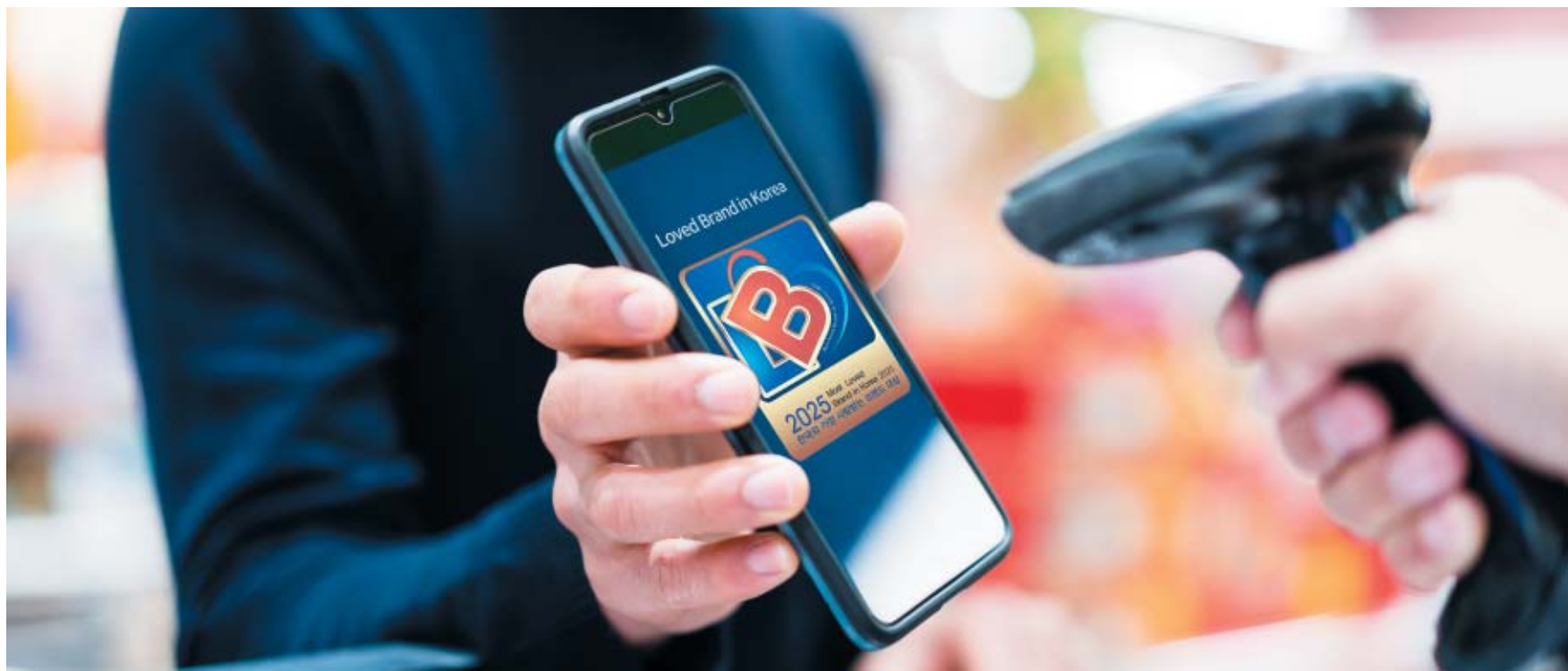


위기의 시대, 소비자가 손 잡은 36개 브랜드



그래픽= 정서희·게티이미지코리아

지난해 K뷰티(한국 화장품) 수출액은 전년 대비 21% 증가한 102억달러(약 14조2400억원)로 사상 최대치를 기록했다. K팝과 K드라마 등이 전 세계인의 마음을 사로잡으면서 화장품과 패션, 식품 등 한국 소비재에 대한 관심이 커진 결과다.

K뷰티의 부흥은 중소·중견 기업이 주축이 된 인디 브랜드들이 주도하고 있다는 분석이 나온다. 코스알엑스, 조선티너, 아누아 등 K뷰티 브랜드들은 작은 규모에서 시작했지만, 상품력과 차별화된 브랜드 콘셉트로 K뷰티 시장의 성장을 이끌고 있다.

