받고 있는 것으로 조사되었다.

네 번째로 웰빙문화의 확산으로 인한 관련 산업군들의 변화

웰빙은 행복, 안녕, 복지 등으로 '삶의 질'을 강조며 건강한 신체와 정신을 유지하는 균형 있는 삶을 의미한다. 이러한 웰빙 문화는 환경주의, 자연주의, 소비자 보호정책, 주 5 일 근무제의 전면적인 시행 등으로 급속도로 확장되어 대중화되면서 이제는 하나의 문화로 자리잡았다. 2005 년 한국산업

의 브랜드파워 조사에서도 이러한 웰빙 관련 제품들에 대한 꾸준한 관심이 반영되고 있는데, 페인트, 벽지, 가전제품 등 다양한 부문에서 큰 영향을 미치고 있다. 페인트부문의 고려페인트는 ‘숲으로’라는 인체에 유해한 중금속과 유기화합물 포름알데히드가 거의 제로에 가까운 친환경페인트로 4년 연속 브랜드파워 1위를 받았다. 벽지부문의 LG 벽지는 국내 최초로 수성잉크를 전면 적용하여 인체에 해로운 포름알데히드 등의 유해물질로부터 안전한 벽지를 선보여 올해 처음으로 브랜드파워 1위로 조사되었다. 국내 가전업계의 은나노 항균기술을 이용한 드럼세탁기도 소비자들에게 좋은 반응을 얻고 있다. 공기청정기부문에서는 웅진 케어스가 삼성전자, LG 전자 등 대기업이 뛰어든 공기청정기 시장에서 월등한 차이로 3년 연속 1위로 조사되었다. 또한 비데부문에서도 웅진롤루가 3년 연속 1위로 조사되는 등 웰빙 관련 제품에서 웅진코웨이개발의 독보적인 행보가 계속되고 있다. 또한 렌탈을 통해 일부계층에서만 사용하던 비데, 공기청정기 등이 이제는 필수적인 생활가전으로 자리잡아가고 있다. 에어컨부문에서는 공기청정기능을 대폭 강화시켜 미세한 먼지, 곰팡이, 박테리아, 세균 등을 제거할 수 있는 LG 전자의 휘센이 1위로 조사되었다. 이러한 소비자들의 웰빙의 트렌드를 반영하여 개발된 제품들은 꾸준한 사랑을 받고 있으며, 웰빙문화는 이제 단기적인 하나의 트렌드가 아닌 삶의 일부로 받아들여지고 있다.

2005년 제 7차 조사를 진행하면서 국내 시장에서도 체계적인 브랜드 매니지먼트가 이루어지고 있는 것이 눈에 띄는 특징들 중 하나이다. 위의 4가지 트렌드를 정리해 보면 첫번째, 파워브랜드를 통한 기업의 가치 증대를 들 수 있고 두 번째는 삶의 질 향상으로 인한 매스티지 브랜드들의 강세, 세 번째는 브랜드의 글로벌화를 통한 뛰어난 시장성과와 국내시장에서의 영향력 증대, 그리고 네 번째는 웰빙으로 대표되는 국내 기업들의 신제품 개발 등을 들 수 있다. 이상이 올해 조사되었던 한국 산업의 브랜드파워에서 요약될 수 있는 특징이며, 이러한 특징들을 통해 기존 브랜드에 대한 개선 가능성 모색 및 신시장 또는 신사업군에서의 브랜드의 역할 및 가치를 가늠해 볼 수 있을 것이다.

2. 산업군별 특징

1) 소비재 산업

① 제과,아이스크림

略 과자, 아이스크림 부분의 장수브랜드 독주 속에 떠먹는 아이스크림 부문에서 위를 1 위

저관여 범주이나 다수의 브랜드가 경쟁하고 있는 과자 부문에서는 새우깡이 7 년 연속 1 위로 독주하고 있으며 아이스크림 부문에서도 브라보콘이 지난해와 마찬가지로 3 년 연속 1 위로 나타났다. 떠먹는 아이스크림에서는 위즐이 빙그레의 투게더클래스를 누르고 1 위가 되었으며, 빙과 부문에서는 지난해 해태제과식품의 호두마루가 지속적이고 적극적인 커뮤니케이션 활동의 결과로 롯데상강의 돼지바를 누르고 1 위를 차지했다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
과자	새우깡(586.7) (7 년연속) *****	(주)농심
떠먹는아이스크림	위즐(462.8)	롯데제과(주)
빙과	호두마루(453.8)	해태제과식품(주)
아이스크림콘	부라보콘(517.6) (3 년연속) ***	해태제과식품(주)

② 유제품

略 서울우유와 한국아쿠르트의 브랜드 파워가 지속적으로 강하게 나타난 가운데 가공우유에서는 빙그레가 2 년연속 1 위

일반우유 부문에서 서울우유가 지난해에 이어 지속적인 브랜드파워를 유지했으며 요구르트 부문에서는 한국아쿠르트의 브랜드파워가 강하게 유지되고 있다. 두유 부문에서 베지밀이 3 년 연속 1 위로 조사되었으며, 경쟁이 치열한 분유 부문에서는 남양유업의 임페리얼이 작년 브랜드파워 1 위인 남양유업의 아기사랑수를 제치고 1 위로 나타났다. 작년에 추가된 가공우유 부문에서는 빙그레의 바나나맛우유가 2 년 연속 1 위를 차지했다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
일반우유	서울우유(788.2) (7 년연속) *****	서울우유협동조합
떠먹는요구르트	요플레(791.7) (3 년연속) ***	(주)빙그레
마시는요구르트	한국아쿠르트 (641.6) (7 년연속) *****	(주)한국아쿠르트
기능성요구르트	윌(706.6) (4 년연속) ****	(주)한국아쿠르트
분유	임페리얼(436.0)	(주)남양유업
두유	베지밀(695.1) (3 년연속) ***	(주)정 · 식품

이유식	매일맘마밀(460.4) (3 년연속) ***	매일유업(주)
가공우유	빙그레바나나맛 (딸기)우유(596.9) (2 년연속) **	(주)빙그레

③ 음료

略 탄산음료 부분의 코카콜라의 독주 속에 주스, 스포츠음료, 캔차음료에서 롯데칠성음료가, 커피음료, 녹차, 커피에서는 동서식품이 선두

탄산음료 부분의 코카콜라가 각 6 년 연속의 독주 속에서 롯데칠성음료가 주스, 스포츠음료, 미과즙음료 등 다양한 음료부문의 영역에서 1 위를 차지하였으며, 커피음료부문, 녹차, 그리고 커피부문 등 차분야에서는 동서식품이 1 위를 차지했다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
탄산음료	코카콜라(756.1) (6 년연속) *** **	한국코카콜라(주)
커피음료	맥스웰하우스 (450.2) (2 년연속) **	동서식품(주)
국물음료	아침햇살(838.3) (4 년연속) *** **	웅진식품(주)
스포츠음료	게토레이(729.1) (2 년연속) **	롯데칠성음료(주)
캔차음료	실론티(626.5) (3 년연속) ***	롯데칠성음료(주)
주스	델몬트(737.8) (7 년연속) *****	롯데칠성음료(주)
녹차	동서현미녹차 (556.9)	동서식품(주)
커피	맥심(844.6) (7 년연속) *****	동서식품(주)

