



民間主導의 世界的 컨설팅 會社

韓國能率協會컨설팅

150-010 서울特別市 永登浦區 汝矣島洞 12(CCMM B/D 8層)

TEL : (02) 3786-0615

0511

FAX : (02) 785-0501~2

한능컨 : 제 2001 - 087 호

2001. 3. 13

수 신 : 각 언론사

발 신 : 한국능률협회컨설팅

제 목 : 2001 년 제 3 차 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사결과 발표

안녕하십니까?

한국능률협회컨설팅에서는 우리나라 산업의 질적인 성장을 유도하고 우리 기업들이 국제 경쟁력을 가진 세계적인 브랜드를 개발하는 계기를 만들고자 '99 년부터 실시해온 한국 산업의 브랜드 파워(K-BPI) 조사를 지난 1~2 월에 실시하였습니다.

본 조사는 한국능률협회컨설팅이 개발한 브랜드 파워 측정 모델에 의해 국내산업의 126 개 산업군의 개별 상품 브랜드를 조사하여 우리나라 대부분의 소비산업의 브랜드 경쟁력을 평가하였습니다.

첨부한 자료는 본 K-BPI 조사결과를 다음과 같이 축약한 것이니 귀지(방송)의 보도를 양청 합니다

본 자료는 3 월 21 일 조간 (방송은 3 월 20 일 17:30 분) 부터 보도를 요망합니다.

조사 결과자료 발표 내용

제 1 부 한국산업의 브랜드 파워 조사의 개요

1. 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사의 배경 및 목적
2. 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사 설계
3. K-BPI 모델 소개 및 분석방법

제 2 부 조사결과 및 특징

1. 한국 산업의 브랜드파워 현황 및 특징
2. 산업군별 특징

별첨 1. 산업군별 1 위 브랜드소개

韓國能率協會컨설팅
會 長 宋 仁 相



民間主導의 世界的 컨설팅 會社

韓國能率協會컨설팅

150-010 서울特別市 永登浦區 汝矣島洞 12(CCMM 8層)

TEL : (02) 3786-0615

0511

FAX : (02) 785-0501~2

본 자료는 3월 21일 조간(방송은 3월 20일 17:30분)
부터 보도를 요망합니다.

제 1 부 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사의 개요

1. 한국산업의 브랜드파워(K-BPI)조사의 배경 및 목적

소비자 인식상에서 제품 품질에 대한 확실한 비교우위를 점유하기 어려운 상황에서 다국적 기업 브랜드들의 활발한 국내시장 침투는 국내 기업들의 위축된 마케팅활동과 더불어, 국내 기업들로 하여금 강력한 브랜드 없이는 기업의 성공을 약속할 수 없으며 국내시장은 물론 해외에서 통용되는 글로벌 브랜드의 개발 및 구축 없이는 장기적인 생존 자체가 어려울 수 밖에 없다는 시대적 조류에 대한 각성을 불러 일으키게 하였다. 이에 한국능률협회컨설팅은 우리나라 산업의 질적 성장을 유도하고 **각 기업 또는 산업에서 브랜드 경쟁력을 확보할 수 있는 계기를 마련하고자** 1998년 국내 최초로 브랜드파워 측정모델을 개발, 매년 조사를 실시하고 있으며, 1999년 1차 조사에 이어 금년에 **3차 조사**를 실시하였다.

K-BPI조사의 결과를 매년 우리 경제사회에 공표함을 기본 운영방침으로 하고 있으며, 이를 통해 각 산업 및 기업의 현 위치를 확인하고 브랜드력 향상을 위한 방향을 제시함으로써 기업의 경쟁력 강화와 세계적 브랜드 관리를 위한 기초자료로 활용될 수 있도록 하는 데에 그 목적이 있다. K-BPI결과를 통해 각 기업은 시장에서 자기브랜드의 경쟁력파악은 물론 다른 영역의 브랜드 사례 분석의 기회를 갖게됨으로써, 브랜드 파워 증대를 위한 체계적인 브랜드 매니지먼트전략을 수립할 수 있는 계기로 활용할 수 있을 것으로 기대된다.

2. 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사설계

모집단 : 국내에서 소비생활을 하고 있는 한국인으로서,

서울시 및 6개 광역시에 거주하고 있는

만 15세 이상 만 60세 미만의 남녀

조사지역 : 서울 및 6개 광역시(인천, 부산, 대구, 울산, 대전, 광주)

표본추출방법 : 인구비례(성별, 연령별, 지역별)에 의한 무작위 추출법(Random Sampling)

총 표본수 : **7,000명**

실사시간 : 2001년 1월 10일부터 2월 6일까지 (28일간)

조사방법 : 면접원이 조사대상가구를 방문하여 조사하는 일대일 개별 면접법

조사대상 산업 : **126개 산업군 2,171개의 개별 상품 브랜드 평가**

3. K-BPI 모델소개 및 분석방법

☞ K-BPI 란?

