

‘조선왕실 사각등’ ‘궁궐 향수’… 국가유산, 굿즈로 탄생

국가유산진흥원 ‘K-Heritage’

국가유산진흥원이 운영하는 문화상품 브랜드 K-Heritage(케이헤리티지)가 ‘2026 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상’ 문화상품 브랜드 부문 대상을 받았다. 지난해에 이어 2년 연속 수상이다.

K-Heritage는 궁궐과 왕실문화 등 국가유산 콘텐츠를 기반으로 다양한 문화상품을 선보이고 있다.

대표 상품으로는 국립고궁박물관 소장 유물인 사각 유리등을 모티브로 만든 ‘조선왕실 사각등’, 궁궐의 향을 현대적으로 재해석한 ‘궁궐 향수’ 등이 있다. 상품은 주요 궁궐과 인천국제공항, 온라인몰 등에서 판매되고 있다. 2025년에는 K-콘텐츠 열풍에 힘입어 역대 최고 매출액인 161억원을



기록했다. K-Heritage는 올해 7월 부산에서 열리는 제4차 유네스코 세계유산위원회에 맞춰 한국의 세계유산을 주제로 한 신규 상품군을 선보일 예정이다.

정재현 기자

군인·대학생 맞춤 혜택 제공… 고객 만족도 1위

신한은행 ‘신한 나라사랑카드’

신한은행의 신한 나라사랑카드가 ‘2026 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상’에서 대상을 받았다.

신한 나라사랑카드는 제3기 나라사랑카드 사업자 간의 치열한 경쟁 속에서도 차별화된 혜택과 사용자 편의성을 바탕으로 오는 5월 20일 기준 발급 30만 좌를 돌파하며 시장을 선도하고 있다. 이는 청년 세대의 니즈를 정밀하게 분석하고, 단순한 결제 수단을 넘어선 혁신적인 금융 경험을 제공한 결과로 풀이된다.

신한은행은 장병들이 일상에서 가장 체감하기 쉬운 실질적 혜택 강화에 집중했다. 기존 월 2~3회 수준에 머물렀던 PX(국군복지단) 할인 혜택을 ‘매일’ 누릴 수 있도록 대폭 확



대했으며, 외출이나 휴가 시 이용 빈도가 높은 편의점과 올리브영 등 청년 선호 브랜드에 대한 할인 혜택을 강화해 실사용자들의 큰 호응을 얻고 있다.

신한은행 관계자는 “진정성 있는 체감형 서비스를 지속적으로 확대해 나갈 것”이라고 밝혔다.

최정석 기자

지친 몸에 활력 더하는 고품량 비타민 ‘비맥스’

GC녹십자 ‘비맥스’

GC녹십자의 고품량 비타민B 브랜드 ‘비맥스’가 ‘2026 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상’에서 고품량 비타민B복합제 부문 대상을 받았다.

비맥스는 소비자 라이프스타일과 건강 관리 수요에 맞춘 다양한 제품군을 선보이며 고품량 비타민 시장에서 입지를 확대해 왔다. 회사 측은 기능성과 복용 편의성을 고려한 제품 전략을 바탕으로 브랜드 경쟁력을 강화하고 있다고 설명했다. 대표 제품인 비맥스 제트는 활성형 비타민B군 5종을 함유한 고품량 비타민B 복합제로, 체내 흡수율과 활용도를 높은 점이 특징이다. 육체 피로와 체력 저하 등을 관리하



려는 소비자 수요가 늘면서 약국 시장을 중심으로 인지도를 확대하고 있다. 약사 상담을 기반으로 한 유통 전략도 브랜드 신뢰도를 높인 요인으로 꼽힌다. 제품 특성과 복용 목적에 대한 전문 상담이 가능하도록 약국 중심 판매 체계를 운영한다.

허지윤 기자

냄새도 유해가스도 없는 음식물처리기 ‘사하라홈’

거산 ‘사하라홈’

주식회사 거산의 프리미엄 음식물처리기 브랜드 ‘사하라홈(Sahara Home)’이 ‘2026 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상’에서 음식물처리기 부문 대상을 받았다.