④ 식품

略 장수 브랜드파워가 가장 강력하게 나타나는 부문으로 식용유 부문의 해표, 고추장부문의 청정원, 천연조미료의 다시다가 독보적 브랜드 파워 유지

신라면, 청정원, 다시다, 등은 7 년 연속 1 위 브랜드로 나타났으며, 참치캔 부문의 동원과 식용유 부문의 해표도 6 년 연속 1 위를 나타내 식품 부문에서 부동의 1 위 브랜드 자리를 지키고 있다. 또한 생활패턴의 변화와 레저생활의 확대로 확장되고 있는 즉석간편식 시장에서는 CJ 햇반이 오투기 3 분요리를 제치고 1 위로 나타났으며, 육가공품 부문에서도 스팸이 1 위로 조사되 CJ 의 브랜드 도약이 눈에 띄게 두드러지고 있다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
봉지면	신라면(796.9) (7 년연속) *****	(주)농심
참치캔	동원참치(906.2) (6 년연속) *****	(주)동원 F&B
식용유	해표(790.7) (6 년연속) *****	(주)신동방

고추장	청정원순창(723.0) (7년연속)*****	대상㈜
간장	샘표간장(592.7) (5년연속)*****	샘표식품㈜
천연조미료	다시다(775.6) (7년연속)*****	CJ㈜
김치	종가집김치(718.4) (5년연속)*****	㈜두산식품 BG
된장	청정원순창(684.2) (4년연속)****	대상㈜
즉석간편식	CJ 햇반(573.8)	CJ㈜
용기면	큰사발(531.4)	㈜농심
냉장/냉동육	하림(643.4) (3년연속)***	하림㈜
육가공햄	스팸(573.3) (3년연속)***	CJ㈜
생식(선식)	풀무원(605.5)	㈜풀무원

⑤ 주류

강한 충성고객을 확보하고 있는 부문으로서 파워브랜드 간의 치열한 경쟁이 나타남

가장 강력한 충성고객층을 확보하고 있는 주류 부문에서는 지난해와 마찬가지로 시장의 파워브랜드들이 주류 시장을 주도하고 있는 것으로 나타났다. 맥주 부문에서는 6년 연속 하이트가 1위를 차지하였으며 소주 부문에서는 참진이슬로가 5년 연속 1위를, 전통주 부문에서는 백세주가 5년 연속 1위를 차지했다. 위스키 부문에서는 발렌타인이 3년 연속 1위를 차지했다.

상품군	1위 브랜드명	기업명
맥주	하이트(765.6) (6년연속)*****	하이트맥주㈜
소주	참진이슬로(715.0) (5년연속)*****	㈜진로
전통주	백세주(700.9) (5년연속)*****	㈜국순당
위스키	발렌타인(534.4) (3년연속)***	진로발렌타인스무역㈜

⑥ 제약

장수브랜드들의 브랜드파워 유지 속에 종합감기약 부문의 1위 변경

제약 부문에서는 박카스, 게보린이 6년 연속 1위로 선정되었으며, 소화제부문의 가스활명수, 불이는관절염치료제 부문의 케토툰, 위장장애개선제 부문의 겔포스 엠, 숙취해소음료 부문의 컨디션, 어린이 감기약 부문의 부루펜 등이 지난해에 이어 2년 연속 1위로 선정되었다. 눈에 띄는 변화로는 종합감기약 부문에서 지난해 광동제약의 쌍화탕을 누르고 고려제약의 하벤이 1위 브랜드로 선정되었다.

상품군	1위 브랜드명	기업명
자양강장제	박카스(786.5) (7년연속)*****	동아제약㈜

소화제	가스활명수(659.3) (3년연속)***	동화약품㈜
불이는관절염치료제	케토툰(603.6) (3년연속)***	㈜태평양제약
위장장애개선제	겔포스엠(860.3) (3년연속)***	보령제약㈜
숙취해소음료	컨디션 F(848.2) (3년연속)***	㈜CJ
종합감기약	하벤(600.1) (2년연속)**	고려제약㈜

⑦ 위생용품

다국적기업과 국내기업간의 치열한 경쟁 속 생활문화 전문기업인 유한킴벌리와 LG 생활건강의 활약이 돋보임

위생용품 부문은 다국적기업과 국내기업간의 치열한 경쟁 및 제품의 특성으로 인한 지속적인 시장의 변화로 다수의 브랜드들이 경쟁하고 있는 영역이다. 위생용품 부문에서는 지난해와 마찬가지로 생활문화 전문기업인 유한킴벌리의 활약이 돋보였으며 LG 생활건강의 브랜드 파워도 강하게 나타났다. 유한킴벌리의 경우 생리대, 기저귀 부문에서 독보적인 1위를 차지하였으며 LG 생활건강의 경우 주방세제 부문과 샴푸 부문에서 1위를 나타냈다. 두드러지는 변화로는 치약 부문에서 올해 애경산업의 2080 치약이 6년 연속 1위로 조사되었던 LG 생활건강의 죽염치약을 누르고 1위로 선정되었다.

상품군	1위 브랜드명	기업명
치약	2080 치약(585.2)	애경산업㈜
샴푸	엘라스틴(534.0) (2년연속)**	㈜LG 생활건강
칫솔	Oral-B(690.7) (5년연속)*****	질레트코리아(유)
주방세제	자연풍(559.2) (5년연속)*****	㈜LG 생활건강
세탁세제	비트(646.3) (4년연속)****	CJ㈜
생리대	화이트(692.0) (5년연속)*****	유한킴벌리㈜
기저귀	하비스(909.1) (7년연속)*****	유한킴벌리㈜
비누	도브(646.3) (4년연속)****	유니레버코리아㈜
표백제	유한락스(783.7) (3년연속)***	㈜유한크로락스
섬유유연제	피죤(850.1) (3년연속)***	㈜피죤
밀폐용기	락&락(829.0) (2년연속)**	하나코비

⑧ 미용용품

Beauty 전문 기업인 태평양의 남성화장품과 여성기초화장품 1위 속 다국적기업인 샤넬의 여성색조화장품 1위 등극

브랜드간 경합이 치열한 전형적인 다(多)브랜드 산업군인 미용용품 부문에서는 지난해에 이어 태평양의 브랜드 파워가 남성화장품, 여성기초화장품에서 강력하게 나타났다. 그러나, 여성색조화장품의 경우 2년 연속 1위였던 태평양의 라네즈를 누르고 올해는 샤넬이 1위를 차지해 토종브랜드가 득세하고 있었던 화장품부문에서 일대 변동이 있었다. 미용용화장품 부문에서는 유한킴벌리의 크리넥스가 3년연속 1위를 차지했다

상품군	1 위 브랜드명	기업명
미용용화장품	크리넥스(757.3) (3년연속)***	유한킴벌리㈜
남성화장품	오딧세이(436.1) (5년연속)*****	㈜태평양
여성기초화장품	헤라(467.8)	㈜태평양
여성색조화장품	샤넬(420.6)	샤넬

