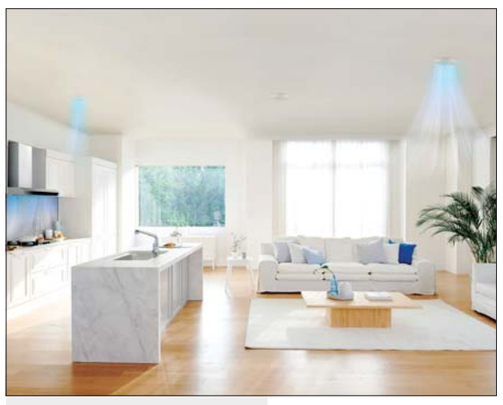
2023 한국산업의 브랜드파워

남다른 1위 브랜드, 팬데믹 이후에도 시장 주도

SK주유소

롯데리아

에이스침대



경동나비엔 NAVIEN

CU

한국능률협회컨설팅(KMAC·대표이사 사장 한수희)이 '2023년 제25차 한국산업의 브랜드파워 (K-BPI)' 조사 결과를 22일 발표했다. '한국산업의 브랜드파워'는 KMAC가 대한민국 소비생활을 대표하는 각 산업 제품 및 서비스, 기업의 브랜드 경쟁력을 측정하는 지수다.

코로나 여파…'1위가 1위했다'

브랜드경영의 세계적인 석학 데이비드 아커는 "경기가 불황이고 경쟁이 치열할수록 브랜드를 중시하는 경향이 강해진다"고 말했다. 올해는 이같은 사실을 입증하는 한해다. 시장에서 1위를 차지하는 브랜드가 코로나19 팬데믹 이후 소비자 신뢰를 바탕으로 시장을 선도한 것으로 나타났다. 소비자들이 불황일수록 브랜드를 중시하는 경향이 있기 때문인 것으로 풀이된다.

특히 K-BPI 1위 브랜드 중 2위와의 격차를 크게 벌리며 초격차를 뽐낸 브랜드가 돋보였다. 조사 결과 일반적으로 K-BPI 총점이 70점 이내인 경우 언제든지 역전이 허용될 수 있는 박빙 상황이라 판단한다. 그러나 스타벅스, 로케트배터리(자동차 배터리 부문), 정관장(건강식품 부문), 동원참치(참치캔 부문), 제주항공(저비용항공 부문) 등은 2위와의 격차를 200점 이상 벌리며 압도적으로 1위를 차지, 대체불가능한 브랜드로 자리매김하고 있다.

웰빙과 비대면이 트렌드

코로나19와의 기나 긴 사투 속에 건강과 웰빙에 대한 소비자들의 관심은 더욱 높아졌다. 올해 브랜드파워 조사에서는 다이어트식품, 단백질음료 부문 등이 조사 대상에 새로 포함됐다. 1위를 차지한 브랜드는 세리박스(다이어트식품 부문), 하이뮨(단백질음료 부문) 등이 있다. 반려인구 1500만 시대를 맞아 최근 급속도로 커지고 있는 시장인 펫보험 부문도 신규 산업으로 조사했다. 이 부문에서는 메리츠화재의 펫퍼민트가 새롭게 1위를 차지했다.

팬데믹 이후 온라인과 비대면에 대한 소비자들의 관심이 높아졌다. K-BPI 조사대상 산업 부문 중 온라인과 플랫폼, 디지털산업 등을 포함한 산업은 현재 약 30% 정도를 차지하고 있다. 앞으로 점차 확대될 전망이다. 특히 온라인패션플랫폼, 중고거래플랫폼, 스마트학습, 모바일뱅킹 부문은 최근 소비자의 인지 수준이 크게 높아져 급성장하고 있는 산업이다. 무신사(온라인패션플랫폼 부문), 당근마켓(중고거래플랫폼 부문), 밀크T(스마트학습 부문), 신한쏠(모바일뱅킹 부문) 등이 새롭게 브랜드 파워 1위로 선정됐다.

선택적 구직도 올해 브랜드 이슈다. 구인구직 시장의 수급 불일치가 심해지자 구직자들은 양질의 일자리를 찾아 선택적으로 구직활동을 하고 있다. 이에 따라 취업전문포털 및 아르바이트전문포털에 대한 수요는 지속적으로 높아지고 있는 추세다. 올해 잡코리아(취업전문포털 부문)와 알바몬(아르바이트전문포털 부문)이 브랜드파워 1위를 동시에 석권했다.

산업별 주요 1위 브랜드는

내구재에서는 나비엔(청정환기시스템 부문), 린나이(가스레인지 부문), 홈씨씨 인테리어 바닥재(가정용 바닥재), 삼성TV(TV 부문), LG 휘센 제습기(가정용 제습기 부문), 팅크웨어 아이나비(내비게이션 부문) 등이 1위 기업으로 꼽혔다.

소비재에서는 화이투벤(감기약 부문), 하기스(기저귀 부문), PXG(골프의류 부문), 하림(냉장/냉동육 부문), 아토팜(민감성 스킨케어 부문), LX Z:IN 벽지(벽지 부문), 컨디션(숙취해소 부문)이 1위를 차지했다.

서비스재에서는 SK주유소(주유소 부문)를 비롯해 지니TV(IPTV 부문), 경기 여주에 있는 솔모로CC(골프장 부문), 이마트(대형할인점 부문), 한솔플라톤(독서토론학습 부문), 모던하우스(리빙SPA 부문), 파리바게뜨(베이커리 부문), 교촌치킨(브랜드치킨전문점 부문) 등이 선정됐다. 신라스테이(비즈니스호텔 부문)와 대교 눈높이(교육서비스 부문), 서울대학교병원(종합병원 부문), CU(편의점 부문), 롯데리아(패스트푸드점 부문), 미니골드(패션주얼리전문점 부문) 등도 1등을 차지했다.

한국능률협회컨설팅은 "소비자들이 팬데믹 이후의 ESG(환경·사회·지배구조) 시대에서는 K-BPI 1위 브랜드가 향후 지속가능한 발전을 견인할 것으로 인식하고 있다"고 평가했다. 이기동 KMAC 사업가치진단본부장은 "위기가 동시다발적으로 밀려오는 블랙타이드(Black Tied) 시대에서도 기업의 생존 비결은 시장 내 1위 브랜드로서 구축한 강력한 파워에 있다"며 "브랜드 로열티를 통한 대체불가능한 브랜드를 만들어야 지속가능한 혁신 성장의 기반을 마련할 것"이라고 했다.

김리안 기자

한국능률협회컨설팅, 233개 산업군 조사

스타벅스·로케트배터리·정관장·동원참치
제주항공 등 '초격차 브랜드' 압도적 1위
다이어트식품·단백질음료 부문 추가
신규 펫보험 부문 메리츠화재 첫 1위

팬데믹 이후 온라인·비대면 관심 높아
무신사·당근마켓·신한쏠 신규 톱 등극

"위기 동시에 오는 블랙타이드 시대
시장 1위 브랜드 파워가 생존 비결"

어떻게 조사했나

올해 '한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 조사는 2022년 10월 초부터 2023년 1월 중순까지 약 3개월 반 동안 진행됐다. 서울 및 6대 광역시에 거주하는 만 15세 이상 만 60세 미만인 남녀 1만2300명을 대상으로 1대1 면접 방식으로 조사했다. 조사 지역과 대상은 통계청의 인구주택총조사 결과를 기준으로 인구 비례에 따라 배분했다. 시장점유율, 회원 가입자 수, 판매량 등에 따른 브랜드 선별 없이 각 산업의 모든 브랜드를 조사 대상으로 했다. 소비재 92개, 내구재 52개, 서비스 87개, 스페셜 이슈 2개까지 총 233개 산업군을 조사했다.

2023년 한국산업의브랜드파워(K-BPI) 조사 주요 1위 브랜드

소비재 산업

산업명	1위 브랜드	기업명	산업명	1위 브랜드	기업명
가공우유	빙그레 바나나맛 우유	빙그레	아이스크림	부라보콘	해태아이스크림
감기약	화이투벤	셀트리온제약	애슬레저웨어	안다르	안다르
건강식품	정관장	KGC인삼공사	언더웨어/란제리	비너스	신영와코루
골프의류	PXG	로저나인	엔진오일	SK ZIC	SK엔무브
국물라면	신라면	농심	여성정장구두	금강	금강
기저귀	하기스	유한킴벌리	요소수	유록스	롯데정밀화학
김치	종가	대상	자동차용품	불스원	불스원
남성정장구두	금강	금강	조미김	동원 양반김	동원F&B
냉장/냉동육	하림	하림	종합문구	모닝글로리	모닝글로리
다이어트식품	세리박스	퍼플랩스헬스케어	종합영양제	아로나민	일동제약
단백질음료	하이뮨	일동후디스	주방용품	락앤락	락앤락
담배	ESSE	KT&G	주스	델몬트	롯데칠성음료
두유	베지밀	정식품	즉석밥	CJ 햇반	CJ제일제당
떠먹는 요구르트	요플레	빙그레	참치캔	동원참치	동원F&B
민감성스킨케어	아토팜	네오팜	축산물브랜드	횡성축협한우	횡성축산업 협동조합
밀폐용기	락앤락	락앤락	치약	덴탈크리닉2080	애경산업
벽지	LX Z:IN 벽지	LX하우시스	친환경페인트	KCC 페인트 숲으로	KCC
분유	매일 맘마밀	매일유업	칫솔	덴탈크리닉2080	애경산업
비빔/볶음라면	팔도비빔면	팔도	캐주얼의류	빈폴	삼성물산 패션부문
생리대	화이트	유한킴벌리			
생수	제주삼다수	제주특별자치도 개발공사	캐주얼화	랜드로바	금강
세탁세제	비트	라이온코리아	탈모샴푸	TS샴푸	TS트릴리온
소염진통제	신신파스 아렉스	신신제약	탈모치료제	판시딜	동국제약
소화제	까스활명수-큐	동화약품	펫푸드	동원 뉴트리플랜	동원F&B
수산가공식품	삼진어묵	삼진식품	학생교복	스마트학생복	스마트에프앤디
숙취해소	컨디션	HK이노엔	홈패션	이브자리	이브자리
식용유	해표 식용유	사조대림	휘발유	SK엔크린	SK에너지

내구재 산업

산업명	1위 브랜드	기업명	산업명	1위 브랜드	기업명
TV	삼성 TV	삼성전자	스마트 홈네트워크시스템	HT	현대HT
가스레인지	린나이	린나이코리아	승용차타이어	한국타이어	한국타이어앤 테크놀로지
가정용바닥재	홈씨씨 인테리어 바닥재	KCC글라스	식기세척기	SK매직 식기세척기	SK매직
가정용보일러	귀뚜라미보일러	귀뚜라미	에어컨	LG WHISEN	LG전자
가정용제습기	LG WHISEN 제습기	LG전자	엘리베이터	현대엘리베이터	현대엘리베이터
공기청정기	코웨이 공기청정기	코웨이	욕실리모델링	대림바스	대림비앤코
궐련형전자담배	아이코스	한국필립모리스	욕실위생도기	대림바스	대림비앤코
김치냉장고	딤채	위니아	음식물처리기	스마트카라	스마트카라
내비게이션	팅크웨어 아이나비	팅크웨어	의류건조기	LG TROMM 건조기	LG전자
냉장고	삼성 BESPOKE	삼성전자	의류관리기	LG Styler	LG전자
노트북컴퓨터	LG 그램	LG전자	자동차배터리	로케트배터리	세방전지
드럼세탁기	LG TROMM	LG전자	전기레인지	SK매직 전기레인지	SK매직
디지털도어락	게이트맨	아사아블로이 코리아	정수기	코웨이 정수기	코웨이
모터사이클	혼다 모터사이클	혼다코리아	주거용가구	한샘 인테리어	한샘
복합오븐	SK매직 복합오븐	SK매직	주방용가구	한샘키친&바스	한샘
블랙박스	팅크웨어 아이나비	팅크웨어	창문형에어컨	삼성 윈도우핏	삼성전자
비데	코웨이 룰루 비데	코웨이	창호재	KCC 창호	KCC
빔프로젝터	LG 시네빔	LG전자	청소기	LG 청소기	LG전자
사무용복합기	신도리코	신도리코	청정환기시스템	NAVIEN	경동나비엔
생활의료가전	세라젬	세라젬	침대	에이스침대	에이스침대
수입승용차	벤츠	메르세데스 -벤츠코리아	헬스케어 (안마의자)	바디프랜드	바디프랜드

서비스재 산업

산업명	1위 브랜드	기업명	산업명	1위 브랜드	기업명
IPTV	지니 TV	케이티	은퇴설계 금융서비스	신한미래설계	신한은행
간편결제서비스	신한pLay	신한카드	은행	신한은행	신한은행
건강증진센터	서울아산병원 건강증진센터	서울아산병원	이동통신서비스	SK텔레콤	SK텔레콤
골프장	솔모로CC	솔모로컨트리클럽	자동차관리	스피드메이트	SK네트웍스
금융지주(그룹)	신한금융그룹	신한금융지주 (그룹)	장기보험	현대해상	현대해상화재보험
다이렉트 자동차보험	현대해상다이렉트	현대해상화재보험	저비용항공(LCC)	제주항공	제주항공
대형할인점	이마트	이마트	종합병원	서울대학교병원	서울대학교병원
도시가스	서울도시가스	서울도시가스	주유소	SK주유소	SK에너지
독서토론학습	한솔플라톤	한솔교육	중고등교재	좋은책신사고	좋은책신사고
렌터카	롯데렌터카	롯데렌탈	증권회사	삼성증권	삼성증권
리빙SPA	모던하우스	엠에이치엔코	지방은행	광주은행	광주은행
면세점	롯데면세점	롯데면세점	체크카드	신한체크카드	신한카드
모바일뱅킹	신한쏠(SOL)	신한은행	초등교육서비스	대교 눈높이	대교
방범보안서비스	에스원	에스원	취업전문포털	잡코리아	잡코리아
백화점	롯데백화점	롯데백화점	타이어전문점	티스테이션 (T'Station)	한국타이어앤 테크놀로지
베이커리	파리바게뜨	파리크라상			
브랜드치킨전문점	교촌치킨	교촌치킨	택배서비스	우체국소포	우정사업본부
브랜드학원	종로엠스쿨	종로엠스쿨	테마파크	롯데월드 어드벤처	롯데월드 어드벤처
비즈니스호텔	신라스테이	신라에이치엠	패밀리레스토랑	빕스	CJ푸드빌
사이버대학	경희사이버대학교	경희사이버대학교	패션주얼리전문점	미니골드	HON
생명보험	삼성생명	삼성생명	패스트푸드점	롯데리아	롯데지알에스
신용카드	신한카드	신한카드	펫보험	펫퍼민트	메리츠화재
아르바이트 전문포털	알바몬	잡코리아	편의점	CU	비지에프리테일
아파트	래미안	삼성물산 건설부문	프라이빗뱅킹	신한PWM	신한은행
알뜰폰(MVNO)	KT M mobile	케이티엠모바일	피자전문점	피자헛	한국피자헛 유한회사
온라인외국어학원	YBM넷	와이비엠넷	한방병원	경희대 한방병원	경희대학교 한방병원
외국어학원	YBM어학원	와이비엠에듀	항공(FSC)	대한항공	대한항공
유아교육서비스	대교 눈높이	대교	호텔	신라호텔	호텔신라

스페셜 이슈 산업

산업명	1위 브랜드	기업명
착한브랜드	신한카드 아름人	신한카드
NGO브랜드	월드비전	월드비전

*전체 조사결과는 한국능률협회컨설팅 홈페이지(www.kmac.co.kr)에서 확인할 수 있습니다.