사하라홈은 음식물 처리 과정에서 발생하는 냄새와 유지 관리 부담을 줄인 제품 경쟁력을 앞세워 시장 입지를 확대하고 있다. 활성탄 필터를 사용하지 않는 구조를 적용해 필터 교체 비용 부담을 줄인 점이 특징이다.

대표 제품인 사하라 S-3100은 특허 등록된 결로 응집 탈취 시스템과 휘발성유기화합물(VOCs) 액화 포집 기술을 적용했다. 처리 과정에서 발생하는 냄새와 유해가스는 냉



각·응축 방식으로 처리하며, KOLAS 공인 시험에서 암모니아·톨루엔·자일렌 등 주요 물질 불검출 판정을 받았다.

스탠드형 디자인을 적용해 다양한 생활 공간에 배치할 수 있도록 했으며, 이동이 가능해 공간 활용성을 높였다. 기존 활성탄 필터 방식이나 미생물 발효 방식 음식물처리기에서 제기된 냄새를 줄이는 데 초점을 맞췄다.

허지윤 기자

판타지야구 즐기고, KBO 정규리그 VIP 관람권 받자

신한은행 ‘SOL 판타지야구’

신한은행이 2026 신한 SOL KBO 리그 개막에 맞춰 선보인 야구경기 기록 활용 게이미피케이션(Gamification) 서비스 ‘SOL 판타지야구’가 ‘2026 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상’을 받았다.

‘SOL 판타지야구’는 실제 KBO 리그 경기 데이터를 기반으로 이용자가 직접 선수 라인업을 구성하고 성적에 따라 점수를 획득하는 참여형 디지털 콘텐츠다. 기존 판타지 스포츠 방식에 금융 리워드를 결합한 것이 특징이다.

고객이 ‘가상 구단주’가 돼 선수를 선택하고, 실제 경기에서 발생한 안타·홈런·타삼진 등의 기록이 점수로 환산되는 방식으로 운영된다. 신한은행은 ‘SOL 판타지야구’ 참여



고객 전원에게 포인트를 지급하고, 월간 상위 이용자에게는 KBO 리그 경기 VIP 관람권 및 다양한 혜택을 제공하는 등 게임성과 금융 혜택을 동시에 제공한다.

최정석 기자

피부장벽 보호… 저자극 친환경 알로에 화장품

그린알로에 ‘알로에스테’

그린알로에의 ‘알로에스테’가 ‘2026 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상’에서 4년 연속 화장품 부문 대상을 받았다.

알로에스테는 미국산 유기농 알로에를 기반으로 자연 유래 성분을 활용한 친환경 화장품 브랜드다.

민감하고 예민한 피부를 위한 저자극 스킨케어 제품 연구·개발(R&D)에 주력하면서 피부 진정과 피부장벽 보호에 초점을 맞춰 왔다.

화장품의 기본물질인 정제수 대신 100% 라벤더수를 적용해 에센스 성분을 강화했다.

대표 제품은 ‘알로에스테 네추럴 스킨케어 100’이다. 알로에 추출물을 함유해 피부 열감을 진정시키고 수분 공급과



보습 유지에 도움을 준다. 특히 전(全) 성분에 중국산 원료를 배제하고 식물성 콜라겐·히알루론산·세라마이드 등 자연 유래 원료를 활용해 제품 경쟁력을 강화하고 있다. 정광숙 그린알로에 회장은 “명품 화장품의 대동화를 선도하는 기업으로 브랜드 가치를 높이겠다”고 했다.

민영빈 기자

피부 깊숙이 침투해 무좀 치료하는 ‘주블리아’

동아에스티 ‘주블리아’

동아에스티의 손발톱 무좀 치료제 주블리아가 ‘2026 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상’을 받았다.

2024년 이후 에피나코나졸 성분 제네릭(복제약) 제품 14개가 출시됐지만, 주블리아는 약 80%의 시장 점유율을 유지하며 경쟁력을 이어가고 있다는 평가다.

주블리아는 손발톱 무좀 치료에 사용하는 항진균제다. 손발톱 구성 성분인 케라틴에 대한 친화성을 낮춰 약물이 손발톱 내부와 아래 피부까지 효과적으로 침투할 수 있도록 설계됐다. 회사는 한국인을 대상으로 임상 4상을 진행해 장기간 사용에 대한 효능과 안전성을 재확인했으며, 사용 편



의성도 높였다. 고객 의견을 반영해 용기 외벽을 두껍게 설계해 과다 분출 현상을 개선했다. 식품의약품안전처로부터 용법·용량 변경 허가도 받았다. 이에 주블리아의 투여 대상 나이는 기존 성인 중심에서 만 6세 이상 소아까지 확대됐다.

