

대한민국 소비자가 선택한



2020 한국산업의 브랜드추천 1위

[Korea Brand Recommendation Index]

제1부. 한국산업의 브랜드추천 조사개요

제2부. 2020년 한국산업의 브랜드추천 조사결과 특징 및 제언

제3부. 2020년 한국산업의 브랜드추천 산업별 조사결과

KmAC

KmAC 는 한국능률협회컨설팅의 글로벌 브랜드입니다.

1. 한국산업의 브랜드추천 정의

**소비자의 추천을 통한 긍정 구전(word-of-mouth)이
브랜드자산을 형성하고,
나아가 기업의 성과창출에 기여함이 이미 입증되었습니다.**



『한국산업의 브랜드추천 조사』는 대한민국 최초 실시한 ‘추천 관점에서의 브랜드 평가’이다. 조사결과와 분석 및 진단을 통해, 우리 브랜드에 대한 소비자의 추천 수준을 확인하고, 이를 기반으로 기업의 지속성장을 실현할 추천 요인의 발굴·관리·강화의 기준을 제시하고자 한다.

2. 한국산업의 브랜드추천 조사 배경 및 목적

기업에 있어 ‘**브랜드추천(Recommendation)**’은 튼튼한 브랜드파워 기반 위에서 기업의 지속적 성장을 이끌어내는 ‘**상승자산**’으로서의 역할을 수행하고 있으며, **Strong Brand로 발전하는 핵심 요소**이다.

이미 글로벌에서는 브랜드추천에 대한 관리의 중요성을 인식하고 지속적으로 트래킹을 하고 있다. BCG, Mckinsey 등에서는 지수 모델을 구축하여 브랜드추천을 경영지표로서 관리 하고 있으며, 마케팅의 대가 필립 코틀러는 Market 4.0 에서 브랜드 옹호율(BAR:Brand Advocacy Ratio)을 관리해야 한다고 강조 했다.

Mobile과 SNS로 인해 더욱 다양화 된 커뮤니케이션 채널은 소비자 간의 정보 교환, 감정과 의견 표출 등 각종 형태의 커뮤니케이션을 증폭시켰다. 저성장 지속, 대부분의 산업에서 성숙기 및 정체를 겪고 있는 지금의 시장환경에서 **기업의 지속성장을 위한 필수적인 요소로서 ‘브랜드추천’을 본격적으로 관리해야 하는 ‘새로운 브랜드마케팅의 시대’가 도래** 하였다고 할 수 있다.

KMAC는 2008년부터 브랜드의 ‘추천’과 관련한 지표를 조사, 분석 하였다. KMAC는 추천지수를 통하여 1) 산업 내 우리 브랜드의 추천 수준을 측정하고, 2) 추천 혹은 비추천의 이유, 추천을 강화 혹은 약화시키는 영향요인들에 대한 분석을 기반으로, 우리 브랜드에 대한 소비자의 긍정추천을 강화 및 확산해 나갈 수 있는 핵심요인을 발굴하고, 3) 나아가 각 산업 및 기업의 지속성장을 견인하는 Strong Brand의 구축 및 육성을 위한 체계적인 브랜드마케팅 전략방향을 제시하고자 한다.

기업의 지속 성장을 이끄는 ‘Strong Brand’ 구축

기반 자산(Foundation Equity)

Brand Power

소비자 구매 행동에 영향을 미치는
지표 역할 담당

상승 자산(Facilitating Equity)

Brand Recommendation

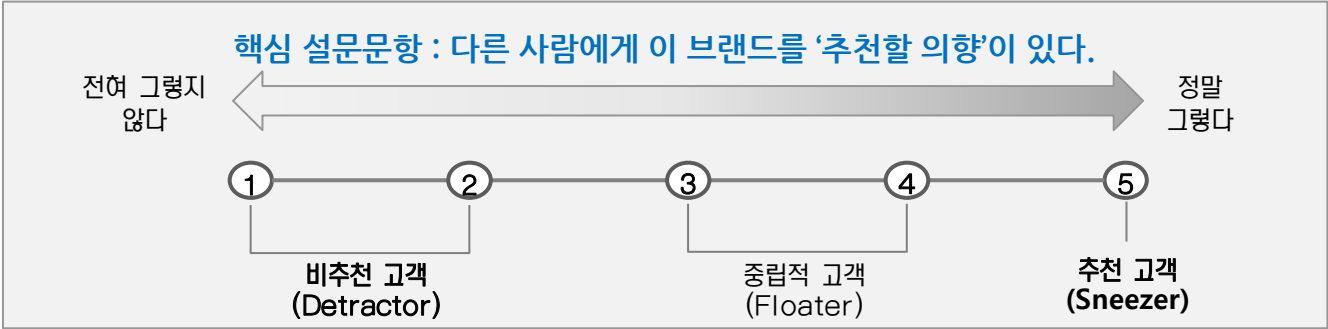
소비자 자산과 기업 성과를 강화시키는
지표 역할 담당

우리 기업의 튼튼한 Brand Power를 기반으로
Brand Recommendation을 높이는 활동이 요구됩니다.

3. 한국산업의 브랜드추천 조사 모델

‘브랜드추천’ 항목에서 신규/이슈 브랜드에 대한 평가와 브랜드의 성장률/성과와의 관련성이 높게 나타나는 것을 분석하여, 신규/이슈 브랜드에 대한 관리 지표로 활용한다.

브랜드 추천 지수 = 추천고객 비중(%) - 비추천고객 비중(%)



추천 요소 관련 설문문항 : 추천 이유, 추천받은 경험, 추천 대상 및 장소 관련

고객분류	의미	참고
추천고객 (Sneezer)	5점 응답자 % - 해당 브랜드를 적극적으로 추천하여 강한 구전효과를 발휘함으로써 매출 상승에 기여하는 고객	- 기존 연구에서 긍정적 구전정보를 접한 사람보다 부정적인 정보를 접한 사람보다 3배 이상 높은 구매의도를 보임. - 이에 반해 부정적 구전은 긍정적 구전보다 훨씬 더 강력한 전달력을 보임.
중립고객 (Floater)	3~4점 응답자 % - 경쟁 브랜드의 가격인하, 이벤트 등이 발생하면 언제든지 brand switching이 가능한 유동 고객	
비추천고객 (Detractor)	1~2점 응답자 % - 부정적인 구전으로 매출 감소를 유발하는 고객	

4. 한국산업의 브랜드추천 조사 설계

조사 지역 및 대상	서울 및 6대 광역시(부산,인천,광주,대전,대구,울산), 10대~50대 남녀
조사 방법	1:1 개별면접조사 (Face to Face Research)
표본 추출 방법	인구, 지역 비례에 따른 유의할당 표본 추출법
표본수	11,800명 (산업별 700~1,000명 조사)
실사 기간	2019년 10월 중순 ~ 2020년 1월 중순 (약 3개월)

※ 본 조사는 브랜드마케팅 관점에서 경험고객 뿐만 아니라, 잠재고객까지 포함한 넓은 의미에서의 전체고객을 대상으로 하며 100개 산업의 모든 브랜드에 대해 조사를 진행함.