2023년 한국산업의 브랜드파워 역전·신규·주요 산업별 1~3위 브랜드 조사 결과

역전 산업별 상위 1~3위 브랜드

대분류	중분류	산업명	1위 브랜드	2위 브랜드	3위 브랜드
소비재	유음료/주류	국산맥주	테라(633.3)	카스(577.3)	하이트(465.6)
	생활용품	섬유유연제	피죤(598.2)	다우니(581.9)	샤프란(540.8)
	유음료/주류	소주	참이슬(565.0)	처음처럼(490.8)	진로(진로이즈백)(382.4)
	소비재기타	숙취해소	컨디션(669.4)	여명808(491.0)	상쾌환(332.2)
	패션용품	아웃도어	코오롱스포츠(513.4)	네파(489.5)	K2(467.6)
	식품일반	아이스크림	부라보콘(437.5)	월드콘(392.6)	구구콘(375.5)
	패션용품	여성의류	올리비아로렌(439.2)	타임(387.3)	꼼빠니아(361.0)
	유음료/주류	탄산음료	코카콜라(652.1)	칠성사이다(582.8)	데미소다(360.3)
	생활용품	헤어케어	미쟝센(411.0)	케라시스(397.7)	웰라(354.8)
내구재	가전제품	TV	삼성 TV(718.0)	LG TV(686.5)	위니아 TV(336.5)
	정보통신	블루투스이어폰	애플 에어팟(674.6)	삼성 갤럭시 버즈(665.5)	LG 톤프리(316.5)
	가전제품	음식물처리기	스마트카라(459.4)	루펜(393.0)	린나이 비움(383.3)
	가전제품	청소기	LG 청소기(713.3)	다이슨 무선 청소기(610.1)	삼성전자(516.2)
서비스재	서비스일반	고속버스	금호고속(478.3)	중앙고속(459.8)	대원고속(385.1)
	서비스일반	골프장	솔모로CC(경기 여주)(372.4)	스카이밸리CC(경기 여주)(364.1)	문경GC(경북 문경)(353.6)
	서비스일반	국제운송서비스	CJ대한통운국제특송(475.7)	EMS우체국국제특송(462.1)	DHL(461.1)
	도소매/유통	대형슈퍼마켓	이마트 에브리데이(510.6)	롯데슈퍼 Fresh(484.9)	홈플러스 Express(381.7)
	온라인/모바일	부동산전문정보	직방(485.8)	부동산114(459.5)	다방(455.8)
	금융	생명보험	삼성생명(614.2)	교보생명(574.2)	한화생명(490.6)
	온라인/모바일	아르바이트전문포털	알바몬(703.7)	알바천국(693.1)	쑨(224.7)
	서비스일반	중고차플랫폼	엔카(Encar)(561.0)	KB차차차(471.6)	케이카(Kcar)(464.1)
	온라인/모바일	취업전문포털	잡코리아(664.9)	사람인(591.9)	인크루트(263.8)
	금융	펫보험	펫퍼민트(메리츠화재)(526.7)	다이렉트펫보험(삼성화재)(493.1)	아이러브펫보험(DB손해보험)(348.4)

신규 조사 산업별 상위 1~3위 브랜드

대분류	중분류	산업명	1위 브랜드	2위 브랜드	3위 브랜드
소비재	패션용품	골프의류	PXG(526.1)	나이키골프(520.4)	핑(388.4)
	식품일반	다이어트식품	세리박스(477.9)	팻다운(462.5)	센트디(423.4)
	유음료/주류	단백질음료	하이뮨(593.4)	셀렉스(481.4)	뉴케어(436.7)
	식품일반	밀키트	면사랑(590.3)	프레시지(473.4)	잇츠온(468.8)
	식품일반	비빔/볶음라면	팔도비빔면(661.1)	짜파게티(560.4)	불닭볶음면(454.1)
	패션용품	애슬레저웨어	안다르(704.1)	젝시믹스(489.5)	STL(378.4)
	소비재기타	자동차용품	불스원(878.3)	소낙스(392.1)	카렉스(277.3)
내구재	자동차/가정	궐련형전자담배	아이코스(668.9)	glo(글로)(459.4)	lil(릴)(374.0)
	가전제품	빔프로젝터	LG 시네빔(511.6)	엡손(482.4)	삼성 더 프리스타일(338.6)
	자동차/가정	욕실위생도기	대림바스(794.3)	이누스(427.0)	계림바스(349.9)
	자동차/가정	임플란트	오스템(789.0)	덴티움(311.8)	덴티스(304.0)
서비스재	서비스일반	결혼정보서비스	듀오(749.1)	가연(562.7)	바로연(357.4)
	금융	모바일뱅킹	신한쏠(SOL)(신한은행)(501.8)	kakao bank(카카오뱅크)(493.4)	우리WON뱅킹(우리은행)(382.5)
	교육	스마트학습	밀크T(617.1)	엘리하이(583.5)	대교써밋(287.3)
	온라인/모바일	온라인패션플랫폼	무신사(695.1)	지그재그(ZIGZAG)(463.8)	한섬 EQL(286.9)
	금융	저축은행	OK저축은행(566.6)	웰컴저축은행(320.8)	하나저축은행(317.5)
	도소매/유통	중고거래플랫폼	당근마켓(845.2)	중고나라(342.7)	번개장터(280.2)

2023년 제25차 K-BPI 주요 산업별 1~3위 브랜드

◆ 소비재 산업(92개)

중분류	산업명	1위 연속 연수	기업명	1위 브랜드	2위 브랜드	3위 브랜드
생활용품	기저귀	25	유한킴벌리	하기스(831.8)	보솜이(383.7)	팸퍼스(354.6)
	생리대	23	유한킴벌리	화이트(608.1)	좋은느낌(580.5)	라네이처(336.6)
	세탁세제	22	라이온코리아	비트(589.2)	퍼실(432.7)	리큐(411.6)
	화장지	21	유한킴벌리	크리넥스(633.8)	코디(480.1)	깨끗한나라(463.8)
	밀폐용기	20	락앤락	락앤락(739.3)	지퍼락(492.9)	글라스락(350.3)
	치약	19	애경산업	덴탈크리닉2080(537.8)	메디안(452.9)	시린메드(430.6)
	바디케어	15	아모레퍼시픽	해피바스(557.0)	비욘드(488.3)	존슨앤존슨(406.0)
	칫솔	11	애경산업	덴탈크리닉2080(555.4)	오랄-B(485.1)	페리오(434.7)
	주방용품	7	락앤락	락앤락(558.0)	해피콜(496.5)	테팔(488.3)
	여성화장품	4	아모레퍼시픽	헤라(525.7)	설화수(469.2)	후(437.3)
	구강청결제	3	동아제약	가그린(829.9)	리스테린(327.2)	덴탈크리닉2080(325.1)
	손세정제	3	라이온코리아	아이! 깨끗해(654.5)	해피바스(399.9)	크리넥스(289.2)
	시니어기저귀	3	유한킴벌리	디펜드(817.3)	이지스(324.6)	금비(321.5)
	청소세제	2	유한양행	유한락스(727.0)	홈스타(489.7)	무균무때(359.7)
	탈모샴푸	2	TS트릴리온	TS샴푸(738.8)	려(414.9)	댕기머리(340.7)
	섬유유연제	1(역전)	피죤	피죤(598.2)	다우니(581.9)	샤프란(540.8)
	헤어케어	1(역전)	아모레퍼시픽	미쟝센(411.0)	케라시스(397.7)	웰라(354.8)
소비재기타	엔진오일	25	SK엔무브	SK ZIC(670.4)	Mobil 1(427.9)	Kixx(364.7)
	자양강장제	25	동아제약	박카스(695.1)	비타500(469.6)	우루사(442.6)
	휘발유	25	SK에너지	SK엔크린(706.8)	Kixx(426.2)	에쓰 가솔린(372.4)
	종합문구	23	모닝글로리	모닝글로리(613.4)	아트박스(439.9)	핫트랙스(355.3)
	벽지	19	LX하우시스	LX Z:IN 벽지(602.1)	신한 벽지(441.8)	제일 벽지(405.5)
	소화제	19	동화약품	까스활명수-큐(512.6)	까스명수(472.5)	베스타제(392.3)
	민감성 스킨케어	17	네오팜	아토팜(562.3)	그린핑거(397.1)	아토샵(357.1)
	담배	16	KT&G	ESSE(597.2)	던힐(400.5)	THIS(390.3)
	감기약	10	셀트리온제약	화이투벤(533.5)	판피린(459.1)	콜대원(444.1)
	종합영양제	10	일동제약	아로나민(657.1)	센트룸(445.1)	삐콤씨(380.5)
	소염진통제	5	신신제약	신신파스 아렉스(566.4)	제놀(522.4)	멘소래담(435.4)
	요소수	5	롯데정밀화학	유록스(616.0)	오터스(410.9)	녹스K(405.5)
	친환경 페인트	5	KCC	KCC 페인트 숲으로(687.3)	노루페인트 순&수(433.4)	삼화페인트 아이생각(368.9)
	캠핑용품	5	코오롱인더스트리 FnC부문	코오롱스포츠(512.6)	콜맨(396.3)	버팔로(388.4)
	탈모치료제	5	동국제약	판시딜(787.9)	마이녹실(407.6)	프로스카(185.1)
	펫푸드	5	동원F&B	동원 뉴트리플랜(431.9)	하림 더리얼(413.5)	내추럴펫(361.4)
	습윤밴드/드레싱	3	한국먼디파마	메디폼(498.7)	이지덤(437.1)	메디터치(374.1)
	유산균제품	3	종근당건강	락토핏(685.3)	듀오락(413.8)	지큐랩(365.7)
	변비약	2	사노피-아벤티스코리아	돌코락스(577.6)	아락실(545.9)	메이킨Q(543.7)
	상처/흉터 치료제	2	동국제약	마데카솔(704.7)	부채표 후시딘(694.1)	노스카나겔(310.2)
	해열진통제	2	한국존슨앤드존슨판매(유)	타이레놀(674.8)	게보린(569.4)	그날엔(366.9)
	숙취해소	1(역전)	HK이노엔	컨디션(669.4)	여명808(491.0)	상쾌환(332.2)
	자동차용품	1(신규)	불스원	불스원(878.3)	소낙스(392.1)	카렉스(277.3)
식품일반	과자	24	농심	새우깡(514.2)	에이스(458.1)	포테토칩(415.0)
	국물라면	24	농심	신라면(719.9)	진라면(388.6)	틈새라면(353.3)
	식용유	24	사조대림	해표 식용유(628.4)	백설 식용유(506.1)	오뚜기 식용유(405.0)
	참치캔	24	동원F&B	동원참치(776.4)	사조참치(489.8)	오뚜기 참치(342.1)
	김치	23	대상	종가(673.4)	CJ비비고 김치(530.3)	농협 아름찬 김치(366.5)
	냉장/냉동육	21	하림	하림(703.7)	목우촌(523.3)	도드람(398.2)
	두유	21	정식품	베지밀(619.5)	삼육두유(424.5)	매일 두유(356.8)
	건강식품	17	KGC인삼공사	정관장(741.6)	센트룸(348.0)	농협홍삼 한삼인(337.1)
	농산물 브랜드	17	이천시	임금님표 이천(450.4)	철원 오대쌀(382.0)	대왕님표 여주쌀(379.1)
	떠먹는 요구르트	17	빙그레	요플레(711.5)	슈퍼100(412.7)	비요뜨(389.9)
	축산물 브랜드	17	횡성축산업협동조합	횡성축협한우(528.7)	장수한우(472.2)	의성마늘포크(444.5)
	가공우유	16	빙그레	빙그레 바나나맛 우유(535.1)	서울우유 가공우유(344.3)	남양 맛있는 가공우유(285.5)
	조미김	12	동원F&B	동원 양반김(724.5)	광천김(468.9)	CJ 비비고 김(430.7)
	가공햄	10	CJ제일제당	스팸(688.7)	리챔(395.5)	목우촌햄(385.2)
	기능성마시는 요구르트	10	한국야쿠르트	윌(626.1)	비피더스(512.5)	불가리스(466.7)
	자연조미료	9	샘표	연두(693.1)	맛선생(537.4)	산들애(511.0)
	분유	4	매일유업	매일 맘마밀(502.8)	남양 임페리얼 XO(480.0)	일동후디스 트루맘(462.3)
	즉석밥	4	CJ제일제당	CJ 햇반(709.8)	맛있는오뚜기 밥(499.2)	동원 쎈쿡(417.6)
	즉석죽	4	동원F&B	동원 양반죽(643.1)	아침엔 본죽(533.3)	CJ 비비고 죽(452.4)
	냉동만두	3	CJ제일제당	CJ 비비고 만두(667.8)	해태제과 고향만두(456.3)	CJ 백설 만두(440.0)
	수산가공식품	3	삼진식품	삼진어묵(553.3)	삼호어묵(459.6)	고래사어묵(455.8)
	장류	2	CJ제일제당	CJ 해찬들(650.0)	대상 청정원(642.8)	샘표(403.2)
	즉석국	2	CJ제일제당	CJ 비비고 즉석국(710.5)	오뚜기 즉석국(513.7)	아워홈(390.3)
	아이스크림	1(역전)	해태아이스크림	부라보콘(437.5)	월드콘(392.6)	구구콘(375.5)
	다이어트 식품	1(신규)	퍼플랩스헬스케어	세리박스(477.9)	팻다운(462.5)	센트디(423.4)
	밀키트	1(신규)	면사랑	면사랑(590.3)	프레시지(473.4)	잇츠온(468.8)
	비빔/볶음라면	1(신규)	팔도	팔도비빔면(661.1)	짜파게티(560.4)	불닭볶음면(454.1)
유음료/주류	주스	25	롯데칠성음료	델몬트(638.3)	아침에주스(456.6)	따옴(431.2)
	우유	24	서울우유협동조합	서울 우유(621.1)	파스퇴르 우유(415.3)	남양 우유(410.8)
	생수	17	제주특별자치도개발공사	제주삼다수(719.6)	백산수(425.8)	아이시스(379.1)
	수입맥주	2	하이네켄코리아	하이네켄(522.6)	호가든(462.7)	칭다오(437.4)
	커피음료	2	롯데칠성음료	칸타타(603.2)	맥심 T.O.P(505.5)	바리스타 룰스(378.2)
	국산맥주	1(역전)	하이트진로	테라(633.3)	카스(577.3)	하이트(465.6)
	소주	1(역전)	하이트진로	참이슬(565.0)	처음처럼(490.8)	진로(진로이즈백)(382.4)
	탄산음료	1(역전)	한국코카콜라	코카콜라(652.1)	칠성사이다(582.8)	데미소다(360.3)
	단백질음료	1(신규)	일동후디스	하이뮨(593.4)	셀렉스(481.4)	뉴케어(436.7)
패션용품	남성 정장구두	25	금강	금강(636.6)	탠디 옴므(446.4)	비제바노(378.5)
	언더웨어/란제리	25	신영와코루	비너스(559.6)	캘빈클라인 언더웨어(387.1)	비비안(357.3)
	여성정장구두	25	금강	금강(563.1)	소다(511.3)	미소페(443.4)
	캐주얼화	23	금강	랜드로바(584.9)	컨버스(522.5)	반스(467.3)
	학생교복	21	스마트에프앤디	스마트학생복(699.0)	아이비클럽(508.9)	엘리트학생복(465.1)
	캐주얼의류	20	삼성물산 패션부문	빈폴(575.9)	헤지스(394.8)	지오다노(369.2)
	홈패션	10	이브자리	이브자리(704.9)	알레르망(427.9)	세사리빙(381.4)
	남성화장품	4	아모레퍼시픽	오딧세이(476.2)	우르오스(463.8)	보닌(443.7)
	정장	4	삼성물산 패션부문	갤럭시(512.0)	닥스(465.5)	로가디스(365.3)
	SPA 브랜드	2	이랜드월드 패션사업부	SPAO(512.6)	UNIQLO(423.8)	ZARA(423.5)
	비즈니스 캐주얼	2	세정글로벌	인디안(488.5)	미스터 헤지스(437.2)	SIEG(371.1)
	영유아복	2	아가방앤컴퍼니	아가방(530.1)	해피랜드(493.3)	압소바(466.6)
	아웃도어	1(역전)	코오롱인더스트리 FnC부문	코오롱스포츠(513.4)	네파(489.5)	K2(467.6)
	여성의류	1(역전)	세정글로벌	올리비아로렌(439.2)	타임(387.3)	꼼빠니아(361.0)
	골프의류	1(신규)	로저나인	PXG(526.1)	나이키골프(520.4)	핑(388.4)
	애슬레저 웨어	1(신규)	안다르	안다르(704.1)	젝시믹스(489.5)	STL(378.4)