허지윤 기자

방화·방법 기능 갖춰… 안전 최우선 가구 ‘선퍼니처’

선앤엘인테리어 ‘선퍼니처’

선앤엘인테리어의 가구 브랜드 선퍼니처가 ‘2026 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상’에서 토탈인테리어 부문 대상을 받았다. 지난해에 이어 2년 연속 수상이다.

선퍼니처의 대표 제품은 목재방화문 ‘DEDOOR(디도어)’다. 디도어는 방화·차열·차연·방범 기능을 갖춘 새로운 개념의 문으로, 화재 발생 시 집 안에 안전 공간을 만들어 고객의 생명을 보호하는 데 초점을 맞췄다. 한국건설기술연구원의 ‘60분+ 방화시험’을 통과했으며, 목재문으로는 국내 최초 방화인정 취득을 앞두고 있다. 또 부산소방재난본부와 공동으로 진행한 공동주택 화재실험을 통해 안전성과 효능



을 검증하고, 다양한 시범사업도 추진 중이다. 선앤엘인테리어 관계자는 “차별화된 기술을 통해 고객 라이프스타일의 수준을 높여가겠다”고 말했다.

정재현 기자

물류·의료 맞춤형 실시간 재고관리 ‘모바일베이스’

대신정보통신 ‘모바일베이스’

대신정보통신의 산업용 모바일 전문 브랜드 ‘모바일베이스(Mobilebase)’가 ‘2026 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상’에서 산업용 PDA 부문 대상을 받았다.

모바일베이스의 플래그십 모델인 DS95와 DS65는 5세대(5G) 이동통신과 와이파이 6E 기반의 네트워크를 통해 창고 관리시스템(WMS) 내 실시간 입출고 및 재고 관리를 지원한다. 공정관리(MES) 현장에서도 생산 공정의 모니터링과 데이터 수집을 돕는다.

의료 현장에서는 이동 중에도 끊김 없는 로밍 기능을 제



공해 투약 오류 방지와 환자 안전 관리에 활용된다. 회사는 전파 간섭이 많은 환경에서도 의료진이 안정적으로 데이터에 접근할 수 있도록 지원한다고 설명했다. 내구성도 강화했다. 2m 이상 높이에서 콘크리트 바닥으로 떨어져도 견딜 수 있다.

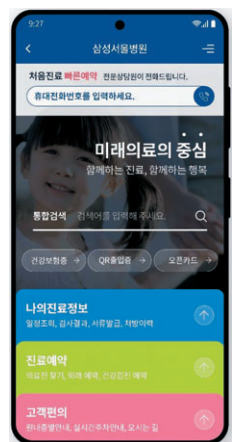
이호준 기자

외래 진료부터 입원까지 디지털케어 삼성서울병원 앱

삼성서울병원 ‘모바일 앱’

삼성서울병원 모바일 앱이 ‘2026 한국의 가장 사랑받는 브랜드 대상’을 받았다.

삼성서울병원 모바일 앱은 환자와 보호자의 의료 접근성을 높이고 병원 이용 과정에서 발생하는 불편을 디지털 기술로 개선한 점을 인정받았다. 단순 기능 제공을 넘어 사용자 경험(UX) 최적화에 초점을 맞춘 점이 특징이다. 앱은 진료 예약부터 수납, 재증명 발급까지 병원 행정 절차를 스마트폰 하나로 이용할 수 있도록 구성됐다. 대기 시간을 줄이고 진료 이용 효율성을 높였다. 환자 맞춤형 의료정보 관리



기능도 강화했다. 이용자는 앱을 통해 진료 일정과 검사 결과 등을 실시간으로 확인·관리할 수 있으며, 병원 밖에서도 연속성 있는 의료 서비스를 경험할 수 있도록 설계됐다. 삼성서울병원은 “디지털 취약계층도 쉽게 이용할 수 있도록 서비스를 확대해 나갈 계획”이라고 했다.

허지윤 기자