

유기농 원료... 피부 장벽 보호, 속건조 개선

그린알로에 '알로에스테'

알로에스테가 '2025 한국의 가장 사랑받는 브랜드대상'에서 3년 연속 화장품 부문 대상을 받았다. 알로에스테는 건강기능식품 전문 브랜드 그린알로에(회장 정광숙, 대표이사 송은)가 전개하는 자연주의 코스메틱 라인이다. 미국 농림부(USDA) 인증 유기농 알로에를 사용하며, 전 성분에 중국산 원료를 1%도 사용하지 않는다는 원칙을 지켜왔다.

알로에스테는 피부 노화의 주범인 주름, 미백, 모공, 탄력, 피붓결 등을 한꺼번에 관리할 수 있도록 제품화했다. 함유된 알로에는 피부 진정과 수분 전달에 탁월해 피부열감 완화, 장벽 보호, 속건조 개선 등에 도움을 준다. 또 베리류에서



추출한 자연 성분이 제품을 안정시키며 피부 자극을 최소화한다.

알로에스테는 전 제품에서 정제수 대신 100% 라벤다수를 활용해 항염·보습·테라피 효과를 높이고 있다.

정광숙 그린알로에 회장은 "창의적인 아이디어를 통해 코스메틱 시장을 선도하고, 여성 일자리 창출로 기업의 브랜드 가치를 지속적으로 높여 나갈 것"이라고 말했다.

정재현 기자

J&J 첨단 스마일 라식 수술장비 '엘리타' 도입

강남서울밝은안과

강남서울밝은안과가 3년 연속 '2025 한국의 가장 사랑받는 브랜드' 안과 부문 대상을 받았다.

강남서울밝은안과는 최근 미국 존슨앤드존슨(J&J)의 스마일 라식 수술 장비 '엘리타(ELITA)'를 도입했다.

엘리타는 레이저 장비 중 가장 낮은 에너지를 사용해 각막 세포 손상 없이 조직을 분리해, 각막을 절제하는 단계를 부드럽게 구현할 수 있다. 이에 기존 스마일 라식보다 기술이 향상된 '실크스마일 라식'으로 불린다.

의료진에 따르면 수술 후 회복 속도가 빠르고, 수술 직후 시력의 질도 우수하다. 수술 중 눈의 움직임에 따른 위험도



줄일 수 있고 각각 손상을 최소화해 눈 건강에도 유리하다.

강남서울밝은안과는 환자의 직업과 생활 방식, 눈의 조건 등을 종합적으로 고려한 정밀 검

사 후 꼭 필요한 환자에게만 수술을 권한다. 박형직 강남서울밝은안과 대표원장은 "실크스마일 라식의 기술력을 바탕으로 환자에게 가장 적합한 맞춤형 시력 교정을 제공한다"며 "더욱 신뢰할 수 있는 결과를 제공하고자 최선을 다하겠다"고 말했다.

허지윤 기자

연 40만짝 도어 생산능력... 하이엔드 가구시장도 진출

선앤엘인테리어 '선퍼니처'

선퍼니처가 '2025 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상'에서 토털인테리어 부문 대상을 받았다.

1973년 '좋은 생활, 좋은 가구'를 슬로건으로 출발한 선퍼니처는 반세기 가까운 시간 대한민국 1세대 고급 가구 브랜드로 꾸준한 사랑을 받아왔다.

선퍼니처는 이후 빌트인 중심의 B2B(기업 간 거래) 시공 사업에 집중하며 국내 대표 건설사들의 파트너로 자리 잡았다. DL이앤씨(e편한세상, 아크로), GS건설(자이), 현대건설(힐스테이트), 롯데건설(롯데캐슬), 대우건설(푸르지오) 등 주요 브랜드 아파트에 도어와 가구, 인테리어 자재를 납품하고 있다.

선퍼니처는 연간 40만짝에 달하는 국내 최고 수준의 도어



생산능력을 갖췄다. 방화·차연·차음·방범 기능을 갖춘 'DeDoor' 제품을 주력으로 내세우고 있으며, 방염

보드 등 특수 인테리어 자재 역시 자체 생산하고 있다.

이와 함께 이탈리아 하이엔드 주방 브랜드 '매종', '모빌 클란'을 출시하며 하이엔드 가구 시장으로 사업 영역을 확장하고 있다.

허리 질환 환자들을 위한 'SPINALIS' 의자 등 전문·기능 제품들도 시장에 선보일 예정이다.

정재현 기자

현대 디자이너와 협업, 전통문화를 일상속 아이템으로

국가유산진흥원 'K-Heritage'

국가유산진흥원이 운영하는 문화상품 브랜드 K-Heritage(케이헤리티지)가 '2025 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상'에서 문화상품브랜드 부문 대상에 선정됐다.