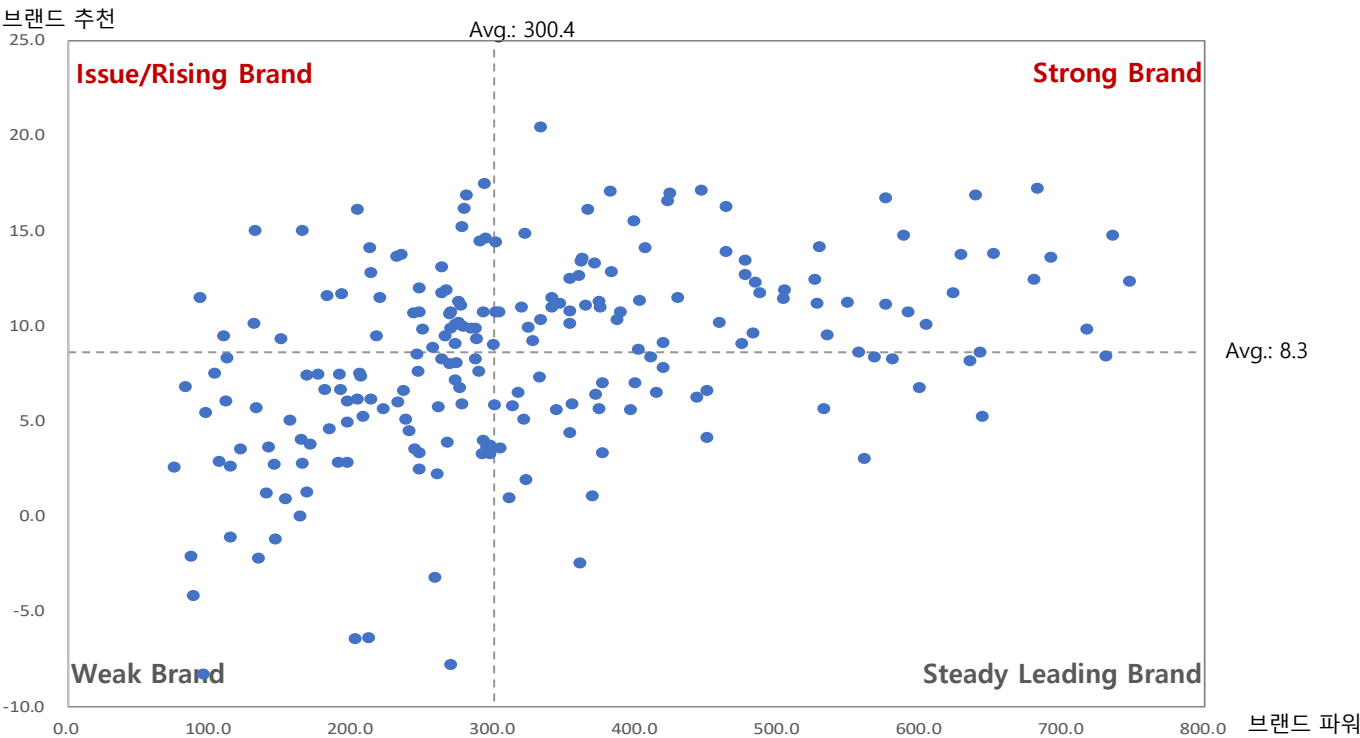
5. 한국산업의 브랜드추천 조사대상 산업

'2020년 한국산업의 브랜드추천 1위' 조사는 산업군 선정기준에 따라 소비재, 내구재, 서비스재에서 100개 산업을 대상으로 조사가 진행되었으며, 각 산업별로 모든 브랜드가 조사되었다.

대분류	중분류	조사 대상 산업군
소비재 (27개)	식품일반	김치, 냉동만두, 라면, 육가공햄
	유음료/주류	맥주, 생수, 소주, 유산균제품, 주스, 커피음료
	생활용품	기능성화장품(코스메슈티컬), 남성화장품, 바디케어, 생리대, 세탁세제, 여성화장품, 화장지
	패션용품	홈패션, SPA브랜드
	소비재기타	경유, 독감백신, 변비약, 상처/흉터치료제, 숙취해소, 습윤 밴드/드레싱, 펫 푸드, 해열진통제
내구재 (19개)	가정생활	가스레인지, 가정용보일러, 공기청정기, 김치냉장고, 냉장고, 드럼세탁기, 로봇청소기, 복합오븐, 비데, 스마트폰, 에어컨, 의류건조기, 전기레인지, 정수기, 홈네트워크시스템, AI스피커, TV
	자동차/가정	친환경자동차, SUV/RV
서비스재 (54개)	도소매/유통	대형슈퍼마켓, 대형할인점, 면세점, 백화점, 베이커리, 복합쇼핑몰, 브랜드치킨전문점, 전자전문점, 커피전문점, 편의점, 피자전문점, TV홈쇼핑
	금융	다이렉트자동차보험, 생명보험, 신용카드, 앱카드, 은행, 자산관리서비스, 자산관리앱, 장기보험, 저축은행, 증권, 체크카드, 프라이빗뱅킹
	통신/온라인	배달앱, 숙박앱, 아르바이트전문포털, 이동통신서비스, 인터넷쇼핑몰, 초고속인터넷서비스, 취업전문포털, IPTV, MVNO, OTT서비스, T커머스
	교육	독서토론학습, 온라인외국어학원, 유아교육서비스, 초등교육서비스
	서비스일반	건강증진센터, 고속버스, 렌터카, 문화센터, 비즈니스호텔, 새벽배송서비스, 아파트, 여행사, 워터파크, 저비용항공, 전문자격증취득, 콘도/리조트, 택배서비스, 테마파크, 헬스&뷰티브랜드샵

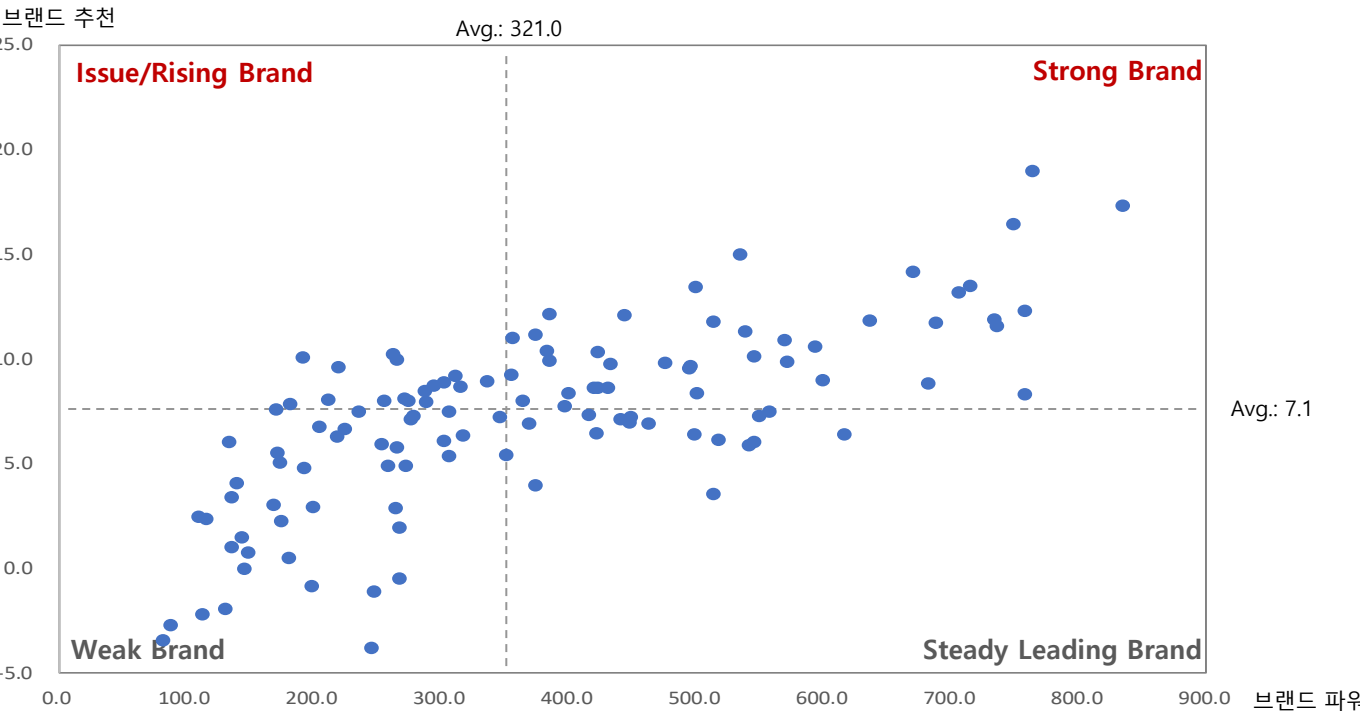
제2부. 한국산업의 브랜드추천 조사결과 특징 및 제언

1-1. 한국산업의 브랜드추천 조사결과 특징(대분류 소비재)



※ 경계선에 위치하는 산업군의 경우 기업의 등락 추이나 시장 상황에 따라 해석에 주의가 필요하며, 영역에 따른 브랜드 정의는 추세 상 하락일 경우 해석을 달리할 수 있음.