⑨ 의류

스포츠 의류 부문의 나이키, 여성내의 부문의 비너스, 유아복 부문의 아가방 독주 속 제일모직 갤럭시, 빈폴의 약진

의류 부문은 브랜드 지수가 전반적으로 낮게 나타나며 감성적인 소비패턴의 영향력을 많이 받는 영역으로 스포츠의류 부문에서는 나이키가 7년 연속 1위로 독주하고 있으며 여성내의 부문의 비너스와 유아복의 아가방도 7년 연속 1위로 독주하고 있는 것으로 나타났다. 한편 캐주얼의류 부문과 남성정장부문에서는 제일모직의 빈폴과 갤럭시가 각각 2년연속 1위로 나타났다. LG 상사의 닥스의 경우 여성정장 부문에서 5년 연속 1위를 차지해 경쟁이 치열한 여성복 부문에서 독주를 나타내고 있다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
스포츠의류	나이키(786.4) (7년연속)*****	나이키코리아㈜
캐주얼의류	빈폴(462.0) (2년연속)**	제일모직㈜
유아복	아가방(648.0) (7년연속)*****	㈜아가방
남성내의	보디가드(615.4) (2년연속)**	좋은사람들㈜
여성내의	비너스(667.7) (7년연속)*****	㈜신영와코루
남성정장	갤럭시(534.4) (2년연속)**	제일모직㈜
여성정장	닥스(476.6) (5년연속)*****	㈜LG상사
학생교복	스마트(783.7) (3년연속)***	SK네트웍스㈜
골프의류	나이키(463.4)	나이키코리아㈜

⑩ 제화 / 신발

스포츠화, 골프화부문의 나이키의 강세 속 정장구두부문과 캐주얼화부문의 금강제화 브랜드 파워 강력

나이키는 스포츠화 부문에서 6년 연속 1위를 차지했으며, 이어 골프화 부문에서도 3년연속 1위를 차지했다. 한편 캐주얼화 부문에서는 금강제화의 랜드로바가 5년 연속 1위로 나타나 국내 제화/신발 기업의 명성을 유지했다. 정장구두 부문에서는 남성용과 여성용 모두에서 금강이 1위로 나타나 정장구두의 전문기업 이미지가 강하게 작용한 것으로 여겨진다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
스포츠화	나이키(807.2) (6년연속)*****	나이키코리아㈜
캐주얼화	랜드로바(799.6) (5년연속)*****	금강제화㈜
남성정장구두	금강(794.0) (7년연속)*****	금강제화㈜
여성정장구두	금강(689.1) (7년연속)*****	금강제화㈜
골프화	나이키(534.2) (3년연속)***	나이키코리아㈜

⑪ 정유

정유 부문에서의 절대 강자는 SK로 지속적인 브랜드파워 및 브랜드충성도가 강력하게 나타남

엔크린과 지크가 휘발유와 엔진오일부문에서 각각 7년 연속 1위 브랜드로 나타났다. 정유 산업군 내 다양한 브랜드들이 존재하고 있으나 SK의 브랜드파워는 지속적으로 강하게 유지되고 있으며, 이는 소비자의 브랜드충성도가 강력하게 작용하는 것을 의미한다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
휘발유	엔크린(813.6) (7년연속)*****	SK㈜
엔진오일	지크 XQ(684.2) (7년연속)*****	SK㈜

⑫ 기타

제품군의 특성에 따라 변화가 나타나고 있으며 강력한 브랜드 파워를 가진 기업들이 브랜드충성도를 유지

제품군의 특성과 변화에 따라 가장 다양한 변화를 보이고 있는 영역으로 종합문구부문에서는 강력한 브랜드파워를 가진 모닝글로리가 5년연속 1위를 차지했으며, 페인트 부문에서는 금강고려화학의 고려페인트가 지난해에 이어 4년 연속 1위를 차지했다. 한편, 건전지 부문에서는 에너지아저, 콘택트렌즈 부문에서는 아쿠브렌즈가 각각 2년연속 1위를 차지했으며, 홈세트 부문과 벽지부문에서는 각각 한국도자기와 LG벽지가 각 부문 1위 브랜드로 변경되었다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
종합문구	모닝글로리(671.5) (5년연속)*****	모닝글로리㈜
페인트	고려페인트(632.8) (4년연속)****	㈜금강고려화학
담배	디스플러스(583.0) (5년연속)*****	㈜KT&G

건전지	에너자이저(649.3) (2년연속)**	에너자이저코리아
콘택트렌즈	아쿠브렌즈(549.7) (2년연속)**	한국존슨앤존슨㈜
홈세트	한국도자기(675.8)	한국도자기㈜
벽지	LG 벽지(621.2)	㈜LG 화학

2) 내구재

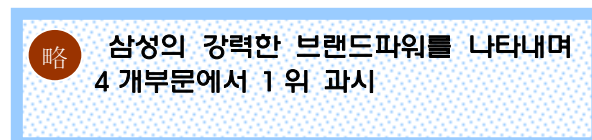
① 소형개인가전



전문 소형가전 부문은 기업브랜드의 파워가 가장 두드러지게 나타나는 산업군으로 다국적 기업브랜드들이 가장 많이 경쟁하고 있는 산업군이기도 하다. 이동통신단말기부문에서는 삼성전자의 애니콜이 7년 연속 부동의 1위 자리를 고수하고 있으며, 디지털 카메라 부문에서는 삼성테크윈이 3년 연속 1위를 차지해 국내 브랜드의 자존심을 지키고 있다. MP3 플레이어 부문에서는 순수 국내 브랜드인 아이리버가 2년 연속 1위를 차지하고 있으며, 캠코더와 PDA 부문에서는 다국적 글로벌기업인 소니코리아의 소니와 한국 HP의 아이팩이 각각 3년연속, 2년연속 1위를 차지했다

상품군	1 위 브랜드명	기업명
디지털카메라	삼성테크윈케넥스 (598.1) (3년연속)***	삼성테크윈㈜
이동전화단말기	애니콜(827.8) (6년연속)*****	삼성전자㈜
MP3 플레이어	아이리버(730.8) (2년연속)**	아이리버㈜
캠코더	소니디지털캠코더 (704.1) (3년연속)***	소니코리아 (주)
PDA	아이팩(309.3) (2년연속)**	한국휴렛팩커드 (주)

② 정보통신 및 사무기기

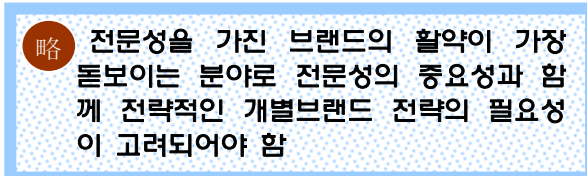


정보통신 및 사무기기 산업군의 경우 전문적인 기술력과 브랜드 파워를 모두 가지고 있는 기업에게 가장 매력적인 시장으로 소비자의 구매의사결정 과정에도 이러한 기술력과 기업의 브랜드 파워가 모두 작용하는 산업군이기도 하다. 지난해와 마찬가지로 정보통신 및 사무기기 산업군에서는 삼성전자가 국내 기업브랜드의 자존심을 가장 확실하게 보여주고 있다. 삼성전자는 데스크탑컴퓨터, 디지털복합기, 노트북, 프린터 부문에서 강력한 브랜드 파워를 나타내며 1위를 차지했다. 한편, 전문적인 기술력을 보유하고

