

초격차·가치 추구 브랜드, 시장에서 通했다

<통>



롯데리아



귀뚜라미보일러



에이스침대



신한카드 아름스



혼다 모터사이클

한국 경제가 부진을 지속하는 가운데 소비도 양극화 되고 있다. 저가 상품을 찾는 경향이 강해진 동시에 고가 브랜드 상품 수요가 분출하고 있다. 이런 와중에 한국능률협회컨설팅(KMAC·대표이사 사장 한수희)이 ‘2024년도 제26차 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)’ 조사 결과를 26일 발표했다.

올해 K-BPI의 주요 특징은 세 가지다. 첫째, 박빙산업이 전체의 39.7%(93개 산업)에 달했다. 둘째, 누구도 따라올 수 없는 ‘초격차’를 유지하면 브랜드 역시 뒤편했다. 셋째, 가격을 넘어 가치로 승부하는 대한민국 상위 1% 브랜드의 선전이 두드러졌다.

산업 내 1~2위 브랜드 간 브랜드 경쟁력 총점이 약 70점 이내(1000점 만점)로 좁혀진 ‘박빙산업’은 브랜드 및 기업과 관련한 부정적 이슈 발생 시 언제든지 순위가 뒤바뀔 수 있는 것으로 분석됐다.

소비자는 갑작스러운 부문에서 ‘판피린’(634.6점, 2023년 대비 175.5점 상승), 내구재는 창호재 부문에서 ‘LX하우시스 Z:IN(지인)창호’(663.6점, 181.3점 상승), 서비스재는 은퇴설계금융서비스 부문에서 ‘하나 연금닥터’(450.1점, 256.7점 상승) 등이 전년 대비 가장 큰 폭의 브랜드 경쟁력 상승을 보이며 새롭게 1위에 등극했다.

동아제약의 ‘판피린’은 대외 이미지 광고와 더불어 일관된 메시지를 전달하는 지속적인 마케팅이 주효했다. LX하우시스의 ‘Z:IN(지인)창호’는 기존 LG하우시스에서 LX하우시스로의 브랜드 전이가 성공적이었다. 하나은행의 연금 브랜드인 ‘하나 연금닥터’는 상품 출시 이후 고객들의 긍정적인 입소문에 힘입어 브랜드 가치를 높였다.

한편 올해 조사 결과에서는 ‘초격차’를 둔 넘버원 브랜드들이 돋보였다. 초격차는 넘버원 브랜드가 2위 대비 K-BPI 총점이 200점 이상 앞서는 것을 의미한다. 초격차는 전체 234개 산업군 중 단 9개 산업군에서 나타났다. 대표적으로 LG전자는 세탁기 부문에서 ‘LG TROMM’(866.0점)이 22년 연속 1위를 차지했다. 여행사 부문에서는 ‘하나투어’(761.8점)가 20년 연속 1위 자리를 지켰다. 대형커피전문점 부문의 ‘스타벅스’(769.3점)는 2위 브랜드 ‘이디야커피’를 큰 격차로 따돌리고 22년간 1위를 유지했다.

초격차 브랜드는 ‘브랜드 자산’에 대한 혁신과 투자를 지속해 왔다는 공통점이 있다. 브랜드는 기업의 무형자산이기에 지속적으로 브랜드 가치를 쌓아온 기업만이 시장점유율과 수익성을 보장받고, 소비자의 구매 결정과 신뢰에 영향을 미칠 수 있다.

K-BPI 조사 모델은 크게 두 가지다. 소비자가 브랜



한국능률협회컨설팅, 234개 산업군 조사
전체 기업의 40%인 93곳이 ‘박빙산업’
판피린·Z:IN 창호·하나 연금닥터 역전 1위

LG트롬 세탁기·스타벅스·하나투어 등
‘초격차 브랜드’ 20년 이상 압도적 1위

가격보다 가치 추구 상위 1% 브랜드
삼성생명·제네시스·햇반 등 선전

“경제위기·불황에도 글로벌 경쟁 위해
가치추구·차별화한 브랜드 경험 줘야”

드를 수용하는 크기인 ‘인지’ 파워와 소비자가 브랜드를 수용하는 강도인 ‘로열티’ 파워다. 산업 내에서 경쟁하는 브랜드들이 일정 수준 이상에 달하면 브랜드 경쟁력은 인지도보다 ‘로열티’(충성도)에 따라 차이를 보인다.

올해 조사에서 두드러진 특징 중 하나는 최근 소비 트렌드인 ‘브랜드엑티비즘’ ‘사회·환경적 가치(ESG)’ 등 소비생활에서도 가치를 추구하는 행태가 나타나고 있다는 점이다. ‘가격 대비 가치’, ‘가격 프리미엄’, ‘품질 우수성’ 등의 항목을 중심으로 살펴볼 때 K-BPI 전체 브랜드 중 상위 1%에 해당하는 브랜드는 ‘삼성생명’(생명보험 부문), ‘제네시스’(국산승용차 부문), ‘스타벅스’(대형커피전문점 부문), ‘CJ제일제당 햇반’(즉석밥 부문)으로 나타났다.

소비자들은 단순히 제품만을 구매하는 것이 아니라 브랜드에 투영된 개인의 가치 및 브랜드가 제공하는 경험을 소비하고 있다. 따라서 기업은 더 많은 소비

자가 구매 이유를 찾을 수 있도록 자체 브랜드만의 가치와 경험을 세밀하게 디자인해 제공하도록 노력할 필요가 있다.

세계의 테스트베드라고 불릴만큼 까다로운 대한민국 소비자에게 인정받은 넘버원 브랜드 가치를 기반으로 시장을 글로벌로 확대하는 것은 무엇보다 중요하다. 올해 K-BPI 조사에서 산업별 1위 브랜드의 글로벌 진출 현황을 살펴보면 182개 브랜드(약 77.8%)가 글로벌 시장에서 이미 인정받았거나 진출했다.

삼성전자, LG전자, 현대자동차를 비롯해 SK에너지, 삼성물산 패션부문, 신한금융그룹, 하나금융그룹, KB금융그룹, 삼성생명, GS리테일, KT 등이 대표적이다. 이들은 포브스가 선정한 ‘글로벌 톱 2000’ 브랜드에도 들었다. K-BPI 1위 브랜드가 글로벌 시장에서도 ‘통(通)’하는 경쟁력을 갖췄다는 얘기다. 이에 따라 국내 넘버원 브랜드들은 본래 가치를 가지고 글로벌 시장에 침투해야 한다. 지금이야말로 어느 순간보다 ‘코리아 넘버원=월드 베스트’가 어울리는 시대다.

이기동 KMAC 사업가치진단본부장은 “세계적인 경제위기와 불황 속에서도 K-BPI 1위 브랜드가 글로벌 시장에서 통(通)하는 경쟁력을 갖추기 위해서는 대한민국 대표 브랜드라는 가치를 등에 업고 침투하는 것이 중요하다”며 “차별화한 브랜드 경험을 제공해야 한다”고 강조했다.

김지원 기자

어떻게 조사했나

올해 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사는 2023년 10월 초부터 2024년 1월 중순까지 약 4개월에 걸쳐 진행했다. 서울 및 6대 광역시에 거주하는 만 15세 이상 60세 미만 남녀 1만2500명을 대상으로 1 대 1 면접 방식으로 했다. 조사 지역과 대상은 통계청의 인구주택총조사 결과를 기준으로 인구 비례에 따라 배분했다. 시장 점유율, 회원 가입자 수, 판매량 등에 따른 브랜드 선별 없이 각 산업에서 인지된 모든 브랜드를 조사 대상으로 삼아 소비재 91개, 내구재 52개, 서비스재 89개, 스페셜 이슈 2개까지 총 234개 산업군을 조사했다. 브랜드 자산에 대해 측정할 수 있는 구성 요소인 브랜드 ‘인지도’와 ‘로열티’를 바탕으로 1000점 만점 기준으로 산출했으며, 산업별 1위를 선정했다.

김지원 기자

2024년 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사 주요 1위 브랜드

소비재 산업					
산업명	기업명	1위 브랜드	산업명	기업명	1위 브랜드
가공유유	빙그레	빙그레 바나나맛 우유	애슬레저웨어	안다르	안다르
김치약	동아제약	판피린	안더웨어/완제리	신영와코루	비너스
건강식품	KGC인삼공사	정관장	엔진오일	SK엔우브	ZIC
김치	대성	종가	요소수	롯데정밀화학	유록스
남성정장구두	금강	금강	유산균제품	종근당건강	락토핏
냉장/냉동육	하림	하림	자양강장제	동아제약	빅카스
단백질보충제	일동후디스	하이문	장차	삼성물산 패션부문	갤럭시
담배	KT&G	ESSE	조미김	동원F&B	동원 양반김
두유	정식품	배지밀	종합문구	모닝글로리	모닝글로리
먹는 요구르트	빙그레	요플레	종합영양제	일동제약	아로나인
민감성스킨케어	네오팜	아토팜	주방용품	락앤락	락앤락
밀폐용기	락앤락	락앤락	주스	롯데칠성음료	델몬트
벽지	LX하우시스	LX Z:IN 벽지	즉석밥	CJ제일제당	햇반
비빔/볶음라면	팔도	팔도비빔면	즉석죽	동원F&B	동원 양반죽
비타민	종근당건강	아임비타	참치캔	동원F&B	동원참치
상처/흉터치료제	동국제약	마데카솔	축산물브랜드	형성축산업 협동조합	형성축협한우
생수	제주특별자치도 개발공사	제주삼다수	차약	애경산업	덴탈크리닉2080
세탁제제	라이온코리아	비트	천환경페인트	KCC	KCC 페인트 숲으로
소염진통제	신신제약	신신파스 아렉스	칫솔	애경산업	덴탈크리닉2080
소화제	동화약품	까스활명수-큐	탈모치료제	동국제약	판시달
수신가공식품	삼진식품	삼진어묵	펫푸드	동원F&B	동원 뉴트리플랜
시니어저거	유한킴벌리	디펜드	학생교복	스마트에프앤디	스마트학생복
식용유	시조대림	해표 식용유	홈패션	이브자리	이브자리
아이스크림	해태아이스크림	부라보콘	휘발유	SK에너지	SK엔크린

내구재 산업					
산업명	기업명	1위 브랜드	산업명	기업명	1위 브랜드
TV	삼성전자	삼성 TV	스마트홈네트워킹 시스템	현대HT	HT
가스레인지	린나이코리아	린나이	승용차타이어	한국타이어 엔테크놀로지	한국타이어
가정용바닥재	KCC글라스	홈씨어 인테리어 바닥재	식기세척기	SK매직	SK매직 식기세척기
가정용보일러	귀뚜라미	귀뚜라미보일러	에어컨	LG전자	LG VHSEN
가정용세탁기	위닉스	위닉스 뽕송	엘리베이터	현대엘리베이터	현대엘리베이터
공기청정기	코웨이	코웨이 공기청정기	육질리모델링	대림비엔코	대림바스
국산승용차	현대자동차	제네시스	육질위생도기	대림비엔코	대림바스
김치냉장고	위니아	딤채	음식물처리기	스마트카라	스마트카라
내비게이션	팅크웨어	팅크웨어 아이나비	의류건조기	LG전자	LG TROMM 건조기
냉장고	삼성전자	삼성 BESPOKE	의류관리기	LG전자	LG TROMM styler
노트북컴퓨터	LG전자	LG 그램	임플란트	오스템임플란트	오스템
드럼세탁기	LG전자	LG TROMM	자동차배터리	세방전기(주)	로케트배터리
디지털도어락	아사아블로이코리아 (주)아이레보	게이트맨	전기레인지	SK매직	SK매직 전기레인지
모터사이클	혼다코리아	혼다 모터사이클	정수기	코웨이	코웨이 정수기
복합오븐	SK매직	SK매직 복합오븐	창문형에어컨	삼성전자	삼성 윈도우릿
블랙박스	팅크웨어	팅크웨어 아이나비	창호재	LX하우시스	LX Z:IN 창호
비데	코웨이	코웨이 플루 비데	청소기	LG전자	LG 청소기
사무용가구	퍼시스	퍼시스	침대	에이스침대	에이스침대
사무용복합기	신도리코	신도리코	헬스케어 (척추의료기기)	세라켄	세라켄
수입승용차	메르세데스-벤츠코리아	벤츠			

서비스재 산업					
산업명	기업명	1위 브랜드	산업명	기업명	1위 브랜드
IPTV	케이티	지니 TV	은행	신한은행	신한은행
간편결제서비스	신한카드	신한 SOL페이	이동통신서비스	SK텔레콤	SK텔레콤
건강증진센터	서울아산병원	서울아산병원 건강증진센터	자동차관리	SK네트웍스	스피드메이트
금융지주(그룹)	신한금융지주(그룹)	신한금융그룹	장기보험	현대해상화재보험	현대해상
다이렉트 자동차보험	현대해상화재보험	현대해상다이렉트	자비용항공 (LCC)	제주항공	제주항공
대형할인점	이마트	이마트	종합병원	서울대학교병원	서울대학교병원
도시가스	서울도시가스	서울도시가스	주유소	SK에너지	SK주유소
터키터	롯데렌탈	롯데렌탈터	중고등교재	좋은책신사고	좋은책신사고
리빙SPA	엘에이지엔코	모던하우스	증권회사	삼성증권	삼성증권
면세점	롯데면세점	롯데면세점	지방은행	광주은행	광주은행
방범보안서비스	에스원	에스원	체크카드	KB국민카드	KB국민카드
백화점	신세계	신세계백화점	초등교육서비스	대교	대교 눈높이
베이커리	파리크라상	파리크라상	취업전문포털	잡코리아	잡코리아
브랜드치킨 전문점	교촌치킨	교촌치킨	타이어전문점	한국타이어 엔테크놀로지 (T'Station)	티스테이션
브랜드학원	종로연스쿨	종로연스쿨	택배서비스	CJ대한통운	CJ대한통운택배
비즈니스호텔	신라에이치엠	신라호텔	데마파크	롯데호텔 어드벤처	롯데호텔 어드벤처
사이버대학	경희사이버대학교	경희사이버대학교	패밀리레스토랑	CJ푸드빌	빔스
신용카드	신한카드	신한카드	패션주얼리전문점	HON	미니몰드
아르바이트 전문포털	잡코리아	알바몬	패스트푸드점	롯데지알에스	롯데리아
아파트	삼성물산 건설부문	래미안	펫보험	메리츠화재	펫인민트
여행사	하나투어	하나투어	편의점	비치에프리테일	CU
오픈마켓	쿠팡	쿠팡	프라이빗뱅킹	신한은행	신한 PWM
온라인 외국어학원	와이비넷	YBM넷	한방병원	경희대학교 한방병원	경희대학교 한방병원
외국어학원	와이비넷에듀	YBM어학원	항공(FSC)	대한항공	대한항공
유아교육서비스	대교	대교 눈높이	헤어&뷰티 브랜드샵	존오뷰티	존오헤어
은퇴설계 금융서비스	하나은행	하나 연금닥터	호텔	호텔신라	신라호텔

스페셜 이슈 산업		
산업명	기업명	1위 브랜드
착한브랜드	신한카드	신한카드 아름스
NGO브랜드	월드비전	월드비전

Rising Brand of the Year		
산업명	기업명	1위 브랜드
은퇴설계금융서비스	하나은행	하나 연금닥터
창호재	LX하우시스	LX Z:IN 창호

Top Value Brand of Korea		
산업명	기업명	1위 브랜드
국산승용차	현대자동차	제네시스
생명보험	삼성생명	삼성생명

*K-BPI 조사항목 중, '가격대비가치', '가격프리미엄', '품질우수성'을 기준으로 소비자에게 가장 뛰어난 가치를 선사하고 있는 상위 1% 브랜드
*전체 조사결과와 K-BPI 홈페이지(kbpi.kmac.co.kr)에서 확인할 수 있습니다.