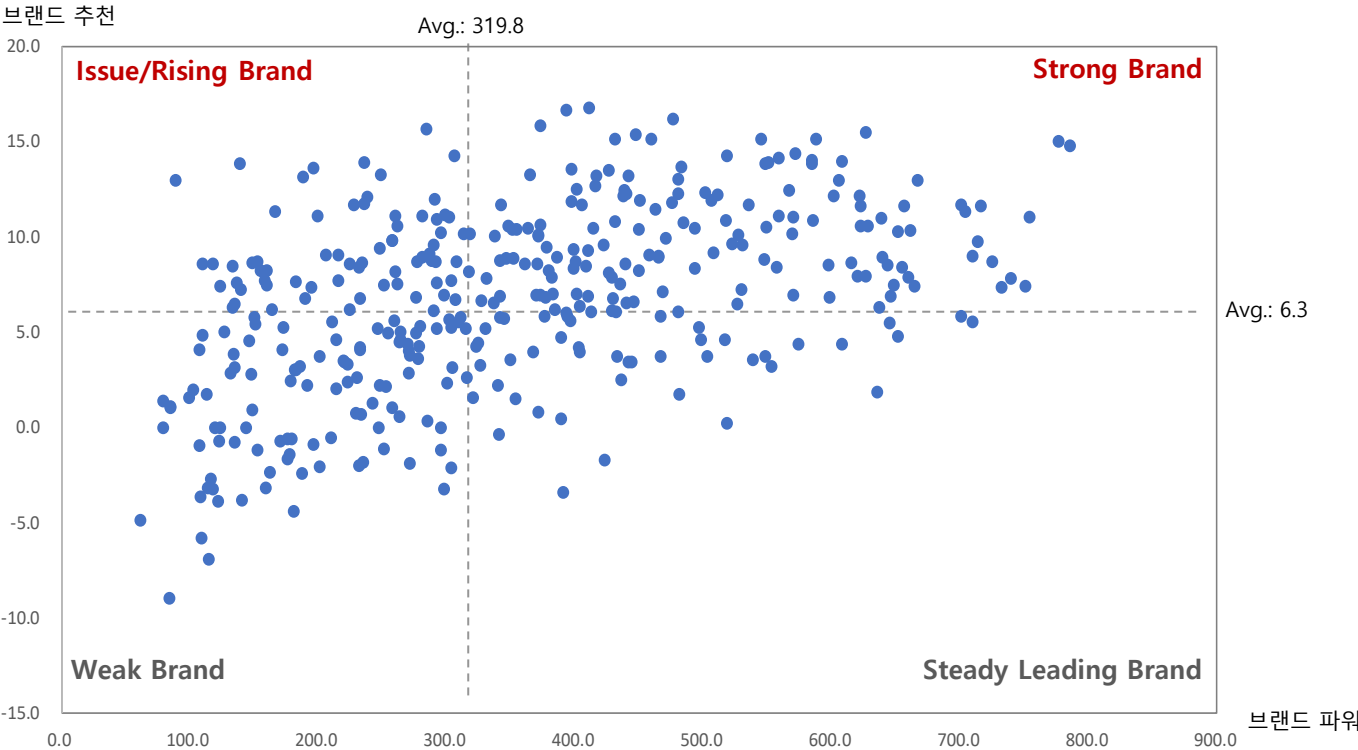
1-2. 한국산업의 브랜드추천 조사 결과 특징(대분류 내구재)



※ 경계선에 위치하는 산업군의 경우 기업의 등락 추이나 시장 상황에 따라 해석에 주의가 필요하며, 영역에 따른 브랜드 정의는 추세 상 하락일 경우 해석을 달리할 수 있음.

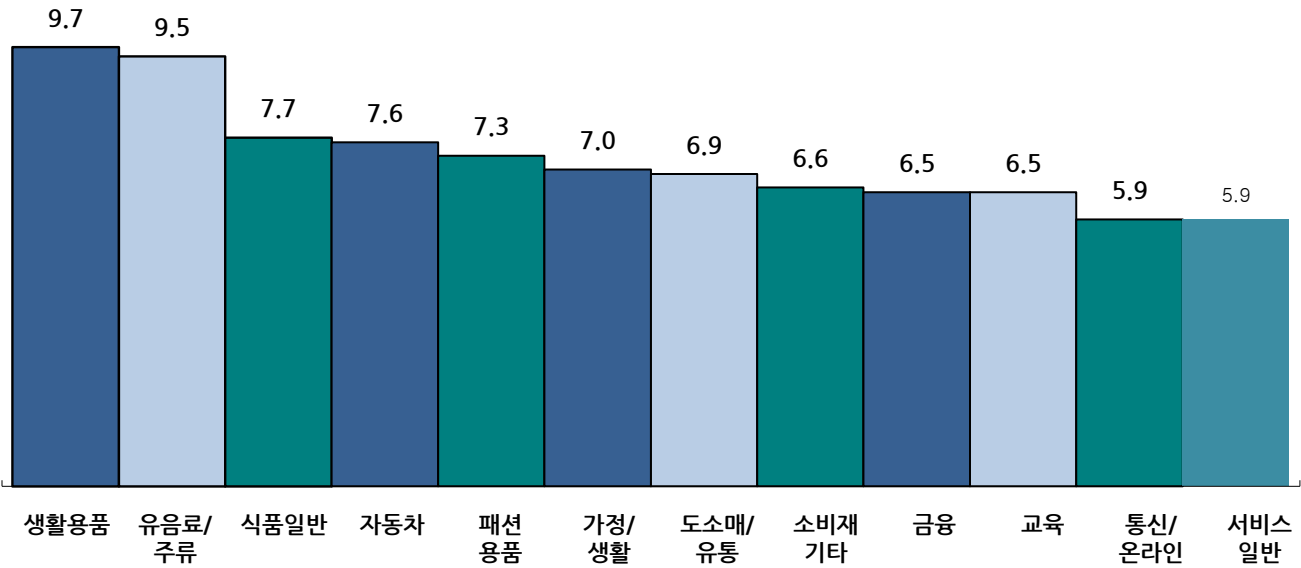
제2부. 한국산업의 브랜드추천 조사결과 주요 특징

1-3. 한국산업의 브랜드추천 조사 결과 특징(대분류 서비스재)



※ 경계선에 위치하는 산업군의 경우 기업의 등락 추이나 시장 상황에 따라 해석에 주의가 필요하며, 영역에 따른 브랜드 정의는 추세 상 하락일 경우 해석을 달리할 수 있음.

1-4. 한국산업의 브랜드추천 조사 결과 특징(중분류별 추천 지수 현황)



2. 한국산업의 브랜드추천 조사 결과 특징(종합)

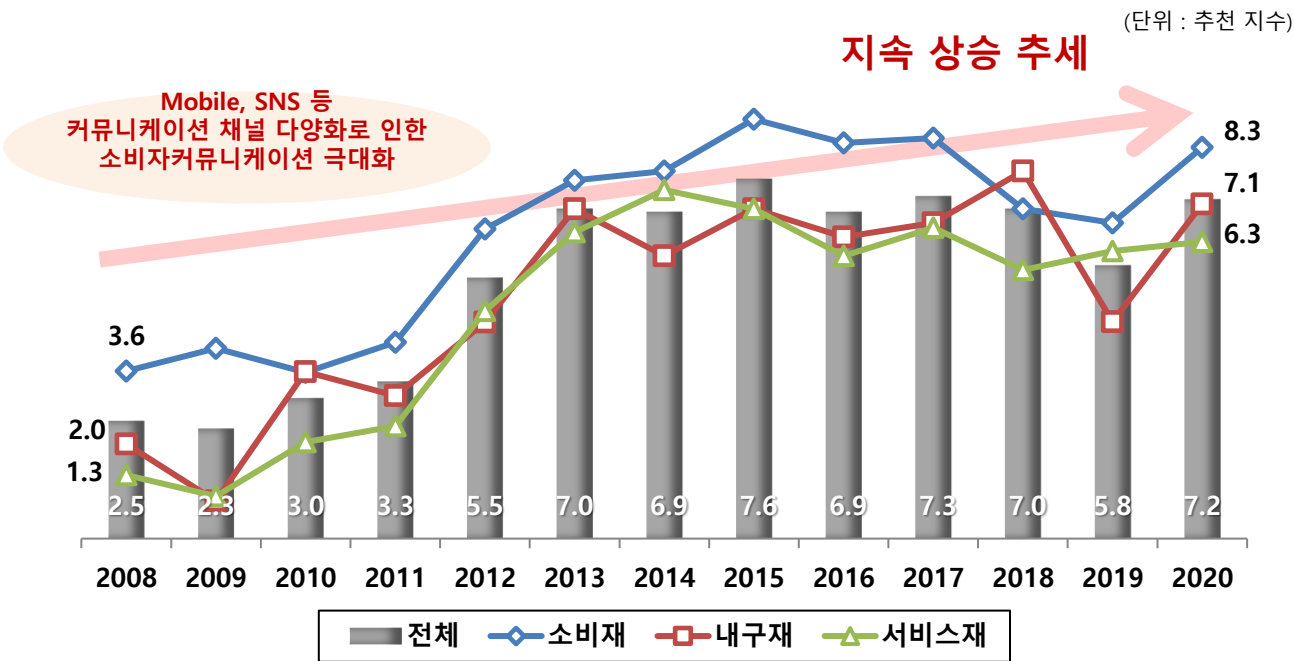
모바일과 SNS의 발달로 정보 검색 및 확인에서의 피로도가 증가하는데 반해, 다른 소비자의 경험을 활용한 조언과 입소문을 중요시 하는 소비자의 성향이 강해지고 있다. 이에 브랜드 추천은 튼튼한 브랜드파워의 기반 위에서 시장경쟁을 극복하고 성과를 창출하는 '상승 자산'으로서의 의미와 역할을 지니며, 기업은 소비자의 긍정적이고 강력한 추천에 기반한 'Strong Brand'를 보유, 육성하여 지속성장을 도모해야 한다.