헬스앤뷰티(H&B) 업체 올리브영에서 연 매출 100억 원이 넘는 브랜드는 2013년 2개에서 2022년 61개, 2024년 100개를 넘어섰다. 이들 인디 브랜드는 사회적 관계망 서비스(SNS) 등 온라인 채널을 통해 소비자와 활발

히 소통하며 미국, 일본, 유럽, 동남아시아까지 사세를 넓히고 있다. 불확실한 경제환경과 경기 침체 속 소비자 들은 신뢰할 수 있는 브랜드를 선호하는 경향이 짙어진 다. 즉 강력한 브랜드를 가진 조직은 위기에도 살아남지 만, 그렇지 못한 조직은 시대의 변화에 흔들리고 무너진 다는 의미다.

‘2025 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상’이 올해로 15 회를 맞았다. 조선비즈가 주최하고 조선일보, TV조선, 산 업통상지원부가 후원하는 브랜드 대상은 소비자를 대상으 로 한 설문조사와 전문가 심사를 통해 수상자를 선정했다. 올해 브랜드 대상 선정에는 많은 소비자와 전문가가 참여해 20개 분야 238개 부문에 대해 조사했다.

지난 1월 6일부터 20일까지 진행된 소비자 조사에는 대한민국에 거주하는 만 16세 이상 남녀 2만2782명이

참여했다. 조사 결과는 ‘대한민국 브랜드 사랑 지수 (KBL-I·Korea Brand Love Index)’를 산출하는 자료 로 사용했다. 700점 만점의 KBL-I는 브랜드에 대한 인 지도와 호감도, 구매 경험, 만족도, 신뢰도, 충성도를 객 관적인 수치로 보여준다.

이렇게 산출된 KBL-I에 전문가 점수 300점을 더해 선 정해 총 36개 브랜드가 ‘2025 한국의 가장 사랑받는 브 랜드 대상’으로 선정됐다.

‘2025 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상’ 심사 위원 장인 유창조 교수는 “최근 불확실한 경제환경과 경기 침 체는 기업과 소비자 모두에게 미래에 대한 불안감을 주 고 있다. 올해 대상을 받는 브랜드들은 창의적인 마케팅 활동으로 소비자들에게 즐거움과 새로운 희망을 전해주 었다”고 평가했다.

김은영 기자

제15회 2025 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상

부문	기업 기관명	브랜드	연속
전자제품전문점	롯데하이마트	롯데하이마트	15
도시락프랜차이즈	한솔	한솔도시락	14
유아식	일동후디스	후디스 프리미엄 산양유아식	14
베이커리	파리크라상	파리바게뜨	12
알로에건강기능식품	그린알로에	그린알로에	12
척추관절병원	달려라병원	달려라병원	12
기능성 배게	티엔아이	가누다	10
PB서비스	신한은행	신한Premier	8
통합모바일 금융플랫폼	신한금융그룹	신한슈퍼SOL	7
피자프랜차이즈	피자스쿨	피자스쿨	7
한돈	대전충남양돈농협	포크빌도도먹은돼지	6
맥주	하이트진로	테라	5
외식프랜차이즈(치킨)	제너시스비비큐	BBQ	4
토퍼	가누다	까르마	4
단백질 보충제	일동후디스	하이문 프로틴 밸런스	3
안과	강남서울밝은안과	강남서울밝은안과	3
화장품	그린알로에	그린알로에 알로에스테	3
숙취해소음료	그래미	여명808	2
청년 전용 통신서비스	LG유플러스	유쓰	2
친환경제품소핑몰	그린주의	그린주의	2
갈비전문점	가보정	가보정	
농특산물소핑몰	평창군농협조합공동사업법인	맑은약속평창	
레이저 뷰티 디바이스	라에디텍	퓨라셀미	
문화상품브랜드	국가유산진흥원	K-Heritage	
생활가전	케이안	다름	
AI수학관텐츠제작플랫폼	포스트매스	수학비서	
토틸인테리어	선앤엘인테리어	선퍼니처	

