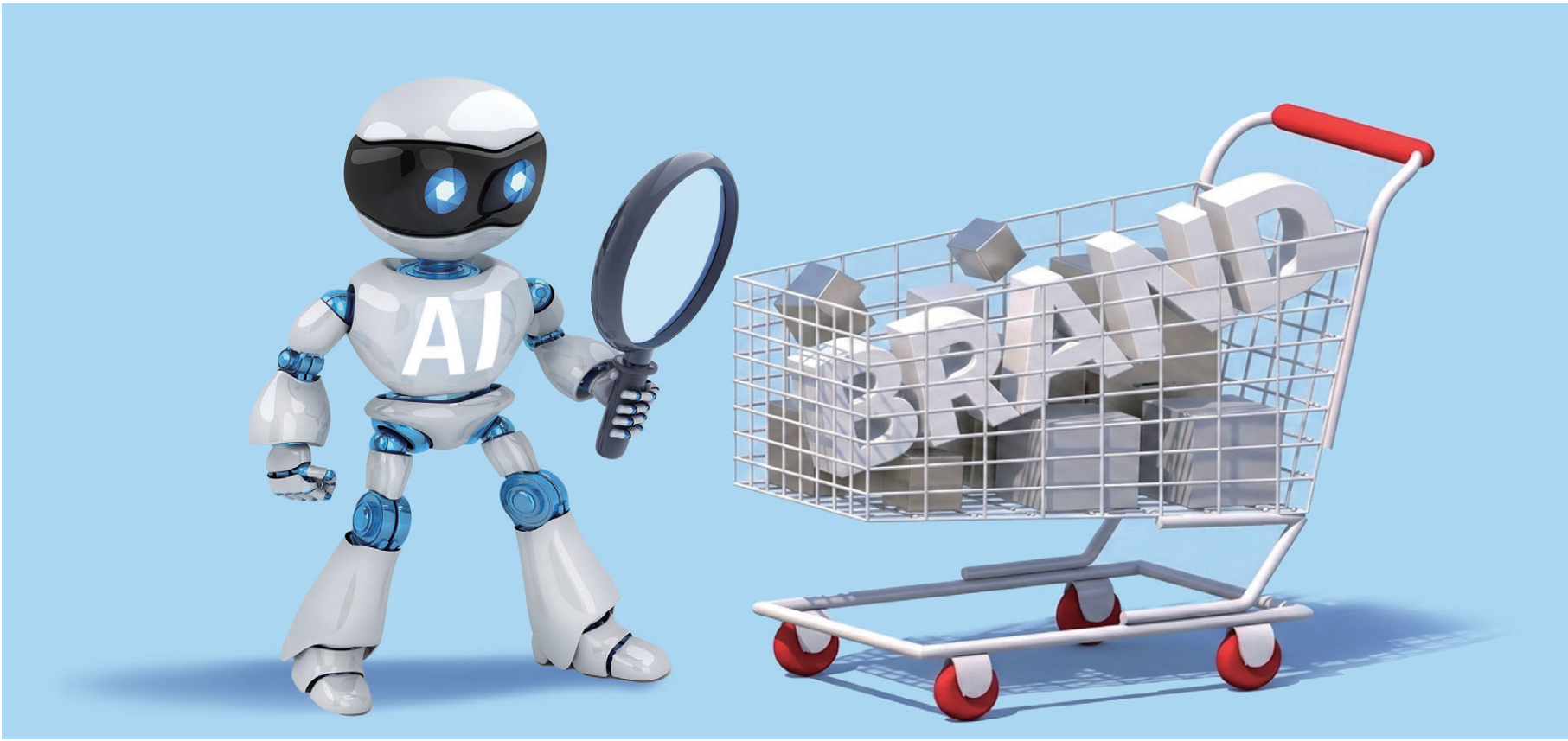


AI 쇼핑 시대에도 통했다… 대체 불가 34개 브랜드



그래픽=손민균·게티이미지코리아

소비 여정이 빠르게 변화하고 있다. 이제는 인공지능(AI) 에이전트가 소비자의 의도를 파악해 최적의 상품을 검색·비교하고 구매까지 대신 수행하는 시대가 열렸다.