글로벌 기업들은 브랜드추천에 대한 관리의 중요성을 인식하였고, 지속적으로 트래킹 하면서 긍정 추천의 수준과 강도를 높이는 동시에 부정추천의 개선에 힘쓰고 있다. 학계에서도 마케팅의 대가 필립 코틀러는 '기업 마케팅의 궁극적 목표는 소비자를 단순한 구매자가 아닌 충성스러운 브랜드 옹호자로 만드는 것이며, 기업은 브랜드 옹호율(BAR : Brand Advocacy Ratio)을 관리해야 한다'고 강조하고 있다. KMAC는 지난 2008년부터 국내에서 선도적으로 브랜드 추천과 관련한 관련 데이터를 측정, 분석해 왔다. 올해 한국산업의 브랜드추천 조사는 브랜드에 대한 소비자의 추천이 활발히 이뤄지는 총 100개 산업(소비재 27개, 내구재 19개, 서비스재 54개)에 대하여, 서울 및 6대 광역시에 거주하는 10대~50대 남녀 1만 1,800명의 소비자를 대상으로 일대일 면접조사로 진행되었다.

2020 한국산업의 브랜드추천 조사에서 다음의 주요한 결과가 두드러졌다.

첫째, 대분류 기준의 추천 수준은 서비스재 6.3 < 내구재 7.1 < 소비재 8.3 순서로 나타났다. 전년 대비 대분류 모두에서 상승이 나타나 기업의 소비자 추천지수 관리의 중요성이 확인되었다. 금년도 소비재와 내구재가 서비스재 보다 추천지수의 상대적 상승 폭이 컸는데, CEO리스크, 고용 관련 부정적 이슈, 일본상품 불매운동 등이 특히 서비스재 산업에서 많았던 반면, 소비재에서는 가성비 이슈 재주목, 상품 추천 TV프로그램 및 1인 방송 증가가, 내구재에서는 강력한 메인 브랜드 산하의 서브 브랜드 패키지 형태 출시 이후 기업 이슈발신 증가가 금년도 추천지수에 영향을 미친 것으로 보인다.

【 2008~2020 서비스재 브랜드추천 지수 변화 추이 】



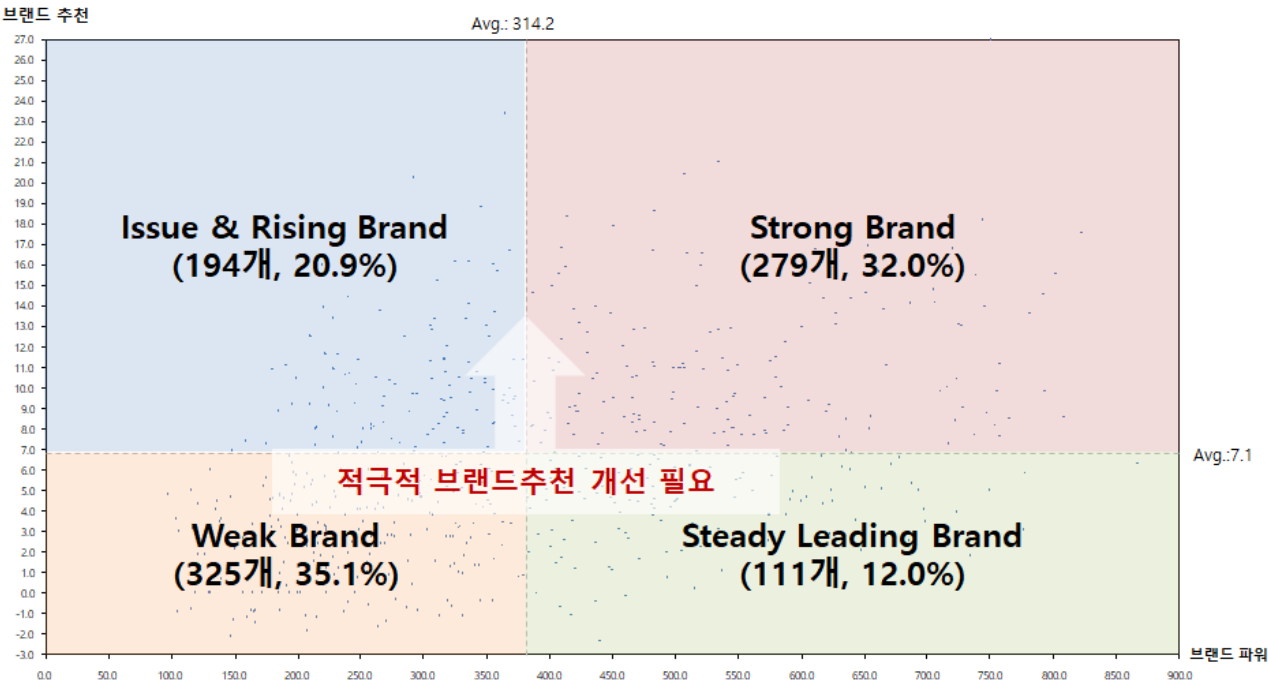
※ Source : 2008~2020 한국산업의 브랜드추천 지수 분석, KMAC

제2부. 한국산업의 브랜드추천 조사결과 특징 및 제언

둘째, 소비자가 브랜드를 추천하거나 비추천 하는 여러 가지 영향요인들 중에서 '사람에 의한 추천 및 비추천'이 웹과 모바일, 커뮤니티 등에서 보다 상대적으로 높게 나타났다. 전년도 조사결과에서도 동일한 특징이 발견되었는데, 금년도 '주요 정보출처'에 대한 조사결과와 함께 판단해 볼 때, SNS, 커뮤니티, 뉴스 등의 비대면 상황에서 브랜드 대한 정보를 수집하더라도 결국 상품을 구매이용해 본 적이 있는 믿을 수 있는 다른 사람으로부터의 추천을 선호하는 소비자의 의사결정 성향이 강해지는 점을 확인할 수 있었다. 즉 가족, 친구, 동료, 업계 전문가, 매장/AS/콜센터 직원 등과 같이 직접적으로 브랜드에 관한 정보를 확인하고 의견과 평가를 나눌 수 있는 대면 상황에서의 브랜드추천이 구매이용에 직결되는 것으로 볼 수 있겠다.