2024년 한국산업의 브랜드파워 역전·신규·주요 산업별 1~3위 브랜드 조사 결과

신규 조사 산업별 상위 1~3위 브랜드

대분류	산업명	기업명	1위 브랜드	2위 브랜드	3위 브랜드
소비재	비타민	종근당건강	아임비타(종근당건강)(552.9)	오소물 이문(동아제약)(503.7)	엘티비타민 이문산(고려문단)(458.7)
내구재	뷰티케어가전	LG전자	LG프라엘(다마베라)(735.2)	루킨스(353.8)	듀얼스닉 맥시엄(305.7)
서비스재	오픈마켓	쿠팡	쿠팡(678.0)	11번가(494.3)	G마켓(483.5)
	온라인라이브게임	엔씨소프트	리니지(M)(519.6)	서드어택(423.4)	피파모바일(393.2)
	온라인소핑몰	CJ ENM	CJ온스타일(519.9)	GS SHOP(515.1)	현대캐시물(431.7)
	자가형커피전문점	맨하우스	메가커피(623.8)	백다방(606.5)	컴포즈커피(444.3)

2024년 제26차 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 전체 산업별 1~3위 브랜드

소비재 산업(91개)						
중분류	산업명	1위 연속연수	기업명	1위 브랜드	2위 브랜드	3위 브랜드
생활용품	기저귀	26	유한킴벌리	하기스(842.6)	보솔이(448.6)	토디앙(344.6)
	생리대	24	유한킴벌리	화이인(606.8)	좋은느낌(570.8)	바디피트(405.4)
	세탁세제	23	라이온코리아	비트(548.8)	퍼실(482.0)	엑조(416.4)
	일회용기	21	락앤락	락앤락(710.7)	글리스락(401.8)	티파웨어(399.7)
	차약	20	애경산업	덴탈크리니 2080(484.5)	메디안(426.3)	페리오(380.5)
	바디케어	16	아모레퍼시픽	해피바스(519.2)	러쉬(421.9)	뉴토르치나(386.1)
	치솔	12	애경산업	덴탈P&G 2080(599.8)	오랄-B치솔(532.0)	해피오치솔(440.0)
	주방용품	8	락앤락	락앤락(554.3)	테팔(525.7)	해피솔(399.8)
	여성화장품	5	아모레퍼시픽	헤라(536.8)	설화수(501.5)	후(398.1)
	구강청결제	4	동아제약	가그린(857.2)	메디가글(354.8)	리스토텐(305.0)
생활용품	시니어기저귀	4	유한킴벌리	디텐드(802.1)	금비(380.6)	이지스(344.9)
	청소소재	3	유한양행	유한락스(723.4)	홈스타(439.0)	무궁무땀(352.5)
	탈모샴푸	3	TS텔리온	TS샴푸(640.8)	러(로)(367.7)	Dr.Groot(345.0)
	섬유유연제	1(역전)	한국P&G(한국피앤지)	다우니(645.3)	피죤(569.6)	사프란(424.6)
	헤어케어	1(역전)	LG생활건강	엘라스틴(438.4)	도브(410.5)	케라스(391.2)
	엔진오일	26	SK연무비	ZIC(677.6)	Mobil 1(420.9)	Kixx(419.9)
	자양강장제	26	동아제약	박카스(645.5)	비타500(475.3)	정관장 홍삼원(432.9)
	취발유	26	SK에너지	SK엔코린(689.7)	Kixx(609.8)	에스 기술린(387.0)
	종합문구	24	모닝글로리	모닝글로리(63.9)	아트박스(476.2)	영아트(401.9)
	벽지	20	LX하우시스	LX Z-IN 벽지(651.3)	신한벽지(315.7)	가나리벽지(312.2)
소비재 기타	민감성 스킨케어	18	네오뎴	아톰랩(569.5)	피오오엘(421.1)	세타필(408.9)
	담배	17	KT&G	ESSE(632.6)	던힐(420.2)	다원(THE ONE)(388.8)
	종합영양제	11	일동제약	아르나(527.8)	센트롬(489.6)	베콤비(303.3)
	요수소	6	롯데정밀화학	유룩스(697.4)	녹스K(385.0)	순정 요수소(329.5)
	천한경테인트	6	KCC	KCC 페인트(스마트) (798.6)	순&순(노루테인트)(403.0)	푸른솔(제비스코)(302.5)
	캠핑 전문브랜드	6	코오롱인더스트리 FNC부문	코오롱스프츠(526.7)	코베아(414.6)	스노우피크(373.6)
	펫푸드	6	동원F&B	동원뉴트리(477.2)	사조 오리보닛(394.8)	하림 더리얼(359.5)
	유산균제품	4	종근당건강	락토핏(696.4)	듀오락(420.1)	덴마크 유산균 아이가(305.6)
	숙취해소	2	HK이노베	컨디션(688.9)	어웨이808(383.9)	상쾌환(342.3)
	자동차용품	2	볼스원	볼스원(871.1)	소낙스(361.7)	휘령(238.6)
식품일반	비타민	1(신규)	종근당건강	아임비타(종근당건강)(552.9)	오소물 이문(동아제약)(503.7)	엘티비타민 이문산(고려문단)(458.7)
	과자	25	농심	새우깡(480.6)	에이스(462.9)	포테토칩(417.2)
	국물라면	25	농심	신라면(734.8)	안성탕면(429.7)	너구리(428.4)
	식용유	25	사조대원	해표 식용유(624.5)	백설 식용유(526.5)	청정원 식용유(442.8)
	참치캔	25	동원F&B	동원참치(780.2)	사조참치(508.8)	오뚜기 참치(506.0)
	김치	24	대상	종가(706.0)	비비고 김치(498.5)	동원 양반김치(348.7)
	냉장/냉동육	22	하림	하림(724.2)	목우촌(517.9)	도드람(369.5)
	두유	22	정식품	베지밀(678.4)	삼육두유(511.8)	매일 두유(475.0)
	건강식품	18	KGC인삼공사	정관장(712.2)	센트롬(461.8)	한삼인(416.8)
	농산물브랜드	18	이천시	임금님표이천(534.2)	대왕남표(548.9)	나주 이화배(391.8)
식품일반	머리는 요구르트	18	빙그레	요플레(715.3)	슈퍼100(403.7)	따뜻는 불가리스(383.1)
	축산물브랜드	18	형성축산업 협동조합	형성축산물한우(452.0)	장수한우(480.6)	안성팔촌한우(389.6)
	가공우유	17	빙그레	빙그레바나나(444.7)	가나 초코우유(359.1)	남양도래물(316.9)
	조미김	13	동원F&B	동원 양반김(673.0)	광진김(436.3)	비비고 김(433.1)
	가공햄	11	CJ제일제당	스팸(711.6)	리첸(484.5)	목우촌햄(405.9)
	기능성강아지는 요구르트	11	한국아쿠르토	월(638.4)	비피더스(507.2)	불가리스(466.7)
	자연조미료	10	샘표	연두(672.0)	맛선생(472.3)	산들애(371.6)
	분유	5	매일유업	매일 맘마밀(561.2)	일동뉴트리(483.5)	매일 엑셀투스(472.7)
	즉석밥	5	CJ제일제당	햇반(765.5)	맛있는 오뚜기밥(493.4)	벤국(384.9)
	즉석죽	5	동원F&B	동원 연반죽(753.9)	아침엔 반죽(502.1)	맛있는 오뚜기죽(394.4)
식품일반	냉동만두	4	CJ제일제당	비비고 만두(595.0)	해매제과(444.7)	백설 만두(427.2)
	수산가공식품	4	삼진식품	삼진어묵(547.9)	삼호어묵(515.3)	고려사어묵(418.0)
	장류	3	CJ제일제당	해란들(651.8)	청정원(557.7)	샘표(425.5)
	즉석국	3	CJ제일제당	비비고 즉석국(724.0)	오뚜기 즉석국(547.7)	이원홍 즉석국(327.4)
	다이어트식품		퍼플렉스 헬스케어	세리박스(459.8)	팻다운(432.0)	칼로커트(406.7)
	볶음라면	2	팔도	팔도비빔면(595.5)	짜파게티(444.7)	짜왕(431.6)
	아이스크림	2	해태아이스크림	부리랑(444.7)	메로나(439.7)	월드콘(397.4)
	밀키트	1(역전)	프레시지	프레시지(497.9)	잇츠온(431.1)	CJ 쿡캣(423.7)
	소화제	20	동화약품	까스활명수-큐(558.0)	베아제(456.6)	까스명수(381.4)
	소염진통제	6	신신제약	신신파스(565.1)	케토름(494.3)	엔티푸라민(372.8)
일반 의약품	탈모치료제	6	동국제약	판시달(758.6)	미이녹실(515.2)	프로스카(182.7)
	습윤밴드/드레싱	4	한국먼디파마	메디폼(706.2)	이지덤(538.1)	메디타치(401.2)
	상지/흉터 치료제	3	동국제약	마데카셀(718.7)	부제프 후시딘(699.4)	스카림(316.1)
	해열진통제	3	한국존슨앤드존슨판매(유)	타이레놀(642.3)	게보린(509.9)	펜잘(405.4)
	감기약	1(역전)	동아제약	판피트(634.6)	콜대원(402.9)	판콜에이(399.3)
	변비약	1(역전)	명인제약	메리퀸Q(541.3)	아락실(529.4)	돌고락스(496.2)
	주스	26	롯데칠성음료	엘몬토(641.4)	아랑제주스(491.3)	자연온(438.5)
	우유	25	서울우유 협동조합	서울우유(709.0)	남양우유(591.9)	매일우유(418.2)
	생수	18	제주특별자치도개발공사	제주삼다수(739.7)	백산수(487.0)	아이시스(386.1)
	커피음료	3	롯데칠성음료	칸타타(615.6)	맥심 TOP(481.6)	레스비(448.6)
유류/주류	단백질보충제	2	일동후디스	하이몬(621.7)	셀락스(493.0)	미아밀(365.8)
	소주	2	하이트진로	참이슬(581.6)	처음처럼(438.6)	진로(골드)(362.8)
	탄산음료	2	한국코카콜라	코카콜라(682.9)	칠상사이다(618.9)	펍스콜라(401.8)
	육실지모발염	8	대원비앤코	대원바스(593.2)	한샘 인테리어(538.6)	LX Z-IN 바스(299.8)
	굴러형 전자담배	2	한국 필립모리스	아이코스(560.3)	glo(글로벌)(540.3)	비(릴)(447.5)
	육실양생도기	2	대원비앤코	대원바스(769.5)	아누스(417.3)	로얄칼진(307.2)
	임플란트	2	오스템임플란트	오스템(809.7)	덴타론(374.0)	네오(345.5)
	창호재	1(역전)	LX하우시스	LX Z-IN 창호(663.6)	KCC 창호(665.1)	이건창호(412.2)
	공기청정기	22	코웨이	코웨이 공기청정기(623.5)	LG전자 퓨리케어(522.9)	삼성 공기청정기(486.3)
	드럼세탁기	22	LG전자	LG TROMM(866.0)	삼성 그랑데(595.3)	위니아(345.6)
가정용품	비데	22	코웨이	코웨이 플루비데(685.3)	노비티 비데(478.6)	SK매직 비데(351.7)
	에어컨	20	LG전자	LG WHISEN(643.1)	삼성 풍물에너지(522.6)	위니아(329.2)
	헬스케어(안마의자)	9	바디프랜드	바디프랜드(655.7)	코지마(547.8)	LG 힐링미(363.1)
	리프트건조기	7	LG전자	LG TROMM 건조기(777.1)	삼성 그랑데 건조기(731.7)	SK매직 건조기(361.7)
	리프트건조기	6	LG전자	LG TROMM 건조기(777.1)	삼성 그랑데 건조기(731.7)	코웨이 세계적 리프트건조기(255.9)
	헬스케어(헬스운동기구)	4	세라젬	세라젬(783.0)	누가(316.5)	미진라이프(238.3)
	창문형에어컨	3	삼성전자	삼성 윈도우 에어컨(495.0)	LG WHISEN 엑티브(437.5)	파세코 인버터 창문형에어컨(340.0)
	환기청정기	3	경동나비엔	나비엔 환기청정기(556.7)	LG Z-IN 자동 환기시스템(497.7)	하츠나(BEATZ) 환기시스템(389.3)
	TV	2	삼성전자	삼성 TV(748.0)	LG TV(737.1)	위니아(266.0)
	가정용품	냉장고	26	한글하이	한글하이(448.6)	에스케이(448.3)
냉장고		26	한글하이	한글하이(448.6)	에스케이(448.3)	에스케이(448.3)
냉장고		26	한글하이	한글하이(448.6)	에스케이(448.3)	에스케이(448.3)
냉장고		26	한글하이	한글하이(448.6)	에스케이(448.3)	에스케이(448.3)
냉장고		26	한글하이	한글하이(448.6)	에스케이(448.3)	에스케이(448.3)
냉장고		26	한글하이	한글하이(448.6)	에스케이(448.3)	에스케이(448.3)
냉장고		26	한글하이	한글하이(448.6)	에스케이(448.3)	에스케이(448.3)
냉장고		26	한글하이	한글하이(448.6)	에스케이(448.3)	에스케이(448.3)
냉장고		26	한글하이	한글하이(448.6)	에스케이(448.3)	에스케이(448.3)
냉장고		26	한글하이	한글하이(448.6)	에스케이(448.3)	에스케이(448.3)