K-BPI(Korea Brand Power Index)는 소비생활과 밀접한 관계가 있는 국내 주요 산업을 대상으로 소비자 조사를 통해 각 브랜드가 갖고 있는 영향력을 파악, 이를 지수화 한 것으로 소비자 구매행동을 예측할 수 있는 질적인 지표이다.

☞ K-BPI 모델은?

브랜드파워를 측정하는 방법으로는 크게 재무적 관점과 소비자 인지구조 관점에서 평가하

는 방법이 있다. 재무적 관점은 기업의 자산가치의 평가나 기업 M&A 를 위한 평가수단으로 사용되는 방법으로, 주로 브랜드와 관련된 구매행동여부를 기초로 하여 재무제표상의 항목 중심으로 평가가 이루어진다. 반면, 소비자 인지구조적 관점은 소비자가 인지하고 있는 브랜드 이미지의 영향력과 표현력을 중심으로 구매행동의 예측이 가능하도록 설계된 방법이다. K-BPI 측정모델은 후자의 관점에서 브랜드인지도(Brand Awareness)와 브랜드충성도(Brand Loyalty)를 중심으로 측정하게 된다.

이처럼 K-BPI 는 철저히 소비자 관점에서 브랜드파워를 측정하며, 향후 시장에서의 성장성을 예측할 수 있다. 이번 조사의 경우, 총 126 개 산업군 2,171 개의 개별 브랜드를 대상으로 실시하므로 전체 산업에도 적용할 수 있는 범용성을 지니고 있다.

☞ K-BPI 조사 대상 산업군

산업군		조사대상 상품
제조업	소비재 (64 개)	비스킷, 스낵, 아이스크림, 일반우유, 어린이우유, 호상요구르트, 액상요구르트, 분유, 주스, 탄산음료, 스포츠음료, 커피음료, 먹는샘물, 라면, 참치캔, 식용유, 고추장, 간장, 천연조미료, 김치, 커피, 맥주, 소주, 곡주, 매실주, 국산양주, 자양강장제, 진통제, 소화제, 관절염패취제, 화장지, 치약, 구강청결제, 샴푸, 칫솔, 주방세제, 세탁세제, 생리대, 기저귀, 남성화장품, 여성화장품, 염모제, 방향제, 날 면도기, 스포츠의류, 캐주얼의류, 청바지, 유아복, 골프의류, 남성내의, 여성속옷, 남성정장, 여성정장, 스포츠화, 캐주얼화, 남성정장구두, 여성정장구두, 휘발유, 엔진오일, 종합문구, 워드프로세서, 카메라필름, 페인트, 담배
	내구재 (34 개)	손목시계, 휴대용카세트, 전기면도기, 카메라, 이동전화단말기, 데스크탑컴퓨터, 컴퓨터모니터, 노트북컴퓨터, 프린터, 복사기, 일반 TV, 대형 TV, 오디오, 에어컨, 청소기, 세탁기, 일반냉장고, 양문여단이냉장고, 김치냉장고, 가스레인지, 가스오븐레인지, 정수기, 부엌가구, 침대, 장롱, 대형승용차, 중형승용차, 경승용차, 4 륜구동자동차, 미니밴, 가정용보일러, 가정용바닥재, 승용차타이어, 피아노
서비스업(28 개)		편의점, 백화점, 대형할인점, 패스트푸드점, 피자전문점, 패밀리레스토랑, 제과점, 콘도미니엄, 호텔, 여행사, 레저시설, 항공사, 고속버스, 택배서비스, 국제전화, PC 통신, 초고속인터넷통신망서비스, 이동통신서비스브랜드, 이동전화서비스, 은행, 신용카드, 생명보험, 자동차보험, 증권, 투자신탁, 학습지, 아파트, 종합병원

☞ K-BPI 조사 및 분석방법

K-BPI 는 2000 년 제 2 차 조사까지의 모델인 인지도:평가 = 80:20 의 기준을 브랜드의 정성적인 측면인 브랜드 평가의 중요도가 상승하는 추세에 맞도록, 브랜드 인지도에 70%의 가중치(최초인지 40%, 비보조인지 20%, 보조인지 10%)를 두며, 브랜드 평가에 30%로 가중치를 변경하여 이를 1,000 점 만점기준으로 산출하였다.

[분석방법]

$$K-BPI = 1000 \times (0.4X1 + 0.2X2 + 0.1X3 + 0.3X4)$$

X1 = 최초인지도

X2 = 비보조초인지도

X3 = 보조인지도

X4 = 브랜드 평가

이미지, 구입 가능성, 선호도 항목에 대해 3:4:3의 가중치를 두어 평균치를 표준화된 점수(Z-Score)로 변환하여 표준정규분포상의 누적분포 값으로 환산한 수치임

제 2 부 조사결과 및 특징

1. 한국산업의 브랜드파워 현황 및 특징

올해로 벌써 3 회째를 맞는 한국산업의 브랜드파워 조사는 이제 우리나라를 대표하는 브랜드 관련 지수로서 자리를 잡아가는 느낌이다. 그도 그럴 것이 작년에는 111 개 산업군을 대상으로 브랜드 조사를 실시한데 이어 이번에는 그보다 15 개가 많은 126 개 산업군에 대한 조사를 실시하여 명실공히 대부분의 산업군을 망라하고 있기 때문이다.