K-Heritage는 국가유산을 현대적으로 재해석한 상품을 통해 궁중문화부터 일상생활까지 한국 전통문화의 아름다움을 전하고 있다. 덕수궁 오얏꽃을 모티브로 한 오일램프, 창덕궁 꽃담에서 착안한 고블렛, 광화문 월대 서수상의 키링과 파우치, 김홍도 풍속도 캐릭터를 활용한 문구류 등 국가유산을 일상 속 아이템으로 구현해 전통과 현대를 잇는 감각을 선보인다. 서울 궁궐과 인천국제공항의 '사랑_문화상품관'과 4개 국어 지원의 온라인몰 'K-Heritage Store'를 통해 제품을 유통하고 있으며, 작년에는 역대 최고 매출액(119억



원)를 기록했다.

K-Heritage는 'K-CRAFT' 브랜드를 통해 국가 무형유산 보유자의 전승공예품도 소개한다. 국가 무형유산 선자장 보유자의 합죽선, 안조장 이수자의 담다 테이블 세트 등 장인의 기술이 담긴 작품부터 현대 디자이너와의 협업으로 재탄생한 공예품까지 명품화된 전통기술의 유통과 전승에도 기여하고 있다.

K-Heritage는 매년 K-문화상품 공모전도 개최해 국가유산과 우리 고유의 문화가 담긴 문화상품을 발굴, 대중화와 산업화를 위해 애쓰고 있다.

정재현 기자

자동센서 쓰레기통, 위생·편의성에 미니멀 디자인까지

케이안 '다룸'

생활가전 브랜드 다룸(DAROOM)이 '2025 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상'에서 생활가전 부문 대상을 받았다. 자동센서 쓰레기통을 필두로, 무선 청소기, 온도조절 전기포트, 인공지능(AI) 서플라이어 등 실용성과 디자인을 모두 갖춘 제품들이 소비자들로부터 꾸준한 호응을 얻은 결과다.

대표 제품인 자동센서 쓰레기통은 손동작을 감지해 자동으로 뚜껑을 여닫는 기능으로 위생과 편의성을 동시에 잡았다. 냄새 차단, 밀폐 구조, 인테리어 친화적인 미니멀 디자인까지 더해 '디자인 가전'으로서의 정체성을 공고히 하고 있다.

다룸은 일상에서 자주 사용하는 가전에 첨단 기술을 접목



해 소비자 삶의 질을 높이는 데 집중해 왔다. 기능성은 물론 감성까지 아우르는 제품 철학을 바탕으로 무선청소기와 전기포트, 서플라이어 등에서 경쟁력을 강화하고 있다.

다룸 관계자는 "소비자의 라이프스타일에 맞춘 정돈된 미니멀리즘과 위생적 기능이 좋은 평가를 받았다"며 "앞으로도 감성·기능을 겸비한 스마트 가전의 기준을 만들어가겠다"고 밝혔다.

최효정 기자

청년요금제 제공... 매월 다양한 이벤트 멤버십 혜택

LG유플러스 '유쓰'

LG유플러스 20대 전용 브랜드인 유쓰(Uth)가 '2025 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상' 청년 전용 통신서비스 부문 대상에 2년 연속 선정됐다.

유쓰는 '20대를 성장시키는 즐거운 경험을 함께하는 브랜드'라는 의미를 담고 있다. LG유플러스는 유쓰 청년 요금제 등 전용 통신상품을 제공하고, 매월 20일 '해피유쓰데이' 이벤트를 통해 식음료, 영화, 전시 등 20대가 선호하는 다양한 멤버십 혜택을 제공한다.

LG유플러스는 대학 축제를 통해 전국 20대 대학생 고백



들이 자사 기술과 서비스를 경험할 수 있도록 '유쓰 캠퍼스 페스티벌' 이벤트를 열고 있다. 올해는 3개 대학에서 LG유플러스의 인공지능(AI) 서비스를 체험하고 보안 인식을 고취하는 취지의 '유쓰 AI 페스티벌'을 진행한다. 아울러 지난 2월에는 50명의 대학생을 선발해 '유쓰피릿' 멤버십으로 위촉했다.

심민관 기자

집에서 레이저로 피부결·모공·여드름 완화 등 관리

라메디텍 '퓨라셀미'

라메디텍의 미용기기 브랜드 퓨라셀에서 나온 퓨라셀미가 '2025 한국의 가장 사랑받는 브랜드' 레이저 뷰티 디바이스 부문 대상에 선정됐다. 퓨라셀미는 피부과에서 사용하는 2940nm(나노미터, 1nm는 10억분의 1m) 파장의 어븀야그 프락셔널 레이저를 작게 만들었다. 레이저 1샷당 마이크로홀(미세한 구멍)을 80~100개 내서 화장품 유효 성분이 피부에 잘 흡수되도록 해 피부결, 모공, 여드름 완화에 도움이 된



다. 유럽 유해물질 기준인 RoHS 인증을 획득했다.