중분류	산업명	1위 연속연수	기업명	1위 브랜드	2위 브랜드	3위 브랜드
생활가전	빙프로서터	2	LG전자	LG 시네빔(575.1)	엘스(491.2)	삼성더 프레스티지(286.7)
	청소기	2	LG전자	LG 청소기(701.2)	다이슨청소기(625.2)	삼성청소기(537.1)
	가정용세탁기	1(역전)	위닉스	위닉스 빙솔(596.3)	LG WHISEN 세탁기(568.5)	삼성세탁기(471.9)
	부티케어가터	1(신규)	LG전자	LG 프라엘 디바(735.2)	루린스(353.8)	듀얼스닉 맥시엄(305.7)
자동차	모터사이클	22	혼다코리아	혼다 모터사이클(537.6)	아미하(375.6)	스즈키(315.5)
	승용차타이어	22	한국타이어엔테크놀로지	한국타이어(651.3)	글로스터타이어(521.5)	넥센타이어(288.8)
	자동차배터리	16	세방전지화학	로케트 배터리(709.9)	델코(452.7)	아이트라S BX(384.8)
	수입승용차	8	메르세데스-벤츠코리아	벤츠(614.8)	BMW(502.2)	아우디(453.1)
정보통신	국산승용차	1(역전)	현대자동차	제네시스(484.3)	그랜저(458.9)	아반떼(439.2)
	내비게이션	18	링크웨어	링크웨어 아이비비(558.0)	T맵(541.3)	카카오내비(452.6)
	블랙박스	12	링크웨어	링크웨어 아이비비(767.3)	파인뷰(352.4)	아이로드(326.2)
	시스피커	7	케이티	KT 기타지니(717.7)	SKT 누구(377.2)	구글네스트(358.1)
주방가전	노트북컴퓨터	4	LG전자	LG 그램(691.0)	삼성 갤럭시북(594.6)	애플 맥북(544.1)
	스마트폰	4	애플코리아	아이폰(661.8)	갤럭시 S(634.5)	갤럭시 Z(321.1)
	스마트워치/밴드	3	삼성전자	삼성 갤럭시워치(782.2)	애플 워치(670.6)	사모니 미워치/미밴드(221.7)
	태블릿PC	3	애플코리아	애플 아이패드(752.5)	삼성 갤럭시 탭(693.9)	소니 엑스페리아(161.8)
	블루투스 이어폰	1(역전)	삼성전자	갤럭시 버즈(680.5)	애플 에어팟(670.7)	버리츠(Britz)(265.6)
	정수기	26	코웨이	코웨이 정수기(752.9)	LG 퓨어케어 정수기(444.2)	청음리더스 정수기(434.6)
	가스레인지	25	린나이코리아	린나이(743.1)	SK매직(632.5)	하소(323.3)
	김치냉장고	25	위니아	딤렉(695.5)	LGDIOS 김치냉장고(637.7)	삼성 김치냉장고(482.0)
	냉장고	25	삼성전자	삼성 BESPOKE(697.7)	LG DIOS(686.9)	위니아(388.6)
	식기세척기	22	SK매직	SK매직 식기세척기(618.1)	LGDIOS(604.0)	삼성 키친핏(457.5)
	밥솥	21	쿠쿠전자	쿠쿠(780.8)	쿠엔(603.5)	태왕(216.3)
	복합오븐	17	SK매직	SK매직 전자동오븐(561.1)	LGDIOS 광파오븐(455.4)	린나이 전기오븐(441.3)
	전기레인지	7	SK매직	SK매직 전기레인지(549.2)	LG DIOS(530.1)	삼성 언덕선(445.8)
	음식물처리기	2	스마트카라	스마트카라(469.0)	루벤(432.3)	쿠쿠(344.4)
	서버소재 산업(89개)					
	중분류	산업명	1위 연속연수	기업명	1위 브랜드	2위 브랜드
금융	증권회사	26	삼성증권	삼성증권(654.9)	NH투자증권(399.6)	KB증권(381.0)
	금융지주(그룹)	13	신한금융지주(그룹)	신한금융그룹(605.7)	하나금융그룹(538.7)	KB금융그룹(533.8)
	신용카드	13	신한카드	신한카드(517.7)	삼성카드(502.5)	현대카드(482.4)
	장기보험	10	현대해상화재보험	현대해상화재보험(499.6)	삼성화재(465.7)	KB손해보험(341.1)
	은행	9	신한은행	신한은행(587.7)	KB국민은행(515.5)	우리은행(504.0)
	다이렉트 자동차보험	7	현대해상화재보험	현대해상다이렉트(482.8)	삼성화재다이렉트(465.0)	AXA다이렉트(428.9)
	지방은행	7	광주은행	광주은행(481.9)	BNK부산은행(464.0)	DGB대구은행(414.1)
	프라이빗뱅킹	3	신한은행	신한PWV(신한은행)(555.8)	TWO CHAIRS(우리은행)(439.9)	GOLD&WISE(KB국민은행)(428.2)
	간편결제 서비스	5	신한카드	신한 SOL.페이(500.2)	카카오페이(473.9)	삼성페이(465.4)
	모바일뱅크	2	신한은행	신한 SOL.뱅크(583.6)	카카오뱅크(435.2)	우리WON뱅크(419.6)
교육	생명보험	2	삼성생명	삼성생명(645.9)	교보생명(471.7)	한화생명(388.8)
	저축은행	2	OK저축은행	OK저축은행(504.9)	대신저축은행(431.2)	웰컴저축은행(330.7)
	햇보험	2	메리츠화재	햇핀핏(메리츠화재)(562.1)	삼성화재 위풍당당 햇보험(삼성화재)(439.7)	DB다아파트햇보험(ODB손해보험)(392.0)
	은퇴설계 금융서비스	1(역전)	하나은행	하나 은퇴설계(450.4)	신한미래설계(439.3)	우리신아바라(378.8)
	체크카드	1(역전)	KB국민카드	KB국민카드(505.5)	신한체크카드(481.6)	카카오뱅크체크카드(411.9)
	초등교육 서비스	26	대교	대교 논술(648.0)	웅진씽크빅(399.5)	교원 구몬(376.7)
	외국어학원	21	와이비엠에듀	YBM외국학원(529.0)	파고다어학원(467.9)	해커스어학원(433.5)
	온라인 외국어학원	17	와이비엠넷	YBM넷(497.4)	해커스트익(467.1)	아나두(456.3)
	유아교육 서비스	15	대교	대교 논술비(654.3)	웅진 천공빅(451.0)	교원 구몬(371.2)
	브랜드학원	2	종로영스쿨	종로영스쿨(544.5)	하이스쿨(469.3)	스카이메듀(419.5)
도소매/유통	중고등교재	14	좋은책신사고	좋은책신사고(610.3)	비상교재(553.3)	디딤돌(436.5)
	독서토론학원	2	한솔교육	한솔플러툰(489.3)	한우리 독서토론논술(487.8)	글자사랑(467.1)
	사이버대학	9	경희사이버대학	경희사이버대학(547.0)	한양사이버대학(485.1)	서울사이버대학(441.7)
	전문자격증 취득	5	에듀윌	에듀윌(763.9)	해커스(524.4)	박문각(288.6)
	스마트학습	2	천재교과서	밀트T(608.2)	엘리더(591.7)	대교저미(425.3)
	대형할인점	26	이마트	이마트(698.7)	홈플러스(482.2)	코스트코(459.6)
	패스트푸드점	26	롯데자이얼	롯데자이얼(602.8)	버거킹(553.9)	맥도날드(515.0)
	베이커리	24	파리크라상	파리크라상(711.1)	뚜레쥬르(702.7)	성심당(342.7)
	피자전문점	24	한국피자협회 회원사	피자헛(704.7)	도미노피자(552.7)	피파존스(399.4)
	대형커피전문점	22	에스케이커피 파니	스타벅스(769.3)	이디야(422.1)	투썬플레이스(358.9)
	패션주류리전점	21	HON	미니클럽(534.2)	로이도(533.5)	스노로보스키(360.7)
	전자신문	19	롯데하이마트	롯데하이마트(691.1)	삼성전자 프리자(557.3)	LG전선 BEST SHOP(512.4)
	편의점	19	비지프리트릴	CU(768.5)	GS25(551.3)	세븐일(349.9)

단열·차폐, 기밀 성능 우수 ... 에너지효율 1등급

창호재 부문 **LX Z:IN 창호**

LX Z:IN

LX하우시스의 'LX Z:IN 창호'가 '2024 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 창호재 부문에서 1위로 선정됐다.

LX Z:IN 창호는 고객의 꾸준한 사랑을 받으며 국내 창호 시장을 선도하고 있는 제품이다. 단열·기밀 등 창호의 기본 성능은 물론 지속적인 신제품 출시와 리뉴얼을 통해 제품의 품질을 계속 업그레이드해온 것이 시장 선도 브랜드로 자리잡은 비결이다.

'슈퍼세이프' 시리즈 등 PL(플라스틱) 창호 제품은 오랜 시간 소비자들로부터 인기를 끈 대표 제품이다. PL 창호 제품은 '더블 로이유리'와 틈새 바람을 효과적으로 막아주는 '윈드클로저' 적용 등을 통해 단열과 차폐, 기밀 성능을 강화한 이중창으로 에너지소비효율 1등급을 만족한다.

LX하우시스는 올 상반기 단열 성능 뿐만 아니라 사용자 편의성과 디자인



을 한층 업그레이드한 PL 창호 신제품을 선보일 예정이어서 기대감을 더하고 있다.

시스템 창호에서도 LX하우시스는 '유로시스템9' 등 인기 제품을 보유하고 있다. '유로시스템9(E9-AL.S200)'은 세련된 디자인과 시원한 외부 조망, 높은 단열성과 위생성을 갖춘 리프트 슬라이딩 개폐 방식의 알루미늄 시스템 창호 제품이다. 슬림한 알루미늄 창 프레임과 외부로 노출되는 단열라인 프레임 부분까지 모두 도장 처리해 고급스

러운 디자인과 쾌적한 외부 조망을 확보했다. 창 프레임 내부에 PU(폴리우레탄) 소재 복합재와 단열폼이 적용된 단열 구간을 대폭 확장해 단열 성능을 한층 강화했으며, 기밀성 1등급과 수밀성 50

등급 등의 기능성을 갖췄다.

최상급 프리미엄 시스템 창호 '론첼(LONCHEL)'도 LX하우시스의 대표 창호 제품이다. 커튼월 록 방식으로 고급스러운 건물 외관 구현이 가능하고, 유리 난간대를 적용해 시원한 와이드 뷰를 경험할 수 있다.

LX하우시스는 완벽한 품질의 창호 생산부터 시공, 사후 관리까지 전 과정에서 고객을 감동시키는 서비스로 국내 창호 시장을 계속 선도해나갈 계획이다.

김지원 기자

전 과목 AI 맞춤형 학습 ... 1대 1 방문 밀착 관리

초등교육서비스 부문 **대교 눈높이**

대교 눈높이

대교 눈높이가 '2024 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 초등교육서비스 부문에서 1로 선정됐다. 대교는 학습자 눈높이에서 생각하고 가르치는 '눈높이사랑, 눈높이교육' 철학을 바탕으로 세계에서 가장 전문화된 전인 교육기업으로 성장하고 있는 국내 대표 교육기업이다. 대표 학습 브랜드 '눈높이'는 수준별·능력별 맞춤형 학습으로 48년간 꾸준히 사랑받아왔다.

최근 선보인 디지털 교과 학습 '눈높이 스쿨원'은 전 과목 인공지능(AI) 맞춤형 학습에 눈높이 선생님의 1:1 방문 밀착 관리가 더해져 체계적인 학습이 가능한 내신 완성 프로그램이다. 온라인과 오프라인을 결합한 수업으로 올바른 디지털 학습 습관 형성과 자기주도적 학습 효과를 극대화한다. 학습자가 직접 학습 목표와 계획을 세울 수 있으며 개인 역량별 커리큘럼으로 맞춤 콘



텐츠를 제공해 기초부터 심화 학습까지 돕는다. 오프라인 학습은 눈높이 선생님이 맡는다. 매주 1회 눈높이 선생님이 집으로 방문해 AI 학습 데이터와 별도 제공되는 '위드쌤' 학습 콘텐츠를 기반으로 교과 학습 지도, 문제풀이, 오답코칭 등을 진행한다.

'대교 써밋'은 국어, 영어, 수학 과목별 특허 기술이 적용된 AI 알고리즘으로 개인별 맞춤 학습을 제공하는 대교의 대표 디지털 학습 제품이다. 학습 성향, 습관, 패턴 등을 분석한 학습 결과

서를 제공해 학생이 자신의 강점과 개선해야 할 부분을 명확히 인지할 수 있도록 지원한다. 눈높이 선생님은 학습 결과에 대한 즉각적인 피드백을 통해 학생들의 잠재력을 극대화하고 지속적으로 학습 동기를 부여한다. 원하는 장소, 원하는 시간대에 AI 학습이 가능하다는 점도 특징이다.