있는 신도리코는 복사기 부문에서 6년 연속 1위를 차지했다. 또한 올해 신규로 조사된 홈오토메이션 부문에서는 현대통신의 INOVA가 1위를 차지했다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
데스크탑컴퓨터	매직스테이션 Q(772.2) (7년연속)*****	삼성전자㈜
디지털복합기	삼성(696.7)	삼성전자㈜
노트북컴퓨터	센스(798.3) (6년연속)*****	삼성전자㈜
프린터	삼성마이젯(663.6) (3년연속)**	삼성전자㈜
복사기	신도리코(655.9) (6년연속)*****	신도리코(주)
홈오토메이션	이노바(INOVA)(360.9)	현대통신(주)

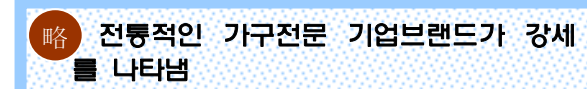
③ 가전제품



가전제품 산업군은 기술력도 물론 구매의사의 중요한 영향을 미치지만, 효율적인 브랜드 관리가 무엇보다 중요한 산업군이다. 기술력의 차이가 크게 나타나지 않는 현재의 경쟁상황에서는 브랜드가 소비자의 구매의사 결정력을 좌우한다. 김치냉장고 부문에서는 지난해에 이어 위니아만도의 덩채가 1위를 차지하였고, 가정생활용품 전문기업인 동양매직이 가스오븐레인지 부문에서 린나이를 누르고 1위를 차지하였으며, 에어컨부문에서는 LG 전자의 휘센이 위니아를 누르고 1위를 차지하였다. 정수기부문에서는 웅진코웨이(주)가 7년 연속 1위를 차지해 강력한 브랜드파워를 과시하였으며, 드럼세탁기 부문에서는 트롬이 3년연속 1위로 조사되었다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
대형 TV	파브(776.0) (3년연속)**	삼성전자(주)
에어컨	LG 휘센(648.2)	LG 전자(주)
양문여닫이냉장고	지펠(815.5) (6년연속)*****	삼성전자(주)
김치냉장고	덩채(851.0) (6년연속)*****	위니아만도(주)
가스레인지	린나이(834.3) (6년연속)*****	린나이코리아 (주)
가스오븐레인지	(동양)매직(709.3)	동양매직(주)
정수기	웅진코웨이(880.8) (7년연속)*****	웅진코웨이개 발(주)
밥솥	쿠쿠(790.4) (3년연속)**	쿠쿠홈시스
드럼세탁기	트롬(695.2) (3년연속)**	LG 전자(주)
식기세척기	동양매직(646.4) (3년연속)**	동양매직(주)

④ 가구



가구 산업군은 전문브랜드의 지속적이고 강력한 브랜드 파워가 유지되고 있는 영역으로 부엌가구, 침대, 주거용가구의 3 개 부문 모두 7 년 연속 1 위 브랜드들의 변동이 나타나지 않고 있다. 특히 기업브랜드와 제품브랜드가 같은 브랜드가 강력한 보증브랜드의 효과를 나타내고 있는 산업군이다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
부엌가구	한샘(660.7) (7 년연속)*****	㈜한샘
침대	에이스침대(829.8) (7 년연속)*****	㈜에이스침대
주거용가구	보루네오(489.5) (7 년연속)*****	BIF 보루네오

⑤ 자동차 / 모터사이클

略 각 기업별 브랜드간 뚜렷한 이미지 차이가 존재하고 있으며, 수입자동차 부문에서는 BMW 가 강세를 나타냄

대형승용차, 중형승용차, 준중형승용차 부문에서 현대 자동차의 강한 브랜드 파워가 나타났으며 소형이하승용차 부문에서는 마티즈가 7 년 연속 1 위로 강력한 브랜드 파워를 유지하고 있는 것으로 나타났다. 한편, 뚜렷한 이미지의 차이를 나타내고 있는 SUV 와 미니밴 부문에서는 렉스턴과 카니발이 각각 강력한 브랜드 파워를 나타냈다. 수입자동차의 경우 지난해에 이어 올해도 BMW 가 연속 1 위를 차지하여 강세를 보여주고 있으며, 모터사이클 부문에서는 혼다가 3 년 연속 1 위를 차지해 높은 브랜드 파워를 보여주고 있다

상품군	1 위 브랜드명	기업명
대형승용차	에쿠스(690.2) (4 년연속)***	㈜현대자동차
중형승용차	쏘나타(802.4) (7 년연속)*****	㈜현대자동차
준중형승용차	아반떼 XD(731.9) (3 년연속)**	㈜현대자동차
소형이하승용차	마티즈(II)(713.1) (7 년연속)*****	GM 대우(주)
SUV	렉스턴(482.9) (2 년연속)**	㈜쌍용자동차
미니밴	카니발 II(587.8) (7 년연속)*****	㈜기아자동차
수입자동차	BMW(619.1) (2 년연속)	BMW 코리아
모터사이클	혼다(470.1) (3 년연속)**	혼다모터사이클코리아(주)

⑥ 기타

略 가정용 보일러 부문에서는 7 년 연속 귀뚜라미가 1 위, 비데, 공기청정기 부문에서는 용진코웨이개발이 3 년 연속 1 위로 나타남

가정용 보일러 부문에서는 귀뚜라미가 7 년 연속 1

위로 장수브랜드 파워를 보여주었으며, 영창 악기는 지난해에 이어 올해도 피아노 부문과 디지털피아노 부문 모두에서 1 위를 차지했다. 가정용 바닥재의 경우 금강고려화학의 KCC 옥장판이 5 년 연속 1 위로 강력한 파워브랜드를 유지했으며, 공기청정기 부문과 비데 부문에서는 용진코웨이개발의 브랜드 파워가 두드러지게 나타났다. 승용차타이어부문에서는 옴티모가 3 년 연속 1 위로 조사되었다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
가정용보일러	귀뚜라미(844.1) (7 년연속)*****	㈜귀뚜라미보일러
승용차타이어	옴티모(389.4) (3 년연속)**	한국타이어(주)
피아노	영창피아노(724.7) (6 년연속)*****	영창악기제조(주)
디지털피아노	영창디지털(640.5) (2 년연속)	영창악기제조(주)
가정용바닥재	KCC 옥장판(481.9) (5 년연속)****	㈜금강고려화학
가정용창호재	LG 발코니전용창 (597.9) (3 년연속)**	㈜LG 화학
공기청정기	용진케어스(600.4) (3 년연속)**	용진코웨이개발(주)
비데	용진롤루(847.5) (3 년연속)**	용진코웨이개발(주)
조명/램프	오스람(706.8) (2 년연속)	㈜오스람코리아

3) 서비스

① 유통

略 편의점 부문의 LG25, 대형할인점 부문의 이마트, 백화점 부문의 롯데백화점 7 년 연속 1 위

LG25 는 편의점 부문에서 7 년 연속 1 위로 조사되었으며, 롯데백화점은 백화점에서의 브랜드 파워를 기반으로 지난해에 이어 백화점 부문 및 상품권부문에서 1 위로 조사되었다. 가전양판점 부문에서는 지난해에 이어 하이마트가 3 년 연속 1 위로 나타났으며 대형할인점부문에서는 이마트가 7 년연속 1 위를 차지해 다국적 대형할인점들을 제치고 국내브랜드의 강력한 브랜드파워를 보여주고 있다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
편의점	LG25(654.9) (7 년연속)*****	㈜LG 유통
백화점	롯데백화점(788.9) (7 년연속)*****	롯데쇼핑(주)
상품권	롯데백화점 금액상품권(547.5) (3 년연속)***	롯데쇼핑(주)
대형할인점	이마트(746.5) (7 년연속)*****	㈜신세계 이마트
가전양판점	하이마트(869.5) (3 년연속)**	㈜하이마트