◆ 내구재 산업(52개)

중분류	산업명	1위 연속 연수	기업명	1위 브랜드	2위 브랜드	3위 브랜드
가전제품	정수기	25	코웨이	코웨이 정수기(712.7)	LG 퓨리케어 정수기(511.8)	청호나이스 이과수 정수기(481.8)
	가스레인지	24	린나이코리아	린나이(668.7)	SK매직 가스레인지(545.9)	LG 가스레인지(481.0)
	김치냉장고	24	위니아	딤채(641.2)	LG DIOS(620.1)	삼성 김치플러스(445.2)
	냉장고	24	삼성전자	삼성 BESPOKE(681.7)	LG DIOS(675.9)	위니아(406.2)
	공기청정기	21	코웨이	코웨이 공기청정기(685.5)	LG 퓨리케어 공기청정기(476.6)	삼성 공기청정기(455.1)
	드럼세탁기	21	LG전자	LG TROMM(819.6)	삼성 그랑데(632.7)	위니아(320.5)
	비데	21	코웨이	코웨이 룰루 비데(741.4)	노비타 비데(507.6)	SK매직 비데(393.0)
	식기세척기	21	SK매직	SK매직 식기세척기(544.4)	LG DIOS(529.8)	삼성 식기세척기(367.9)
	밥솥	20	쿠쿠전자	쿠쿠(758.9)	쿠첸(647.6)	휘슬러(324.6)
	에어컨	19	LG전자	LG WHISEN(554.3)	위니아(379.6)	삼성 무풍에어컨(302.0)
	복합오븐	16	SK매직	SK매직 복합오븐(509.2)	삼성 복합오븐(475.3)	LG DIOS 광파오븐(452.5)
	가정용 제습기	10	LG전자	LG WHISEN 제습기(444.3)	삼성 제습기(435.7)	위닉스 뽀송 제습기(431.0)
	헬스케어(안마의자)	8	바디프랜드	바디프랜드(619.4)	코지마(560.0)	브람스(323.8)
	의류건조기	6	LG전자	LG TROMM 건조기(735.0)	삼성 그랑데 건조기(621.4)	린나이 건조기(380.5)
	전기레인지	6	SK매직	SK매직 전기레인지(501.1)	LG DIOS(423.9)	삼성 인덕션(405.2)
	의류관리기	5	LG전자	LG Styler(783.7)	삼성 에어드레서(561.5)	코웨이 사계절 의류청정기(258.4)
	창문형 에어컨	2	삼성전자	삼성 윈도우핏(567.7)	LG WHISEN 엣지(535.2)	캐리어 창문형 에어컨(464.5)
	청정환기 시스템	2	경동나비엔	NAVIEN(614.6)	LX Z:IN 자동환기시스템(498.5)	하츠 청정환기 시스템(385.8)
	TV	1(역전)	삼성전자	삼성 TV(718.0)	LG TV(686.5)	위니아 TV(336.5)
	음식물 처리기	1(역전)	스마트카라	스마트카라(459.4)	루펜(393.0)	린나이 비움(383.3)
	청소기	1(역전)	LG전자	LG 청소기(713.3)	다이슨 무선 청소기(610.1)	삼성전자(516.2)
	빔프로젝터	1(신규)	LG전자	LG 시네빔(511.6)	엡손(482.4)	삼성 더 프리스타일(338.6)
자동차/가정	가정용 보일러	25	귀뚜라미	귀뚜라미보일러(644.1)	경동나비엔(583.4)	린나이(541.1)
	주방용가구	25	한샘	한샘키친&바스(522.9)	에넥스(457.5)	현대리바트(450.4)
	침대	24	에이스침대	에이스침대(744.3)	시몬스(553.4)	에몬스(307.1)
	모터사이클	21	혼다코리아	혼다 모터사이클(563.6)	야마하(430.9)	BMW(332.8)
	승용차타이어	21	한국타이어앤테크놀로지	한국타이어(537.4)	금호타이어(430.4)	미쉐린(366.5)
	디지털도어락	18	아사아블로이코리아	게이트맨(664.9)	유니코(378.1)	밀레(374.9)
	자동차 배터리	15	세방전지	로케트배터리(728.9)	델코(431.7)	아트라스 BX(396.5)
	주거용가구	14	한샘	한샘 인테리어(634.9)	현대리바트(493.7)	일룸(474.9)
	엘리베이터	12	현대엘리베이터	현대 엘리베이터(693.3)	오티스 엘리베이터(567.7)	미쓰비시 엘리베이터(386.3)
	가정용 바닥재	8	KCC글라스	홈씨씨 인테리어 바닥재(571.6)	LX Z:IN 바닥재(521.3)	이건마루(439.5)
	사무용가구	7	퍼시스	퍼시스(531.1)	비츠(한샘이펙스)(394.8)	데스커(346.0)
	수입승용차	7	메르세데스-벤츠코리아	벤츠(654.1)	BMW(514.1)	아우디(505.1)
	육실리모델링	7	대림비앤코	대림바스(541.7)	한샘리하우스(518.4)	홈씨씨 인테리어(286.5)
	생활의료가전	3	세라젬	세라젬(849.6)	미건라이프(384.3)	누가의료기(319.3)
	창호재	3	KCC	KCC 창호(703.5)	LX Z:IN 창호(482.3)	이건 창호(399.7)
	국내승용차	2	현대자동차	아반떼(485.1)	그랜저(473.8)	제네시스(466.7)
	궐련형 전자담배	1(신규)	한국필립모리스	아이코스(668.9)	glo(글로)(459.4)	lil(릴)(374.0)
	욕실위생도기	1(신규)	대림비앤코	대림바스(794.3)	이누스(427.0)	계림바스(349.9)
	임플란트	1(신규)	오스템임플란트	오스템(789.0)	덴티움(311.8)	덴티스(304.0)
정보통신	스마트 홈네트워크 시스템	19	현대HT	HT(531.8)	코콤(527.7)	코맥스(523.1)
	내비게이션	17	팅크웨어	팅크웨어 아이나비(575.9)	T맵(530.2)	카카오내비(492.4)
	사무용복합기	12	신도리코	신도리코(600.8)	HP(567.2)	엡손(417.5)
	블랙박스	11	팅크웨어	팅크웨어 아이나비(699.2)	파인뷰(380.5)	캐치온(349.9)
	AI스피커	6	케이티	KT 기가 지니(773.9)	SK텔레콤 누구(391.7)	LG 씽큐 허브(243.7)
	3D프린터	5	신도리코	신도리코(641.5)	캐논(565.2)	HP(399.6)
	노트북 컴퓨터	3	LG전자	LG 그램(727.5)	삼성 갤럭시북(606.8)	애플 맥북(495.3)
	스마트폰	3	애플코리아	아이폰(638.8)	갤럭시 S(570.0)	갤럭시 노트(405.0)
	스마트워치/밴드	2	삼성전자	삼성 갤럭시 워치(740.8)	애플 워치(686.8)	젤센 스마트워치(242.8)
	태블릿PC	2	애플코리아	애플 아이패드(727.9)	삼성 갤럭시 탭(643.8)	LG 울트라 탭(325.8)
	블루투스 이어폰	1(역전)	애플코리아	애플 에어팟(674.6)	삼성 갤럭시 버즈(665.5)	LG 톤프리(316.5)

◆ 서비스재 산업(87개)

중분류	산업명	1위 연속 연수	기업명	1위 브랜드	2위 브랜드	3위 브랜드
금융	증권회사	25	삼성증권	삼성증권(626.3)	KB증권(473.8)	신한투자증권(380.6)
	금융지주(그룹)	12	신한금융지주(그룹)	신한금융그룹(591.9)	KB금융그룹(479.0)	하나금융그룹(439.9)
	신용카드	12	신한카드	신한카드(523.7)	삼성카드(457.8)	KB국민카드(457.6)
	장기보험	9	현대해상화재보험	현대해상(543.3)	삼성화재(514.1)	KB손해보험(313.3)
	체크카드	9	신한카드	신한체크카드(487.4)	KB국민체크카드(468.1)	우리체크카드(440.0)
	은행	8	신한은행	신한은행(557.0)	KB국민은행(529.6)	우리은행(496.3)
	다이렉트 자동차보험	6	현대해상화재보험	현대해상 다이렉트(542.5)	삼성화재 다이렉트(498.6)	AXA다이렉트(493.7)
	은퇴설계 금융서비스	6	신한은행	신한미래설계(617.0)	우리 시니어 플러스(419.5)	KB골든라이프(412.5)
	지방은행	6	광주은행	광주은행(493.8)	BNK부산은행(424.4)	DGB대구은행(327.8)
	프라이빗 뱅킹	6	신한은행	신한PWM(신한은행)(594.8)	KB골든라이프(KB국민은행)(472.2)	TWO CHAIRS(우리은행)(456.5)
	간편결제 서비스	4	신한카드	신한 pLay(482.7)	삼성페이(474.0)	카카오페이(461.6)
	생명보험	1(역전)	삼성생명	삼성생명(614.2)	교보생명(574.2)	한화생명(490.6)
	펫보험	1(역전)	메리츠화재	펫퍼민트(메리츠화재)(526.7)	다이렉트펫보험(삼성화재)(493.1)	아이러브펫보험(DB손해보험)(348.4)
	모바일뱅킹	1(신규)	신한은행	신한쏠(SOL)(신한은행)(501.8)	kakao bank(카카오뱅크)(493.4)	우리WON뱅킹(우리은행)(382.5)
	저축은행	1(신규)	OK저축은행	OK저축은행(566.6)	웰컴저축은행(320.8)	하나저축은행(317.5)
교육	초등교육 서비스	25	대교	대교 눈높이(628.6)	웅진씽크빅(470.0)	교원 구몬(389.1)
	외국어학원	20	와이비엠에듀	YBM어학원(568.1)	파고다어학원(506.7)	해커스어학원(412.3)
	온라인 외국어학원	16	와이비엠넷	YBM넷(534.4)	해커스토익(486.9)	시원스쿨(467.0)
	유아교육 서비스	14	대교	대교 눈높이(626.8)	웅진 씽크빅(428.8)	재능 스스로(387.4)
	브랜드학원	13	종로엠스쿨	종로엠스쿨(616.2)	메가스터디(437.2)	하이스트(401.5)
	중고등교재	13	좋은책신사고	좋은책신사고(580.9)	비상교재(448.3)	디딤돌(432.5)
	독서토론 학습	9	한솔교육	한솔플라톤(442.5)	대교 솔루니(428.4)	글사임당(415.3)
	사이버대학	8	경희사이버대	경희사이버대(546.3)	한양사이버대(496.4)	서울사이버대(461.5)
	전문자격증 취득	4	에듀윌	에듀윌(661.6)	해커스(456.9)	박문각(337.0)
	스마트학습	1(신규)	천재교과서	밀크T(617.1)	엘리하이(583.5)	대교써밋(287.3)
도소매/유통	대형할인점	25	이마트	이마트(632.4)	홈플러스(431.3)	코스트코(358.8)
	백화점	25	롯데백화점	롯데백화점(685.8)	신세계백화점(627.1)	현대백화점(476.0)
	패스트 푸드점	25	롯데지알에스	롯데리아(634.7)	버거킹(472.9)	맥도날드(472.4)
	베이커리	23	파리크라상	파리바게뜨(609.5)	뚜레쥬르(593.9)	성심당(270.9)
	피자전문점	23	한국피자헛유한회사	피자헛(712.5)	도미노피자(602.8)	미스터피자(368.0)
	커피전문점	21	스타벅스	스타벅스(699.9)	이디야커피(478.5)	할리스커피(397.0)
	패션주얼리 전문점	20	HON	미니골드(496.4)	스와로브스키(441.2)	로이드(413.8)
	전자전문점	18	롯데하이마트	롯데 하이마트(727.9)	삼성 디지털 프라자(505.5)	LG전자 BEST SHOP(480.2)
	편의점	18	비지에프리테일	CU(770.5)	GS25(592.5)	미니스톱(392.5)
	주유소	17	SK에너지	SK주유소(625.4)	S-OIL(617.3)	GS칼텍스(477.3)
	면세점	16	롯데면세점	롯데면세점(681.1)	신라면세점(621.0)	신세계면세점(536.9)
	타이어 전문점	15	한국타이어앤테크놀로지	티스테이션(T'Station)(624.2)	금호타이어 전문점(559.3)	넥센타이어 전문점(389.5)
	패밀리 레스토랑	12	CJ푸드빌	빕스(665.9)	애슐리(624.2)	아웃백스테이크하우스(427.5)
	브랜드치킨 전문점	8	교촌치킨	교촌치킨(616.9)	굽네치킨(446.4)	네네치킨(420.2)
	헤어&뷰티 브랜드샵	8	준오뷰티	준오헤어(448.8)	리안헤어(414.3)	박승철헤어스튜디오(413.5)
	리빙SPA	7	엠에이치엔코	모던하우스(463.0)	이케아(IKEA)(430.6)	자주(JAJU)(369.1)
	TV홈쇼핑	5	롯데홈쇼핑	롯데홈쇼핑(599.7)	GS SHOP(448.6)	현대홈쇼핑(442.3)
	복합쇼핑몰	5	신세계스타필드	스타필드(661.9)	롯데타워몰(446.6)	코엑스(418.6)
	헬스&뷰티 브랜드샵	5	CJ올리브영	올리브영(592.0)	미샤(376.9)	더바디샵(THE BODYSHOP)(348.3)
	인터넷 서점	2	교보문고	교보문고(674.8)	예스24(583.4)	알라딘(434.7)
	대형 슈퍼마켓	1(역전)	이마트 에브리데이	이마트 에브리데이(510.6)	롯데슈퍼 Fresh(484.9)	홈플러스 Express(381.7)
	중고거래 플랫폼	1(신규)	당근서비스	당근마켓(845.2)	중고나라(342.7)	번개장터(280.2)
서비스일반	항공(FSC)	25	대한항공	대한항공(762.1)	아시아나항공(696.8)	델타항공(311.7)
	종합병원	23	서울대병원	서울대병원(557.8)	세브란스병원(463.6)	삼성서울병원(435.8)
	아파트	22	삼성물산 건설부문	래미안(545.2)	GS자이(485.4)	롯데캐슬(481.2)
	렌터카	21	롯데렌탈	롯데렌터카(640.5)	SK렌터카(604.4)	기아렌터카(378.8)
	멀티플렉스	21	CJ CGV	CGV(748.5)	롯데시네마(618.8)	메가박스(444.0)
	자동차관리	21	SK네트웍스	스피드메이트(556.2)	현대 블루핸즈(398.3)	카젠(396.2)
	여행사	19	하나투어	하나투어(706.1)	모두투어(520.1)	노랑풍선(488.7)
	방범보안 서비스	18	에스원	에스원(701.7)	SK쉴더스(597.0)	KT텔레캅(511.9)
	워터파크	16	에버랜드 리조트	캐리비안 베이(548.3)	비발디 오션월드(418.8)	스파밸리(406.3)
	한방병원	16	경희대 한방병원	경희대 한방병원(590.1)	자생 한방병원(436.6)	동의대 한방병원(375.1)
	테마파크	13	롯데월드 어드벤처	롯데월드 어드벤처(674.5)	에버랜드(643.4)	서울랜드(450.2)
	도시가스	12	서울도시가스	서울도시가스(492.1)	예스코(392.5)	부산도시가스(391.6)
	저비용항공(LCC)	9	제주항공	제주항공(695.1)	진에어(484.8)	티웨이항공(391.5)
	건강증진 센터	6	서울아산병원	서울아산병원 건강증진센터(570.7)	서울대병원 건강증진센터(544.7)	삼성서울병원 건강의학센터(480.1)
	호텔	6	호텔신라	신라호텔(647.2)	롯데호텔(559.0)	그랜드워커힐(285.9)
	비즈니스 호텔	4	신라에

‘스마트온수 기능’ 장착 등 친환경 보일러 선도

가정용보일러 부문 귀뚜라미보일러

Kiturami BOILER

귀뚜라미는 국내 최초로 현대식 가정용 보일러를 개발·보급한 이래 창업 반세기 동안 대한민국 보일러 산업의 역사를 주도해 온 국민 보일러 브랜드다. ‘귀뚜라미보일러’라는 브랜드 명칭은 30여 년 전 소비자들이 만들어 준 이름으로도 유명하다. 당시 선보인 ‘찌르르’ 소리로 경보음을 알리는 보일러가 소비자들에게 ‘귀뚜라미 소리 나는 보일러’로 큰 호응과 인지도를 얻었다. 이를 계기로 ‘귀뚜라미보일러’를 정식 브랜드명으로 사용하기 시작했다.