퓨라셀미는 인체 적용 시험 결과 프로 콜라겐이 235% 증가하는 효과가 나타났다. 보습도 119% 증가했고, 100시간 보습 지속과 수분 유지, 피부 흡수도 각각 110%, 56.2% 좋아졌다. 모공(부피)과 팔자 주름은 각각 14.9%, 9.4% 감소했다.

홍다영 기자

전통조리법으로 현대적 갈비 완성 '대한민국 식품명인'

가보정

가보정이 '2025 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상' 갈비 전문점 부문에서 수상했다.

경기도 수원에 본점을 둔 가보정은 1992년 50평 남짓한 매장에서 출발해, 현재 직원 250명 규모의 대한민국 대표 갈비 전문점으로 자리매김했다. '아름답고 큰 집'이라는 뜻처럼 상권레버부터 가족 모임, 회식까지 다양한 전통 외식 공간을 제공하며, 고객 만족을 넘어 감동을 실현하는 브랜드로 성장해 왔다.



가보정을 이끄는 김외순 명인은 '가리구이'로 대한민국 식품명인 제89호에 지정됐다. '가리'는 갈비의 옛말로, 김 명인은 어머니에게 배운 비법을 바탕으로 초벌 후 마늘 향아리 숙성, 천초(산초)로 잡내 제거 등 전통 조리법을 재현해 현대적인 갈비로 완성해 내고 있다.

최효정 기자

15만개 이상 문제DB 제공 등 수학 콘텐츠 제작 지원

포스트매스 '수학비서'

포스트매스(대표 최준호)의 수학비서가 '2025 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상' AI수학콘텐츠제작플랫폼 부문에서 대상을 받았다.

수학비서는 수학 콘텐츠 제작에 드는 비용과 시간을 획기적으로 줄이기 위해 개발된 서비스다. 체계화된 데이터베이스와 검색 및 편집 기능을 통해 누구나 쉽고 빠르게 수학 콘텐츠를 제작할 수 있도록 지원한다. 15만개 이상의 문제 DB



를 무료로 제공하고, 유사문제 검색, 시험지 제작, 시험지 분석 등 다양한 기능을 갖추고 있어 수학 교육 현장에서 큰 호응을 얻고 있다. 포스

트매스는 베트남 입시, 국제 바칼로레아(IB), A-level 시장 진출을 진행 중이며, 글로벌 기업으로 성장하겠다는 목표다.

변지희 기자

친환경 사회적 기업... '녹색장터 플러스'도 운영

그린주의

그린주의가 '2025 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상' 친환경제품소핑몰 부문에서 수상했다.

그린주의는 2006년 설립 이후 친환경과 사회문제를 해결하기 위해 노력해 온 1세대 사회적 기업이다. 기업 활동에 필요한 소모성 자재를 구매 대행(MRO)하는 업체로 전국에 12여 곳의 지사를 두고 있다.

최근에는 정보통신, 전기, 실내건축 등 공사분야와 옥외광



고, LED전광판, 행사대형, 소독방역 등으로 사업을 확대했다.

친환경 제품의 저변을 확대하기 위해 2018년부터는 '녹색장터 플러스'를 운영하고 있다. 친환경 제품을 생산하는 업체를 발굴해 소비자에게 연결하고 자원 절감과 온실가스 줄이기에 기여하고 있다.

변지희 기자

전세계 57개국 진출... 미국선 31개주에서 매장 운영

제너시스비비큐 'BBQ'

제너시스BBQ가 '2025 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상' 외식 프랜차이즈(치킨) 부문에서 4년 연속 수상했다.

2003년 해외로 진출하기 시작한 제너시스BBQ는 프랜차이즈 산업이 시작된 중국과 미국을 포함해 캐나다, 파나마, 코스타리카, 바하마, 필리핀, 베트남, 말레이시아, 피지 등 57개국, 700여개 매장을 운영하고 있다.

최근엔 미국 유타주에 추가로 진출해 미국 50개주 가운데 31개주에서 매장을 운영하게 됐다. 제너시스BBQ는 글로벌



종합 리뷰 플랫폼 엘프(Yelp)가 선정한 '2025년 미국에서 가장 빠르게 성장하는 브랜드 Top 50'에서 BBQ가 7위를 기록하기도 했다. 또 미국 푸드 전문 매거진 '테이스트 오브 홈(Taste of Home)'에서 '최고의 후라이드 치킨'으로 선정됐다.

연지연 기자