② 프랜차이즈



롯데리아, 피자헛의 지속적인 브랜드 파워 유지 및 패밀리레스토랑의 1 위 변경

프랜차이즈시장의 지속적인 확대와 치열한 경쟁상황에서 롯데리아는 패스트푸드 부문에서 7 년 연속 1 위를 차지함으로써 국내 패스트푸드점의 자존심과 브랜드 파워를 지키고 있으며 피자전문점 부문에서는 지난해에 이어 피자헛이 6 년 연속 1 위 브랜드로 선정되었다. 패밀리레스토랑 부문에서는 아웃백스테이크가 지난해 1 위 브랜드였던 푸드스타의 TGI Friday's를 제압하고 1 위 브랜드로 조사되었다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
패스트푸드점	롯데리아(773.7) (7 년연속)*****	(주)롯데리아
피자전문점	피자헛(884.4) (6 년연속)*****	한국피자헛(주)
패밀리레스토랑	아웃백스테이크 (576.3)	AUSSIE CHUNG
제과/제빵점	파리바게뜨 (758.4) (5 년연속)****	(주)파리크라상
패션주얼리	미니골드(504.5) (3 년연속)**	(주)HON) 미니골드
커피테이크아웃전문점	스타벅스(694.8) (3 년연속)**	(주)스타벅스커피 피코리아

③ 여행, 숙박, 레저



테마파크 부문의 강력한 브랜드파워 롯데월드, 호텔 부문의 강자 롯데호텔, 콘도미니엄 1 위 변경

테마파크 부문의 롯데월드, 호텔 부문의 롯데호텔은 7 년 연속 1 위로 강력하고 지속적인 브랜드 파워를 보여주고 있다. 스키장 부문의 경우 올해도 무주리조트가 1 위로 조사되었으며 영화관 부문의 경우 주 5 일제의 확산과 생활패턴의 변화로 CGV의 브랜드 파워가 지속적으로 나타나고 있음을 확인할 수 있었다. 한편, 여행사 부문에서는 하나투어가 1 위로 순위변경되었으며, 콘도미니엄부문에서는 한화리조트가 6 년연속 1 위 브랜드였던 대명콘도를 누르고 1 위를 차지했다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
콘도미니엄	한화리조트(569)	한화국토개발(주)
호텔	롯데호텔(618.8) (7 년연속)*****	(주)호텔롯데
여행사	하나투어(420.6)	(주)하나투어
테마파크	롯데월드(687.0) (7 년연속)*****	(주)호텔롯데 롯데 월드
스키장	무주리조트(639.4) (3 년연속)**	(주)무주리조트
영화관	CGV(686.3) (3 년연속)**	CJ CGV(주)

④ 운송, 물류



항공사 부문의 대한항공이 7 년 연속 브랜드파워 과시 및 택배서비스 부문의 순위변동

항공사 부문에서 지난해에 이어 대한항공이 7 년 연속 1 위 브랜드로 조사되어 강력한 브랜드파워를 과시했다. 렌터카 부문에서는 지난해에 이어 금호렌터카가 국내 시장에서 독보적인 브랜드 파워 및 마켓 점유율에서 1 위를 차지했으며, 자동차정비 부문에서도 스피드 메이트가 지난해에 이어 3 년 연속 1 위를 차지하였다. 한편 택배서비스 부문에서는 우체국택배가 6 년 연속 1 위 브랜드였던 한진택배누르고 새롭게 1 위를 차지했다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
항공사	대한항공(896.3) (7 년연속)*****	(주)대한항공
고속버스	금호고속(609.5) (5 년연속)****	금호산업(주) 고속사업부
택배서비스	우체국택배(522.5)	우정사업본부
자동차정비	스피드메이트 (404.2) (3 년연속)**	SK 네트웍스(주)
렌터카	금호렌터카 (723.0) (3 년연속)**	금호개발(주)

⑤ 통신서비스



국제전화와 초고속 인터넷서비스에서는 KT, 이동전화서비스와 이동통신콘텐츠 서비스 부문에서는 SK 텔레콤이 강자

국제전화 부문과 초고속인터넷서비스 부문에서는 KT가 각각 7 년 연속, 5 년 연속 1 위로 선정되었으며, 이동전화서비스 부문과 이동통신콘텐츠 부문에서는 SK 텔레콤이 각각 5 년 연속, 3 년 연속 1 위로 조사되었다. 한편, 인터넷쇼핑몰 부문에서는 CJ 몰이 지난해 1 위인 인터파크를 누르고 새롭게 1 위를 차지하였다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
국제전화	국제전화 001(726.1) (7 년연속)*****	(주)KT
초고속인터넷통신망서비스	메가패스(771.4) (5 년연속)****	(주)KT
이동전화서비스	TTL(580.9) (5 년연속)****	(주)SK 텔레 콤
이동통신콘텐츠 서비스	네이트(764.8) (3 년연속)**	(주)SK 텔레 콤
인터넷쇼핑몰	CJ 몰(443.9)	(주)CJ 홈쇼 핑

⑥ 금융 서비스



은행부문은 국민은행, 신용카드부문은 비씨카드, 보험, 증권, 개인자산관리 및 투신펀드 부문은 삼성 브랜드파워가 강세

금융서비스의 경우 오랜 전통과 신뢰가 중요한 산업군으로써, 은행 부문과 신용카드 부문에서는 국민

은행과 비씨카드가 각각 7 년연속 1 위를 차지하여 강력한 브랜드파워를 보여주었다. 한편 생명보험, 자동차보험, 개인자산관리, 종신보험, 증권, 투신편드 부문에서는 모두 삼성생명보험, 삼성화재해상보험, 삼성증권, 삼성투자신탁운용 등 삼성의 브랜드파워가 강력하게 나타난다, 삼성의 기업브랜드가 강력한 보증 브랜드의 역할을 한 것으로 해석된다. 개인자산관리 부문은 에프엔아너스클럽이 국민골드앤와이즈를 누르고 1 위를 차지했으며, 투신편드부문에서는 삼성투자신탁이 6 년 연속 1 위였던 대한투자증권을 누르고 1 위를 차지하였다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
은행	국민은행(679.2) (7 년연속)*****	(주)국민은행
신용카드	비씨카드(660.0) (7 년연속)*****	비씨카드(주)
생명보험	삼성생명(770.8) (7 년연속)*****	삼성생명보험(주)
자동차보험	애니카(716.2) (7 년연속)*****	삼성화재해상보험(주)
개인자산관리	삼성증권에프엔아너스클럽(419.14)	삼성증권(주)
종신보험	삼성생명(719.8) (3 년연속)**	삼성생명보험(주)
증권	삼성증권(692.5) (7 년연속)*****	삼성증권(주)
투신편드	삼성(510.9)	삼성투자신탁운용(주)