오랜 기간 국민들의 성원과 사랑 속에 성장해 온 귀뚜라미보일러는 기름보일러에서 가스보일러로, 가스보일러에서 친환경 보일러로 시대 변화에 대응해 왔다. 이밖에 △거꾸로 타는 보일러 △4번 타는 보일러 △거꾸로 콘덴싱 보일러 등 히트 상품을 연이어 선보였다.

귀뚜라미보일러는 기후 위기 대응과 탄소중립 실천이라는 시대적 사명에 발맞춰 열효율과 미세먼지 저감 성능이 탁월하면서도 난방과 온수 능력을 대폭 강화한 친환경 보일러를 잇달아 출시하며 업계를 선도하고 있다.

친환경 보일러 대표 제품인 ‘거꾸로 NEW 콘덴싱 L10 가스보일러’는 보일러의 핵심인 난방과 온수 공급에서 더욱 진일보한 성능을 발휘하며 쾌적하고 편안한 일상을 제공한다. 특히 소비자의 온수 사용패턴을 인공지능(AI)이 스스로 학습해 빠른 온수를 내보내는 ‘스마트 온수 기능’을 새롭게 장착해 탁월한 온수 품질을 제공한다. 뿐만 아니라 온돌 난방에 최적화된 귀뚜라미 고유의 저탕식 제품으로서 열전도가 상대적으로 어려운 강화마루나 대리석 바닥 그리고 넓은 평수의 가정 등에서도 빠른 난방을 구현한다.

이외도 귀뚜라미보일러의 고유 기술인 가스누출탐지기와 지진감지기로 구성된 2중 안전 시스템과 최고급 사물인터넷(IoT) 실내 온도조절기를 장착해 안전성과 편의성도 최우선으로 고려했다. 귀뚜라미는 보일러 시장에서 축적된 난방 노하우를 바탕으로 최근 급성장하고 있는 난방 매트 시장의 트렌드도 새롭게 이끌고 있다.

2020년 처음 출시한 ‘귀뚜라미 3세대 카본 매트 온돌’은 누수, 세균, 물 보충 등 다양한 문제점을 획기적으로 개선해 프리미엄 난방 매트 시장을 주도하는 혁신 제품이다. 박신영 기자

디지털 중심의 혁신 플랫폼으로 따뜻한 금융 실천

은행 부문 신한은행

신한은행

신한은행은 디지털 선도 금융기업에 걸맞게 디지털 중심 오프라인 네트워크 혁신을 지속하고 있다.

2021년 7월 디지로그 브랜치 개점을 시작으로 GS리테일 편의점 혁신점포를 선보였다. ‘디지털데스크’와 ‘AI 뱅커(Banker)’ 등을 활용한 디지털 라운지를 열었다. 영업시간과 근무 요일을 유연하게 운영하는 탄력점포인 이브닝·토요일 플러스를 선보이며 금융소비자들의 편리성과 금융서비스 접근성 제고에 노력하고 있다.

신한은행은 이처럼 오프라인 네트워크 리모델링에 박차를 가해 온오프라인을 유기적으로 연결하기 위해 노력하고 있다. 디지털 기술을 활용하고 지역 특수성을 고려해 재무·비재무 가치를 높이는 방향으로 새로운 점포 시장을 개척한다는 전략이다.

금융권 최초로 자체 구축한 메타버스 플랫폼 ‘시나몬(Shinamon)’은 신한은행의 디지털 혁신을 보여주는 사례 중 하나다. 시나몬은 은행 시스템과 직접 연계할 수 있는 메타버스 플랫폼이다. 은행에서 보유한 다른 플랫폼이나 서비스, 금융 데이터와의 연계가 가능하다.

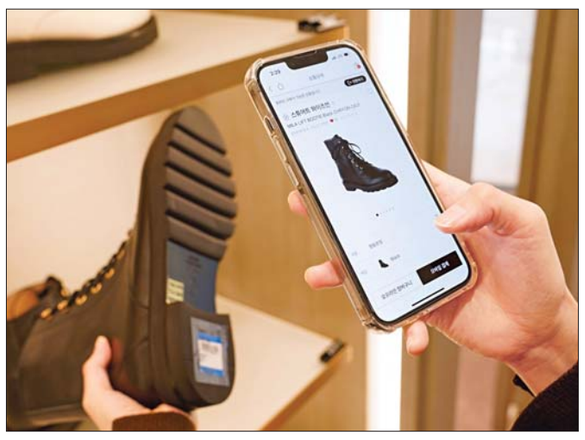
지난 1월 미국 라스베이거스에서 열린 ‘CES 2023’에서 신한은행은 자체 개발 메타버스 플랫폼인 시나몬으로 단독 부스를 배정받기도 했다. 시나몬은 금융과 비금융 영역을 확장-연결해 만든 가상공간에서 고객에게 새롭고 재밌는 경험과 직관적인 서비스 제공을 목표로 최근 ‘시나몬’ 시즌2를 선보였다.

모바일플랫폼 신한 쏠은 지난해 9월, 1만명의 고객자문단과 함께 만든 고객 중심 금융 앱 뉴 쏠로 진화했다. 뉴 쏠에는 편의성과 보안성 강화를 위해 생체정보를 활용한 바이오 인증 서비스 ‘얼굴 인증 서비스’를 새롭게 도입했다. 신한 쏠에서 스마트폰으로 얼굴을 촬영하고 등록한 후, 얼굴 인증 정보로 로그인과 계좌개설 등 다양한 금융 업무를 편리하게 이용할 수 있다. 얼굴 인증 정보는 신한은행과 금융결제원이 공동으로 분리 저장해 관리함으로써 보안성도 강화했다. 박신영 기자

고객 취향 등 반영 … AI 활용한 초정밀 마케팅 구축

면세점 부문 롯데면세점

LOTTE DUTY FREE



지난 43년간 국내 면세업계를 선도해온 롯데면세점이 최근 스마트 면세 플랫폼과 서비스의 도입을 알리며 디지털 전환에 박차를 가하고 있다.

최근 롯데면세점은 전 세계 면세업계 최초로 인공지능(AI)·빅데이터를 기반으로 한 초 개인화 마케팅 시스템 ‘MAS(Marketing Automation System·마케팅 자동화 시스템)’를 구축했다. MAS는 불특정 다수를 대상으로 한 단순 반복적인 마케팅에서 벗어나 고객 개개인 대상 ‘초정밀 마케팅’을 가능케 하는 AI·빅데이터 기반 시스템이다.

기존 마케팅은 회원 등급, 출국 일정 등 매우 기본적인 고객 정보만을 반영해 메시지 발송 중심으로 이벤트 안내가 이뤄졌다. 하지만 MAS는 이러한 기본 정보뿐만 아니라 고객이 그동안 구매했던 상품의 특성, 페이지별 체류 시간, 행사 반응률 등 세분화된 지표를 종합적으로 분석해 고객 개개인의 취향을 반영한 이벤트 정보를 최적의 시점에 제공한다.

롯데면세점은 지난 1월 세계 최대 규모의 가전·IT 전시회인 ‘소비자 가전제품 박람회(CES)’에 참가해 메타버스 콘텐츠를 선보였다. 2년 연속 CES 참가다. CES 전시는 전 세계 면세점 중 처음이었다.

롯데면세점이 올해 선보인 메타버스 콘텐츠는 ‘버추얼 롯데면세점 타워’다. 총 10층 규모의 미래형 매장으로 롯데면세점은 CES 2023에서 로비, 피팅룸, 패션, 화장품 등 총 4개 층을 선공개했다.

롯데면세점은 시내면세점을 방문하는 내·외국인 고객의 쇼핑 편의 제고를 위해 지난해 11월부터 옴니 서비스를 선보이고 있다. 업계 최초로 도입한 새로운 쇼핑 서비스는 온·오프라인 채널을 유기적으로 결합해 다채로운 면세점 쇼핑 경험을 제공하기 위한 것으로, 셀프 결제 기능, 모바일 번호표 서비스, 사전 예약 시스템 등으로 이뤄져있다.

셀프 결제 기능은 오프라인 매장을 방문한 고객이 직원의 별도 응대 없이 스스로 면세품을 골라 결제까지 진행할 수 있는 시스템이다. 200여개 브랜드에 적용했다. 결제한 상품은 공항 인도장으로 운반되어 출국 시 수령할 수 있다. 박신영 기자

국내서 직접 콩기름 착유 … 좋은 식용유 생산 선도

식용유 부문 해표식용유

해표

‘해표’ 브랜드로 잘 알려진 사조대림은 다양한 유지류, 수산 식품, 가공식품 등을 생산한다. 일반 가정뿐만 아니라 식품업계에도 각종 식자재를 공급하고 있다.

사조대림은 1989년 국내 처음으로 증언식 광고를 도입했다. 유명 요리인과 각 지방의 고유음식을 만드는 요리인들이 나와서 “장사 하루 이틀 할 것도 아닌데”라는 유행어를 만들어냈다. 당시 전국 요리인의 출연 요청이 넘쳐났고, ‘식용유=해표’ 인식을 굳히는 계기가 됐다고 회사측은 설명했다.

1996년 인천공장은 식용유업계 최초로 ISO-9001 인증을 받았다. 1997년에는 전 사업장이 ISO-9001 인증을 획득하면서 제품 생산은 물론 판매, 서비스, 품질시스템, 교육, 훈련 등 전 분야에 걸쳐 대외적 공신력을 확보했다. 또 식용유업계 최초로 KS인증마크를 받았다. ‘안전한 먹거리’를 실천하기 위해 식품 안전성을 보증하는 HACCP을 취득했다.

사조대림의 해표 식용유는 디자인부터 차별화했다. 해표만의 적색으로 표현한 BI(Brand Identity)는 시인성이 뛰어나 멀리서도 쉽게 다른 제품들과 구분이 가능하다. ‘빨간색’ 하면 해표를 떠올릴 만큼 소비자들에게 깊이 각인돼 있다.

해표식용유는 단순히 원유를 수입해 가공 판매하는 것에서 벗어나 국내에서 직접 콩기름을 착유하는 것으로도 유명하다. 단순히 원료를 수입해 가공하는 것보다 몇 배 더 많은 공정이 요구되지만 더 좋은 식용유 생산을 위해 최선을 다하고 있다.

올해 4월에는 사용자 편의성을 강화한 오일스프레이 3종을 출시할 계획이다. 오일스프레이는 에어프라이어 요리부터, 샐러드 요리와 캠핑시에 적합한 스프레이 타입의 오일이다. 박신영 기자

“침대는 누워보고 사야” … 프라이빗 체험공간 운영

침대 부문 에이스침대

세계속의 한국의 자랑 ACE 에이스침대

에이스침대는 1963년 창립 이래 ‘침대는 가구가 아니라 과학’이라는 슬로건을 내세웠다. 현재 ‘좋은 잠이 쌓인다’ 캠페인을 진행하고 있다. 기업 이미지, 시장 점유율, 고객 만족도 등에서 국내 최고 침대 브랜드로 자리매김했다.

에이스침대는 설비투자 및 신기술, 신소재 개발에 주력해왔으며 1992년 ‘침대공학연구소’를 설립했다. 대표 상품은 15개국에서 발명특허를 받은 신개념의 스프링인 ‘하이브리드 Z 스프링’이다. 16년 동안 100억원을 투자해 S라인의 굴곡을 그대로 유지하면서 어떤 체형이라도 인체 곡선을 따라 빈틈없이 맞춰주고 받쳐줄 수 있도록 설계한 제품이다. 2중 스프링 기능을 갖췄으며 기존 침대의 꺼짐, 소음, 빈틈, 흔들림, 쏠림 등 대표적인 문제점 5가지를 개선했다는 평가다.

에이스침대는 지난해 12월 소비자 취향에 따라 숙면을 즐길 수 있도록 선택의 폭을 넓힌 프리미엄 매트리스 ‘로얄 에이스’ 신규 라인업도 선보였다. 로얄 에이스는 에이스침대의 인기 매트리스 라인업인 ‘하이브리드 테크’의 최상위 모델이다. 에이스침대가 60년간 쌓은 침대 과학 기술을 집대성했다. 6가지 모델의 라인업을 갖추고 있으며 모스키토 프리 원단, 듀얼 텍스, 바이오폼, 순수양모, 통기성 메모리폼 등 천연소재 및 신소재로 제작했다.

에이스침대는 ‘침대만은 직접 누워보고 구매해야 한다’라는 경영 철학 아래 체험을 위주로 한 프리미엄 대형 매장을 새롭게 열고 있다. 프라이빗한 공간에서 충분한 시간 수면을 보장해주는 슬립 센터와 찾아가는 침대 과학 서비스 이동수면공학연구소도 운영하고 있다.

코로나19 기간 잠정 중단됐다가 3년 만에 재개하는 이동수면공학연구소는 척추 형상 측정기, 체압분포 측정기 등 최첨단 장비를 탑재한 차량이 고객이 있는 곳으로 직접 찾아가 알맞은 침대를 선정해 주는 서비스다. 2004년 처음 서비스를 개시한 후 현재까지 약 18만명이 측정에 참여했다. 신정은 기자

업계 첫 가맹주가 점포별 특성에 맞춰 마케팅

편의점 부문 CU

CU

국내 1위 편의점업체인 CU는 CVS for U의 뜻으로 다양한 고객들의 라이프스타일과 소비성향에 최적화된 고객맞춤형 생활공간을 지향한다..