한국의 가장 사랑받는 도시

부문	기관명	브랜드	연속
귀농·귀촌도시	고창군	고창군	13
아이키우기 좋은도시	진주시	진주시	6
도시브랜드	경산시	My universe Gyeongsan	2
국가바이오산업 선도도시	충주시	충주시	
글로벌 문화예술도시	안성시	안성시	
농특산물 공동브랜드	괴산군	창정괴산 자연올림	
스마트안전도시	의왕시	의왕시	
청정에너지 선도도시	태백시	산소도시태백	
체류형 관광도시	강진군	강진 누구나 반갑여행	

연속, 부문順

관리해주니 편하네... 가전 라이프 평생 케어

롯데하이마트

국내 대표 가전제품 전문점 롯데하이마트가 ‘2025 한국 의 가장 사랑받는 브랜드 대상’ 전자제품전문점 부문에서 15년 연속 수상했다. 롯데하이마트는 가전 수리와 클리닝 보합 등 케어 서비스를 강화하며 소비자와의 접점을 확대 하고 있다. 이 서비스는 고객이 가전 구매 이후 필요로 하 는 다양한 서비스를 통해 ‘가전 구매 생애 밀착형 케어 서비 스’를 제공하겠다는 포부에서 2023년 시작됐다. 가전 수리 는 물론이고 소모품 정기교체, 클리닝, 전문가이사 및 설치치 를 해준다. 입주 청소와 인테리어 전문시공, 펫 돌봄 등의 서비스도 구축했다.

소비자에게 다양한 가전 경험을 제공하는 특화 MD 매장 도 강화하고 있다. 롯데하이마트 엔터식스안양점이 대표적 이다. 이곳은 대학교와 소화가 등으로 젊은 유동 인구가 많 다는 특성을 고려해 취미활동에 관한 가전기기에 집중했



다. ‘음향기존’과 ‘게임존’ 등을 구성한 이유다. 롯데하이마트 한샘광고점은 ‘빌트인 프리미엄 키친’ 특 화 매장으로 만들어졌다. 광고신도시가 배후라는 점을 감 안했다. 정보기술(IT) 가전과 모바일 대신 국내의 유명 브 랜드의 다양한 주방·생활가전으로 매장을 구성했다. 한샘 과 본격적으로 협업해, 단순한 통합 진열을 넘어서 가전과 가구, 인테리어 간에 연결성 있게 상담을 받을 수 있다.

연지연 기자

환경·상생의 도시락... 꾸준한 ESG 실천

한솔 ‘한솔도시락’

국내 대표 도시락 프랜차이즈 한솔도시락은 ‘2025 한국 의 가장 사랑받는 브랜드 대상’ 도시락 프랜차이즈 부문에 서 14년 연속 대상을 받았다.

한솔도시락은 꾸준한 ESG(환경·사회·지배구조) 활동으 로 소비자와 신뢰 관계를 구축해 온 점을 인정받아 대상을 받았다. 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상은 소비자 설문 조사와 외부 전문가 평가를 통해 최종 수상기업을 선정한 다. 신뢰도와 호감도, 인지도, 브랜드 경영, 소비자 경영 등 을 다면적으로 평가한다.

한솔도시락은 ‘양식, 배려, 정직’이라는 키워드로 다양 한 환경 보호 활동과 사회 공헌 활동을 전개하고 있다.

대표적인 환경 보호 활동은 건식 세척이 가능한 무세미를 사용하는 것이다. 이를 통해 연간 약 3만톤의 물을 절약하 고 있다. 또 업계 최초로 폐페트병을 재활용한 친환경 유니



폼을 도입하기도 했다. 사회 공헌 활동도 활발 히 전개하고 있다. 한솔 도시락은 ‘따뜻한 도시 락으로 지역사회에 공헌 한다’는 기업 이념 아래 아동 복지기관 및 장애 인 단체에 정기 후원을 진행하고 있다. 이달 5일에는 어린이날을 맞아 아동복지시설 해심원에 도시락 190 개를 후원했다. 또 4월에는 장애인 인식 개선 행사 ‘눈부신 북 지세상 그리기’에 동백도시락 1000개를 전달한 바 있다. 한솔도시락 관계자는 “창립 이후 꾸준히 이어온 ESG 경 영을 통해 소비자들과 신뢰 관계를 구축할 수 있었다”며 “보다 다양한 ESG 활동을 적극 실천하며 소비자 기대에 보 답하겠다”고 했다.