일각에서는 ‘검색 기반 쇼핑의 종말’이라는 표현까지 나온다. 그러나 이러한 변화 속에서도 가장 중요한 경쟁력은 여전히 ‘브랜드’다.

브랜드는 디지털 대전환과 글로벌 경쟁이 일상화된 시대의 핵심 자산으로 자리 잡았다. 단순한 상표나 로고를 넘어 소비자의 선택과 신뢰를 결정짓는 기준이 되고 있다.

AI 기술이 발전하더라도 소비자가 특정 브랜드를

원하고 신뢰한다면 그 경쟁력은 더욱 강해질 수밖에 없다.

‘2026 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상’이 올해로 16회를 맞았다. 조선비즈가 주최하고 조선일보, 산업통상부가 후원하는 브랜드 대상은 소비자 설문조사와 전문가 심사를 통해 수상 브랜드를 선정했다.

올해 브랜드 대상 선정에는 소비자와 전문가들이 참여해 20개 분야 238개 부문에 대한 조사가 이뤄졌다. 지난 2월 2일부터 13일까지 진행된 소비자 조사에는 대한민국에 거주하는 만 16세 이상 남녀 2만1062명이 참여했다.

조사 결과는 ‘대한민국 브랜드 사랑 지수(KBL-

I-Korea Brand Love Index)’ 산출에 활용됐다. 총 700점 만점의 KBL-I는 브랜드 인지도와 호감도, 구매 경험, 만족도, 신뢰도, 충성도를 객관적으로 보여준다. 이를 바탕으로 전문가 평가를 종합해 총 34개 브랜드가 ‘2026 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상’에 선정됐다.

심사위원장인 유창조 동국대 교수는 “브랜드가 누릴 수 있는 최고의 가치는 소비자로부터 가장 사랑받는 브랜드가 되는 것”이라며 “올해 수상 브랜드들은 체계적인 브랜드 전략과 차별화된 고객 경험을 통해 소비자들에게 즐거움과 희망을 전달했다”고 말했다.

연지연 기자

제16회 2026 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상

부문	기업 기관명	브랜드	연속
전자제품전문점	롯데하이마트	롯데하이마트	16
도시락프랜차이즈	한솔	한솔도시락	15
유아식	일동후디스	후디스 산양유아식	15
베이커리	파리크라상	파리바게트	13
알로에건강기능식품	그린알로에	그린알로에	13
척추관절병원	달려라병원	달려라병원	13
기능성 배게	티앤아이	가누다	11
PB서비스	신한은행	신한 Premier	9
통합모바일 금융플랫폼	신한금융그룹	신한 슈퍼SOL	8
피자프랜차이즈	피자스쿨	피자스쿨	8
한돈	대전충남양돈농협	포크빌포도먹은돼지	7
토퍼·매트리스	가누다	까르마	5
단백질 보충제	일동후디스	하이문 프로틴 밸런스	4
안과	강남서울밝은안과	강남서울밝은안과	4
화장품	그린알로에	알로에스테	4
숙취해소음료	그래미	여명808	3
친환경제표쇼핑몰	그린주의	그린주의	3
문화상품브랜드	국가유산진흥원	K-Heritage	2
토털인테리어	선앤엘인테리어	선퍼니처	2
변액보험	BNP파리바 카디프생명	ETF변액보험	2
고객참여형 콘텐츠	신한은행	SOL판타지아구	
고함량 비타민B 복합제	GC녹십자	비맥스	
나라사랑카드	신한은행	신한 나라사랑카드	
병원앱	삼성서울병원	삼성서울병원 모바일앱	
산업용PDA	대신정보통신	mobilebase	
손발톱 무좀 치료제	동아에스티	주블리아	
음식물처리기	거산	사하라홀	
전자기기	엔커 이노베이션코리아	엔커	