CU의 강력한 브랜드파워의 핵심은 차별화한 상품과 서비스다. PB 브랜드 ‘HEYROO(헤이루)’와 즉석원두커피 브랜드 ‘Cafe GET(카페 겟), 아이스드링크 브랜드 ‘Delaffe(델라페)’에 이어 초특가 득템 시리즈까지 선보이며 편의점 PB상품의 수준을 높였다는 평가를 받는다.

CU는 오프라인과 온라인을 연결하는 O4O(Online for Offline) 전략으로 커머스 앱 ‘포켓CU’를 운영하고 있다. 배달주문부터 픽업, 예약구매, 배송, 재고 조회를 온라인으로 구현해 편의성과 쇼핑 혜택을 강화했다. 편의점 업계 최초로 포켓CU에서 가맹점주가 주도하는 온라인 통합 마케팅 플랫폼 ‘스토어플러스’를 선보였다. 가맹본부 중심이 아닌 가맹주가 점포별 특성에 맞춰 마케팅을 기획하고 다양한 맞춤형 행사를 펼칠 수 있는 신개념 마케팅 수단이다.

CU를 운영하고 있는 BGF리테일은 국내에서 쌓아온 경쟁력을 바탕으로 글로벌 시장에 진출했다. 2018년 몽골 1호점을 시작으로 현재 몽골 편의점 점유율 약 70%를 차지하며 업계 1위에 올라섰다. 국내 유통 기업 중 단일 국가에서 300호점을 개점한 건 CU가 처음이다. BGF리테일은 이어 2021년 4월 업계 최초로 말레이시아 CU를 열었다. 현재 130점여을 운영 중이다.

CU는 해외에서 한국 상품을 전면에 내세우고 있다. 몽골 CU는 전체 상품의 약 30%가 ‘헤이루’ PB상품으로 국내 중소기업 40여 곳이 CU를 통해 간접적으로 몽골 시장에 진출했다. 말레이시아 CU에서는 한국 상품이 전체 매출의 60%를 넘게 차지할 정도로 인기다.

BGF리테일 관계자는 “국내 시장은 지금과 같이 내실 성장에 집중하는 한편 성장 잠재력이 높은 신흥 국가 진출을 통해 글로벌 기업으로 성장해 나갈 것”이라고 말했다. 신정은 기자

수준별·능력별 맞춤학습 제공 … 47년간 사랑받아

초등교육서비스 부문 대교 눈높이

대교는 학습자 눈높이에서 생각하고 가르치는 개인 맞춤 학습 '눈높이사랑, 눈높이교육' 철학을 바탕으로 한 국내 교육기업이다. 대교의 대표 학습 브랜드 '눈높이'는 수준별, 능력별 맞춤 학습으로 47년간 사랑받고 있다. 대교 눈높이는 지난해 9월 '딛고 더 높이, 눈높이' 리브랜딩 캠페인을 전개하고 신제품도 출시했다.

'눈높이코어수학'은 수학의 핵심만 담아 빠르게 학습할 수 있는 기초 계산력 완성 과정이다. 학부모들의 높은 관심에 힘입어 출시 3개월 만에 학습자 4만명을 달성했다. 초등수학 교과서에 수와 연산의 비중이 약 50%인 만큼 수학의 기초체력인 연산력을 빠르게 강화할 수 있도록 개발했다. 단순 공식 암기가 아닌 수 연산의 이해를 바탕으로 학습을 진행한다.

예비 초등부터 6학년까지 전국의 눈높이러닝센터와 예스클래스, 방문학습 등을 통해 학습할 수 있다.

대교의 에듀테크 제품 '대교 써밋'은 디지털 환경에서도 자기 주도적 학습이 가능한 인공지능(AI)과 눈높이 선생님의 이중 관리로 실력을 완성할 수 있다. 과목별 특허 기술이 적용된 AI가 취약한 부분을 분석해 학습에 빈틈이 생기지 않게 하고 학습 결과 데이터를 기반으로 눈높이 선생님이 맞춤 지도한다. 학습자는 올바른 학습 습관 형성 및 스스로 문제를 해결할 수 있는 힘을 기를 수 있다. 학업 성취를 높일 수 있는 어휘력, 스피킹 등을 포함해 10여 개의 학습 프로그램을 보유하고 있다. 학습 대상은 예비 초등학생부터 성인까지다.

이밖에 대교는 학습 동기 부여를 위한 프로그램으로 국내 최대 규모의 AI 수학 경시대회 '써밋리그'와 상위권 학생들을 위한 프리미엄 멤버십 프로그램 '써밋클럽'을 운영 중이다. 써밋 클럽은 '대교 써밋'을 통해 성적이 향상된 학습 성적 우수자에게 장학금을 지급한다. 명문대생 멘토링 등 특별한 혜택도 제공한다. 써밋리그는 연 2회 방학 기간 진행한다. 2016년 개최 이후 누적 약 42만여 명이 참가했다.

신정은 기자

'아름人 사이트' 통해 소액기부 문화 선도

착한브랜드 부문 신한카드 아름人

신한카드는 사회적 책임을 다하는 기업으로써 '따뜻한 금융'을 실천하기 위해 상생 발전을 지향하고 있다. 신한카드는 '일방적인 사회공헌'이 아닌, 고객을 비롯한 사회 구성원 모두가 동참할 수 있는 '참여형 사회공헌'을 목표로 한다.

신한카드가 2005년부터 이어 온 사회공헌 브랜드명인 '아름인(人)'은 한 아름 가득 사랑을 담은 '아름'과 사람 '인'의 조합으로, '함께 만드는 아름다운 세상'을 추구한다. '아름인'으로 여러 사회공헌 프로그램이 연결돼 사회적 가치 창출의 시너지 효과를 창출하고 있다. 신한카드는 국내 기부 전용 사이트의 대표 채널인 '아름인 사이트'로 소액 기부 문화를 선도하고 있다. 고객들이 포인트 및 신용·체크·기프트 카드 결제로 2005년부터 2022년까지 누적 60억여원을 기부했다.

'아름인 도서관'은 신한카드가 2010년부터 지역아동센터 소외계층 아동에게 친환경 독서환경과 아동·청소년 권장 도서를 지원하는 프로그램이다. 2013년부터는 어린이병원에도 도서관을 지원해 환아들이 혜택을 받을 수 있도록 했다.

베트남, 인도네시아, 카자흐스탄 등 해외 6곳을 포함해 2022년까지 국내외에 설립된 아름인 도서관은 534개다. 대학생 멘토가 어려운 가정 아동에게 올바른 독서 습관을 길러주는 '아름인 북멘토', 아름인 도서관을 이용하는 초등학생을 대상으로 독서문화를 활성화하기 위한 '아름인 독서퀴즈대회'도 진행하고 있다.

신한카드는 금융 본업을 바탕으로 아름인 금융교실, 아름인 금융 탐험대, 아름인 금융프렌드, 아름인 금융아카데미 등을 운영 중이다. 또 고객과 가족을 대상으로 하는 '아름인 고객 자원봉사단', 최고경영자(CEO)를 단장으로 한 부서 단위의 봉사팀인 '아름인 임직원 봉사단'도 두었다. 신한카드는 "이해관계자와 사회에 더 큰 가치를 주는 기업으로 거듭나도록 노력할 것"이라고 밝혔다.

신정은 기자

친환경 플랫폼 사업자로 새로운 60년의 시작 선보여

주유소 부문 SK주유소

SK주유소가 '2023년 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)' 주유소 부문에서 17년 연속 1위를 차지했다.

국내 최초 정유사로 출발한 SK주유소는 전국 3000여개 주유소 네트워크를 기반으로 석유 유통시장을 이끌었다. 국제 에너지 시장 변동성에 유연하게 대응하기 위해 석유 판매사업자를 넘어 친환경 플랫폼 사업자로 사업 모델을 전환하고 있다. 작년에는 전력 반도체 기반 중완속 전기차 충전 솔루션을 보유한 미국의 아톰파워와 자동세차 구독 서비스 전문 스타트업 오토스테이에 대한 지분 투자로 신사업 기반을 다졌다.

올해는 빠른 전기차 충전 인프라를 구축한다는 목표다. 친환경 자동차 운전자를 대상으로 온·오프라인 연계 플랫폼 서비스 머핀(muffin)을 선보일 예정이다. 머핀은 SK에너지 주유소 이용자들이 사전에 설치한 머핀 앱에 차량번호, 주유 및 충전 패턴, 결제수단 등을 등록해 놓으면 주유소에서 차량번호 입력만으로 주문과 결제를 한 번에 진행할 수 있는 서비스다.

새로운 고객 경험을 제공하기 위한 이벤트도 했다. SK에너지는 지난해 창립 60주년을 맞아 주유소 콘셉트의 팝업스토어 'SK주(酒)유소'를 열었다. 방문객들은 주유기를 닮은 디스펜서에서 맥주를 따라 마시는 이색 경험을 했다. 휘발유로 이름 붙여진 라거, 고급휘발유로 표기된 IPA를 비롯해 수제 맥주 4종을 준비했다. SK주유소의 친환경 사업 방향성을 담아 태양광 판넬 형태의 테이블과 연료 전지 형태의 의자도 마련했다.

한 달여 만에 5200여 명의 고객이 SK주(酒)유소를 방문했다. SK주유소는 팝업스토어 수익금 전액을 서울 용산구 사회복지관에 기부했다. SK주유소 관계자는 "SK주유소는 주유만 하는 곳에 머물지 않고 다양한 친환경 고객 서비스를 이용하는 공간으로 진화시켜 나갈 것"이라고 말했다.

허세민 기자

타이어 구입 후 30일 내 불만족땐 무상 교환

자동차관리 부문 스피드메이트

스피드메이트는 SK네트웍스의 자동차 종합관리 브랜드로 1999년 출범했다. 자동차 경정비와 긴급 출동 서비스, 타이어·수입차 부품 유통 등 차량 관리 전반에 걸친 서비스를 제공하고 있다. '착한 정비, 착한 타이어'를 슬로건으로 내걸고 전국 600여개 매장에서 합리적인 정비 서비스를 제공한다.

스피드메이트는 고객이 타이어 구입 후 30일 내로 만족하지 못하면 무상으로 교환해주는 '착한 보증 서비스'를 시행하고 있다. 고객 편의를 위해 스피드메이트 공식 홈페이지에서 사전 예약시 대기 없이 정비 서비스를 받을 수 있도록 했다. 온라인으로 내 차에 알맞은 엔진오일을 추천받아 싸게 구매한 뒤 예약한 정비소를 방문하면 구매한 엔진오일로 교환받을 수 있는 서비스도 선보이고 있다.

스피드메이트 멤버십 'CLUB SM'은 출시 1년여 만에 누적 고객 15만 명을 돌파했다. 이 멤버십은 엔진오일, 에어컨 필터, 정비 공임에 걸친 다양한 혜택과 함께 SK렌터카, SK매직 등 멤버사와 제휴 및 상품 할인 혜택을 제공하고 있다. 스피드메이트는 고객의 정비 패턴에 맞게 직접 상품을 디자인하는 맞춤형 정비 할인 서비스도 출시할 예정이다.

사업과 연계한 친환경 경영도 강화하고 있다. 워서액 페트병 소비를 줄이기 위해 워셔액 주입기를 도입한 게 대표적이다. 이외에도 재활용 부품을 활용한 에코 부품 사업 등을 이어나가고 있다.

스피드메이트 관계자는 "다양한 서비스와 이벤트를 선보여 고객 만족도를 높일 것"이라면서 "선제적으로 미래차 정비 인력과 기술력을 확보해 시장 변화에 적극 대응하고, 자동차 관리 업계를 선도하는 브랜드가 되겠다"고 했다.

허세민 기자

캐릭터 IP·콘텐츠로 온·오프라인 사업 다각화

테마파크 부문 롯데월드 어드벤처

롯데월드 어드벤처는 34년의 역사를 지닌 국내 정상 테마파크다. 롯데워터파크, 롯데월드 아쿠아리움, 롯데월드 타워 전망대인 서울스카이를 운영하며 종합 엔터테인먼트 기업으로 성장했다. 지난해 3월에는 롯데월드 어드벤처 부산을 열었다. 올해는 베트남 하노이 아쿠아리움 개장을 앞둔 등 국내·외에서 적극적으로 사업을 확장하고 있다.

최근에는 MZ세대(밀레니얼+Z세대)를 겨냥해 다양한 즐길 거리를 선보였다. 작년 11월에는 인기 온라인 게임 카트라이더를 오프라인에서 즐길 수 있는 어트랙션인 '카트라이더 레이싱 월드'를 공개했다. 현실 공간에서 카트를 타고 온라인 게임 '카트라이더: 드리프트'를 즐길 수 있다.

지식재산권(IP) 라이선싱 사업도 활발히 진행하고 있다. 최근에는 레스토랑 경영 게임인 '두근두근 레스토랑'과 농장 경영 시뮬레이션 게임 '에브리타운' 등 인기 모바일 게임에 롯데월드 어드벤처의 세계관이 반영된 게임 아이템을 출시했다. 오프라인을 넘어 온라인과 모바일에서도 롯데월드 어드벤처의 다양한 IP를 만나볼 수 있다는 점에서 MZ세대로부터 큰 호응을 얻고 있다.

캐릭터 IP를 활용한 온라인 콘텐츠 제작 및 유통으로도 사업 영역을 확장했다. 영유아 및 가족 고객을 위한 유튜브 채널 '로티프렌즈'가 그중 하나다. 로티프렌즈는 롯데월드의 대표 캐릭터인 로티, 로리를 비롯해 롯데월드 세계관 속 캐릭터를 새롭게 디자인해 인기 동요, 창작 동화 등으로 가공한 콘텐츠를 선보이는 통로다. 캐릭터 상품개발 노하우를 바탕으로 쥬니어 네이버의 인기 동요 콘텐츠 부문에서 상위권을 차지했다.

이 밖에도 메타버스 게이밍 플랫폼 '더 샌드박스'와 파트너십을 맺고 롯데월드의 콘텐츠 IP 라이선스를 활용한 메타버스 게임을 구현하는 등 고객 접점을 온라인으로 넓히고 있다.

허세민 기자

척추의료가전 의학적 효과 인정 … 70여개국 진출

생활의료가전 부문 세라젬

세라젬은 1998년 창립해 올해 25주년을 맞은 글로벌 홈 헬스케어 전문 기업이다. 세라젬 V6 등 척추 의료가전을 중심으로 안마의자 '파우제', 물걸레 로봇 청소기 '세라봇' 등 신개념 제품을 지속적으로 선보이고 있다.

세라젬은 1999년 미국 시장을 시작으로 해외 70여 개국에 진출했다. 2500여 개의 해외 유통망을 확보하며 K-헬스케어를 대표하는 기업으로 자리매김했다. 세라젬은 현재까지 700건 이상의 특허를 출원 및 등록했다. 국내 식품의약품안전처, 미국 식품의약국(FDA), 유럽통합안전인증(CE), 중국 약감국(CFDA) 등 공신력 있는 기관의 인증을 통해 척추의료가전의 의학적 효과를 인정받았다.

세라젬은 2000년 문을 연 기술연구소를 통해 제품력을 고도화하고 있다. 다양한 센서를 활용한 정밀 측정으로 사용자의 각 신체 부위별 최적화된 마사지를 제공하는 인체스캔 기술, 척추 질환 치료에 도움을 주는 인체 견인 알고리즘 등이 여기서 탄생했다.

세라젬은 업계 최초로 식품의약품안전처에서 추간판탈출증(디스크)·퇴행성협착증 치료, 근육통 완화, 혈액순환 개선 등 4가지 사용 목적을 인증 받았다.