⑦ 지식 / 교육

略 학습지 부문의 대교높이 독주 속 유아교재 순위 변동

학습지 부문에서는 대교높이가 7 년 연속 1 위 브랜드의 자리를 유지해 학습지 부문의 브랜드 파워를 보여주었으며, 서적판매부문에서는 교보문고가 작년에 이어 3 년 연속 1 위를 차지하였다. 유아교구재에서는 웅진씽크빅이 신기한 한글나라를 누르고 1 위를 차지하였다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
학습지	대교높이(627.9) (7 년연속)*****	(주)대교
유아교재	웅진씽크빅(572.3)	(주)웅진닷컴

서적판매	교보문고(754.6) (3 년연속)**	교보문고(주)
------	--------------------------	---------

⑧ 기 타

略 아파트 부문의 래미안, 종합병원 부문의 서울대학교병원의 지속적 브랜드파워 유지 및 아이스크림전문점의 강자 베스킨라빈스의 독주

활발한 개별 브랜드화로 부동산 시세에도 변화를 주면서 경쟁이 더욱 더 치열해진 아파트 부문에서는 지난해에 이어 삼성물산의 래미안이 4 년 연속 1 위를 차지하였고, 종합병원 부분에서는 서울대학교병원이 5 년 연속 1 위를 차지하였다. 아이스크림 전문점의 경우 베스킨라빈스 31 이 독보적인 행보를 나타내며 브랜드 파워 2 년 연속 1 위를 차지하였다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
아이스크림 전문점	베스킨라빈스 31 (915.0) (2 년연속)	비알코리아(주)
아파트	삼성래미안(532.3) (4 년연속)***	삼성물산(주)
종합병원	서울대학교병원 (499.3) (5 년연속)****	서울대학교병원
TV 홈쇼핑	LG 홈쇼핑(699.1) (4 년연속)***	(주) LG 홈쇼핑

별첨 1. 2005 년도 제 7 차 산업군별 1 위 브랜드 소개

1. 소비재 부문

상품군	2005 년 제 7 차 K-BPI 상위 3 위 브랜드			2004 년 1 위 브랜드
	1 위 브랜드	회사명	비교대상브랜드	
가공우유	빙그레 바나나맛(딸기) 우유 (596.9)	(주)빙그레	우유속진짜(oo)과즙검은 콩우유	빙그레바나나맛우유(609.8)
간장	샘표진간장(592.7)	샘표식품(주)	청정원햇살담은간장 샘표양조간장	샘표진간장(653.0)
건전지	에너지자이저(649.3)	에너지자이저코리아(주)	로케트 썬파워	에너지자이저(629.6)
고추장	청정원순창고추장(723.0)	대상(주)	해찬들태양초고추장풀무 원오월의장맛	청정원순창고추장(729.5)
곡물음료	아침햇살(838.3)	웅진식품(주)	비락식혜 상쾌한아침	아침햇살(924.2)
골프의류	나이키(463.4)	나이키코리아	닥스 아스트라(클래식)	닥스(424.4)
골프화	나이키(534.2)	나이키코리아	닥스 헬라골프	나이키(581.8)
과자	새우깡(586.7)	(주)농심	빈츠 칙촉	새우깡(665.3)
기능성요구르트	월(706.6)	(주)한국아구르트	구트 위력	월(775.2)
기저귀	하기스(909.1)	유한킴벌리	큐티 보송이	하기스(956)
김치	종가집김치(718.4)	(주)두산식품 BG	농협하나로김치 하선정맛김치	종가집김치(761.0)
남성내의	보디가드(615.4)	(주)좋은사람들	BYC 트라이	보디가드(637.0)
남성정장	갤럭시(534.4)	제일모직(주)	닥스 인디안모드	갤럭시(582.0)
남성정장구두	금강제화(794.0)	금강제화(주)	에스콰이아 리갈	금강(792.6)
남성화장품	오딧세이(436.1)	(주)태평양	미래파 캘빈클라인	오딧세이(374.3)
냉장/냉동육	하림(643.4)	(주)하림	목우촌 하이포크	하림(718.9)
녹차	동서현미녹차(556.9)	동서식품(주)	태평양설녹차 보성녹차	설록차(624.8)
담배	디스(플러스)(583.0)	(주)KT&G	던힐 에세	디스 플러스(647.3)

된장	청정원순창된장(684.2)	대상㈜	해찬들된장 풀무원오월의장맛	청정원순창된장(702.2)
두유	베지밀(695.1)	㈜정식품	삼육두유 검은콩두유	베지밀(761.0)
떠먹는 아이스크림	위즐(462.8)	롯데제과㈜	투게더클레스 구구크러스터	투게더클레스(629.5)
떠먹는 요거르트	요플레(791.7)	㈜빙그레	수퍼 100 비요프	요플레(781.8)
마시는 요거르트	한국야쿠르트(641.6)	㈜한국야쿠르트	이오 불가리스	한국야쿠르트(610.6)
맥주	하이트(765.6)	하이트맥주㈜	카프리 OB	하이트(767.2)
미용용화장지	크리넥스(757.3)	유한킴벌리	모나리자 깨끗한나라	크리넥스(801.2)
밀폐용기	락&락(829.0)	하나코비㈜	지퍼락 타파	락&락(863.6)
벽지	LG 벽지(621.2)	㈜LG 화학	대동벽지 한화벽지	대동벽지(695.3)
봉지면	신라면(769.9)	㈜농심	안성탕면 너구리	신라면(775.9)
분유	임페리얼(436.0)	남양유업㈜	아기사랑 수 엠플루트	아기사랑 수(430.1)
붙이는관절염치료제	케토템(603.6)	㈜태평양제약	트라스트 제놀	케토템(573.3)
비누	도브(646.3)	유니레버코리아㈜	세이 아이보리	도브(623.8)
빙과	호두마루(453.8)	해태제과㈜	누가바 돼지바	돼지바(434.6)
생리대	화이트(692)	유한킴벌리	위스퍼 좋은느낌	화이트(701.4)
생식/선식	풀무원(605.5)	㈜풀무원	이룸황성주생식 태평선식	이룸황성주생식(739.5)
샴푸	엘라스틴(534.0)	㈜LG 생활건강	도브 캐라시스	엘라스틴(504.9)
섬유유연제	피죤(850.1)	㈜피죤	샤프란 쉐리	피죤(888.2)
세탁세제	비트(646.3)	㈜CJ	한스퐁(테크) 퍼펙트(파워)	비트(651.5)
소주	참진이슬로(715.0)	㈜진로	시원소주 참소주	참진이슬로(747.1)
소화제	가스활명수(659.3)	동화약품공업㈜	가스명수 웨스탈(포르테)	가스활명수(613.3)
숙취해소음료	컨디션 F(848.2)	CJ	여명 808 슬표비즈니스	컨디션 F(921.0)
스포츠포 음료	게토레이(729.1)	롯데칠성음료㈜	포카리스웨트 파워에이드	게토레이(716.6)