대교는 프리미엄 교육 서비스의 일환으로 기존 눈높이의 자기주도학습 공간 눈높이러닝센터를 '대교 하이캠퍼스'로 확장하는 작업을 진행 중이다. 지난 1월 서울 은평구에 대교 하이캠퍼스 진관 1호점을, 천안 두정동에 두정 2호점을 열어 중·고등생에게 특화된 학습 공간을 통해 자기주도학습 능력을 높이는 경험을 선사하고 있다. 김지원 기자

AI·IoT·빅데이터 접목한 상품출시 ... 보안업계 선도

방법보안서비스 부문 **에스원**

에스원

에스원이 '2024 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 방법보안서비스 부문에서 1위로 선정됐다.

에스원은 1977년 설립 이후 국내에 무인보안 서비스를 최초로 선보였다. 40여 년간 끊임없는 기술 개발과 전문 인력 육성을 통해 개인은 물론 기업, 공공기관 등에 보안, 건물관리, 시스템 통합(SI) 솔루션 등 다양한 서비스를 제공하며 국내 보안업계를 선도하고 있다.

에스원은 고품질 서비스를 제공하기 위해 통합보안센터를 운영하고 있으며 전국에 100개가 넘는 출동 인프라를 구축했다. 국내 최초의 전문 시큐리티 교육기관인 에스원 인재개발원에서는 전문 기술력과 도덕성, 체력을 두루 갖춘 보안 인력을 양성하고 있다. 또 연구개발부서의 연구인력이 인공지능(AI), 사물인터넷(IoT) 등 첨단 기술을 접목해



개인과 사회의 안전을 지키기 위한 다양한 신상품을 개발하고 있다.

에스원은 출입관리, 영상보안 등과 같은 물리보안부터 개인정보, 기술 자산 등의 보호를 위해 다양한 솔루션을 제공하는 정보보안, 개인 안심서비스(MVNO), 차량 운행관리와 같은 이동체보안에 이르기까지 서비스 영역을 넓혀가고 있다.

2015년 프리미엄 부동산 종합 서비스 브랜드 '에스원 블루에셋'을 론칭하며 시설 관리, 부동산 마케팅, 임대차

관리 등 건물 가치 제고를 위한 프리미엄 서비스를 제공하고 있다. '에스원 블루스캔'을 론칭해 스마트 건물관리 서비스를 제공하고, 카카오톡 모바일리티와 제휴해 주차관리 서비스를 선보였다.

AI, 생체인식, IoT, 빅데이터 등 최첨단 기술을 활용한 서비스도 내놓고 있다. AI 알고리즘을 적용해 CCTV 영상을 자동 분석하는 '무인 매장 솔루션', 중대재해 예방에 특화된 알고리즘을 적용한 '안전환경 SVMS(Smart Video Management System)', 학교폭력 및 위험구역 진입 등 위험 확인용 기능이 탑재된 '지능형 학교안전 패키지'가 큰 인기를 얻고 있다. 국내외 얼굴인식 인증 기관에서 성능을 검증받은 '얼굴인식 리더 2.0'도 출시했다.

김지원 기자

싱가포르 창이공항 매장 개장 ... 해외사업 확장

면세점 부문 **롯데면세점**

LOTTE DUTY FREE

롯데면세점이 '2024 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 면세점 부문에서 1위로 선정됐다.

롯데면세점은 해외 6개국에서 14개 매장을 운영 중이다. 올해 1월 싱가포르 창이국제공항 매장을 전면 개장하며 해외사업 확장에 나섰다. 창이공항점은 롯데면세점이 가장 심혈을 기울여 오픈한 해외 매장이다. 창이공항은 코로나 발생 이전인 2019년 약 7000만 명의 여객이 이용한 세계적인 허브 공항이다.

롯데면세점은 2019년 미국 DFS가 40년간 갖고 있던 면세사업권을 낙찰받으며 싱가포르에 진출했다. 팬데믹 여파로 2020년 6월부터 일부 매장을 운영하다 이번에 전체 매장을 오픈했다. 창이공항점의 전체 면적은 약 8696㎡로, 롯데면세점이 운영하는 해외 면세점 중 규모가 가장 크다. 롯데면세점은 창이공항점을 중심으로 올해 해외에서 1조원 이상의 매출을 달성할 계



획이다.

창이공항점은 주류, 담배 품목을 단독으로 판매하며 세계적으로 수요가 높은 맥켈란, 글렌피디 같은 싱글몰트 위스키를 비롯해 와인, 코냑 등 430여 개 브랜드가 입점해 있다. 특히 고객이 색다른 면세 쇼핑을 즐길 수 있도록 최신 기술을 활용해 체험요소를 강화했다. 로보틱 바텐더 '토니'가 제조하는 다양한 칵테일을 시음할 수 있으며, 스마트 디스펜서를 통해 위스키, 와인 등을 간편하게 맛보고 구매 가능하다. 싱가포르 명소인 '보타닉가든'을 재해석해 고객라운지와 매장 인테리어에 반영했다. K팝 스타와 함께 사진을 찍거나 롯데면세점 매거진의 표지 모델이 돼 추억을 남길 수 있는 스마트미러도 구비했다.

롯데면세점은 창이공항점을 중심으로 세계 주류 면세시장을 선점한다는 전략이다. 지난해 9개 팝업스토어를 유치해 맥켈란, 조니워커 등 인기 주류의 한정판 에디션 등을 세계 최초로 선보였다.

김주남 롯데면세점 대표는 "싱가포르 창이공항점은 롯데면세점이 글로벌 트래블 리테일 기업으로 궤탁점프하는 주춧돌이 될 것"이라며 5년 안에 해외 매출 비중을 30% 이상으로 확대하겠다고 밝혔다.

김지원 기자

전세계 4억대 이상 판매 ... 모터사이클 문화 선도

모터사이클 부문 **혼다 모터사이클**

혼다 코리아가 '2024 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 모터사이클 부문에서 1위로 선정됐다.

혼다는 '꿈의 힘으로 당신을 움직인다(The Power of Dreams-How we move you)'는 브랜드 슬로건 아래 전 세계적으로 4억 대 이상을 판매한 로열 넘버원 모터사이클 브랜드로, 현지 시장의 요구에 부응하는 우수한 상품성을 갖춘 모터사이클을 선보이고 있다.

국내에서도 110cc '슈퍼커브'부터 1800cc의 '골드윅'까지 다양한 라이프스타일을 아우르는 제품들로 라이더의 요구를 충족시키고, 혼다 모터사이클만의 '편라이딩 문화'를 공유하며 소비자에게 사랑받고 있다.

대중적으로 사랑받고 있는 'PCX'와 '슈퍼커브'를 비롯해 지난해 출시한 'XL750 TRANSALP(트랜잘프)'는 도



심과 오프로드 주행 모드를 아우르는 듀얼 퍼포스 모델로, 누구나 컨트롤하기 쉬운 경쾌한 주행 성능을 갖춰 어드벤처를 즐기는 소비자에게 주목받고 있다.

'CL500'은 시선을 사로잡는 모던한 디자인과 입문자도 부담 없이 즐길 수 있도록 취급용이성을 갖춘 미들급 스크램블러 모델로, 패션에 민감한 영라이더에게 특히 인기를 끌고 있다.

혼다코리아는 이외에도 여러 제품군을 통해 일상주행과 어드벤처 라이딩까지 소비자의 라이프스타일에 걸맞은

다양한 선택지를 제안하고 있다.

또한, 혼다코리아는 보다 많은 고객들이 안전한 환경에서 '타는 즐거움'을 만끽할 수 있는 모터사이클 문화를 조성하기 위한 노력을 지속하고 있다. 전국 라이더를 대상으로 매년 개최하는 '혼다데이' 이벤트는 2022년 상주를 시작으로 경주, 광주, 그리고 올해 3월 춘천에서 성황리에 열렸다. MSX 그룹과 슈퍼 커브 대상 원메이커 레이스 활동 등 다양한 고객 접점 이벤트를 통해 소비자들과 활발한 소통 및 교류를 이어가고 있다.

김지원 기자

고객중심 플랫폼 구축 ... 업계 시장점유율 1위

간편결제서비스 부문 **신한 SOL페이**

신한 SOL Pay

신한카드의 '신한 SOL페이'가 '2024 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 간편결제서비스 부문에서 1위로 선정됐다.

신한 SOL페이는 업계 1위 시장 점유율을 차지한 신한카드의 대표 플랫폼으로 결제, 송금, 자산관리, 상품추천 등의 금융 서비스뿐만 아니라 개인 맞춤형 생활 콘텐츠를 제공하는 '온리원 라이프 앤드 파이낸스(Only1. Life & Finance) 플랫폼'으로 발돋움하고 있다.

최근에는 첫 화면 개편을 통해 사용자 편의를 크게 개선했다. 고객이 카드사에서 가장 중시하는 명세서·카드관리·해택 등의 기능을 첫 화면에 제공했으며, 사용자 분석을 통해 고객이 많이 사용하는 메뉴일수록 상단에 배치해 주요 기능에 대한 접근성을 높였다.



특히 신한 SOL페이 내에 신한카드 앱을 모아놓은 카드홈을 메인 화면의 일부로 편입시키고 기존 PC 홈페이지 사용자 중심이던 UX(사용자 경험)를 모바일 사용자에게 맞춰 재설계하는 등 서비스 최적화를 통해 사용자 경험을 강화했다.

또한 고객이 가장 많이 이용하는 10대 메뉴(로그인·카드관리·포인트조

회 등)를 선정하고 고객이 불편을 느끼는 페인 포인트(pain point)를 분석해 UX를 대폭 개선함으로써 이용 편의성을 높였다.

이외에 고객 경험의 핵심 요소인 구동 및 화면 전환 속도, UX라이팅(writing) 혁신 뿐만 아니라 많은 서비스에 대한 구

조조정을 포함한 정보 구조(IA) 개선을 통해 고객 중심의 플랫폼으로 진화를 지속하고 있다.

앞으로도 신한 SOL페이는 카드사 1등 앱이라는 지금까지의 성과에 안주하지 않고 고객이 '더 쉽고 편안한, 더 새로운 금융'을 체험할 수 있도록 고객 중심의 디지털 금융 서비스를 강화해나갈 계획이다.

김지원 기자

온돌 난방 최적화 ... 거꾸로 NEW 콘덴싱 보일러

가정용보일러 부문 **귀뚜라미 보일러**

Kiturami BOILER

귀뚜라미 보일러가 '2024 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 가정용보일러 부문에서 1위로 선정됐다. 세계적 에너지 위기와 고물가, 경기 불황으로 변화하는 시장 상황에 대응해 귀뚜라미는 높은 에너지 효율로 소비자 편의를 제고하는 신제품을 선보이고 있다.

친환경보일러 대표 제품인 '거꾸로 NEW 콘덴싱 L10 가스보일러'는 인공 지능(AI)과 빅데이터 시스템을 활용한 '스마트 온수 기능'으로 온수 품질을 더욱 향상시켰다. 온돌 난방에 최적화된 저항식 제품으로 난방 성능 또한 매우 우수해 강화마루나 대리석이 깔린 바닥, 넓은 면적의 가정에서도 빠른 난방을 구현한다. 천재지변과 안전사고를 사전에 감지해 보일러 작동을 멈추는 2중 안전시스템(가스누출탐지기+지진감지기)은 보일러 업계 최초로 행정안전부 '재난안전제품 인증'을 획득하며



품질과 기술력을 공인받았다. 귀뚜라미는 빠르고 풍부한 온수 사용에 대한 소비자들의 높은 관심을 반영해 보일러의 온수 성능을 극대화하는 '외장형 온수 플러스 시스템'을 선보였다. 이 시스템은 보일러에서 온수가 공급되는 배관을 미리 데워 기존 대비 최대 90% 빨라진 10초 이내로 온수를 사용할 수 있다. 온수가 나오기까지 배수관에 버려지던 찬물 약 11.8L를 절약할 수 있다.

1세대 전기매트와 2세대 온수매트의 단점을 개선하며 난방매트 시장의 대세로 자리 잡은 '귀뚜라미 3세대 카본매트 온돌'은 가스요금 인상 등으로

가계의 난방비 부담이 커진 상황에서 탁월한 에너지 효율로 주목받고 있다. 160W 저전력으로 가동돼 매일 8시간 켜 한 달 내내 써도 온수매트의 3분의 1 수준인 월 2400원대 전기요금으로 사용 가능하다.

귀뚜라미는 지난해 3세대 카본매트의 장점을 살려 난방 자재에 적용한 '귀뚜라미 카본보드 온돌'을 출시하며 건축 난방 자재 시장에도 진출했다. 특허 받은 카본발열망을 적용해 원격외선 복사열로 실내 공간 전체에 빠르고 균일한 난방을 제공한다. 온수 배관 공사가 필요 없는 건식 난방 자재로 시공이 간편하다.

김지원 기자

펫보험 시장 선도 ... 반려동물 전체 생애주기 보장

펫보험 부문 **펫퍼민트(메리츠화재)**

meritz 펫퍼민트

메리츠화재 '펫퍼민트'가 '2024 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 펫보험 부문에서 1위로 선정됐다.

메리츠화재는 2018년 국내 최초로 반려동물 실손의료비 보험인 펫퍼민트를 선보였다. 펫퍼민트는 2023년 말 기준으로 펫보험에 가입된 반려동물 2마리 중 1마리 이상이 가입한 상품이다. 가장 많은 반려동물 보호자의 선택과 사랑을 받는 '1등 펫보험 브랜드'로서 시장을 선도하고 있다.

펫퍼민트는 반려동물이 아프거나 다쳤을 때 보호자가 동물병원에 부담한 치료비를 가입한 상품의 보장비율에 따라 보상한다. 생후 61일 이상부터 만 10세까지 가입 가능하고, 한번 가입하면 3년 혹은 5년간 보험료 인상 없이 유지할 수 있다.

갱신 시점에는 계약이 자동 갱신돼 만 20세까지 반려동물의 전체 생애주



기를 보장받을 수 있다. 피부질환, 구강, 슬개골 관련 질환 등 반려동물에게 자주 발생하는 주요 질환을 기본으로 보장하며, 입원의료비와 통원의료비 특약을 통해 각각 최대 500만원까지 의료비를 보장한다. 연간 200만원 한도로 수술 횟수 제한 없이 보상이 가능한 점도 많은 보호자가 펫퍼민트를 선택하는 이유 중 하나다. 또 국내에서 유일하게 보험금을 현장에서 청구할 수 있는 '동물병원 간편보상청구 서비스'를 전

리 이상의 반려동물을 가입하면 최대 10%까지 특별약관의 보장보험료에서 우대 할인이 적용된다. 온라인에서 '펫퍼민트'를 검색하면 쉽게 가입하거나 상담받을 수 있다.