주력 제품인 세라젬 V6는 세라젬의 기술력이 집약된 제품이다. 척추 견인 알고리즘을 도입해 척추질환 치료에 도움을 준다. 각 척추 부위별 무게를 측정하고 굴곡도를 계산해 균일한 지압점으로 마사지하기 때문에 기존 제품 보다 정교하고 부드러운 마사지 감도를 느낄 수 있다.

해외 사업에 집중하던 세라젬은 2018년 국내에 본격 진출했다. 세라젬 제품을 직접 체험할 수 있는 카페형 체험매장 '웰카페'를 전국 125개 지점에서 운영하고 있다. 지난해 1년간 누적 체험 고객 수는 200만 명을 돌파했다. 세라젬 관계자는 "25년간 꾸준히 쌓아온 검증된 기술력과 국내 자체 생산의 우수한 품질 덕분에 국내 시장에서 빠르게 성장할 수 있었다"고 말했다.

허세민 기자

AI·IoT 등 첨단기술 접목한 신상품 선보여

방범보안서비스 부문 에스원

1977년 설립된 에스원은 국내에 무인보안 서비스를 최초로 선보인 기업이다. 이후 40여 년간 끊임없는 기술 개발과 전문 인력 육성을 통해 개인과 기업 그리고 공공기관에 보안·건물관리·시스템통합(SI) 솔루션 등 다양한 서비스를 제공하며 국내 보안업계를 선도하고 있다.

에스원은 고객에게 고품질의 서비스를 제공하기 위해 통합보안센터를 운영하고 있다. 전국 100여 곳 이상의 출동 인프라를 구축했다. 국내 최초의 전문 시큐리티 교육기관인 에스원 인재개발원을 운영하며 전문 기술력과 도덕성, 체력을 갖춘 첨단 보안 인력도 양성하고 있다. 뿐만 아니라 연구개발부서의 전문 연구인력이 인공지능(AI)과 사물인터넷(IoT) 등 첨단 기술을 접목해 개인과 사회의 안전을 지키기 위한 다양한 신상품을 개발하고 있다.

에스원은 축적된 노하우와 기술력을 바탕으로 사업 영역을 확장하가고 있다. 보안 분야에서는 출입관리와 영상보안부터 네트워크보안, 개인정보보호 위주의 정보보안, 차량 운행관리와 같은 이동체보안 등으로 영역을 넓혀가고 있다. 2015년에는 프리미엄 부동산 종합 서비스 브랜드 '에스원 블루에셋'을 출시하고 시설 관리와 부동산 마케팅, 임대차 관리 등 서비스를 제공하고 있다.

이밖에 IoT 기술을 접목한 스마트 건물관리 서비스 '에스원 블루스캔', 카카오모빌리티와 제휴한 주차관리 서비스 등을 선보였다. 뿐만 아니라 공항, 플랜트, 원자력발전소 등 국가 기간시설의 안전도 지키고 있다.

에스원이 수 년간 개발해온 AI, 생체인식, IoT, 빅데이터 등 최첨단 기술들을 활용한 새로운 서비스도 인기를 끌고 있다. AI 알고리즘을 적용해 폐쇄회로TV(CCTV) 영상을 자동으로 분석하는 무인 매장 솔루션, 중대재해 예방 솔루션, 비접촉 생체인증 방식인 얼굴인식 기술을 적용한 차세대 통합 출입관리 솔루션 CLES 등이다. 노유정 기자

신한플레이 앱에서 결제와 상담 한번에 이용

간편결제서비스 부문 신한pLay

신한카드는 최대 규모 고객과 최고 시장 점유율을 보유한 국내 대표 카드사다. 결제 플랫폼 신한플레이 앱을 통해 '생활 금융 플랫폼 기업'으로 진화하고 있다. 한국능률협회컨설팅이 주관한 '2023년 한국 산업의 브랜드파워(K-BPI)' 간편결제서비스 부문에서 4년 연속 1위로 선정됐다.

신한플레이는 결제 기능에 송금과 자산관리, 상품추천 등 금융 서비스와 고객 맞춤형 생활 콘텐츠를 제공한다. 기존 결제(신한pLay)와 상담(신한카드 앱) 기능으로 나눠 운영하던 앱을 통합해 신한플레이 앱에서 고객들이 필요로 하는 서비스를 한번에 모두 이용할 수 있도록 했다. 복잡한 금융 및 생활정보를 한눈에 알아볼 수 있도록 고객 관점에서 간결한 디자인을 적용한 점도 높은 평가를 받았다.

신한플레이는 혜택 메뉴를 앱 첫 화면에 제공한다. 사용자가 빠르게 혜택을 확인하고 체감할 수 있도록 편의성을 크게 개선했다. 다양한 혜택을 실시간 포인트 지급 서비스, 응모형 이벤트, 사전 신청 쿠폰 등으로 분류했다. 오늘의 퀴즈와 출석체크, 미니게임 등 매일 갱신되는 데일리 앱테크 영역도 사용자들의 관심을 받고 있다.

최근에는 신한플레이에 타사 카드도 등록해 이용할 수 있는 '오픈 페이' 서비스를 정식으로 열었다. 사용자는 이 서비스를 통해 신한카드를 넘어 타사 신용카드 및 체크카드를 사용할 수 있고, 계좌이체나 선불카드, 서울사랑상품권 등 페이 관련 다양한 기능을 이용할 수 있다. 또한 사용자 편의성을 높이는 동시에 '잠금 화면 위젯' 등 신기술을 활용해 업계 최고 수준의 결제 접근성과 편의성을 확보했다.

신한카드 관계자는 "지금까지의 성과에 안주하지 않고 차별화된 고객 경험 제공을 통해 진정성 있는 고객중심 디지털을 실현하겠다"며 "카드업을 넘어 고객과 사회에 더 큰 가치를 주는 생활·금융 플랫폼 기업으로 성장하는 것이 목표"라고 말했다. 노유정 기자

CES 혁신상 식기세척기·인덕션 등 '생활구독' 주도

식기세척기·복합오븐·전기레인지 부문 SK매직

SK매직은 지난해 새로운 비전인 '홈 라이프 큐레이션 컴퍼니'를 선언했다. 단순히 잘 만들어진 제품과 서비스를 판매하는 것이 아닌, 소비자가 원하는 다양한 제품과 서비스를 선도적으로 선보여 구독을 일상화하는 '생활구독'이란 새 시대를 열겠다는 목표다.

SK매직은 건강과 편리, 친환경을 주요 가치로 삼고 음식물처리기, 제습기 등 신규 제품을 선보이고 있다. 에어컨과 주방 후드, 욕실 케어 서비스 등 토탈 홈케어 시장을 공략, 고객이 머무는 생활 공간을 종합적으로 관리하는 생활구독 서비스 시장을 주도하고 있다. 37년 주방가전 노하우를 바탕으로 정수기를 비롯해 식기세척기, 전기오븐, 인덕션 등 주력 제품에도 꾸준히 힘을 쏟고 있다.

SK매직은 1993년 식기세척기 사업을 시작하며 한국형 식기세척기 개발을 선도했다. SK매직이 2021년 출시한 14인용 제품 '트리플케어 식기세척기 와이드'는 국내 최대 용량으로 시장의 흐름을 주도하는 제품이다. 이 제품은 세계 최대 IT·가전 전시회 'CES 2021'에서 CES 혁신상을 수상했다. 세척은 물론 건조와 보관 등 여러 편의 기능을 제공해 인기를 끌었다.

SK매직이 지난해 출시한 '보더리스 인덕션 라이트'는 CES 혁신상을 수상했던 프리미엄 모델 '보더리스 인덕션'의 핵심 기능을 담은 제품으로 출시 되자마자 선풍적인 인기를 얻으며 스테디셀러로 자리잡고 있다. 국내 최고 수준인 3400W 고화력으로 사용할 수 있다. 초고화력을 지원하는 '파워부스트'와 화구 간 경계 없이 대용량 조리기구를 사용할 수 있는 '수퍼 플랙스 존' 등 다양한 편의 기능도 제공한다.

SK매직의 '올인원 광파 오븐'도 소비자의 사랑을 꾸준히 받는 제품이다. 전자레인지와 오븐, 에어프라이어 기능까지 가능한 멀티 복합 오븐으로 간편식과 토스트부터 치즈 스파게티, 바비큐 립, 새우튀김 등 오븐 요리까지 총 80가지 이상의 메뉴를 누구나 쉽고 간편하게 요리할 수 있다. 노유정 기자

정품만 판매하는 매장 오픈 … 합리적 가격에 제공

엔진오일 부문 SK ZIC

SK엔무브의 지크(ZIC)가 '2023년 한국 산업의 브랜드파워(K-BPI)' 엔진오일 부문에서 1위로 선정됐다. SK엔무브는 전 세계 50여개국 200여 기업에 윤활기유 및 완제품을 수출하는 SK그룹 계열사다. 1995년 'ZIC A'를 출시하며 국내 고급 합성유 시장을 개척했다.

SK엔무브는 2001년 프리미엄 엔진오일 'ZIC XQ'를 출시하며 '소리가 좋은 엔진오일'이라는 브랜드를 공고히 했다. '차값을 생각하면 ZIC XQ' 라는 광고 캠페인을 진행하며 국내 합성유 시장의 규모를 키웠고 ZIC 브랜드를 차별화했다. 2015년에는 전면적인 브랜드 리뉴얼을 단행했다. 'ZIC는 저급 베이스오일을 쓰지 않는다'는 캠페인을 통해 고객에게 차별화된 경험과 가치도 제공했다.

지속적으로 신제품을 출시하며 국내 윤활유 시장을 선도해온 ZIC는 올 들어 정품만 판매하는 브랜드 매장을 열었다. 소비자와의 접점을 확대하기 위해서다. 브랜드 매장 전용 제품들은 일반 유통시장에서 구입할 수 있는 엔진오일 대비 좋은 품질의 제품을 합리적인 가격으로 판매한다. 소비자가 직접 선택하여 구매할 수 있는 것이 가장 큰 장점이다.

SK엔무브 관계자는 "과거 합성유 시장과 프리미엄 엔진오일 시장을 선도했던 ZIC는 엔진오일 시장을 소비자가 제품을 구매하는 과정에서 시간과 노력을 들이는 '고관여 시장'으로 변화시키는 트렌드 세터 역할을 강화할 것"이라고 말했다.

ZIC는 명문 축구단 FC 바르셀로나와의 스폰서십을 통해 글로벌 브랜드 인지도도 끌어올리고 있다. 국내뿐만 아니라 글로벌 시장에서 최고급 윤활유 브랜드로 인정받고 있다. ZIC는 또한 해외의 유력 완성차 업체들과 다수의 글로벌 전기차 회사들에 오일 제품을 공급하며 우수한 품질을 인정받고 있다. 노유정 기자

'전주 비빔라이스'버거 등 신제품으로 K-버거 열풍

패스트푸드점 부문 롯데리아

롯데GRS의 패스트푸드 프랜차이즈인 롯데리아는 신메뉴 '전주 비빔라이스버거'를 기간 한정 제품으로 내놓으면서 'K-버거' 바람을 일으키고 있다. 지난해에 이어 올해에도 신메뉴 개발 강점을 살려 브랜드 입지를 공고히 하기로 했다.

전주 비빔라이스버거는 롯데리아가 지난달 7일 선보인 올해의 첫 신메뉴다. '한국인은 밥심'이라는 콘셉트에 맞춰 3개월 한정 판매 제품으로 기획했다. 이 버거는 출시 이후 두 달도 안 돼 100만개 이상의 판매고를 기록했다. 버거 속을 위아래로 덮는 재료인 '라이스 번'의 총생산량 150만개 중 67%가량이 이미 소진됐다. 일부 매장에선 재고량 소진으로 품절 사태가 발생하기도 했다.

신제품 소개 이벤트도 성황리에 끝났다. 롯데리아는 지난달 17일부터 19일까지 3일간 서울 영등포구 타임스퀘어 광장에 팝업 이벤트 시설을 설치하고 전주 비빔라이스버거를 홍보했다. 이 행사에선 고객 약 1만명이 직·간접적으로 전주 비빔라이스버거와 관련된 이벤트를 체험했다. 타임스퀘어 지하 2층에 입점한 롯데리아 타임스퀘어 B2점은 해당 이벤트가 열린 주에 매출과 고객 수가 전주 대비 각각 15%, 10% 늘었다.

전주 비빔라이스버거의 인기는 다른 통계로도 확인된다. 롯데리아는 쌀로 버거 번을 만든 제품 속성에 맞춰 오전 11시부터 오후 2시까지 점심 식사 시간대에 '든든 점심' 프로모션으로도 전주 비빔라이스버거를 내놓고 있다. 이 프로모션에 포함된 메뉴 9종 중 전주 비빔라이스버거는 점심 시간대 판매량 1위를 기록했다.

롯데GRS 관계자는 "지난해엔 롯데리아의 베스트셀러 메뉴인 '불고기'를 모티브로 한 불고기 제품군을 강화해 국내 토종 프랜차이즈로써 한국인의 입맛에 맞는 메뉴를 선보이면서 긍정적인 고객 반응을 끌어냈다"며 "올해에도 타사보다 독창적인 신메뉴 개발 역량을 앞세워 'K-푸드' 제품군을 확장하겠다"고 말했다. 이주현 기자

공기청정·환기 두 토끼 잡은 '나비엔 청정환기시스템'

청정환기시스템 부문 NAVIEN

경동나비엔은 2006년 환기 시장에 처음 진출한 뒤 2019년 '나비엔 청정환기시스템'을 선보이면서 쾌적한 실내 공기 질 관리에 앞장서고 있다. 최근엔 청정환기에 냉방과 제습 기능을 합친 제품도 선보였다.

나비엔 청정환기시스템은 공기청정과 환기 기능을 동시에 구현한 제품이다. 대부분의 일반 공기청정기는 미세먼지 등 입자형 유해물질을 제거할 수 있지만 폼알데하이드, 라돈, 휘발성 유기화합물 등의 가스형 유해물질은 환기를 통해서가 아니면 제거하기 어렵다. 나비엔 청정환기시스템은 UV-LED를 탑재한 청정 필터시스템으로 공기 청정과 환기 기능을 겸비했다. 초미세먼지, 세균, 바이러스뿐 아니라 가스형 유해물질도 제거 가능하다는 게 회사측의 설명이다.

나비엔 청정환기시스템은 창문을 열지 않고도 환기가 될 수 있도록 했을 뿐 아니라 전열교환기를 통해 밖으로 버려지는 열을 재활용한다. 이를 통해 동절기에 최대 66.8%, 하절기엔 최대 24.2%의 냉·난방 에너지를 절감할 수 있다. '에어 모니터' 기능을 통해 실시간 공기 질 확인도 가능하다. 이를 통해 확인된 공기 질은 청정환기시스템 제어에도 반영된다.

경동나비엔은 2021년 요리 과정에서 발생하는 초미세먼지와 유해물질을 집중 관리하는 '키친플러스'도 출시했다. 3D 에어 후드와 청정 환기시스템이 연동되도록 해 집안 전체의 공기질을 통합 관리할 수 있도록 했다. 경동나비엔이 서울대, 서울시립대, 미국 펜실베이니아 주립대와 함께 진행한 연구에 따르면 일반 환기장치와 레인지후드를 작동시켰을 때보다 키친플러스를 사용했을 때 실내 초미세먼지가 빠르게 감소하는 효과가 확인됐다.

지난해 10월엔 실내 상업시설용 대용량 제품인 '중대형 청정환기시스템'을 선보였다. 제품이 실내 공간을 따로 차지하지 않도록 해 고객들의 공간 활용도를 높였다. 동절기엔 최대 66.8% 에너지 절감 효과를 내 난방비 절감과 환경 보호에도 효과적이다.