스포츠의류	나이키(786.4)	나이키코리아	아디다스 휠라	나이키(790.9)
스포츠화	나이키(807.2)	나이키코리아	퓨마 휠라	나이키(808.0)
식용유	해표(790.7)	(주)신동방	백설표 롯데올리브유 (폰즈올리브유)	해표(799.2)
아이스크림콘	부라보콘(517.6)	해태제과(주)	월드콘 구구콘	부라보콘(569.8)
엔진오일	지크(XQ)(684.2)	SK(주)	시그마 슈퍼드래곤	지크 XQ(806.2)
여성기초화장품	헤라(467.8)	(주)대평양	설화수 아이오펜	설화수(471.3)
여성내의	비너스(667.7)	(주)신영와코루	비비안 와코루	비너스(635.6)
여성색조화장품	샤넬(420.6)	샤넬	설화수 헤라	라네즈(439.4)
여성정장	닥스(416.6)	(주)LG 상사	조이너스 데코	닥스(406.2)
여성정장구두	금강(689.1)	금강제화(주)	에스콰이아 엘칸토	금강(692.0)
용기면	큰사발(531.4)	(주)농심	신라면컵 왕뚜껑	신라면컵(609.5)
위스키	발렌타인(534.4)	진로발렌타인스무역(주)	시바스리갈 임페리얼	발렌타인(520.2)
위장장애개선제	겔포스엠(860.3)	보령제약(주)	알마겔 탈시드	겔포스엠(935.3)
유아복	아가방(648.0)	(주)아가방	베비라 압소바	아가방(698.0)
육가공햄	스팸(573.3)	CJ(주)	백설햄 롯데햄	스팸(554.1)
이유식	매일맘마밀(460.4)	매일유업(주)	남양스텝명품 남양아기사랑사이언스	매일맘마밀(554.1)
일반우유	서울우유(788.2)	서울우유협동조합	부산우유 매일우유	서울우유(807.6)
자양강장제	박카스(786.5)	동아제약(주)	우루사 아로나민골드	박카스(829.1)
전통주	백세주(700.9)	(주)국순당	산사춘 청하	백세주(735.9)
종합감기약	하벤(600.1)	고려제약(주)	콘택 600 화이트벤에스	하벤(492.9)
종합문구	모닝글로리(671.5)	(주)모닝글로리	모나미 바른손	모닝글로리(643.9)
주방세제	자연풍(559.2)	(주)LG 생활건강	참그린 암웨이	자연풍(476.0)
주스	델몬트(737.8)	롯데칠성음료(주)	콜드 웨이리	델몬트(703.7)

즉석간편식	CJ 햇반(573.8)	CJ(주)	오뚜기 3 분요리 청정원	오뚜기 3 분요리(807.1)
참치캔	동원(906.2)	(주)동원 F&B	사조 오뚜기	동원(927.3)
천연조미료	다시다(775.6)	CJ(주)	미원 감치미	다시다(785.6)
치약	2080 치약(585.2)	애경산업(주)	페리오 죽염	죽염(577.5)
칫솔	Oral-B	질레트코리아(주)	2080 칫솔 아트만	Oral-B(723.5)
캐주얼의류	빈폴(462.0)	제일모직(주)	지오다노 폴로	빈폴(446.3)
캐주얼화	랜드로바(799.6)	금강제화(주)	영에이지 DKNY	랜드로바(799.8)
캔차음료	실론티(626.5)	롯데칠성음료(주)	솔의눈 네스티	실론티(751.3)
커피	맥심(844.6)	동서식품(주)	테이스터스초이스 맥스웰하우스	맥심(795.2)
커피음료	맥스웰하우스(450.2)	동서식품(주)	까페라떼 프렌치카페	맥스웰하우스(452.1)
콘택트렌즈	아큐브렌즈(549.7)	(주)한국존슨앤존슨	바슈롬 베스콘	아큐브렌즈(769.3)
탄산음료	코카콜라(756.1)	한국코카-콜라(주)	칠성사이다 환타	코카콜라(805.2)
페인트	고려페인트	(주)금강고려화학	제비표페인트 노루표페인트	고려페인트(678.8)
표백제	유한락스(783.7)	(주)유한크로락스	옥시싹싹 LG 향락스	유한락스(819.0)
학생교복	스마트(760.2)	SK 네트워크(주)	아이비클럽 엘리트베이직	스마트(799.4)
홈세트	한국도자기(675.8)	한국도자기(주)	코렐 행남자기	코렐(626.2)
휘발유	엔크린(813.6)	SK(주)	시그마식스 현대오일	엔크린(719.5)

2. 내구재 부문

상품군	2005년 제 7 차 K-BPI 상위 3위 브랜드			2004년 1위 브랜드
	1위 브랜드	회사명	비교대상브랜드	
가스레인지	린나이(834.3)	린나이코리아(주)	(동양)매직 삼성	린나이(836.1)
가스오븐레인지	(동양)매직(709.3)	동양매직(주)	린나이 하우젠	린나이(741.2)

가정용바닥재	KCC 옥장판(481.90)	(주)금강고려화학	황도방 깔고미우드름	KCC 옥장판(580.8)
가정용보일러	귀뚜라미(844.1)	(주)귀뚜라미보일러	경동 린나이	귀뚜라미(811.8)
가정용창호재	LG 발코니전용창(597.9)	(주)LG 화학	이건창호시스템 KCC 발코니	LG 발코니전용창(617.7)
공기청정기	웅진케어스(600.4)	웅진코웨이개발(주)	삼성 청호나이스	웅진케어스(666.1)
김치냉장고	딤채(851.0)	위니아만도(주)	하우젠 다맛	딤채(854.7)
노트북컴퓨터	센스(798.3)	삼성전자(주)	X-NOTE 드림북	센스(829.7)
대형승용차	에쿠스(690.2)	현대자동차(주)	체어맨 그랜저	에쿠스(685.9)
대형 TV	파브(776.0)	삼성전자(주)	X-캔버스 베가	파브(844.0)
데스크탑컴퓨터	매직스테이션(Q)(772.2)	삼성전자(주)	드림시스 루온	매직스테이션 Q(805.6)
드럼세탁기	트롬(695.2)	LG 전자(주)	하우젠 월풀	트롬(773.6)
디지털복합기	삼성(696.7)	삼성전자(주)	HP 캐논	신규
디지털카메라	삼성테크윈케놈스(598.1)	삼성테크윈(주)	소니사이버샷 올림푸스 뮤	케놈스(532.0)
디지털피아노	영창디지털(640.5)	영창악기제조(주)	삼익디지털 아마하	영창디지털(671.5)
모터사이클	혼다(470.1)	혼다모터사이클코리아	BMW 할리데이비슨	혼다(504.1)
미니밴	카니발 II(587.8)	기아자동차(주)	트라제 XG 카렌스 II	카니발 II(604.6)
밥솥	쿠쿠(790.4)	쿠쿠홈시스(주)	삼성 모닝کم	쿠쿠(803.8)
복사기	신도리코(655.9)	(주)신도리코	롯데캐논 후지제록스	신도리코(698.2)
부엌가구	한샘(660.7)	(주)한샘	에넥스 보루네오	한샘(763.2)
비데	웅진롤루(847.5)	웅진코웨이개발(주)	삼성디지털비데 노비타 크린샤워	웅진롤루(883.1)
소형이하승용차	마티즈 II(713.1)	GM 대우(주)	모닝 클릭	마티즈 II(664.0)
수입자동차	BMW(619.1)	BMW 코리아	벤츠 렉서스	BMW(723.8)
승용차타이어	옵티모(389.4)	한국타이어(주)	블랙버드 V 미쉐린	옵티모(521.5)
식기세척기	매직(646.4)	동양매직(주)	삼성전자 LG 전자	매직(628.6)