펫퍼민트 전용 가입상담센터 혹은 메리츠화재 상품을 취급하는 전문설계사를 통해서도 가입 가능하다. 메리츠화재는 온라인으로 펫퍼민트 가입 시 최대 3만원 상당의 가입축하 선물을 제공 중이다.

김지원 기자

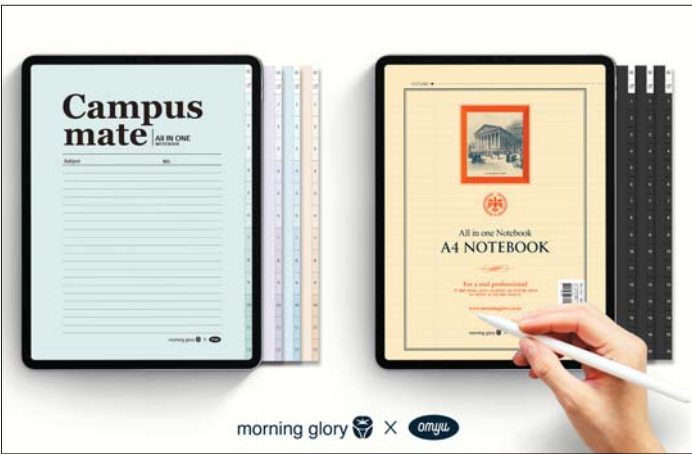
‘모일페’ 등 MZ와 점점 확대 ... 디지털 노트도 출시

종합문구 부문 **모닝글로리**



모닝글로리가 '2024 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 종합문구 부문에서 1위로 선정됐다. 한국 고유의 종합 디자인 문구기업인 모닝글로리는 1981년 신한교역문구센터로 출발했다. 흰 바탕에 줄만 그려진 노트가 전부였던 시절, 국내 최초로 문구 전문 디자이너를 채용해 디자인 노트를 출시하며 전국적으로 돌풍을 일으켰다. '디자인으로 승부를 건다'는 디자인 제일주의 경영 방침 아래 1996년 설립된 디자인연구소에서 창출해내는 디자인 파워와 품질 차별화로 국내 문구업계를 선도하고 있다.

매해 새로운 디자인으로 선보이는 초등노트와 중고생노트는 그해의 학생 취향과 트렌드를 반영해 모닝글로리가 가장 공들여 생산하는 품목이다. 모닝글로리는 끊임없는 디자인 연구와 기술 개발을 통해 소비자의 제품 만족도



를 극대화하고 있다. 한국제지와 공동 연구 끝에 개발한 '모닝미유광지'는 모닝글로리만의 노트 전용지로 필기감이 부드럽고, 눈의 피로를 줄여준다. 2019년에는 미니멀리즘 콘셉트로 군더더기 없는 심플한 디자인의 '비움 시리즈'를 출시했다.

모닝글로리는 주 타겟 고객인 MZ세대와의 접점을 넓히기 위해 체험형 공간, 디지털 제품 출시 등의 전략을 펼치고 있다. 2021년 창립 40주년을 맞은 모닝글로리는 홍대 '모닝글로리빌딩'으로 서울사무소를 새롭게 이전하고 '모

의 다양한 굿즈를 감상하고 구매할 수 있다. 올해 2월부터는 전시 작가 수를 대폭 늘려 100명의 작가가 참여한다. '다꾸'(다이어리 꾸미기) 용품을 비롯한 다양한 일러스트 굿즈를 볼 수 있는 공간으로 1020세대들의 방문이 이어지고 있다.

태블릿PC에서 사용할 수 있는 디지털 문구도 새롭게 선보였다. 2022년 첫 디지털 노트를 선보인 모닝글로리는 최근 스테디셀러인 '캠퍼스 메이트'와 '아카데미' 노트 시리즈 디자인으로 디지털 노트 2종을 출시했다.

김지원 기자

닝글로리 일러스트레이션 페어(이하 모일페)를 개최하며 MZ세대 니즈에 맞는 마케팅을 펼치고 있다. 연중 상시 개최하는 모일페에선 인기 일러스트 작가

카드 등 실물없이 KB Pay앱 하나로 전 가맹점 사용

체크카드 부문 **KB국민카드**

KB 국민카드

KB국민카드가 '2024 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 체크카드 부문에서 1위로 선정됐다.

KB국민카드는 '국민의 행복생활파트너'라는 슬로건 아래 소비자 니즈에 맞는 다양한 상품 포트폴리오와 편리한 결제서비스 및 금융서비스를 제공하기 위해 노력하고 있다. 고객에게 더욱 가치 있고 기본 좋은 브랜드 경험을 제공해 혁신적 가치를 창출하는 고객만족 최고의 '생활가치플랫폼(Life Value Platform) 기업'으로 도약한다는 계획이다.

'KB국민 노리 체크카드'와 그리뉴얼 버전인 'KB국민 노리2 체크카드'는 KB국민카드의 대표 체크카드 상품이다. 'KB국민 노리2 체크카드'는 커피, 편의점, 배달 등 10개 업종에서 할인받는 '일상 혜택'을 기본으로 제공하고 KB Pay로 결제 시 추가 할인해주는 'KB Pay



혜택'형과 해외 가맹점 이용 시 혜택을 받을 수 있는 'Global 혜택'형, PC방과 패스트푸드점 할인 혜택을 추가로 제공하는 'Play 혜택'형 중 하나를 선택할 수 있다.

KB국민카드는 금융과 일상을 연결하는 종합금융플랫폼인 'KB Pay'의 기능 및 서비스를 지속적으로 개선해 고객 경험을 혁신하고 있다. 신용카드와 체크카드뿐만 아니라 계좌, 포인트 등 다양한 결제수단을 실물 없이 KB Pay 앱 하나로 온·오프라인 전 가맹점에서

사용할 수 있다.

다양한 금융·비금융 서비스도 추가했다. 모바일학생증 서비스, 오픈뱅킹 서비스, KB Pay 머니, KB증권 등과 연계한 투자서비스, 국민비서 알림서비스 등에 이어 최근에는 대출 이동제 서비스, 국립수목원 예약 서비스 등을 담았다.

KB Pay는 가입고객 1200만 명, 월 이용금액 1조원을 돌파하며 이용자 머물며 즐기는 플랫폼으로 성장 중이다.

김지원 기자

척추질환·혈액순환 개선 도움 ... 130곳 체험 공간

헬스케어(척추의료기기) 부문 **세라젬**

CERAGEM

세라젬이 '2024 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 헬스케어(척추의료기기) 부문에서 1위로 선정됐다.

세라젬은 26년의 헬스케어 기술력이 담긴 우수한 제품과 체험 중심의 차별화된 고객 서비스를 선보여 높은 평가를 받았다.

세라젬 V7 등 척추 의료기기는 26년 쌓아온 헬스케어 노하우가 집약된 제품으로, 다양한 센서를 활용해 척추 부위별 하중을 정밀 측정하고 길이와 굴곡도를 계산한 뒤 정교하고 부드러운 마사지를 제공하는 것이 특징이다. 세라젬은 척추 질환에 도움을 주는 인체 견인 알고리즘 등 핵심 기술을 개발·도입해 제품을 지속적으로 발전시켜왔다.

주력 제품인 세라젬 V7은 수직 견인 기능과 집중 온열 등을 제공해 추간판(디스크) 탈출증, 퇴행성 협착증 등 척



추 질환 치료와 근육통 완화, 혈액순환 개선에 도움을 준다. 복부에 올리는 온열 LED 도자는 2개의 조사부에서 가시광선을 방출해 생리통 완화에 도움을 준다. 무진동·저소음 설계를 통해 증감소음 부담도 낮췄다.

세라젬은 웰카페, 웰파크 등을 앞세운 체험 마케팅도 전개하고 있다. 웰카페는 카페 이용과 헬스케어 가전 체험을 결합한 공간으로, 현재 전국에 130여 개 매장을 운영하고 있다. 구매 권유와 영업 활동을 최소화해 고객이 제품

을고 있다.

지난해에는 키즈카페와 헬스케어 가전 체험을 동시에 할 수 있는 가족형 키즈 테마파크인 웰파크를 선보였다. 어린이는 집라인 등 놀이 프로그램을 즐기고, 부모는 헬스케어 가전으로 편안한 휴식을 취할 수 있다. 올 1월 웰파크 전체 방문객이 작년 12월 대비 65% 증가하는 등 방문객이 지속적으로 늘고 있는 추세다. 현재 서울 청량리 등 3개 지역에 매장을 운영하고 있으며 더 확대해나갈 예정이다.

김지원 기자

스마트 오피스 환경조성을 위한 최적의 솔루션 제공

사무용복합기 부문 **신도리코**

Sindoh

신도리코가 '2024 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 사무용복합기 부문에서 1위로 선정됐다.

신도리코는 프린터, 복합기 및 오피스 솔루션을 기반으로 스마트 오피스를 구축하는 토털 비즈니스 솔루션을 선보여왔다. 1960년 한국 최초의 복사기와 팩시밀리를 생산·판매하는 등 사무자동화 시대를 연 기업으로, 국내 복합기 MS 부동의 1위를 지키고 있다. 최근에는 이런 하드웨어 역량과 함께 스마트오피스 환경을 조성하고 고객의 정보자산을 안전하게 보호할 수 있는 다양한 솔루션을 제공하고 있다.

국내 유수 대기업 및 공공기관, 공유오피스 등에 패키지형 맞춤 오피스 솔루션을 제공하면서 효율적인 오피스 환경 구축에 앞장서고 있다.



신도리코의 클라우드 MPS 솔루션은 일반적인 온프레미스 기반의 MPS 솔루션과 차별화된 독자적인 클라우드 프린팅 기술을 사용한다. 민감한 출력 데이터를 서버에 전송하지 않고도 복합기에 사원증을 태그해 출력할 수 있는 자체 개발 '퍼스널 유프린트' 솔루션

을 탑재해 뛰어난 보안성을 자랑하며, 전용 UI를 통해 복합기에서 다양한 문서 업무를 편리하게 처리할 수 있다. 이외 기업의 문서관리 등 유지비를 절감하는 통합문서 솔루션 '신도리코 MPS 솔루션', 스마트 디바이스 증가에 따라 변화하는 사무환경에 맞춘 모바일 출력 솔루션 '스마트 유프린트 솔루션' 등이 있다.

신도리코는 '스타트 뉴 신도(Start, New Sindoh)'를 슬로건으로 디지털 전환 시대 최적의 솔루션을 제공하는 토털 비즈니스 파트너로 자리매김한다는 목표다. 복합기, 프린터 등 하드웨어 부문의 강점을 지속 강화해 풀 라인업을 완비하고, 정보통신과 시스템 비즈니스 사업영역을 더 확장해나갈 계획이다.

기업의 업무환경에 따라 자유롭게 프로그램을 구성하고 기업 내 시스템과 유기적인 연계 및 통합까지 가능한 최적의 솔루션을 공급할 수 있도록 클라우드 인공지능(AI) 등 분야에서 연구 개발을 지속하고 있다.

김지원 기자

글로벌 시장에서도 최고급 윤활유로 인정받아

엔진오일 부문 **ZIC**



SK엔루브의 ZIC가 ‘2024 한국산업의 브랜드 파워(K-BPI)’ 엔진오일 부문에서 1위로 선정됐다.

SK엔루브는 전 세계 60여 개국, 200여 업체에 윤활기유와 완제품을 수출하는 SK그룹의 계열사로 1995년 최초로 대한민국에 5W 합성유 시장을 개척해 국내 엔진오일 시장의 고급화를 이끌어왔다. 연료 효율성을 높여 자동차 연비를 개선하는 프리미엄 기유와 초저점도 윤활유 제품으로 세계 시장에서 경쟁력을 높였으며 전력 효율성을 높이는 데이터센터 액침 냉각, 배터리 열관리 등 신규 사업을 강화하며 미래 전동화 전환경 시대에 지속가능한 성장을 이어갈 수 있는 ‘Energy Saving Company’로 도약해 나갈 것을 목표로 하고 있다.

2001년 프리미엄 엔진오일 ‘ZIC XQ’ 출시와 함께 ‘소리가 좋은 엔진오일’이라는 브랜드 자산을 이어 왔다. 2015년



에는 “저급 베이스오일을 쓰지 않았다”는 캠페인을 통해 소비자들에게 차별화된 가치를 제공했다.

윤활유 시장을 선도해온 ZIC는 2023년 새롭게 브랜드 리뉴얼하며 신규 로고를 출시해 선보였다. ZIC를 만드는 회사, 에너지 세이빙 컴퍼니 SK 엔루브 캠페인 광고도 진행했다. 또한 지크 전용 온라인 브랜드스토어를 열어 쿠팡, G마켓 등 온라인 판매 채널을 확장하며 고객 편의성을 높이고 차별화된 혜택을

제공하는 프로모션을 진행 중이다. 온라인 전용 제품 X10, X8을 출시해 소비자가 직접 좋은 품질의 제품을 합리적인 가격으로 선택할 수 있도록 했다.

글로벌 시장에서도 최고급 윤활유 브랜드로 인정받고 있는 ZIC는 유력 완성차 업체들에 초도 종전 엔진유 및 자동변속기유를 공급하고, 다수의 전기차 회사에 기어박스 오일을 공급하는 등 우수한 품질을 인정받고 있다.

박미옥 기자

도서관 설립, 금융교실 운영 ... 따뜻한 금융 실천

착한브랜드 부문 **신한카드 아름**



신한카드가 ‘2024 한국산업의 브랜드 파워(K-BPI)’ 착한브랜드 부문

에서 1위로 선정됐다. 신한카드는 ‘미래를 함께하는 따뜻한 금융’을 실천하기 위해 ‘아름다운 세상 아름다운 응원’이라는 슬로건과 2005년부터 이어 온 사회공헌 브랜드 ‘아름(ARUMIN)’을 바탕으로 다양한 사회공헌 활동을 펼치고 있다.