셋째, 정보 취득 채널의 다양화, 소비자 생활 속의 추천 및 비추천 확대, 기업의 성과창출과 지속성장을 위한 브랜드추천 관리의 중요성에도 불구하고, 올해 조사결과 Strong Brand는 전체 32.0%에 불과했다. '브랜드파워'는 오랜 기간 동안 지속적으로 쌓이는 자산의 특성을 가지고 있어, 많은 시간, 노력, 유무형의 투자가 전제되어야 한다는 학계 의견과 산업계 경험치가 중론이다. 또한 이미 쌓아 올린 브랜드파워도 일정 수준 이상으로 지속 유지하거나 보다 강화하는 것이 결코 쉽지 않다는 점 또한 학계와 산업계가 지니는 공감대이다. 때문에 그동안 기업경영에서 브랜드파워 구축이 우선 과제였다. 그러나 소비자가 구매이용의 주도권을 가지고 있는 요즘의 경영환경에선 브랜드파워만으로는 역부족이라, 성장모멘텀으로서 강력한 브랜드파워를 기반으로 높은 수준의 브랜드추천을 확보한 Strong Brand의 보유와 육성이 전략 과제로 부상하고 있다. 오랜 기간 누적된 브랜드파워로 추천을 통해 긍정구전을 확산함으로써 기업의 성과창출과 지속성장이 견인하는 산업의 리딩브랜드를 Strong Brand로 정의하는데, 올해 조사결과 브랜드파워 평균 314.2점 이상과 브랜드추천 평균 7.1점 이상을 모두 충족한 Strong Brand는 32.0%로 나타나, 산업계 전반에서의 긍정적이고 강력한 브랜드추천 활성화에 대한 당면 과제를 확인하였다

【 100대 산업 브랜드위상 분석 : 브랜드파워&브랜드추천 교차분석 】



3. 브랜드추천 활성화에 기반한 Strong Brand 육성을 위한 제언

첫째, 종합적 구전 채널 관리로 브랜드 옹호율을 상승시켜라!

페이스북, 트위터, 인스타그램 등의 소셜네트워크가 등장한 이후 소비자의 커뮤니케이션 채널은 극적으로 확대가 되었고, 커뮤니케이션 양 또한 폭발적으로 늘어났다. 자연스럽게 정보의 홍수 속 구매 시 얻을 수 있는 정보가 너무나도 많아 짧은 시간 안에 현명한 소비를 하기 위한 취사선택이 그 어느때 보다 필요한 시점이 되었다. 수많은 선택지에 휩싸인 소비자는 정보 탐색의 노력 뿐만 아니라 인지적인 노력을 회피하기 위해 타인의 행동과 판단을 이용하여 의사 결정하는 것이 더 효율적이라고 여긴다. 즉, 모든 제품의 속성을 일일이 파악하여 평가하기보다 다른 사람들이 어떻게 행동하는 가를 참조하여 의사결정 하는 것이 더 경제적이라고 생각하게 되는 것이다.

최근 마케팅의 대가인 필립 코틀러는 Marketing 4.0을 통해 4차산업혁명 시대에 기업 마케팅의 궁극적인 목표는 이러한 과정을 거쳐 고객을 충성스러운 옹호자로 돌려놓는 것으로 보고 브랜드 옹호율인 BAR(Brand Advocacy Ratio)을 관리해야 한다고 강조한 바 있다.

그렇다면, 기업은 정보의 주도권을 가진 소비자에게 효율적으로 접근하기 위해 어떤 채널 전략을 취해야 할 것인가?

KMAC 브랜드추천 조사에서 나타나는 대표적인 추천 채널은 바로, 가족이나 친구의 추천이며, 소비자들은 이들을 통해 선택하고자 하는 상품의 선택 범위를 축소하는 것으로 나타났다. 기업에서는 핵심 채널 외에도 전체적인 구전 채널 전략을 수립하는 것이 필요하다. 엄청난 마케팅 자원을 확보한 거대 기업이 아닌 이상 소비자 정보 채널에 있어서도 전략적인 접근이 필요할 것이다.

따라서, 우선은, 우리 산업 그리고 우리 기업에 있어서는 핵심 정보 채널, 구전 채널이 무엇인지 파악하는 것이 필요하다. 담당자 수준의 경험치가 아니라 채널별 접촉, 그리고 채널별 전달 메시지, 구전 수준(긍·부정) 등에 대한 면밀한 파악이 필요할 것이다. 또한, 주기적인 채널 트래킹을 통해 실제 우리가 투자하고 있는 마케팅 자원이 효과를 발휘하고 있는지 검증하는 것이 필요하고, 채널에 있어서의 변화를 파악하고 자원을 효과적으로 조정해 나가는 것이 필요하다. 이를 통해 전체적인 관점에서의 브랜드 옹호율 관리가 필요한 것이다.

둘째, 구전의 질(Quality), '자발적인 가치창출'을 증대시켜라!

소비자 사이의 입소문을 만들기 위해 기업들은 치열하게 노력하고 있다. 언론을 통한 매스 마케팅, SNS 홍보, 온라인 바이럴 마케팅, 직접적인 고객 경험 활동에 이르기까지 형태로 다양하다. 그럼에도 불구하고 유감스럽게도 고객들 사이에서 추천 효과 창출은 미흡하다. 세계적인 브랜딩 대가인 세스 고딘은 온라인을 통한 입소문의 속도 증가로 생애 주기가 단축되는 시장에서는 차별화에 중점을 둔 '퍼플 카우(Purple Cow)' 전략의 필요성을 주장한 바 있다. 그런데, 차별화는 구전의 양(Quantity)을 늘리는 데에는 효과적인 방법이나 그 보다 중요한 측면이 소비자들의 입을 통해서 전달되는 구전의 질(Quality)인 자발적인 가치 창출일 것이다.

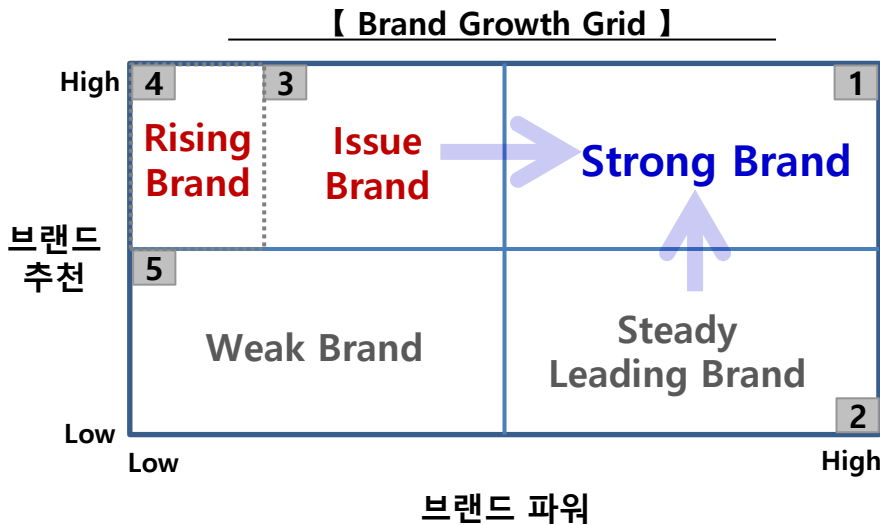
우선은, 우리 기업이 구전의 양이 필요한 단계인지 질을 높여야 하는 단계인지 명확한 방향성을 마련하는 것이 필요하다.

질적 측면에서의 구전 가치를 높이는 것이 중요하다면, 이를 위해 기업은 단순히 홍보를 위한 매스 마케팅보다는 소비자가 인정하는 진정한 혜택(benefit), 차별화된 가치 중심의 방법이 요구된다. 본원적인 가치부터 차별화되고, 혜택으로 설계되지 않으면 안 된다는 어려운 얘기이겠지만 VOC(voice of customer)가 넘쳐나는 요즘 시대에는 몰라서 하지 못하는 것이 아니라 경영 상 하지 못하는 이유가 더 많을 것이다. 그 다음은 전달 방식에 대한 부분이 될 수 있다. 자포스는 고객의 마음을 사로잡고, 진정으로 감동시키는 대표적인 사례로 알려져 있다. 마지막으로 감동받은 고객들이 스스로 자발적인 가치를 발산할 수 있는 창구를 마련해 주는 것이 필요하다. 긍정 보다는 부정 구전이 많아 오픈된 Q&A 창구를 없애는 기업들이 대부분이겠지만, 자발적인 긍정 구전이 전달될 수 있는 창구를 마련하는 것은 많은 자원이 투입되는 마케팅 활동 보다 효과적일 수 있을 것이다.

제2부. 한국산업의 브랜드추천 조사결과 특징 및 제언

셋째, 긍정적이고 강력한 브랜드추천에 기반한 Strong Brand 육성을 해야!

기업의 성과창출과 지속성장을 위해 브랜드에 대한 소비자의 긍정 구전과 추천이 치명적인 영향력을 지니는 새로운 브랜드마케팅 시대가 도래한 만큼, 긍정적이고 강력한 브랜드추천에 기반한 Strong Brand의 구축을 통해 시장의 No.1 브랜드 확보를 통한 저성장 돌파와 중장기적인 지속가능 성장을 도모해야 할 것이다.