경동나비엔 관계자는 "청정환기는 물론 냉방과 제습을 동시 구현하는 제품인 '콘덴싱 에어컨 하이브리드'도 최근 선보였다"며 "지속적인 연구개발로 청정환기 시장을 선도하겠다"고 말했다. 이주현 기자

중증 희귀난치질환 치료·공공의료정책 선도적 역할

종합병원 부문 서울대 병원

서울대병원은 국가중앙병원으로서 지난 100여년간 국내 의료업계 발전을 이끌었다. 1885년 설립된 서양식 국립병원인 제중원을 계승해 1946년 국립 서울대 의대 부속병원, 1978년 특수법인 서울대병원을 거쳐 오늘날에 이르렀다.

서울대병원은 국내 공공의료 발전에도 기여하고 있다. 1985년 어린이병원을 개원한 뒤 1987년 서울시 보라매병원을 위탁 운영하기 시작했다. 2003년엔 분당서울대병원과 건강검진에 특화된 헬스케어시스템 강남센터를 개원했다. 2011년 최첨단 암병원의 문을 열고 2019년엔 최첨단 외래진료 시스템과 환자 중심의 진료 서비스가 도입된 대한외래를 개원하기도 했다. 현재는 중증 희귀난치질환 치료과 공공의료정책에 역점을 두는 4차병원으로서의 위상을 강화하고 있다.

중증 희귀난치질환 치료를 위한 노력은 특히 주목할 만하다. 서울대병원은 중환자의학과와 임상유전체의학과를 신설했을 뿐 아니라 국내 최초의 독립형 어린이 단기돌봄의료시설인 '서울대병원 넥슨어린이통합케어센터' 건립을 추진하고 있다.

지속 가능한 연구 경쟁력을 확보하고자 융합의학기술원을 개원하고 정밀의료 지식은행 도입을 추진하는 등 진단과 치료가 임상과 연구의 선순환으로 이어지는 미래의료 체계도 구축하고 있다.

공공의료부문에선 풍부한 위탁운영 경험과 공공보건의료 역량을 적극 확대하고 있다. 서울대병원은 지역 의료 공백을 줄이기 위해 공공임상교수제를 도입하고 지방의료원과의 협력을 강화했다. 소아암·희귀질환 지원사업 등 공공성 강화를 위한 노력도 계속하고 있다. 아울러 최첨단 미래병원에 대한 청사진을 제시하기 위해 배곧서울대병원과 부산기장암센터의 건립, 국립소방병원의 개원도 추진하고 있다.

서울대병원 관계자는 "셰이크칼리파 전문병원(SKSH)의 성공적인 운영을 통해 한국 의료의 우수성을 세계에 널리 알리는 데에도 힘쓰겠다"고 말했다.

이주현 기자

'홍삼정 에브리타임' 등 20~30대 고객층에 인기

건강식품 부문 정관장

KGC인삼공사는 대표 홍삼 브랜드인 '정관장'을 중심으로 국내 홍삼시장을 선도하고 있다. 1899년 인삼과 홍삼 제조의 관리를 위해 설치된 궁내부 삼정과를 계승한 이후 120여년간 성장하면서 여성건강 전문브랜드 '화애락', 프리미엄 녹용브랜드 '천녹', 자연건강식품 브랜드 '굿베이스', 스마트헬스 솔루션 브랜드 '알파프로젝트', 프리미엄 화장품 브랜드 '동인비' 등으로 사업 영역을 확장해왔다.

KGC인삼공사는 120년 이상 쌓아올린 제조 노하우와 제품 안전을 최우선하는 '품질제일주의'를 내세우고 있다. 정관장은 국내산 6년근 인삼을 고집한다. 씨앗을 심기 전 토양을 선정하는 단계부터 수확까지 모든 과정을 직접 관리하는 100% 계약 재배 방식으로 6년근 수삼을 수확한다. 토양 관리에 2년, 인삼 재배에 6년 등 최종 제품이 나오는 8년 동안 430여 항목의 안전성 검사를 일곱 차례 실시한다.

제품 생산과 개발에도 신경 쓰고 있다. 호주, 일본 등에서 GMP 인증을 통과한 첨단 제조시설에서 자연 유래 원료를 인체에 무해한 형태로 가공해 제품을 생산한다. 130여명의 전문인력은 인삼 효능, 재배 기술, 토양 연구, 신소재·신제품 개발 등의 연구를 수행한다. 이 결과 △혈행 개선 △기억력 개선 △항산화 등 3가지의 기능성을 식품의약품안전처에서 공식 인정받기도 했다.

KGC인삼공사는 휴대와 섭취가 간편한 '홍삼정에브리타임'과 앰플형 건강 음료인 '정관장 활기력' 제품 등으로 20·30대 고객층에서 호응을 이끌어내기도 했다. 특히 정관장 활기력은 간편함과 재미를 중시하는 'MZ세대'에서 건강 선물 아이템으로 떠오르며 지난 3년간 연평균 25%의 매출 증가율을 기록했다.

KGC인삼공사는 최근 자몽허니맛인 '활기력 JOY'를 선보인 데 이어 홍삼과 비타민을 한번에 섭취할 수 있는 이중제형인 '활기력 부스터' 등을 내놓기도 했다.

KGC인삼공사는 고객수 720만명을 돌파한 '정관장 멤버스'를 바탕으로 앞으로도 소비자의 요구에 맞춘 다양한 신제품을 선보일 예정이다. 이주현 기자

'국민식품' 동원참치 … 출시 후 40년째 판매 1위

참치캔 부문 동원참치

동원참치는 1982년 11월 국내에 처음 출시된 이후 40여년 동안 줄곧 판매량 1위 자리를 지켜왔다. 단일제품으로 매년 5000억원 이상의 매출을 기록해왔다. '국민 식품'이란 별칭이 붙는 이유다.

동원그룹의 창업주 김재철 명예회장은 '국민에게 양질의 단백질을 공급하겠다'는 일념으로 1982년 '동원참치'를 개발했다. 동원참치는 1980년대 값비싼 고급식품에서 1990년대 가미 참치를 통한 편의식품으로, 2000년대 들어서는 건강성을 강조한 건강식품으로 사랑 받으며 40년 동안 줄곧 국내 참치캔 시장 1위 자리를 지켜왔다.

동원참치는 한 해에 2억캔 이상 팔린다. 2014년 업계 최초로 총 누적 판매량이 50억캔을 넘겼다. 지난해까지 총판매량은 70억캔에 달한다. 우리나라 국민 약 5100만명이 1인당 약 137캔을 섭취해야 가능한 수치다. 지금껏 판매된 참치캔을 일렬로 늘어놓으면 지구를 약 14바퀴(약 55만km) 돌 수 있다.

동원F&B는 다양한 캐릭터 마케팅을 펼쳤다. 미니언즈, 뽀로로, 펭수 등 유명 캐릭터와 협업해 기획 제품을 냈다. 자체 캐릭터 '다랑이'를 개발하기도 했다. 광고도 독특하다는 평가를 받는다. MZ세대(밀레니얼+Z세대)를 겨냥한 광고 콘셉트가 온라인에서 인기를 끌었다. 미니언즈, 뽀로로, 펭수 등 각종 캐릭터를 활용해 쉬운 멜로디를 접목한 광고로 주목받았다. 2019년 아시아·태평양 유튜브 광고 리더보드에서 3위에 선정되기도 했다.

기존 고객층에 MZ세대가 새로 유입되며 동원참치는 기존 70%를 웃돌던 국내 참치캔 시장 점유율을 지난해 80% 이상으로 끌어올렸다. 오현우 기자

차별화된 자산관리 서비스, 클럽 딜 투자 기회 제공

프라이빗뱅킹 부문 신한 PWM

신한PWM은 신한금융그룹의 전문가들이 한데 모여 고객에게 자산관리 솔루션을 제공하는 금융복합점포로 2011년 시작됐다.

고액 자산가를 관리하는 PWM센터, 초부유층 기업가를 대상으로 PB(프라이빗뱅킹)와 IB(기업금융)를 결합한 자문을 제공하는 PIB센터, 초고액자산가가 이용할 수 있는 패밀리오피스센터 등으로 나뉜다.

현재 패밀리오피스센터 3개, PIB센터 1개와 22개의 PWM센터 등 총 26개의 신한PWM 채널을 운영하고 있다. 2022년 처음 선보인 신한PWM 패밀리오피스는 금융자산 100억원 이상의 고액 자산가를 대상으로 금융 파트너 서비스를 제공하고 있다. 투자 컨설팅 등 단순 자산관리 형태에서 넘어 생애주기별 1대1 자산 관리를 전담한다. 기관투자자들만의 영역이었던 클럽 딜(공동투자) 투자 기회를 제공하는 것이 특징이다.

신한PWM 패밀리오피스의 고객은 VVIP 전문 컨시어지 서비스를 통해 골프나 레스토랑 등 사소한 예약부터 투자 세미나 참여, 공익활동 자문 등 멤버십 서비스를 이용할 수 있다. 투자 컨설팅 등 단순한 자산관리 형태에서 벗어났다는 평가다.

또한 뉴리치 고객시장을 선정하고 차별화된 서비스 제공을 위해 'YOUNG PB'를 선발했다. 'YOUNG PB'는 세대간 가문관리를 위해 PB 팀장을 조기육성하는 자산관리 전문가 과정이다.

신한PWM은 개별고객 맞춤 포트폴리오 제안을 위해 신한금융그룹의 네트워크를 활용해 PWM 전용 상품을 지속해서 발굴하고 있다. 세무, 부동산 투자, 유언·상속 법률 자문 서비스, 기업 승계 컨설팅, 자금조달 컨설팅 등 다양한 분야의 전문가 서비스를 제공하고 있다. 오현우 기자

캐주얼 '캠퍼스메이트 백팩' 중·고·대학생까지 인기

종합문구 부문 모닝글로리

종합 디자인 문구 기업 모닝글로리는 지제, 사무용품, 필기용품, 팬시용품 등 20여 군, 3000여 종류의 제품을 생산하고 있다. '디자인으로 승부를 건다'는 디자인 제일주의 경영 방침을 바탕으로 남다른 디자인 및 품질을 앞세워 국내 문구 업계를 선도하고 있다는 평가를 받는다.

모닝글로리는 소비자가 친근감을 느낄 수 있도록 회사의 이름과 브랜드명을 통일했다. 3000여 종류의 제품에 통합 브랜드 이미지를 구축하기 위해서다. 모든 제품과 영업 차량, 국내외 모든 매장의 간판에 이르기까지 동일한 CI(기업 이미지)를 적용했다.

모닝글로리는 문구 제품과 시너지 효과를 낼 수 있는 다양한 제품으로 제품군 다각화에 나섰다. 캐주얼 가방 '캠퍼스메이트 백팩'을 2021년 출시한 게 대표적이다. 중고생부터 대학생까지 편안하게 착용할 수 있는 가방으로, 고급 버전인 '캠퍼스메이트 어센틱 백팩'도 연이어 출시했다. 또한 디자인에 주력하면서 제품군 확장으로 이어질 수 있었다는 평가다.

모닝글로리는 최초로 문구 전문 디자이너를 채용해 노트에 디자인 개념을 적용했다. 1996년에 설립된 디자인 연구소를 중심으로 디자인 역량과 품질 관리 역량을 강화했다. 디자이너가 자신이 기획한 상품에 대해 시장조사부터 완제품 출시에 이르는 모든 과정을 책임지는 '1인 전담 시스템'도 운영하고 있다. 디자이너의 기획 의도가 생산 과정에 반영되는 것이다.

MZ세대(밀레니얼+Z세대)를 겨냥한 마케팅도 꾸준히 펼쳐왔다. 2021년에 모닝글로리 일러스트레이션 페어 등 디자인 페스티벌을 개최했다. 태블릿 PC에 사용할 수 있는 디지털 문구류도 계속 선보이는 중이다. 필기 앱에서 사용할 수 있는 디지털 노트 제품이 대표적이다. 오현우 기자

클라우드 프린팅 솔루션 도입 … 종이·전력 사용 절감

사무용복합기 부문 신도리코

신도리코는 광범위한 네트워크 구축과 지속적인 임직원 교육에 힘써왔다. 12개의 전국서비스센터와 80여개의 서비스 우수점, 120여개의 서비스 전문점, 400여개의 서비스 지정점으로 구성된 네트워크를 구축해 전국 어디서든 신속하게 편안한 오피스 환경을 경험할 수 있도록 하였다.

신도리코는 올해 클라우드 프린팅 솔루션 개선에도 주력했다. 한국은행 본점 및 전국 16개 지역 본부에 클라우드 프린팅 솔루션을 새로 도입했다. 업무 효율성을 향상하고 기존보다 넓고 쾌적한 친환경 사무환경을 조성하기 위해서다. 종이 사용과 전력 소모를 줄이려는 목적도 있다.

한국은행에서 연간 발생하는 종이 문서 20%, 전력 사용량의 25%를 절감할 계획이다. 솔루션 도입으로 부서 혹은 자리 이동이 있더라도 업무 연속성을 보장할 수 있는 통합 드라이버가 적용된다.

보안성도 향상됐다. 보안 워터마크, 보안 구역 출력 통제, 망 연계 보안 출력 환경 등 정보보안을 완비한 다양한 사무환경 조성이 가능해진다.

또한 전국 검찰에 공급하는 형사기록물 개인정보보호조치를 위한 복합기 기반의 개인정보 마스킹 처리 시스템은 정보보안 및 업무 효율성 제고 측면에서 탁월한 성과를 달성했다.

2016년부터 4차례에 걸쳐 신규 기능을 확장해왔으며 모든 업무 과정에서 암호화 처리를 해준다.

종이 문서의 출력 및 스캔은 복합 시스템에 연동돼 편의성을 유지했다. 신속성과 보안성을 동시에 확보했다는 평가다.

신도리코는 그간 기반이 되어왔던 사무기기 경쟁력을 바탕으로, 디지털 전환을 선도하는 오피스 솔루션 기업으로 도약하겠다는 포부를 밝혔다. 대내외적인 환경 변화에 흔들리지 않고 고객 중심 가치를 달성하고자 하는 프로 정신으로 무장해 한 단계 더 성장한 'All New Sindoh'를 실현할 계획이다.

오현우 기자

엄선된 정보 제공 … 구직자 최다 이용 채용 플랫폼

아르바이트전문포털 부문 알바몬

알바몬이 '2023년 한국 산업의 브랜드파워(K-BPI)' 아르바이트전문포털 부문에서 1위에 올랐다.

알바몬은 국내에서 가장 많은 구직자가 이용하는 아르바이트 채용 플랫폼이다. 올해 초 아이지에이웍스가 데이터 분석 솔루션 모바일 인덱스를 통해 추산한 '구인·구직 앱 업종 분석' 리포트에 따르면 알바몬의 월간 사용자 수는 220만명 규모로 타 플랫폼보다 약 15% 가량 많았다.

알바몬의 인기는 Z세대(1990년대 중반~2000년대 초반 출생)의 현실에 공감하고 성장 가능성을 응원하는 일관된 브랜드 메시지 때문이라는 평가가 나온다. 대표적인 예가 알바몬이 지난해 공개한 광고 영상이다. Z세대에게 아르바이트는 돈을 벌기 위한 수단일 뿐만 아니라 자신의 성장 잠재력과 가능성을 찾기 위한 활동이라는 메시지를 담고 있다. 이 영상은 조회 수 800만 건을 돌파했다.