아름인은 한아름 가득 사랑을 담은 ‘아름’과 사람 ‘인’의 조합으로 기업·고객·사회 모든 이해관계자를 지속가능하게 하는 금융의 선한 영향력을 통해 미래를 함께하는 따뜻한 금융을 지향한다.

2010년부터 시작한 ‘아름인 도서관’은 지역아동센터 소외계층 아동에게 친환경 독서환경과 권장도서를 지원한다. 교육 양극화라는 사회적 문제 해결 및 미래세대 육성을 목표로 2023년까지 총 545개의 아름인 도서관을 설



립했다.

신한카드는 금융이라는 본업을 바탕으로 아동과 청소년들에게 올바른 금융 지식을 전달하기 위해 금융교육을 제공하고 있다. ‘아름인 금융교실’은 취약계층 아동 및 초등학교를 방문해 금융이론을 재미있게 체험할 수 있는 프로그램이다. 이밖에 느린학습자(발달장애인)와 디지털 금융 취약계층을 위한 금융교육 프로그램 ‘아름인 금융프렌드’, 자립준비 청년을 위한 ‘아름인 금

융아카데미’ 등 맞춤형 금융교육 프로그램을 개발해 온·오프라인으로 교육을 제공하고 있다. 자립준비청년을 위한 금융교육은 ‘현명한 자립지원금 관리’ ‘올바른 소비와 신용 지키기’ 등 경제 자립에 필요한 교육 프로그램과 1대1 전문가 컨

설팅을 통해 청년들의 사회·심리적 고립을 예방함과 동시에 일상 생활능력 향상을 목표로 한다.

신한카드 고객은 기부 전용 아름인(arumin.shinhancard.com) 사이트를 통해 포인트 및 신용·체크·기프트카드 결제로 기부에 참여할 수 있다. 금융권 최초 기부 전용 사이트인 아름인은 2005년부터 2023년 말까지 고객 참여로 총 누적 64억여원을 기부하는 등 소액 기부 문화를 선도하고 있다.

박미옥 기자

비빔 라이스 버거, 돈까스버거 ... 창의적 메뉴 돌풍

패스트푸드점 부문 **롯데리아**



롯데리아가 ‘2024 한국산업의 브랜드 파워(K-BPI)’ 패스트푸드점 부문에서 1위로 선정됐다.

롯데리아는 지난해 1월 한정 메뉴로 선보인 ‘전주 비빔 라이스 버거’를 올해 1월 정식 메뉴로 도입한 데 이어 지난달 29일 돈까스를 활용한 한정 메뉴 ‘왕 돈까스버거’를 출시하는 등 창의적인 메뉴 개발로 소비자의 호기심을 자극하고 있다.

롯데리아 ‘왕 돈까스버거’는 경양식 돈가스 메뉴를 버거로 재해석한 제품으로 사전 테스트 판매를 통해 파악한 장단점을 추가·개선해 선보였다. 전국 16개 매장에서 2주간 사전 테스트를 거쳐 선호도를 파악하고 구매 고객 분석 데이터베이스(DB)를 활용해 정식 출시 후 가능성을 분석했다.

롯데GRS 자체 CRM 시스템을 통해



사전 판매 내용을 분석한 결과 2030 세대 구매 비율이 약 77%로 나타났다. 남성 소비자 구매 비율이 73%로 버거 외 형과 패티 크기가 남성층의 구매력을 이끌어낸 것으로 분석됐다. 사전 테스트 메뉴인 왕 돈까스버거 판매량이 월 초 정식 메뉴로 출시한 전주비빔라이스버거와 동일 수준의 판매량을 기록했다.

이와 같은 테스트 판매 데이터 분석

과 함께 가장·가심직 소비 성향에 맞춰 전국 매장에 도입할 때는 패티 중량을 10g 더 늘렸다. 소비자에게 다양한 맛을 제공하기 위해 매운 소스를 활용한 ‘매운 왕 돈까스버거’를 추가로 2종으로 운영한다.

롯데리아 왕 돈까스버거 출시와 함께 공개된 롯데리아 공식 유튜브 채널 ‘버거가게’의 왕 돈까스버거 게시물은 조회수 약 100만 건을 넘어섰으며, 다양한 인플루언서와 크리에이터들의 리뷰 소재로 소개되고 있다.

롯데GRS 관계자는 “이번 왕 돈까스버거는 롯데리아이기 때문에 가능한 도전적 메뉴 개발 의지를 담아낸 제품”이라며 “소비자의 호기심을 자극하는 독특하고 재미있는 스토리 메뉴를 지속적으로 선보일 계획”이라고 했다.

박미옥 기자

엄격한 품질경영 ... 국내에서 직접 콩기름 착유

식용유 부문 **해표 식용유**



사조대림의 해표 식용유가 ‘2024 한국산업의 브랜드 파워(K-BPI)’

식용유 부문에서 1위로 선정됐다. 1966년 창립한 사조대림은 1971년 현대식 자동설비를 갖춘 대단위 대두 가공공장을 국내 최초로 설립해 식품 산업 발전과 식생활 개선을 통한 국민 건강 향상에 이바지해 왔다.

‘해표’ 브랜드로 잘 알려진 사조대림은 각종 유지류, 수산식품, 가공식품 등 가정 식생활에서 가장 사랑받는 제품을 선보이고 식품업계에 각종 식품 원·부재료를 공급하고 있다.

“맑고 신선한 해표, 해표 식용유”라는 광고 문구로 유명한 국내 대표 장수 브랜드 해표 식용유는 엄격한 품질 관리를 통해 브랜드에 걸맞은 제품을 생산하고 있다. 업계 최초로 ISO 9002 인증을 획득해 품질 경영체제를 확립했고, 웰빙 트렌드에 맞춰 올리브유 포도씨유 카놀라유 등 고급유와 들기름, 고



추맛기름을 출시하는 등 제품 차별화로 소비자 기대에 적극 대응하고 있다.

해표식용유는 단순히 원유를 수입해 가공·판매하는 것에서 벗어나 국내에서 직접 콩기름을 착유하는 것으로 유명하다. 원료를 수입해 가공하는 것보다 몇 배 많은 공정이 요구되지만, 국내

에서 직접 착유한다는 자부심으로 더 좋은 식용유를 생산하는 데 최선을 다하고 있다. 2023년 오일스프레이 3종(올리브유 포도씨유 해바라기유), 튀김을 바삭하게 만들어주는 바삭오리유, 기름이 튀는 것을 잡아주는 깔끔오리유 2종을 선보이는 등 신제품도 꾸준히 출시하고 있다.

사조대림은 체계화된 시스템을 통해 질 높은 고객만족 활동을 펼치고 있다. 정기적으로 클레임 회의를 열어 내·외부의 다양한 고객 소리를 수집하고 발생 클레임에 대해 1시간 이내, 하루 이내, 1주 일 이내라는 원칙을 설립해

개선하도록 노력한다. 다양한 사회 활동도 펼친다. 푸드뱅크·복지회관 물품지원, 장애인 견기대회 후원 등 매월 진행하는 기부 활동은 풍요롭고 건강한 생활문화 개선 및 건강복지 증진에 기여한다는 사조대림의 기업 철학을 가장 잘 보여준다.

박미옥 기자

42년 동안 국민 식탁 지킨 고단백 영양식품

참치캔 부문 **동원참치**



동원참치가 ‘2024 한국산업의 브랜드 파워(K-BPI)’ 참치캔 부문에서 1위로 선정됐다.

참치 하면 누구나 먼저 떠올리는 이름 ‘동원참치’는 1982년 국내 첫 출시 이후 42년 동안 한 번도 1위 자리를 놓치지 않고 소비자에게 사랑받아온 대한민국 대표 식품이다.

동원그룹 창업주인 김재철 명예회장은 “국민에게 양질의 단백질을 공급하겠다”는 일념으로 동원참치를 개발했다. 동원참치는 1980년대 고급식품에서 1990년대 가미 참치를 통한 편의식품으로, 2000년대 들어 건강성을 강조한 건강식품으로 사랑받으며 40년 동안 줄곧 국내 참치캔 시장 1위 자리를 지켜왔다.

동원참치는 한 해 약 2억 캔 이상 판매되고 있다. 2014년 업계 최초로 총 누



적판매량 50억 캔을 돌파해 국내 수산 캔 시장에 신기원을 이루었다. 2023년 총판매량 76억 캔을 넘어섰다.

동원F&B는 동원참치 수요 확대를 위해 식문화 트렌드에 맞춘 다양한 신제품을 선보이고 있다. 대표 제품인 ‘동원맛참’은 참기름으로 맛을 내 별도의 조리 없이 밥과 바로 먹기 좋다. 일반적인 살코기 참치캔이 짜거나 묽을 등 각종 요리 용도로 사용하기 좋은 제품이라면, 동원맛참은 참기름이 촉촉하게 스며들어 감칠맛이 살아 있고 별도 조

리 없이 밥과 바로 먹기에 최적의 맛과 편의성을 갖췄다.

동원참치에 젊고 트렌디한 이미지를 부여하기 위해 마케팅 활동도 벌이고 있다. 미니언즈, 뽀로로 등 유명 캐릭터와 협업해 다양한 기획 제품을 선보였다. 배우 조정석과

손나은을 모델로 내세운 ‘맛의 대참치, 동원참치!’ 편 광고는 중독성 있는 노래와 따라 하기 쉬운 춤으로 수많은 패러디를 생성했다.

지난해 걸그룹 아이브(IVE)의 안유진을 모델로 한 CF는 유튜브 누적 조회수 1300만 회를 돌파하는 등 화제를 모았다. 기존 고객층의 탄탄한 로열티에 새로운 MZ세대의 호응이 더해져 국내 참치캔 시장 점유율 80%를 넘어 서며 1등 자리를 더욱 굳건히 했다.

박미옥 기자

제품 생산 공정 투명하게 공개 ... 소비자 신뢰 확보

냉장냉동육 부문 **하림**



하림이 ‘2024 한국산업의 브랜드 파워(K-BPI)’ 냉

장냉동육 부문에서 1위로 선정됐다. 하림은 닭고기에 대한 전문성을 기반으로 종합식품기업으로 도약하기 위해 다양한 마케팅 활동을 펼치며 소비자 인지도와 신뢰도를 확보해 왔다.

‘자연의 신선함이 주는 최고의 맛’이라는 하림그룹의 식품 철학에 맞춰 소비자에게 ‘하림=안심할 수 있는 차별화된 식품’이라는 인식을 심어주고, 1등 기업으로서 성과에 안주하기보다 안정적인 수익 구조를 구축하고 서비스를 향상하는 등 브랜드 가치를 제고하는데 노력해 왔다. 무항생제와 동물복지 제품을 표방한 ‘자연실록’부터 먹는 재미와 즐거움을 주는 ‘용가리치킨’까지 하림만의 독특한 가치를 담아낸 브랜드를 잇달아 출시해 브랜드파워를 강화하고 있다.



하림은 자체 견학 프로그램인 HCR(Harim Chicken Road)을 통해 소비자에게 제품 생산 공정을 투명하게 공개하며 위생과 안전에 대한 신뢰를 확보했다. HCR은 산업관광 명소로 자리매김하고, 2023년 2만 명이 찾은 등 매년 방문객이 증가하고 있다. 방문객의 생생한 체험 후기가 SNS를 중심으로 퍼지면서 학교, 기관, 단체의 발길도 이어지고 있다. 투어 동선 리뉴얼, 포토존 추가, 참여형 체험 등 다양한 즐길 거리

를 추가해 방문객에게 유익하고 재밌는 투어 프로그램을 제공할 예정이다.

하림은 법령 준수서 물론이고 이력 관리, 안전성 평가, 품질보증 네트워크 구축 등을 기본 방침으로 고객·현장 중심의 품질 관리를 이어오고 있다. 하림은 품질과 생산성에서 글로벌 리더 기업이라는 비전을 가지고 모든 제품이 소비자에게 신뢰받을 수 있도록 지속적인 품질 관리를 통해 브랜드 가치를 높여나갈 계획이다.

박미옥 기자

중증희귀질환 치료와 공공의료정책 중심 위상 강화

종합병원 부문 **서울대학교병원**

SNUH 서울대병원 이 ‘2024 한국산업의 브랜드 파워 (K-BPI)’ 종합병원 부문에서 1위로 선정됐다.

근대 의료의 산실이자 국가중앙병원인 서울대병원은 지난 100년 동안 우리나라 의료를 선도해 왔다. 1885년 설립된 서양식 국립병원인 제중원으로 출범해 1946년 국립 서울대 의과대학 부속병원, 1978년 특수법인 서울대병원으로 개편했다.

서울대병원은 1985년 어린이병원 개원, 1987년 서울시 보라매병원 위탁 운영, 2003년 분당서울대병원과 건강검진 전문 헬스케어시스템 강남센터 개원, 2011년 통합진료 시스템 기반의 최첨단 암병원 개원, 2019년 최첨단 외래진료 시스템과 환자 중심 진료서비스를 도입한 대한외래를 개원했다. 이를 기반으로 중증 희귀난치질환 치료와 공공의료정책 중심의 4차병원으로서



위상을 확고히 해왔다.

서울대병원은 국가중앙병원 역할을 충실히 수행하며 중증질환 및 필수 의료 분야에서 세계적 수준의 의료 서비스를 제공하고 있다. 지난해 중증 소아청소년 환자 가족을 위한 독립형 단기 돌봄의료시설 ‘서울대병원 넥슨어린이 통합케어센터’, 24시간 고위험 임신부의 분만·응급진료가 가능한 ‘장애친화 산부인과’를 국내 최초로 열었다.

하버드대·MIT가 설립한 HST(Health Sciences and Technology)

와 협력해 우수한 의사과학자를 양성하며 연구중심병원으로서 입지를 공고히 하고 있다. 한국 첫 ‘국가전략기술 특화연구소’로 지정된 첨단바이오·디지털 헬스데이터 분석·활용 분야에서 글로벌 협력을 확대하고, 첨단바이오 생태계 조성에 기여하고 있다.

공공보건의료계획 시행 결과에서 ‘최우수 기관’으로 선정된 서울대병원은 중앙심뇌혈관질환센터, 서울시 중증의상 최종치료센터, 소아암·희귀질환지원사업단 운영 등으로 필수의료 공백 해소에도 앞장서고 있다.