양문여달이냉장고	지펠(815.5)	삼성전자	디오스 블루원	지펠(857.3)
에어컨	LG 휘센(648.2)	LG 전자(주)	위니아만도 삼성하우젠	위니아에어콘(687.1)
이동전화단말기	애니콜(827.8)	삼성전자	스카이 싸이언	애니콜(865.3)
정수기	웅진코웨이(880.8)	웅진코웨이개발	청호나이스굿모닝 암웨이	웅진코웨이(880.6)
조명/램프	오스람(706.8)	오스람코리아	번개표 필립스	오스람(757.5)
주거형가구	보루네오(489.5)	BIF 보르네오	한샘인테리어 리바트	보루네오(494.4)
준중형승용차	아반떼 XD(731.9)	현대자동차	SM3 세라토	아반떼 XD(784.7)
중형승용차	쏘나타(802.4)	현대자동차	SM5 옵티마	뉴 EF 소나타(759.9)
침대	에이스(829.8)	에이스침대	시몬스 대진쉴타	에이스(814.9)
홈오디오메이션	이노바(INOVA)(360.9)	현대통신(주)	코콤 코맥스	신규
캠코더	소니디지털캠코더(704.1)	소니코리아	삼성마이캠 캐논	소니디지털캠코더(747.1)
프린터	삼성마이젯(663.6)	삼성전자	휴렛팩커드 엡손스타일러스	삼성마이젯(656.0)
피아노	영창피아노(724.7)	영창악기제조	삼익피아노 야마하	영창피아노(737.8)
MP3 플레이어	아이리버(730.8)	아이리버	삼성 YEPP 소니네트웍스	아이리버(680.5)
PDA	아이팩(309.3)	한국휴렛팩커드	포즈 모비원	아이팩(520.6)
SUV	렉스턴(482.9)	쌍용자동차	쓰렌토 싼타페	렉스턴(481.0)

3. 서비스재 부문

상품군	2005년 제 7 차 K-BPI 상위 3 위 브랜드			2004년 1 위 브랜드
	1 위 브랜드	회사명	비교대상브랜드	
가전양판점	하이마트(869.5)	(주)하이마트	전자랜드 21 테크노마트	하이마트(917.5)
개인자산관리	삼성증권에프엔아너스클럽 (419.14)	삼성증권(주)	국민골드앤와이즈 우리프레스티지클럽	국민골드앤와이즈(462.2)
고속버스	금호고속(609.5)	금호산업(주)고속사업부	한진고속 동양고속	금호고속(544.5)

국제전화	001(762.1)	(주)KT	00700 002	001(824.6)
대형할인점	이마트(746.5)	(주)신세계이마트	홈플러스 까르푸	이마트(723.7)
렌터카	금호렌터카(723.0)	금호개발(주)	한국렌트카 우성렌트카	금호렌터카(858.5)
백화점	롯데백화점(788.9)	롯데쇼핑(주)	현대백화점 신세계백화점	롯데백화점(794.9)
상품권	롯데백화점 금액상품권 (547.5)	롯데쇼핑(주)	도서상품권 문화상품권	롯데백화점(794.9)
서적판매	교보문고(754.6)	교보문고(주)	동보서적 영풍문고	교보문고(738.5)
생명보험	삼성생명(770.8)	삼성생명보험(주)	교보생명 대한생명	삼성생명(763.6)
스키장	무주리조트(639.4)	(주)무주리조트	용평리조트 비발디파크	무주리조트(628.6)
신용카드	비씨카드(660.0)	비씨카드(주)	KB 카드 삼성카드	비씨카드(632.9)
아이스크림전문점	배스킨라빈스 31(915.0)	비알코리아(주)	나뚜루 하겐다즈	배스킨라빈스 31(954.0)
아파트	삼성래미안(532.3)	삼성물산(주)	LG 자이 롯데캐슬	래미안(600.0)
여행사	하나투어(420.6)	(주)하나투어	자유여행사 롯데관광	롯데관광(320.5)
영화관	CGV(686.3)	CJ CGV(주)	롯데시네마 메가박스	CGV(639.5)
유아교재	웅진씽크빅(572.3)	(주)웅진닷컴	몬테소리 재능스스로	신기한 한글나라(508.2)
은행	국민은행(679.2)	(주)국민은행	농협 우리은행	국민은행(주택)(668.7)
이동전화서비스	TTL(580.9)	SK 텔레콤(주)	비기 TING	TTL(587.8)
이동통신컨텐츠서비스	네이트(764.8)	SK 텔레콤(주)	매직앤 준	네이트(746.8)
인터넷쇼핑몰	CJ 물(443.9)	(주)CJ 홈쇼핑	인터파크 d&shop	인터파크(528.7)
자동차보험	애니카(716.2)	삼성화재해상보험(주)	프로미 매직카	애니카(742.2)
자동차수리	스피드메이트(404.2)	SK 네트워크스(주)	만도플라자 카맨샵	스피드메이트(334.6)
제과/제빵점	파리바게뜨(758.4)	(주)파리크라상	크라운베이커리 뚜레쥬르	파리바게뜨(726.3)
종신보험	삼성생명(719.8)	삼성생명보험(주)	교보생명 AIG	삼성생명(729.7)
종합병원	서울대학교병원(499.3)	서울대학교병원	삼성서울병원 고려대의대부속의료원	서울대학교병원(530.2)

증권	삼성증권(692.5)	삼성증권(주)	LG 투자증권 대신증권	삼성증권(694.5)
초고속인터넷통신망	메가패스(771.4)	(주)KT	하나포스 두루넷	메가패스(738.2)
학습지	대교눈높이(627.9)	(주)대교	구몬 웅진씽크빅	눈높이교육(641.7)
커피테이크아웃전문점	스타벅스(694.8)	(주)스타벅스커피코리아	로즈버드 자텔	스타벅스(657.2)
콘도미니엄	한화리조트(569)	한화국토개발(주)	대명콘도 무주리조트	대명콘도(575)
택배서비스	우체국택배(518.8)	우정사업본부	한진택배 현대택배	한진택배(522.5)
테마파크	롯데월드(687.0)	(주)호텔롯데 롯데월드	에버랜드 서울랜드	롯데월드(693.2)
투신/펀드	삼성(510.9)	삼성투자신탁운용(주)	대한투자신탁 교보증권	대한투자증권(611.3)
패밀리레스토랑	아웃백스테이크(576.3)	AUSSIE CHUNG	T.G.I. Friday's 베니건스	T.G.I. Friday's(487)
패션주얼리	미니골드(504.5)	(주)혼(HON) 미니골드	로이드 골든듀	미니골드(590)
패스트푸드점	롯데리아(773.7)	(주)롯데리아	KFC 맥도날드	롯데리아(750.5)
편의점	LG25(654.9)	LG 유통(주)	훼미리마트 세븐일레븐	LG25(678.7)
피자전문점	피자헛(884.4)	한국피자헛(주)	도미노피자 미스터피자	피자헛(909)
항공사	대한항공(896.3)	(주)대한항공	아시아나항공 싱가폴에어라인	대한항공(894.2)
호텔	롯데호텔(618.8)	(주)호텔롯데	호텔신라 쉐라톤워커히	롯데호텔(604.9)
TV 홈쇼핑	LG 홈쇼핑(699.1)	LG 홈쇼핑(주)	CJ 홈쇼핑 현대홈쇼핑	LG 홈쇼핑(704.9)