- ① **Strong Brand**
: 오랜 기간 누적된 브랜드 자산을 기반으로 파워를 형성하고 있으며, 추천을 통한 긍정 구전 형성으로 '지속적인 성장이 예상되는 리딩 브랜드'
- ② **Steady Leading Brand**
: 오랜 기간 누적된 브랜드 자산을 기반으로 파워를 형성하고 있으나, 브랜드 진부화를 겪고 있거나 No.1 브랜드로서 시장 이슈를 만들지 못해 '추천을 통한 구전 형성에 어려움을 겪고 있는 브랜드'
- ③ **Issue Brand**
: 기초적인 브랜드 자산을 형성하고 있으며, '시장에 새로운 이슈를 제시하여 추천을 통한 구전을 형성하고 있는 브랜드'
- ④ **Rising Brand**
: 기초적인 브랜드 자산 형성이 되지 않았으나 시장 내에서 새로움이나 차별점으로 주목을 끌고 있어서 '추천을 형성하고 있는 신규 브랜드'
- ⑤ **Weak Brand**
: 기초적인 브랜드 자산을 형성하고 있으나, 브랜드 파워 형성이 미흡하고 특별한 추천 요소를 갖추지 못한 '구색 브랜드, 또는 시장 철수를 검토 하고 있는 브랜드'

* Source : K-BPI Big Data Analysis

제3부. 한국산업의 브랜드추천 산업별 조사결과

1. 소비재 27개

[식품일반]

산업명	1위 브랜드	2위 이하 브랜드
김치	종가집 김치(8.4)	풀무원 김치(5.7), 농협 아름찬김치(4.4), 하선정 김치(3.7), 동원 양반김치(2.2), 비비고김치(1.1), 홍진경 더김치(-1.2), 김수미의 엄마생각(-4.2)
냉동만두	동원 개성만두(17.2)	해태제과 고향만두(16.9), 비비고 만두(10.1), 백설 만두(5.8), 풀무원 생가득 만두(5.1), 홍진경 더 만두(-1.1)
라면	신라면(17.2)	스낵면(16.1), 열라면(15.0), 짜파게티(11.6), 안성탕면(11.2), 삼양라면(10.8), 진짬뽕(10.0), 왕뚜껍(9.89), 참깨라면(9.85), 진라면(9.0), 너구리(8.1)
육가공햄	리챔(10.7)	의성마늘햄(10.7), 스팸(9.8), 목우촌햄(7.8), 롯데비엔나(1.2), 포크밸리(0.0)

[유음료/주류]

산업명	1위 브랜드	2위 이하 브랜드
맥주	테라(17.0)	하이트(16.7), 맥스(14.1), 카스(13.8), 버드와이저(11.3), 클라우드(10.3), 카프리(7.5), 호가든(6.7), 하이네켄(6.0), 오비 프리미어(5.8), 칭따오(5.0), 아사히(-8.3)
생수	제주삼다수(14.8)	풀무원샘물(12.0), 아이시스(11.5), 석수(11.0), 백산수(8.4), 순수(5.3), 스파클(4.5), 강원평창수(3.6), 에비앙(3.5), 퓨리스(2.8)
소주	앞새주(20.5)	진로이즈백(16.9), 참이슬(참진이슬로)(13.7), 참소주(맛있는 참)(11.0), 시원(C1)(10.7), 처음처럼(6.5), 좋은데이(5.1), 진로 골드(3.5)
유산균제품	gQlab(13.4)	유산균의힘(13.3), 듀오락 (11.8), 트루락 (11.5), 여에스더유산균(7.5), 애터미 (7.1), 락토팩 (6.6), BYO유산균 (6.2)
주스	아침에주스(17.1)	따옴(16.1), 하루야채(15.0), 미닛메이드(11.9), 델몬트(11.7), 자연은(11.1), 썬업(10.71), 썬키스트(10.65), 가야농장(9.8), 웰치스(8.9), 과일촌(5.8)
커피음료	맥스웰하우스(6.3)	바리스타(4.9), 칸타타(4.5), 맥심T.O.P(3.4), 레쓰비(3.0), 조지아(고티카)(3.0), 카페라떼(1.5), 프렌치카페(-1.6), 엔제리너스(-3.6)

제3부. 한국산업의 브랜드추천 산업별 조사결과

1. 소비재 27개

[생활용품]

산업명	1위 브랜드	2위 이하 브랜드
기능성화장품	이지듀 (13.6)	CNP Laboratory(11.0), 퍼스트랩(10.1), 마데카크림 (9.1), 메디큐브 (7.5), 비쉬(7.3), 유리아쥬 (6.8), 유세린(5.5), 아벤느(3.3)
남성화장품	우르오스(13.8)	오딧세이(13.4), 오휘 옴므(12.5), 보닌(11.4), 휠라(9.9), 헤라 옴므(9.5), 폴로(8.5), 마몽드 맨(7.5), 미래파(5.9), 꽃을 든 남자(5.6), 보브(3.6), 캔빈클라인(2.8), 비오템 옴므(2.6)
바디케어	비온드(16.6)	일리(16.2), 도브(15.5), 더바디샵(14.6), 러쉬(14.5), 아비노(14.4), 해피바스(14.2), 니베아(13.1), 암웨이(11.5), 온더바디(10.1), 뉴트로지나(8.3), 존슨앤존슨(8.0)
생리대	쏘피 한결(15.2)	귀애랑(12.8), 종은느낌(9.6), 화이트(9.5), 템포(9.1), 순수한면(8.3), 바디피트(6.7), 예지미인(2.7)
세탁세제	퍼펙트(17.5)	비트(14.8), 피지(12.6), 퍼실(11.9), 리큐(10.7), 테크(9.3), 스파크(7.6), 액츠(7.3), 암웨이(6.1), 슈퍼타이(4.0), 한·입(3.8)
여성화장품	후(16.3)	MAC(맥)(14.1), 오휘(13.9), 마몽드(13.6), 설화수(12.7), 헤라(12.4), 라네즈(11.8), 참존(11.7), 키엘(11.5), 아이오페(7.6), SKII(5.7), 이자녹스(5.0), 샤넬(3.3), 랑콤(1.9)
화장지	깨끗한나라(12.3)	모나리자(10.2), 크리넥스(8.6), 뽀빠(6.6), 땡큐(6.1), 잘풀리는집(4.0), 코디(3.6)

[패션용품]

산업명	1위 브랜드	2위 이하 브랜드
홈패션	자미온(14.9)	이브자리(12.5), 알레르망(11.5), 까사미아(10.0), 세사리빙(9.2), 아이리스(8.3), 파코라반(7.4), 엘르파리(2.9), 우먼로드(0.9)
SPA브랜드	ZARA(11.2)	MIXXO(10.1), TOP10(8.8), SPAO(7.0), H&M(6.5), DAIZ(6.1), 8seconds(5.9), MANGO(-2.2), UNIQLO(-7.8)

제3부. 한국산업의 브랜드추천 산업별 조사결과

1. 소비재 27개

[소비재기타]

산업명	1위 브랜드	2위 이하 브랜드
경유	에쓰오일 경유(8.6)	GS칼텍스 경유(8.24), SK에너지 경유(8.17), 현대오일뱅크 경유(3.3)
독감백신	플루아릭스테트라(11.3)	코박스인플루(8.4), 스카이셀플루 (5.7), 지씨플루퀴드리밸런트 (5.3), 보령플루V테트라(3.9), 테라텍트프리필드시린지주(-6.4)
변비약	메이킨Q(11.13)	비코그린(11.07), 굿모닝에스(6.7), 아락실(5.7), 돌코락스(4.2), 센코딜(2.6), 생장환(-2.1)
상처/흉터치료제	마데카솔(13.6)	부채표 후시딘(12.3), 더마틱스울트라(9.3), 스카덤(4.6), 다나연고(2.5)
숙취해소	헛개컨디션(11.2)	여명808(10.7), 레디큐(9.5), 상쾌환(7.0), 모닝케어(3.3), 갈아만든배(1.3),
습윤 밴드/드레싱	이지덤(6.4)	메디터치(6.3), 듀오덤(1.0), 메디폼(-2.4), 마데카습윤밴드(-3.2), 넥스케어(-6.4), 하이맘(-8.3)
펫 푸드	하림 더리얼(12.8)	now(10.6), 동원F&B 뉴트리플랜(10.3), 풀무원 아미오(10.2), 로얄캐닌(9.5), Cesar(2.8)
해열진통제	그날엔(10.7)	사리돈에스(9.0), 게보린(6.8), 펜잘(5.6), 타이레놀(3.1)