한국의 가장 사랑받는 도시·지방자치단체

부문	기관명	브랜드	연속
귀농·귀촌도시	고창군	고창군	14
아이키우기 좋은도시	진주시	진주시	7
국가бай오산업 선도도시	충주시	충주시	2
농특산물 공동브랜드	과산군	청정과산 자연올림	2
저출생 극복 선도도시	인천광역시	아이플러스(++)드림	
청년이 살기 좋은 도시	구리시	구리시	

연속, 부문 명順

평생 케어·PB·AI·Hub 매장… 4대 핵심 전략 가속화

롯데하이마트

국내 대표 가전제품 전문점 롯데하이마트가 ‘2026 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상’ 전자제품전문점 부문에서 16년 연속 수상했다. 롯데하이마트는 지속 성장을 위해 ‘고객 평생 케어’, 자체브랜드(PB) ‘플렉스(PLUX)’, ‘스토어 뉴 포맷’, ‘가전 전문 이커머스’ 등 4대 핵심 전략을 본격 추진한다는 목표다.

고객 평생 케어 영역에서는 ‘하이마트 인증 중고 리유즈(Reuse)’ 사업을 통해 중고 가전 시장을 공략한다. 고객이 사용하던 가전을 매입한 뒤 검품과 재상품화 과정을 거쳐 판매하고, 수리에 대한 보증까지 제공하는 방식이다. 또 고객이 사용하던 가전까지 관리하는 순환형 서비스도 구축한다.

플렉스는 1~2인 가구를 핵심 고객층으로 삼는다. 롯데하이마트는 오는 7월쯤 300개 제품군을 중심으로 플렉스 단독 스토어를 선보일 예정이다. 3~5년 수준의 무상 보증, 기존 가전 현금 보상, 다품목 구매 할인 등을 결합해 일상 밀



착형 브랜드로 육성한다는 방침이다. 오프라인 매장은 지역 거점형 매장 중심으로 재편한다. 지난 2월 리뉴얼한 잠실점은 플렉스 전용관, 인증 중고 리유즈 매장, 가전 구독과 홈설비·집관리 서비스, 체험형 카테고리별 한 공간에 구성한 대표 사례다. 롯데하이마트는 향후 월드타워점 등 주요 매장 리뉴얼을 이어갈 방침이다. 이커머스 부문은 인공지능(AI)을 활용해 검색 중심 쇼핑몰에서 대화형 문제 해결 플랫폼으로 전환한다.

변지희 기자

무세미와 친환경 유니폼… 멈추지 않는 ESG 실천

한솔 ‘한솔도시락’

국내 대표 도시락 프랜차이즈 한솔도시락이 ‘2026 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상’ 프랜차이즈 부문에서 15년 연속 대상을 받았다. 한솔도시락은 1993년 창업 이래 ‘양심, 배려, 정직’이라는 ‘한솔 ESG’ 정신을 바탕으로 다양한 친환경 활동과 사회공헌활동을 지속해 오고 있다. 대표적으로 무세미 도입과 친환경 유니폼 사용이 있다. 한솔도시락은 건식 세척 방식의 무세미를 활용해 연간 약 3만톤의 물 사용을 절감하고 있다.

업계 최초로 폐페트병을 재활용한 원단을 사용한 친환경 유니폼을 도입해 자원 순환에도 기여하고 있다.

사회공헌활동으로는 매년 5월 어린이날을 맞아 아동 복지시설 ‘해심원’에 도시락을 14년째 후원하고 있다. 지난 4월에는 장애인의 날 기념행사 ‘눈부신 복지세상 그리



기’에 8년째 참여해 총 6350개의 도시락을 지원했다.