서울대병원은 최첨단 미래 병원의 청사진을 제시할 배곧서울대병원 및 기차중입자치료센터 건립, 국립소방병원 개원 추진으로 혁신적 의료서비스 체계를 갖추며 한국형 미래 K디지털 의료를 선도하고 있다. 박미육 기자

뉴리치 고객에 맞춤형 종합자산관리 솔루션 제공

프라이빗뱅킹 부문 **신한 PWM**



신한은행의 ‘신한 PWM’이 ‘2024 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)’ 프라이빗뱅킹 부문에서 1위로 선정됐다.

신한은행은 2011년 금융권 최초로 은행과 증권이 장점을 접목한 금융복합 점포 모델 ‘신한 PWM’을 도입해 자산관리 시장의 연결과 확장을 주도해 왔다. 2019년 기업 고객 수요에 특화된 PIB센터 신설로 범위를 확장했으며, 2022년 초고자산가 가문을 관리하는 패밀리오피스 채널을 성공적으로 운영하고 있다.

자산관리는 개인 영역이라는 생각을 과감히 탈피해 2019년 출범한 PIB센터는 2023년 기준 자산 규모 6조원을 돌파해 고속 성장하고 있다. PIB는 PB의 자산관리 노하우에 IB분야 자본투자, M&A 컨설팅, IPO 사업 등을 발굴해 기업 및 자산가에게 연결하는 특화 채널이다.



2022년 도입한 신한패밀리오피스 서비스는 금융자산 100억원 이상 슈퍼리치를 대상으로 세상 유일의 독창적인 금융 파트너 서비스를 지향한다. 패밀리오피스는 투자 컨설팅 등 단순 자산관리 형태에서 벗어나 개인, 가문, 기업 생애주기별 1대1 초밀착 자산관리 서비스를 제공한다.

신한 PWM은 신한금융그룹 차원의 종합적인 하우스뷰와 투자 전략을 수립하고 폭넓은 네트워크를 활용해 신한 PWM 전용상품을 지속적으로 발

굴하고 있다. 세무, 부동산 투자, 유언·상속 법률자문 서비스, 기업승계·자금조달 컨설팅 등 다양한 분야 전문가 그룹이 입체적인 자문 서비스를 제공한다.

신한은행은 뉴리치 고객에게 맞춤형 자산관리 솔루션을 제공하고자 최근 ‘Young PB’ 2기를 선발했다. 스타트업 경영이나 자본시장 참여를 통해 부를 축적한 젊은 자산가인 뉴리치 고객과 비슷한 관점에서 트렌드를 공유하며 각 고객의 성향에 맞춰 특성화된 자산관리 서비스를 제공하는 전문가 집단이다.

신한은행은 Young PB를 PIB센터 내 규모가 큰 PWM센터에 배치해 증가하는 뉴리치 고객에게 금융·비금융 분야의 종합자산관리 솔루션을 제공할 계획이다. 박미육 기자

‘개원 35주년’ IP다각화로 글로벌 엔터기업 도약

테마파크 부문 **롯데월드 어드벤처**



롯데월드 어드벤처가 ‘2024 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)’ 테마파크 부문에서 1위로 선정됐다.

1989년 문을 열어 개원 35주년을 맞은 롯데월드는 테마파크 경영 노하우를 바탕으로 올해 10주년인 ‘워터파크’ ‘아쿠아리움’과 ‘서울스카이’ ‘어드벤처 부산’을 성공적으로 운영하며 대한민국 최고 종합 엔터테인먼트 기업으로의 위상을 굳혔다. 지난해 8월 베트남에 ‘롯데월드 아쿠아리움 하노이’를 선보이며 글로벌 엔터테인먼트 기업의 비전을 실현하고 있다.

롯데월드는 이용자에게 차별화된 경험을 선사하고자 신규 사업을 확대하고 있다. 다양한 마케팅 시도의 일환으로 웹툰, 게임, 공연, NFT 영역에서 외부 및 자체 지식재산권(IP)을 접목해 다채로운 경험을 제공하는 등 고객 만족도 향상에 만전을 기하고 있다.

외부 IP와의 콜라보는 신규 시즌 측



제와 어트랙션 오픈 등으로 실행돼 온 오프라인 경계를 허무는 특별한 경험을 제공한다.

올해 3월 롯데월드는 인기 네이버웹툰 ‘세기말 꽃사과 보습학원’ IP와 협업한 봄 시즌 축제 ‘애프터스쿨 레스즈’를 선보였다. 지난해 5월에는 국내 최초로 온라인 게임 ‘배틀그라운드’의 세계관을 오프라인에 구축한 어트랙션 ‘배틀그라운드 월드 에이전트’를 성황리에 오픈했다.

자체 캐릭터 IP를 접목한 라이선싱 사업도 활발히 진행 중이다. 지난해 7

월 자체 캐릭터인 ‘모리스’와 ‘보리스’를 접목한 오프라인 멀티숍 ‘부스락’을 어드벤처 지하 1층에 250평 규모로 선보였다. 기존 캐릭터를 리디자인해 MZ세대의 트렌디함을 담은 ‘더 쿠바비브 로티’ 팝업스토어와 ‘더쿠바이브팩’ 등도 크게 주목받았다.

온라인에서는 자체 캐릭터를 접목한 영·유아 놀이교육 유튜브 채널 ‘로티프렌즈’가 글로벌한 인기를 입증했다. 국문, 영문, 서문 총 세 개 채널에서 총구독자 수 230만 명과 누적 조회수 3억3000만 회를 돌파했다. 박미육 기자

지니TV, 말만 하면 영화·TV·VOD 다 찾아줘

IPTV 부문 **지니 TV**



KT 인터넷TV(IPTV) 서비스인 ‘지니 TV’가 ‘2024 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)’ IPTV 부문에서 1위로 선정됐다.

지니 TV는 ‘올레 tv’의 새 이름으로 950만 가구 이상 고객을 보유한 대한민국 대표 IPTV 서비스다. 최근 이용 환경을 대폭 개선하고 실시간 채널에서 최신 영화, 오리지널, 뮤직, 키즈 콘텐츠까지 모든 콘텐츠를 편리하게 즐길 수 있는 ‘미디어 포털’로 전면 개편했다.

지니 TV는 △OTT 서비스 △영화·드라마·VOD △LIVE채널 △키즈랜드 △지니엣스 총 5개 콘텐츠 전용관으로 구성됐다. 특히 OTT 서비스 전용관은 넷플릭스, 티빙, 디즈니+, 유튜브 등 다양한 OTT를 TV 화면으로 한눈에 보기 쉽게 지원한다.

KT는 미디어포털에 ‘AI 큐레이션’ 기능을 적용해 수많은 볼거리 중 고객이



원하는 것에 쉽고 빠르게 접근하도록 도와준다. 예컨대 OTT를 주로 보는 가정에 ‘OTT 서비스 전용관’을 첫 화면으로 추천하고, 키즈 콘텐츠를 자주 시청하는 가구에는 ‘키즈랜드’ 전용관을 가장 앞에 배치한다.

지니 TV에서는 원격 음성으로 원하는 키워드를 검색하면 OTT부터 유튜브 리브, VOD, 실시간 채널, TV 앱, 지니뮤직 OST까지 한 번에 ‘통합 검색’된다. 안드로이드 TV OS가 내장된 최신형 셋톱박스를 통해 스마트 TV가 아니라도 구글 플레이스토어에서 지원하

는 다양한 OTT 서비스를 TV 앱으로 내려받아 자유롭게 이용할 수 있다.

KT는 자사 고객에게 차별화된 혜택을 제공하고자 ENA 채널에서 방영하는 다양한 오리지널 드라마를 무료 VOD로 독점 제공한다. ‘야한사진관’ ‘악인전기’ ‘사랑한다고 말해줘’ 등 인기 배우가 출연하는 다양한 장르의 드라마가 있다. 김준배 KT 미디어플랫폼사업 본부장(전무)은 “KT는 모든 콘텐츠를 보기에 가장 편리한 TV로 자리매김해 소비자가 새로운 TV 경험을 누릴 수 있도록 지속 혁신하겠다”고 말했다. 박미육 기자

피부 안전까지 생각하는 근육통 냉온찜질 파스

소염진통제 부문 **신신파스 아렉스**



염진통제 부문에서 1위로 선정됐다.

‘신신파스 아렉스’는 대한민국 최초의 파스 신신파스에 신신제약만의 독보적 기술력을 담은 가장 진화한 파스다. 국내 최초로 하나의 파스에 냉온찜질 두 가지 효과를 담아내 2007년 출시 당시 파스계에 새로운 바람을 일으켰다. 부작과 동시에 차갑게 부기를 빼주고 차츰 뜨겁게 전파돼 혈액순환을 도와 근육·관절통에 탁월한 효과를 보인다. 천연고무 연합 방식으로 제작해 친환경적이고 우수한 안전성으로 피부가 약한 사람에게 선호도가 높다.

최근에는 신신제약의 독자적인 고밀착 하이드로겔 기술을 적용한 신개념 파스 ‘아렉스 마일드 카타폴라스마’를 선보였다. 고품질 명품 파스를 지향



하는 플렉스 시리즈의 첫 제품으로 아렉스의 냉온찜질 효과는 그대로 담으면서 피부 안전성과 점착력을 극대화했다.

신신제약의 파스에 대한 열정은 회사 창립 이념에서 출발했다. 1959년 창립 당시 값비싼 일본 파스에만 의지할 수밖에 없었던 국민의 고통을 덜어 주겠다는 마음으로 시작해 국산 파스 개발에 성공하면서 파스 독립을 이뤄냈다.

신신제약은 꾸준한 연구개발을 통해 다양한 성분의 가장 많은 파스 라인업을 보유한 제약사로 거듭나 ‘파스의 명가’라는 수식어를 얻었다. 2018년 연 매

출 100억원을 넘어선 뒤 2023년 브랜드 매출 210억원을 달성했다.

신신파스 아렉스는 소비자 사랑에 보답하고자 끊임없이 새로운 시도를 하고 있다. 전신에서 발생하는 근육통의 특성을 고려해 부위·상황에 따라 제품 형태를 선택할 수 있도록 축축한 수분감을 제공하는 카타폴라스마 제형의 ‘신신파스 아렉스 마일드’, 바르는 타입의 ‘신신아렉스 로션’, 먹는 경구제 ‘신신아렉스 정’ 등의 라인업을 선보였다. 지난해부터는 파스류 최초로 시각장애인을 위한 점자 표시를 도입해 파스를 경험하는 누구에게나 최대한의 편의성을 제공하기 위해 힘쓰고 있다. 박미육 기자

경정비·긴급출동·타이어 ... 촘촘한 차량 정비망

자동차관리 부문 **스피드메이트**



SK네트웍스의 자동차 종합 관리 브랜드 스피드메이트가 ‘2024 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)’ 자동차관리 부문에서 1위로 선정됐다.

스피드메이트는 자동차 경정비, 긴급 출동 서비스, 타이어 및 수입차 부품 유통 등 차량 관리 전반에 걸친 서비스를 제공한다. ‘착한 정비, 착한 타이어’를 슬로건으로 전국 5900여 개 매장에서 믿을 수 있는 품질과 합리적인 가격의 정비 서비스를 제공한다. 최근에는 정비·디테일링 멀티숍, 수입차 전문 정비센터와 같은 특성과 매장을 늘리며 고객만족도를 높이고 있다.

스피드메이트 공식 홈페이지(www.speedmate.com)에서는 사전 예약 대기 없이 정비 서비스를 받을 수 있도록 고객에게 편의를 제공한다. 온라인으로 내 차에 알맞은 엔진오일, 배터리,



타이어를 추천받아 저렴하게 구매할 수 있다. 예약한 정비소를 방문하면 구매 상품으로 장착할 수 있다.

스피드메이트 멤버십 ‘CLUB SM’은 엔진오일, 에어컨 필터, 스피드메이트 독점타이어, 정비 공임에 대한 할인 혜택과 SK렌터카, SK매직 등 제휴사 할인 혜택을 제공한다. 지난해 수입차 전용 CLUB SM을 출시해 수입차 고객도 합리적인 가격에 스피드메이트의 멤버십 서비스를 이용할 수 있다.

스피드메이트는 사업과 연계한 ESG(환경·사회·지배구조) 관련 노력도

지속하고 있다. 사고차 부품을 재활용하는 ‘ECO 부품 사업’, 서울시 사회 복지협의회와 함께하는 ‘착한정비 나눔 사업’, 서울시 특성과 자동차학과 학생들의 정비산학협력 현장 실습 등을 진행하며 사업 성장과 함께 사회환영적 가치를 제고했다. 스피드메이트 관계자는 “정비 데이터에 기반한 고객 맞춤형 마케팅으로 고객 만족을 높이고 미래차 정비 인력과 기술력 확보를 통해 시장 변화에 적극 대응하는 등 자동차 관리업계를 선도하는 브랜드가 되겠다”고 밝혔다. 박미육 기자

‘금융으로 세상을 이롭게 한다’는 금융보국 실천

금융지주(그룹) 부문 **신한금융그룹**



신한금융그룹이 ‘2024 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)’ 금융지주(그룹) 부문에서 1위로 선정됐다.

신한금융은 그룹 비전인 ‘더 쉽고 편안한, 더 새로운 금융’ 실천을 가속화하기 위해 데이터 기반 고객 경험 혁신, 고객의 권리 강화 및 보호, 신사업 발굴을 통한 고객 서비스 확대와 동반성장 등을 3대 디지털 지향점으로 설정한 뒤 그룹의 디지털전환(DT)을 추진하고 있다.

신한금융은 지난해 12월 은행, 카드, 증권 등 주요 그룹사 5곳 금융 앱의 핵심 기능을 결합한 ‘신한 슈퍼 SOL’ 앱을 출시해 올 2월 말 기준 이용자 355만 명을 돌파했다. 신한 슈퍼 SOL은 은행 이체, 주식 투자 등 사용자 경험을 고려한 통합 인터페이스를 구축해 개별 앱 사용의 번거로움을 없앴다.