제3부. 한국산업의 브랜드추천 산업별 조사결과

2. 내구재 19개

[가정생활]

산업명	1위 브랜드	2위 이하 브랜드
가스레인지	린나이(13.5)	LG전자(9.6), SK매직(8.4), 하츠(8.0), 파세코(-3.4)
가정용보일러	귀뚜라미보일러(14.2)	경동나비엔(13.5), 린나이(11.3), 대성썬텍(7.3), 롯데기공(2.5)
공기청정기	LG 퓨리케어 공기청정기(9.9)	삼성 큐브 공기청정기(6.42), 코웨이 공기청정기(6.41), 위닉스 공기청정기(6.36), 청호나이스 올파 공기청정기(5.4), SK매직 공기청정기(2.4), 쿠쿠 공기청정기(0.0), 위니아 공기청정기(-0.8)
김치냉장고	딤채(11.6)	클라쎄(10.0), 삼성 김치플러스(9.7), LG DIOS(9.0)
냉장고	LG DIOS(13.2)	삼성 셰프컬렉션(11.9), 프라우드(9.2), LG 시그니처(7.5), 월풀(7.1), 클라쎄(3.0), GE(지아)(0.8)
드럼세탁기	LG TROMM(17.3)	삼성 플렉스워시(10.9), 클라쎄(5.8), 밀레(5.1), 위니아 크린 세탁기(3.0), 삼성 애드워시(2.9), 월풀(-2.7)
로봇청소기	LG 코드제로 R9(12.1)	삼성 파워봇(8.64), LG 로보킹(8.63), 아이로봇 룸바(8.1), 다이슨 360아이(8.0), 샤오미(1.5)
복합오븐	LG DIOS 광파오븐(7.3)	SK매직 매직스팀오븐(7.0), 린나이 전기오븐(6.0), 삼성 직화오븐(5.3), 삼성 스마트오븐(1.9)
비데	코웨이 비데(11.8)	노비타 비데(10.2), 쿠쿠 비데(7.9), SK매직 비데(7.3), 청호나이스 패변 비데(6.9), 도비도스 비데(6.8)
스마트폰	갤럭시 S 시리즈(7.5)	갤럭시 노트 시리즈(7.2), 아이폰 시리즈(5.9), LG G 시리즈(0.5), LG V 시리즈(-2.2)
에어컨	위니아(11.0)	LG WHISEN(10.6), 삼성 무풍에어컨(10.3), 센추리(8.7), 캐리어(5.5), 클라쎄(3.4)
의류건조기	LG TROMM 건조기(12.3)	삼성 건조기(11.8), 위니아 건조기(10.1), SK매직 건조기(7.6), 린나이 건조기(5.9)
전기레인지	SK매직 인덕션레인지(11.8)	LG DIOS(9.8), 쿠쿠(9.7), 린나이(쥬벨)(8.5), 쿠첸(6.7)
정수기	SK매직 정수기(11.2)	교원 웰스 정수기(8.9), 코웨이 정수기(8.3), LG 퓨리케어 정수기(6.9), 청호나이스 이과수 정수기(6.5), 쿠쿠 정수기(-1.1)
홈네트워크시스템	코콤(6.2)	imazu(6.0), 삼성SDS 스마트홈(4.0), 코맥스(3.5)
AI스피커	KT 기가지니(8.8)	카카오 미니(8.1), 구글 구글홈(7.5), SKT NUGU(7.1), 애플 홈팟(2.3), 아마존 에코(-3.8)
TV	LG 올레드 TV(19.0)	삼성 QLED TV(16.4), 하이얼 TV(4.8), 소니(-0.5), 필립스(-1.9)

[자동차]

산업명	1위 브랜드	2위 이하 브랜드
친환경자동차	코나(15.0)	넥쏘(9.9), K5 하이브리드(9.6), 투싼(9.2), 아이오닉(9.0), K7 하이브리드(8.7), 그랜저 하이브리드(8.6), 니로 하이브리드(8.0), BOLT EV(7.9), 쏘나타 하이브리드(6.1), 쏘울 부스터 EV(1.0)
SUV/RV	QM6(12.1)	카니발(10.4), 렉스턴(10.3), 투싼(8.4), 티볼리(7.7), 싼타페(7.3), 쏘울(6.3), 스포티지(4.90), 쏘렌토(4.88), 모하비(4.1)

제3부. 한국산업의 브랜드추천 산업별 조사결과

3. 서비스재 54개

[교육]

산업명	1위 브랜드	2위 이하 브랜드
독서토론학습	한우리 독서토론논술 (12.5)	천재 해법독서논술(11.3), 한솔 주니어플라톤(8.9), 글사임당(8.4), 대교 솔루니(7.9) 아이북랜드(7.5), 빨간펜 독서논술(5.0), 유레카 논술(3.6), 교원 위즈키즈(3.2)
온라인외국어학원	파고다어학원 (11.1)	해커스토익(10.0), 시원스쿨(6.0), 영단기(5.2), YBM넷(4.6), 야나두(2.5), 정철닷컴(-1.7)
유아교육서비스	한솔교육 신기한 한글나라 (13.9)	대교 눈높이(12.2), 재능 스스로(10.6), 웅진북클럽(10.51), 교원 빨간펜(10.48), 몬테소리(8.9) 튠튼영어(7.7), 프뢰벨(7.3), 교원 구몬(3.6)
초등교육서비스	재능 스스로 (10.8)	대교 눈높이(6.3), 웅진씽크빅(3.7), 교원 구몬(3.5), 장원한자(1.0), 교원 빨간펜(0.3), 한솔 주니어플라톤(0.0), 기탄교육(-0.59), YES윤선생(-0.63), 푸르넷 공부방(-3.2)

[금융]

산업명	1위 브랜드	2위 이하 브랜드
다이렉트자동차보험	AXA손해보험(12.3)	현대해상다이렉트(11.92), 메리츠다이렉트(11.90), 한화다이렉트(11.11), KB손해보험다이렉트(11.06), DB손해보험다이렉트(9.1), 삼성화재다이렉트(9.0)
생명보험	DB생명(13.5)	교보생명(12.5), 동양생명(9.4), 삼성생명(8.6), 신한생명(7.9), 라이나생명(7.7), 흥국생명(7.6), 미래에셋생명(7.3), 한화생명(5.7)
신용카드	KB국민카드(15.3)	신한카드(13.9), 우리카드(13.2), 현대카드(12.5), 삼성카드(11.5), 비씨카드(6.2), 롯데카드(9.8),하나카드(7.4)
앱카드	신한payFAN(13.8)	롯데LiFE(9.5), KB앱카드(7.6), 삼성앱카드(7.2), 현대앱카드(7.1), 하나 1Q card(-2.0), Allone pay(-9.0)
은행	신한은행(14.2)	우리은행(10.9), NH농협은행(10.4), KB국민은행(9.7), IBK기업은행(6.8), KEB하나은행(6.6)
자산관리서비스	NH All100플랜(8.6)	우리 웰리치100머니플랜(8.5), 신한미래설계(8.4), KB골든라이프(6.6), IBK 평생설계(5.5), KEB하나 행복노하우(-1.4)
자산관리앱	뱅크샐러드(11.8)	토스(11.6), 브로콜리(10.6), 알다(9.8), 굿리치(9.0), 캐시닥(8.5), BankQ(6.2), 보맵(5.0)
장기보험	현대해상(15.1)	DB손해보험(11.7), 삼성화재(9.9), 메리츠화재(7.7), KB손해보험(5.6)
저축은행	대신저축은행(8.7)	OK저축은행(5.6), KB저축은행(0.8), 신한저축은행(-2.0), SBI저축은행(-2.1), NH농협저축은행(-2.3), IBK저축은행(-3.3), 웰컴저축은행(-3.4)
증권	KB증권(12.1)	삼성증권(11.6), 대신증권(9.6), 미래에셋대우(8.2), 교보증권(6.7), 신한금융투자(5.2), SK증권(2.2), 한국투자증권(-0.7)
체크카드	신한체크카드(11.1)	현대체크카드(6.9), BC체크카드(6.8), KB국민체크카드(6.5), IBK체크카드(6.3), NH농협체크카드(6.14), 우리체크카드(6.09), 롯데체크카드(0.9), 삼성체크카드(-0.9), 하나체크카드(-1.2)
프라이빗뱅킹	신한PWM(14.0)	골드앤와이즈(8.7), 투체어스(6.6), 원클래스(4.2), 하나로고객(1.6), 골드클럽(1.1)