이 같은 지속가능한 경영 성과를 인정받아 한솔도시락은 지난 4월 UN SDGs 협회가 발표한 ‘2026 글로벌 지속가능 기업·브랜드 및 리더 100’에서 ‘글로벌 지속가능 브랜드 40’에 7년 연속 선정됐다. 한솔도시락 관계자는 “15년 연속 수상은 고객 여러분이 보내주신 신뢰의 결과”라며 “앞으로도 ‘따뜻한 도시락으로 지역사회에 공헌한다’는 기업 이념을 바탕으로 맛과 사회적 가치를 모두 만족시키는 기업으로 성장해 나가겠다”고 했다.

변지희 기자

중국산 원료 0%… 유기농 알로에로 지키는 면역 건강

그린알로에

그린알로에가 ‘2026 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상’ 알로에 건강기능식품 부문에서 대상을 받았다. 13년 연속 수상이다.

그린알로에는 미국산 유기농 알로에를 기반으로 한 제품 경쟁력을 앞세워 건강기능식품 시장에서 입지를 확대하고 있다. 원료 선정부터 생산 공정까지 친환경과 자연 유래 원칙을 강조하며 차별화 전략을 이어가고 있다.

대표 제품에 사용되는 원료는 미국 농림부(USDA) 인증을 받은 유기농 알로에다. 유효 성분 손실을 최소화하기 위해 급속 동결건조 공법을 적용했고, 기능 성분과 부원료에는 중국산 원료를 사용하지 않는다는 원칙을 고수하고 있다. 제품 생산에 필요한 부형제 성분 역시 합성 원료 대신 자연 유래 성분을 활용하고 있다.

캡슐 제품의 경우 식물성 연질 캡슐로 제조해 소비자 신뢰도를 높이고 있다.

마시는 알로에 즙액 제품은 미국산 유기농 알로에를



최근 리뉴얼한 제품에는 유산균 사균체도 추가해 제품 흡수율을 높였다. 액상 제품 특성상 필요한 방부 성분 역시 자연 유래 원료로 대체했다. 당 섭취에 민감한 소비자층을 고려한 저당 타입 제품도 별도로 출시했다.

기능성 소재를 활용한 건강기능식품 라인업도 확대하고 있다. 항산화 기능을 강조한 ‘그린캔퓨어’는 스트레스, 과로에 노출된 현대인을 겨냥한 제품이다. 여성·남성 갱년기 건강 관리 제품군도 운영하고 있다.

권유정 기자

뉴질랜드 현지 생산… 영유아 소화 맞춤형 영양 설계

일동후디스 ‘후디스 산양유아식’

일동후디스의 ‘후디스 산양유아식’이 ‘2026 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상’ 유아식 부문에서 대상을 받았다. 15년 연속 수상이다.

후디스 산양유아식은 뉴질랜드 자연 방목 산양 원료를 기반으로 한 프리미엄 유아식이다. 산양유에서 지방을 제거하지 않고 원유 그대로의 지방을 사용해 유지방구막과 콜레스테롤을 자연 유래 형태로 함유하고 있다. 지방산 구조 역시 모유와 유사한 sn-2 팔미트산 등을 자연 상태에 가깝게 보존했다.

산양유에는 우유보다 많은 올리고당이 함유되어 있다. 특히 유지방구막(MFGM), 시알산, CLA, 뉴클레오타이드 등 다양한 생리활성 성분도 포함하고 있다.

후디스 산양유아식은 뉴질랜드 산양분유 전문기업



양유 연구를 지속해 오고 있다.

일동후디스 관계자는 “후디스 산양유아식은 이러한 기술력과 노하우를 바탕으로 뉴질랜드 현지에서 직접 생산된다”고 강조했다.

민영범 기자

데어리고트(Dairy Goat Cooperative)의 ‘Gentle & Soft’ 공법을 적용해 생산된다. 데어리고트는 세계 최초로 산양유 기반 영유아용 조제분유를 개발한 기업으로, 1980년대 뉴질랜드 산양 농가들이 설립한 협동조합이다. 약 40년간 축적된 연구개발 역량과 60편 이상의 국제 학술지 연구를 기반으로 산