ESG(환경·사회·지배구조) 경영 실



금융 소비자 보호 활동도 눈에 띈다. 신한금융은 지난해 8월 11개 그룹사와 ‘소비자 보호를 위한 전략 선포식’을 열고 금융소비자 리스크 요인에 대한 선제 대응 등 4대 전략과제를 수립했다. 같은 해 5월에는 사회복지공동모금회와 ‘보이스피싱

천에도 집중하고 있다. 신한금융은 작년 4월부터 6개월간 일상 속 에너지 절감에 전 그룹사 임직원이 참여하는 ‘신한 아껴요 캠페인’을 펼쳐 에너지 비용 약 8억5000만원을 절약했다. 여기에 그룹 기부금을 더해 총 20억원의 기금을 조성한 뒤 에너지 취약계층의 요금 부담 경감 등에 사용할 수 있게 했다.

피해자 지원 및 예방 사업 추진’ 업무협약을 맺고 보이스피싱 예방 교육 및 보험 제공 등을 추진하고 있다. 신한금융은 이 밖에 국내 유일한 장애인 해외연수 프로그램인 ‘장애인드림팀’으로 총 1039명을 지원했으며 맞벌이 가정 자녀의 방과 후 돌봄을 지원하는 ‘신한 품도담터’ 사업을 펼치고 있다.

김남주 기자

K팝 아티스트와 한국 관광지·맛집 영상 히트

저비용 항공(LCC) 부문 **제주항공**



제주항공이 ‘2024 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)’ 저비용항공(LCC) 부문에서 1위로 선정됐다.

제주항공은 지난해 제주항공의 새로운 브랜드 캠페인 슬로건 ‘가자 우리 애견 J가 있다’를 공개했다.

고객이 여행을 떠올리는 순간 항공여행의 패러다임을 바꾼 제주항공이 바로 옆에 있다는 것을 상기시켰다. 함께 제작한 브랜드 캠페인 영상은 공개한 달 만에 누적 조회수 1000만 건을 기록했다.

제주항공은 한국 문화 알리기에 적극 동참하고 있다. 대한민국 대표 K팝 아티스트들과 함께 제주도의 사계절을 배경으로 제작한 유튜브 영상 ‘에어스테이지’, 한국 유명 관광지과 맛집을 소개해 여행의 가치를 알리는 ‘감귤랭 가이드’ 등 특색 있는 콘텐츠를 통해 한국 관광 활성화에 앞장섰다.



ESG(환경·사회·지배구조) 경영 체계도 강화하고 있다. 기존 운용 항공기 B737-800NG보다 연료 효율이 15% 높아 동일 운항 거리 대비 탄소배출량이 적은 차세대 항공기(B737-8)를 지

난해부터 본격적으로 도입해 탄소배출 감축을 실천 중이다. 또 2021년부터 제주항공 객실 승무원들로 구성된 ‘에코미’가 청정 제주 해안을 만들기 위해 환경 정화 활동을 꾸준히 펼치고 있다. 제주항공은 기존의 항공서비스 트렌드에서 벗어나 고객 맞춤형 서비스를 강화하며 새로운 방향을 제시하고 있다. 기존 항공사 보너스 항공권 개념에서 벗어나 저렴한 만큼 자유롭게 사용하는 ‘리프레시 포인트’, 사전 주문 기내식, 에어카페, 국적 LCC 최초 프리미엄 이코노미 좌석인 ‘비즈라이트’, 스포츠 관련 위탁 수하물 무제한 서비스 ‘스포츠·골프 램버십’, 반려동물 동반 여행객을 위한 ‘펫패스’ 등 항공권 가격을 낮추는 대신 별도의 부가서비스 상품을 기획해 소비자 선택권을 넓히고 합리적인 여행을 떠날 수 있도록 노력하고 있다.

김남주 기자

CU 편의점, 드론 배송·인공지능·핀테크로 진화

편의점 부문 **비지에프리테일**



CU가 ‘2024 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)’ 편의점 부문에서 1위로 선정됐다.

국내 편의점업계 1위 CU는 고객 관점의 새로운 편의점 트렌드를 이끌기 위해 올해 ‘HIGHER’라는 키워드를 정하고 전방위적인 혁신을 실행하고 있다.

2024 편의점 트렌드를 담은 HIGHER는 △점포 경쟁력 강화(Hyper class) △상품 및 마케팅 혁신(Innovation) △고객 경험 차별화(Great experience) △온·오프라인 연계(Hybrid channel) △해의 사업 확대(Export) △공격적 역할 강화(Role expansion)를 의미한다.

CU는 대표이사 직속의 혁신 조직인 BI(비즈니스 이노베이션)팀을 신설하고 가맹점의 사업 경쟁력 제고에 힘을 쏟고 있다. 사용자 행동 분석에 기반한 셀프 포스 2.0, 통합 검색엔진 도입 등



정보기술(IT) 인프라를 고도화해 점포 이용 편의성을 높였다.

또 최근 신설한 주류 태스크포스팀(TFT)을 올해 주류팀으로 승격해 하이볼, 위스키 등 트렌디한 상품군 중심의 차별화 주류를 선보이고 온·오프라인 양 채널에서 주류 서비스 활성화에 힘쓰고 있다.

기존 NCS(New Concept Store)팀은 리테일테크팀으로 개편해 드론 배송, 인공지능, 핀테크 등 최신 IT 기술을 적용한 미래형 편의점을 개발하고 다

1호점을 개점하는 등 K편의점 확장을 추진 중이다. 이 밖에 CU는 전국 점포에 빨대 없이 마시는 뚜껑 컵얼음과 생분해성 친환경 봉투를 도입해 편의점의 친환경 문화 확산에 앞장섰다. 또 아동 실종 및 학대 예방 신고 시스템 ‘아이CU’를 통해 지금까지 아동 170여 명이 가족 쪽으로 돌아갔으며, 행정안전부 등과 공조하는 긴급 구조 활동을 80회 이상 펼치며 공익 인프라로서 역할을 톡톡히 하고 있다.

김남주 기자

초·중·고 수학 ‘썬’ 최단기간 4500만부 돌파

중고등교재 부문 **좋은책신사고**



좋은책신사고가 ‘2024 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)’ 중고등교재 부문에서 1위로 선정됐다.

좋은책신사고는 썬, 우공비 등 핵심 브랜드를 중심으로 초·중·고 학습 콘텐츠를 500종 이상 제작·발행하는 교육 전문 기업이다. 초·중·고 수학 참고서 썬 시리즈는 단일 과목으로는 최단기간 누적 판매량 4500만 부를 돌파했다. 학생 수준과 학습 목표에 따라 교재를 선택할 수 있도록 총 17개 시리즈의 썬 라인업을 선보였다. △연산 학습서 ‘썬연산’ △기분기 강화 훈련서 ‘베이직썬’ △수학을 어려워하는 학생의 학습 부담을 줄인 문제 기본서 ‘라이트썬’ △썬의 B단계 유형 집중 학습서 ‘썬B’ 등으로 구성돼 초등학생 때부터 기본기를 쌓아 고등학교 실전에 대비할 수 있도록 했다.

초·중·고 수준별 학습서 ‘우공비



Q+Q’도 출시 후 꾸준한 성장세를 보이며 시장에 성공적으로 자리 잡았다. 우공비Q+Q는 기본실전, 표준완성, 발전심화 등 3단계로 구성돼 수준별 맞춤 학습을 할 수 있는 학습서다. ‘배우는Q 익히는Q’라는 교재 콘셉트에 맞춰 렉처북과 워크북으로 구성해 앞서 배운 개념을 반복해 풀며 완벽하게 익히도록 한 것이 특징이다. 학년별 수학 유형을 총망라해 기초부터 심화 문제까지 마스터할 수 있을 뿐만 아니라 학교 시험 만점을 위한 서술형 문제와 고난도 문제까지 대비할 수 있다. 우공비Q+Q는 새 교육과정을 충실

히 반영해 수학 교과와 핵심 역량을 함양할 수 있게 했다. 또 다양한 문제 유형과 수준별 맞춤형 난이도로 추론, 분석, 논리, 창의, 적용 등 수학적 사고력을 기를 수 있도록 구성돼 있다. 좋은책신사고는 유·아동 단행본 사업부도 영역을 확장하고 있다. 초등 학생을 위한 순수 국내 창작 동화를 다룬 ‘좋은책어린이’, 책 읽는 재미를 느끼며 한글과 친해질 수 있는 유아 동화책 ‘좋은책키즈’, 아이의 신나고 행복한 이야기를 글 없이 그림으로만 담은 스토리 그림책 ‘스토리버스’ 등이 대표적이다.

김남주 기자

AI 분석 기반으로 점포 연결해주는 알바 플랫폼

아르바이트전문포털 부문 **알바몬**



알바몬이 ‘2024 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)’ 아르바이트전문포털 부문에서 1위로 선정됐다.

알바몬은 2004년 아르바이트 채용 서비스를 선보인 이후 비정규직 채용 시장에서 대표 아르바이트 플랫폼 지위를 유지하고 있다. 직관적이고 편리한 사용자환경·경험(UI·UX), 인공지능(AI) 분석에 기반한 인재 추천과 매칭 서비스로 이용자들에게 좋은 평가를 받고 있다.

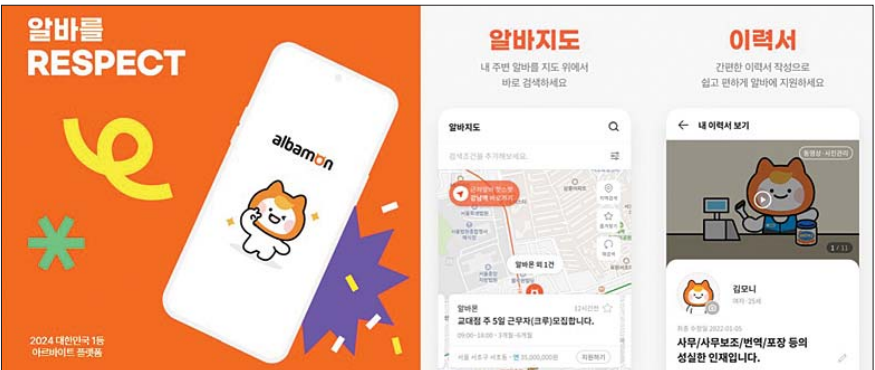
알바몬은 최근 소상공인 대상 신규 서비스 ‘알바몬 제트’와 ‘보스몬’을 연이어 출시해 호응을 얻었다. AI 아르바이트 매칭 서비스인 알바몬 제트는 소상공인에게 검증된 인재를 추천하고 구직자에게 맞춤형 아르바이트를 매칭해주는 서비스다. 구직자는 ‘제트크루’ 등록을 통해 거주지 주변 7km 이내 맞춤형 채용정보를 확인할 수 있다. 알바몬에 따르면 제트크루 서비스 누적 이용자는 지난해 말 기준 27만 명을 돌파했고 누적 기업 회원은 약 13만 곳에 달한다.

보스몬은 소규모 사업장 전용 알바관리 서비스로 근무 일정 관리, 급여 정산, 업무 요청 등 인력 관리의 모든 과정을 한 번에 해결할 수 있다. 보스몬과 연계해 알바생 대상 ‘크루몬’ 서비스를 운영해 상호간 편의성을 더했다.

알바몬은 최근 구인기업 정보 확인 등을 강화하며 엄선된 알바 정보 제공

을 위해서도 힘쓰고 있다. 지난해 3월부터 사업자가 알바몬에 채용 공고를 내려면 사업자등록증 등 신원과 정보를 확인할 수 있는 서류를 제출해야 한다. 또 임금체불 기업의 서비스 이용을 전면 제한했다. 주현정 잡코리아 마케팅실 실장은 “비정규직 채용시장이 점차 커지며 AI를 활용한 알바 매칭 서비스와 소상공인의 인력 관리를 돕는 서비스의 필요성이 점차 커지고 있다”며 “서비스 고도화, 좋은 메시지를 전하는 광고 캠페인 마케팅 활동에 계속 노력하겠다”고 말했다.

김남주 기자



‘하이브리드Z 스프링’ 세계 15개국서 발명특허

침대 부문 **에이스침대**



에이스침대가 ‘2024 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)’ 침대 부문에서 1위로 선정됐다.

에이스침대는 독보적인 침대과학 기술력을 내세워 한국 수면 문화의 발전을 이끌어 온 브랜드다. 끊임없는 기술 개발과 설비 투자로 한국인의 생활과 체형에 맞는 매트리스를 개발했다. 최근에는 ‘슬립테크’ ‘슬리포노믹스’로 대표되는 프리미엄 침대 트렌드를 선도하고 있다. 올 상반기부터 ‘침대는 왜 과학일까?’ 디지털 캠페인을 새롭게 전개하며 침대과학의 중요성을 다시금 내세우고 있다.

에이스침대는 국내외 특허 및 실용신안 300여 개, 총출원 880개로 업계에서 가장 많은 특허를 보유했다. 그중 대표적인 것이 16년 동안 100억원을 투자해 개발한 하이브리드 Z 스프링이다.



1970년대 등장한 4세대 오픈 타입 스프링 이후 40여 년 만에 새롭게 개발한 5세대 스프링으로 글로벌 15개국 발명특허를 획득했다.

하이브리드 Z 스프링은 현대인의 수면을 방해하는 거짐, 쏠림, 빈틈, 흔들림, 소음을 원천 차단하는 ‘5 프리 시스템’을 갖췄다. 위에서 한 번, 아래에서 한 번 펼쳐주는 ‘1 스프링 2 플레이’ 기능으로 어깨부터 허리, 엉덩이, 발목까지 이상적인 에스라인을 유지해준다.

체형별 매장이자 에이스침대의 폭넓은 제품 라인업 및 스트레스스 등 프리미엄 가구 브랜드를 총병렬 다르게 꾸민 콘셉트존에서 경험할 수 있다. 또 세계 최초로 이동수면공학연구소를 운영해 고객과의 접점을 늘리고 있다. 이동수면공학연구소는 척추형상 측정기, 체압분포 측정기 등 최첨단 장비를 탑재한 차량이 고객이 있는 곳으로 가 개인 체형에 적합한 매트리스를 찾아주는 서비스다.

김남주 기자