또 알바몬은 업종별, 지역별, 시기별 등 구직자들이 원하는 맞춤형 채용 정보를 제공한다는 평가를 받는다. '동영상 이력서', '알바 브이로그', '알바몬 TV' 등 구직자의 성향과 니즈에 맞춘 다양한 서비스도 제공해 이들의 호응을 얻었다. 구직자와 구인 기업이 쉽게 정보를 찾고 이용하기 수월하도록 이용자 환경(UI)을 지속적으로 개선하고 있다.

엄선된 아르바이트 정보를 제공해 구직자 보호에도 앞장서고 있다. 알바몬은 3월부터 구직자 보호 일환으로 구인기업의 사업자 정보 확인을 강화했다. 사업자가 잡코리아와 알바몬에 채용 공고를 내려면 사업자등록증 등 신원 및 정보를 확인할 수 있는 서류를 제출해야 한다. 근로계약서 작성 등을 약속한 공고만 별도로 모은 '안심알바' 채용관도 운영 중이다.

안심알바 채용관에서는 근로계약서 작성과 4대 보험의 적용을 약속하고 기업인증이 완료된 장소만 등록돼 안심하고 일할 수 있는 기업의 구인 공고만을 골라 살펴볼 수 있다.

노무에 대한 정보가 부족해 발생하는 피해를 막기 위해 교육 프로그램도 운영 중이다. 지난 12월에는 예비 대학생들을 대상으로 근로자의 권리와 노무 상식을 알려주는 '리스펙트 클래스'를 진행했다. 박주연 기자

'신한 동행 프로젝트'로 취약층 지원 등 사회적 책임

금융지주(그룹) 부문 신한금융그룹

신한금융그룹이 2023년 한국 산업의 브랜드파워(K-BPI)' 금융지주(그룹) 부문에서 1위 자리에 올랐다.

41년 전 설립된 신한금융그룹은 현재는 "금융으로 세상을 이롭게 한다'는 미션을 실천하고 공감과 상생의 금융 생태계를 만들기 위해 노력하고 있다. 특히 2021년 신한금융지주 창립 20주년을 맞아발표한 그룹의 ESG(환경·사회·지배구조) 슬로건인 "Do the Right thing for a Wonderful World(멋진 세상을 위해 바른 일을 하자)"를 바탕으로 고객, 직원, 주주, 사회 등 모든 이해관계자에게 선한 영향력을 전파하기 위해 노력하고 있다.

지난해 9월에는 사회적 책임을 다하고 금융을 통한 선한 영향력을 전하겠다는 의지를 담아 '신한 동행(同行, 同幸) Project'를 발표했다. 동행 프로젝트는 경제적으로 어려움을 겪고 있는 취약계층을 지원함으로써 고객과 사회와 함께하겠다 의미와 실질적인 지원을 통해 고객과 함께 행복하자는 의미를 담았다.

신한금융그룹은 동행 프로젝트를 통해 ▲Recovery : 소상공인 및 중소기업 재기 지원 ▲Residence : 서민 주거 및 생활안정 지원 ▲Re:Start-Up : 창업/일자리 지원, 청년도약 지원 ▲Responsibility : 사회적 책임 수행 등 4대 핵심영역에서 12개 핵심 과제를 선정하고 총 33.3조원의 직·간접 금융지원을 5년간 실시하기로 했다.

신한금융그룹은 동행 프로젝트의 성공적인 추진을 위해 이를 그룹사 최고경영자(CEO) 및 그룹사의 전략과제로 삼고 그룹경영 회의를 통해 실질적인 점검을 해나가며 실행력을 높이고 있다.

신한금융그룹은 고객과의 접점을 강화하며 경쟁력을 높이기 위해 비(非)금융도 동시에 추진하고 있다. 계열사 앱의 금융 소비자 편의성을 향상하는 동시에 신한은행의 배달 앱 '땡겨요' 등을 통해 영역을 빠르게 넓히고 있다.

또 신한은행, 신한카드 등 소비자 금융 생활 전반에 도움이 되는 다양한 마이데이터 서비스를 제공하고 있다.

2022년 12월 기준 그룹 금융 플랫폼 월활성이용자수(MAU)는 전년 동월 대비 341만 명이 증가한 1866만 명이다. 비금융 플랫폼 MAU는 전년 같은 달을 기준으로 173만 명 증가한 362만 명을 기록했다. 박주연 기자

AI 큐레이션이 채널 추천 … 온가족 즐기는 거실TV

IPTV 부문 지니 TV

KT 인터넷TV(IPTV) 서비스 '지니 TV'가 '2023년 한국 산업의 브랜드파워(K-BPI)' IPTV 부문에서 14년 연속 1위를 차지했다.

900만 명 이상 가입자를 보유하고 있는 지니 TV는 작년 10월 서비스명을 기존 '올레tv'에서 지니 TV로 바꾸고, 온 가족을 위한 TV 화면 서비스인 '미디어 포털'로 전면 개편해 다양한 기능을 추가했다. 모든 콘텐츠를 한 플랫폼에서 제공하는 새로운 사용자 환경(UI)을 조성했다.

먼저 지니 TV는 미디어 포털에 '인공지능(AI) 큐레이션' 기능을 탑재해 고객이 원하는 콘텐츠에 쉽고 빠르게 접근하도록 했다. AI 큐레이션은 요일과 시간대별 시청 이력을 분석해 특정 요일과 시간에 자주 보는 채널을 추천한다. 온라인동영상서비스(OTT)를 주로 보는 가정에는 OTT 서비스 전용관을 첫 화면으로 실시간 방송을 주로 보는 가정에는 LIVE 채널 전용관을 가장 앞에 배치한다.

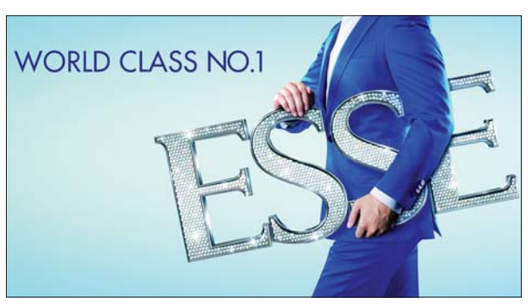
음성 검색 기능도 추가했다. 음성으로 키워드를 검색하면 소장용 비디오(VOD)부터 채널, 앱, 음악, OTT, 유튜브까지 한 번에 찾는 '통합 검색' 기능을 제공한다. 예컨대 "지니야 어벤져스 찾아줘"라고 말하면 소장용 VOD부터 현재 방송 중인 채널, 디즈니+의 OTT 스트리밍 콘텐츠, 유튜브에 있는 어벤져스 해설 영상까지 한 번에 찾아준다.

아이를 위한 풍부한 콘텐츠도 제공한다. 만 0세부터 9세의 미취학 아동과 초등학교 저학년 어린이를 위한 '지니 TV 키즈랜드'는 과거 '바보상자'로 여겨졌던 TV를 똑똑한 '육아 도우미'로 탈바꿈시켰다는 평가를 받는다. 오은영 박사와 함께 제작한 '감정 표현 동화' 및 육아 상담 콘텐츠 등 자체 제작 오리지널 콘텐츠를 무료로 제공한다.

김훈배 KT 미디어플랫폼사업 본부장(전무)은 "900만 가구가 넘는 고객님들의 사랑과 관심 덕분에 14년 연속 K-BPI 1위를 달성할 수 있었다"며 "앞으로도 KT는 온 가족이 함께 즐기는 거실 TV가 될 수 있도록 IPTV 1위 사업자를 넘어 새로운 TV 경험을 제공하는 플랫폼으로 지속 혁신해 나가겠다"고 말했다. 박주연 기자

냄새 저감 캡슐 적용 … 20~40대까지 폭넓은 선호

담배 부문 ESSE



KT&G의 대표 브랜드인 ESSE(에쎄)는 1996년 11월 1일에 출시돼 국내 담배 시장에서 부동의 1위를 지켜왔다. 지난해 기준으로 국내 담배 시장의 약 29.8%, 국내 초슬림 담배 시장의 약 81%를 점유하고 있다. 인도네시아, 러시아, 중동 등 전 세계 70여 개국에 수출한다. 특히 초슬림(Superslim) 담배 카테고리에서는 세계 판매 1위를 기록하고 있다.

에쎄 인기의 주요 배경은 체계적인 브랜드 관리 시스템 구축과 소비자 니즈에 맞는 브랜드 확장이라는 평가가 나온다. 1996년 출시 당시 에쎄의 목표 고객은 20~30대 전문직 종사자들이었다. 시장 점유율도 1% 수준에 머물러 있었다. 그러나 당초 예상과는 달리 세련된 멋과 감성을 중시하는 40대 남성 흡연자들의 호평을 얻으며 성장의 계기를 마련했다.

KT&G는 2001년 브랜드 관리 시스템을 구축했다. 우선 에쎄 주요 목표 고객을 20~30대 전문직 종사자들에서 안정적인 지위를 가진 35~45세 남성들로 새롭게 정의하고 정밀한 브랜드 진단을 통해 제품을 개선했다. 2001년 시장 점유율을 11%까지 끌어올렸다.

2002년부터는 브랜드 확장에 무게를 두기 시작했다. 2013년 세계 최초로 초슬림 제품에 캡슐을 적용한 브랜드인 '에쎄 체인지'를 출시해 기존 40대 위주의 고객층을 20~30대까지 확대했다. 2013년 6월 '에쎄 체인지 1mg'가 출시된 이후 '에쎄 체인지 4mg', '에쎄 체인지 W', '에쎄 체인지 UP'까지 지속적으로 확장 브랜드를 출시했다. 2019년에는 흡연자들의 담배 냄새 감소에 대한 니즈를 반영해 냄새 저감 캡슐을 적용한 '에쎄 체인지 히말라야'를, 2020년에는 '에쎄 체인지 프로즌'을 출시하며 담배 시장의 패러다임을 변화시켰다.

2001년 중동과 러시아에 처음 수출한 에쎄는 해외시장 개척 10년 만에 연간 약 300억 개비 이상으로 팔리는 제품이 됐다. 2022년까지 해외에서만 누적 3588억 개비 이상이 판매됐다. 기존 수출지역인 인도네시아, 러시아, 중동 이외에 중남미, 아프리카 등으로 판매처를 확대해나가고 있다. 박주연 기자

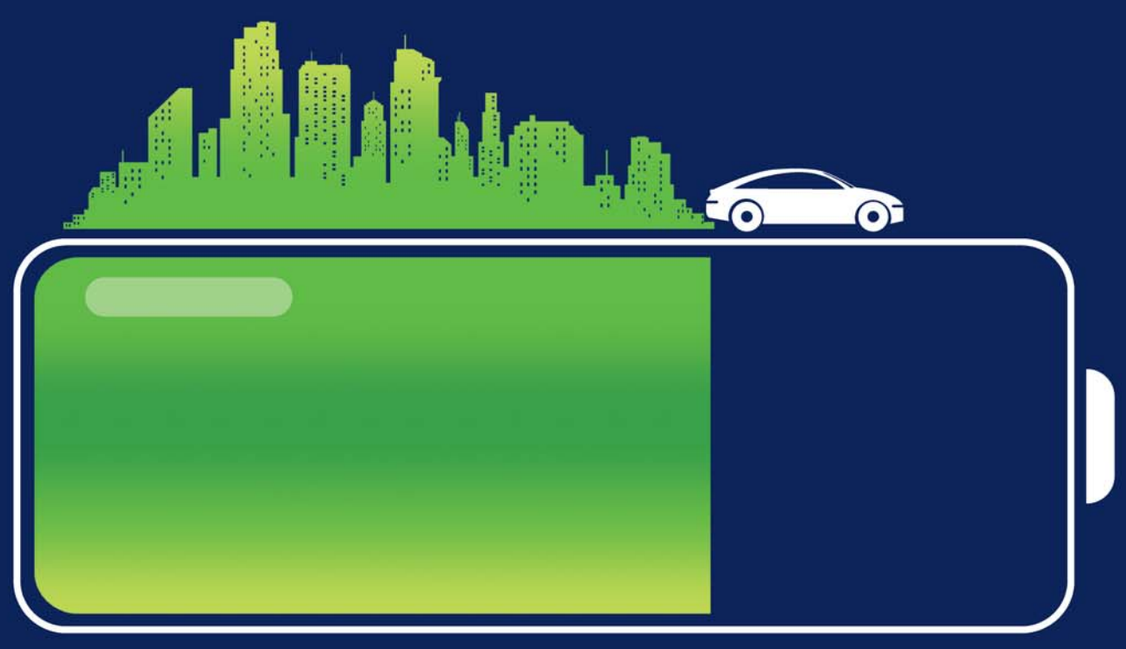
World EXPO 2030 | 2030 부산세계박람회 유치를 신한금융그룹이 응원합니다
BUSAN, KOREA

Shinhan

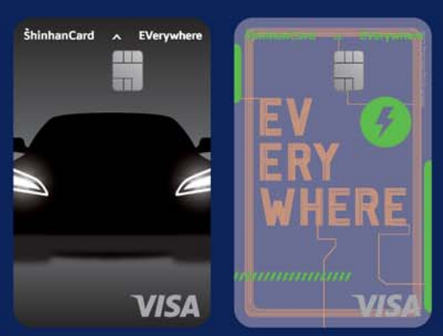
EVerywhere,
당신이 가는 길 충전 혜택받길

전기차를 타는 당신이라면
충전요금 최대 40% 캐시백

신한카드 EVerywhere로
더 넓어진 혜택을 만나보세요



Charging



신한카드 EVerywhere

전기차 충전 서비스 ·전기차 충전요금의 최대 40% 캐시백 혜택
다양한 생활 서비스 ·디지털 구독 20% 캐시백 혜택 / 이동통신, 편의점, 커피전문점 등 5% 캐시백 혜택
주차 서비스 ·주차앱 5천원 이상 결제 시, 5천원 캐시백 (월 2회 한도)

* 전월실적 및 혜택제공 한도 등 카드이용조건에 관한 상세사항은 신한카드 홈페이지 참조

·연회비 국내(Local) 19,000원, 해외(Visa) 22,000원 ·계약 체결 전, 카드 상품 이용조건 등에 관한 상세사항은 상품설명서,약관 및 홈페이지를 참조 바랍니다. ·금융소비자는 금융소비자보호법 제19조 제1항에 따라 해당 금융상품 또는 서비스에 대하여 설명 받을 권리가 있습니다.**※ 연체이자율 : 회원별, 이용상품별 약정금리+최대 연 3%, 법정 최고금리(연 20%)이내에서 적용. 단, 연체 발생 시점에 약정금리가 없는 경우 아래와 같이 적용함· 일시불 거래 연체 시: 거래발생 시점의 최소기간(2개월) 유이자 할부 금리 · 무이자 할부 거래 연체 시: 거래 발생 시점의 동일한 할부 계약기간의 유이자 할부 금리** · 신용카드 발급이 부적정한 경우(개인신용평점 낮음, 연체(단기 포함) 사유 발생 등), 카드발급이 제한될 수 있습니다. · 카드 이용대금과 이에 수반되는 모든 수수료는 고객님께서 지정하신 결제일에 상환하여야 합니다. **※ 상환능력에 비해 신용카드 사용액이 과도할 경우, 귀하의 개인신용평점이 하락할 수 있습니다.※ 개인신용평점 하락 시 금융거래와 관련된 불이익이 발생할 수 있습니다. ※ 일정기간 신용카드 이용대금을 연체할 경우, 결제일이 도래하지 않은 모든 신용카드 이용대금을 변제할 의무가 발생할 수 있습니다. ※ 여신금융협회 심의필 제2022-C2b-10841호 (2022.12.09~2023.12.08)**

1Lead by 신한카드