제3부. 한국산업의 브랜드추천 산업별 조사결과

3. 서비스재 54개

[도소매/유통]

산업명	1위 브랜드	2위 이하 브랜드
대형슈퍼마켓	이마트 에브리데이(8.7)	GS슈퍼마켓(8.6), 롯데슈퍼(7.5), 홈플러스 익스프레스(3.4), 탑마트(0.0)
대형할인점	롯데마트(11.1)	홈플러스(9.2), 이마트(6.9), 농협하나로마트(2.3)
면세점	신라면세점(11.7)	롯데면세점(11.6), 신세계면세점(10.8), 동화면세점(4.1)
백화점	롯데백화점(7.3)	신세계백화점(6.85), NC백화점(6.80), 현대백화점(3.6), 갤러리아백화점(2.2)
베이커리	파리바게뜨(14.8)	뚜레쥬르(10.6), 성심당(9.6), 빵곰터(6.2), 고려당(4.5), 신라명과(-0.8), 파리크라상(-2.4)
복합쇼핑몰	현대아이파크몰(10.1)	타임스퀘어(8.8), 롯데타워몰(7.0), 스타필드(5.9), IFC몰(5.8), 디큐브시티(2.0)
브랜드치킨전문점	BHC치킨(16.8)	페리카나(15.7), 교촌치킨(15.5), 네네치킨(15.1), BBQ(13.2), 굽네치킨(13.1), 또래오래(4.9), 호식이두마리치킨(0.0)
전자전문점	롯데하이마트(15.0)	삼성 디지털프라자(12.3), LG전자 BEST SHOP(8.1), 전자랜드(4.4), 일렉트로마트(3.0), 테크노마트(-3.9)
커피전문점	할리스커피(13.2)	스타벅스(11.4), 투썸플레이스(8.2), 탐앤탐스(7.0), 커피빈(5.8), 파스쿠치(5.4), 백다방(4.3), 이디야커피(3.7), 카페베네(2.4), 엔제리너스(0.8)
편의점	CU(8.7)	GS25(8.5), 이마트24(1.5), 미니스톱(-0.4), 세븐일레븐(-3.2)
피자전문점	피자스쿨(10.2)	피자헛(7.4), 도미노피자(6.9), 미스터피자(4.2), 피자메망(3.2), 피자마루(-0.9)
TV홈쇼핑	GS SHOP(13.9)	롯데홈쇼핑(13.0), CJ오쇼핑(12.3), 현대홈쇼핑(10.6), NS홈쇼핑(8.6), 홈앤쇼핑(7.6)

[통신/온라인]

산업명	1위 브랜드	2위 이하 브랜드
배달앱	배달의민족(10.3)	배달114(10.2), 요기요(9.0), 배달통(7.0)
숙박앱	여기어때(7.9)	야놀자(7.4), 데일리호텔(0.7), 민다(-4.4), 체크인나우(-5.8)
아르바이트전문포털	알바콜(11.1)	알바천국(11.02), 알바몬(10.97), 급구(9.0)
이동통신서비스	KT(4.6)	SK텔레콤(4.4), LG유플러스(-1.7)
인터넷쇼핑몰	G마켓(16.2)	옥션(15.9), 11번가(15.1), GS SHOP(13.27), 롯데닷컴(13.26), CJ mall(11.7), 인터파크(10.9), 현대H몰(8.6)
초고속인터넷서비스	KT 기가 인터넷(5.9)	SK브로드밴드 기가 인터넷(1.9), LG U+ 기가 인터넷(1.7)
취업전문포털	사람인(14.3)	워크넷(13.5), JOBKOREA(13.0), 스카우트(10.4), 인크루트(8.73), 커리어(8.72)
IPTV	올레 tv(10.6)	U+tv(5.3), B tv(4.4)
MVNO	안심모바일(4.6)	세븐모바일(3.3), 헬로모바일(3.2), U+알뜰모바일(-1.14), M모바일(-1.19)
OTT서비스	올레 tv 모바일(8.8)	네이버TV캐스트(8.2), wavve(2.4), 티빙(2.2)
T-커머스	신세계쇼핑(12.7)	Btv쇼핑(12.0), 쇼핑엔T(8.6), W쇼핑(7.8), K shopping(6.4), 롯데OneTV(5.3), CJ오쇼핑플러스(-0.7), GS MY SHOP(-2.7)

제3부. 한국산업의 브랜드추천 산업별 조사결과

3. 서비스재 54개 산업군

[서비스재일반]

산업명	1위 브랜드	2위 이하 브랜드
건강증진센터	서울아산병원 건강증진센터(12.2)	삼성서울병원 건강의학센터(7.0), 세브란스병원 체크업(6.9), 서울대학교병원 건강증진센터(3.7), 서울성모병원 평생건강증진센터(2.84), 고려대학교안암병원 종합건강진단센터(2.78)
고속버스	천일고속(9.3)	중앙고속(8.8), 동부엑스프레스(0.6), 동양고속(0.5), 금호고속(0.2), 삼화고속(0.0), 한일고속(-0.6)
렌터카	SK렌터카(9.0)	롯데렌터카(4.8), 한국렌트카(4.3)
문화센터	롯데백화점 문화센터 (9.3)	현대백화점 문화센터(9.0), 이마트 문화센터(5.8), 홈플러스 문화센터(5.2), 신세계 아카데미(4.7), 롯데마트 문화센터(3.0), NC백화점 문화센터(1.8)
비즈니스호텔	글래드(14.3)	롯데시티호텔(14.1), L7(13.9), 토요코인(13.6), 베니키아(13.0), 신라스테이(12.1), 센터마크(11.8), 이비스엠베서더(6.5), 나인트리(5.6), 도미인(4.5)
새벽배송서비스	오아시스마켓(10.4)	마켓컬리(10.3), 로켓프레시(7.5), GS프레시(5.2), 롯데프레시(4.1), SSG새벽배송(3.4), 배민찬(-4.9)
아파트	포스코건설 더샵(16.7)	GS 자이(15.2), 삼성 래미안(14.4), 두산 위브(12.1), 현대 아이파크(11.7), 대림 E-편한세상(10.2), 대우 푸르지오(8.9), 현대 힐스테이트(8.7), 롯데 캐슬(5.6), SK 뷰(4.6)
여행사	노랑풍선(11.8)	하나투어(11.7), 모두투어(10.12), 자유투어(10.06), 롯데관광(4.0), 한진관광(0.0), 참좋은여행(-3.8)
워터파크	캐리비안 베이(10.8)	비발디 오션월드(10.5), 설악 소라노(8.6), 아산 스파비스(8.4), 경주 캘리포니아비치(8.25), 하이원 워터월드(8.21), 스파밸리(6.0), 롯데워터파크(5.8), 웅진플레이도시(2.1), 블루원 워터파크(1.4), 원마운트 워터파크(0.0)
저비용항공(LCC)	제주항공(9.7)	티웨이항공(7.6), 이스타항공(6.8), 에어부산(6.1), 에어서울(4.1), 진에어(4.0)
전문자격증취득	박문각(11.2)	에듀윌(7.9), 해커스(6.8), 메가랜드(4.9), 공단기(공무원단기학교)(2.2)
콘도/리조트	한화리조트(8.4)	용평리조트(5.6), 소노호텔&리조트(3.7), 금호리조트(3.5), 하이원리조트(1.3), 휘닉스평창(-1.9) 무주덕유산리조트(-2.2)
택배서비스	로젠택배(8.9)	우체국택배(8.5), 한진택배(8.3), CJ대한통운택배(7.9), 롯데택배(5.8), 경동택배(3.7)
테마파크	롯데월드 어드벤처(7.9)	에버랜드(5.5), 서울대공원(5.3), 이월드(4.0), 통도 환타지아(3.8), 서울랜드(3.1), 경주월드(1.6)
헬스&뷰티브랜드샵	올리브영(10.2)	아리따움(8.9), 이니스프리(8.6), 미샤(8.3), 더바디샵(6.6), 에뛰드(5.2), 롭스(4.8), 더페이스샵(4.2), 스킨푸드(2.9), 랄라블라(2.6), 토니모리(-3.1)