연지연 기자

모유와 비슷, 간간한 엄마의 선택

일동후디스 ‘프리미엄 산양유아식’

일동후디스의 후디스 프리미엄 산양유아식이 ‘2025 한 국의 가장 사랑받는 브랜드 대상’에서 14년 연속 유아식 부 문 대상을 받았다.

후디스 프리미엄 산양유아식은 뉴질랜드에서 키운 산양 의 신선한 원유로 직접 만든 프리미엄 유아식이다. 일동후 디스는 젖소 분유밖에 없던 2000년대 국내 분유 시장에 최 초로 프리미엄 산양분유 시대를 열었다. 2003년 출시 이래 풍부한 영양과 뛰어난 소화 흡수력으로 국내 산양분유 시 장에서 부동의 1위를 지켜오며 아이를 키우는 엄마들의 사 람을 받고 있다.

산양유는 일반 우유와 달리 모유와 동일한 유즙 분비 방 식을 갖고 있다. 또 단백질 조성이 모유와 유사해 우유 단 백에 민감한 영유아가 편안하게 섭취할 수 있다고 일동후 디스는 전했다.

후디스 프리미엄 산양유아식은 세계 최초로 산양분유를 개발해 20여 개국에 수출하고 있는 뉴질랜드 ‘데어리고트



수가 잘되고 영양 및 기능 성분이 풍부한 산양유의 영양적 가치를 그대로 담았다.

아기에게 중요한 모유 성분으로 알려진 뉴클레오타이드, CLA, IGF, TPA-CPP, 스핑고마이엘린 등의 함량이 높고, 장내 유익균 증식을 돕는 올리고당이 우유의 약 10배 이상 함유돼 있다.

변지희 기자

사’의 축적된 노하우를 바탕으로 현지에서 직접 생산하고 있다. 데어리고 트사는 유럽식품안전국 (EFSA)의 까다로운 인 증 조건을 통과했으며 현 재 20여 개국 부모들의 간간한 기준을 충족시키 고 있다.

신선한 원유를 착유해 24시간 내 직접 원라인으 로 생산함으로써 소화흡

그린알로에

그린알로에가 ‘2025 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상’에서 알로에건강기능식품 부문 12년 연속 대상을 받았다. 창업 초기부터 함성보존료·감미료·착향료를 배제한 ‘3무 (無) 원칙’과 함께, 전 제품에 중국산 원료를 단 1%도 사용 하지 않는 고유 철학을 지켜오고 있다.

대표 제품 ‘그린프리미엄베라골드400’은 미국산 유기농 알로에 베라겔즙액을 400% 함유하고, 하루 면억당당체 300mg 섭취가 가능한 고품질 프리미엄 제품이다. 급속 동 결건조 공법을 통해 유효성분 손실을 최소화했으며, 천연 방부 시스템을 적용해 개봉 후 냉장 보관이 가능하다.

그린알로에는 간 건강을 위한 ‘그린파워리버갑황플러스’, 남녀 갱년기 맞춤형 건강기능식품 등 기능별 제품군을 지 속 확대하고 있다. 동물성 대신 식물성 연·경질 캡슐을 사용 하는 등 제형 개선에도 앞장서며 소비자 니즈를 반영한 제 품 개발에 주력하고 있다.

한편, 본사 내근사원제를 도입해 현장 영업직을 정규직



으로 채용하고 기본급·퇴직연금을 제공하는 등 여성 일자 리 창출과 고용 안정에도 기여하고 있다.

정광숙 회장은 “정직한 제품력과 사람 중심 경영으로 지 속 가능한 건강기능식품 기업이 되겠다”고 밝혔다.

최효정 기자