IMF의 부진함을 거의 건너버린 2001년 결과의 두드러진 특징은 크게 3 가지로 나누어 볼 수 있다. 먼저 **가장 중요한 특징은 이른바 브랜드 중심적인 마케팅 전략이 자리를 잡아가고 있다는 점이다.** 예년의 경우, 내구재와 서비스재는 그 제품 및 서비스상품의 특징이 기업이미지를 배경으로 하고 있어서 굳이 브랜드를 만들어내거나 새로이 육성하려는 모습이 발견되지 않았다. 때문에 IMF로 대기업들이 무너지는 가운데에서도 유독 내구재에 있어서는 기존 대기업들의 기업이미지에 바탕을 둔 브랜드 아닌 브랜드들이 대세를 이루고 있었다. 적어도 인지도 중심의 모델이 대세를 이루던 작년이나 그 이전까지는 대기업의 이미지를 얻은 브랜드들의 위세가 이해되는 것이 일반적인 경향이었고, 그에 도전하는 전문회사들의 브랜드 역시 그다지 심각한 위협이라고 판단하기는 어려운 상황이었다. 그러나, 이번 2001년 K-BPI는 작년까지의 인지중심의 모델을 만족도 및 충성도 중심의 모델로 변형하였으며, 수차례의 시뮬레이션을 통해 검증과정을 통해 확정된 2001년 모델은 더 이상 대기업의 이름 밑에서 후광을 노리는 산업군이나 제품들이 자리잡기 어려운 결과를 낳았던 것이다.

현대아파트로 몇십년을 군림하던 아파트 산업군의 경우, 회사이름만으로는 도저히 아파트와는 관련이 없을 것 같은 삼성중공업과 대림산업의 셰르빌과 e-편한세상이 각각 현대아파트를 제치고 1, 2위를 차지한 것이나, 작년 여름 무차별적으로 퍼붓는 대형 가전사의 마케팅활동이 뜨거웠던 에어컨 시장 쟁탈전에서 여전히 1위를 고수하고 있는 만도공조의 위니아 에어컨이 바로 그 좋은 사례이다.

이번 조사결과와 **두번째로 드러나는 특징은 외국계 브랜드의 두드러진 성과라고 하겠다.** 앞에서도 말한바와 같이 이번년도부터는 브랜드 평가 모델을 충성도와 만족도 중심의 모델로 변화를 주었으며, 당분간 이 모델을 유지할 계획인데, 그러한 결과로 실제 대부분 소비상황이 그대로 반영된 결과들이 많았다. 특히, 고관여이거나 젊은 층이 주 사용층인 경우에 그러한 경향이 심하게 나타났는데, 이는 제품력에 있어서 아직 몇 개 산업군은 외국 유명브랜드에 비해 부족한 탓이 아닌가 하는 예상을 가지게 한다.

휴대용 카세트에서 소니, 대형텔레비전에서 소니, 면도기의 질레트, 칫솔의 오랄비, 염모제의 웰라비바, 카메라에서의 캐논 등이 바로 그러한 예라고 하겠다.

2001년의 특징 중 마지막 **세번째는, 제품력이 완성되지 않고 단순히 광고를 중심으로 한 커뮤니케이션 활동만으로 형성된 브랜드 자산은 금방 무너지기가 쉽다는 것이다.** 작년에 가장 선풍적인 면모를 보였던 대표적인 브랜드가 바이코리아 펀드와 마이젯 프린터였다. 작년에 이른바 블록버스터 마케팅과 스타마케팅이라는 각각의 기술적인 기법의 승리라고 말할 정도로 짧은 기간내에 대단한 성과를 거두었던 그 두 브랜드는 하나는 사회현상으로 자리잡았으나 마케팅 외적인 문제로 가라앉아 버렸고, 다른 하나는 제품력에서 우위에 있는 다른 브랜드에 묻혀버렸다. 특히 프린터의 경우는 작년엔 전지현이라는 특별한 스타를 통한 마케팅 커뮤니케이션이 효과를 발휘하여 브랜드 파워 1위를 차지하였으나, 2000년 KCSI(한국산업의 고객만족도 지수)의 결과에서도 예측되었듯이 프린터의 제품력에서 앞선 엡손이 이번 조사에서 1위를 차지하게 된 것이다.

혼란스러웠던 디지털 마케팅에 대한 조작적 정의가 대략 윤곽을 잡아가고, 모든 매체를 장악했던 벤처의 열풍 역시 제자리를 찾아가는 현 시점에서 다시 브랜드 파워의 개념이 무엇인가를 고민해야 할 때가 된 것 같다. 브랜드와 e-브랜드가 무엇이 다르고, 온라인과 오프라인에서 어떤 마케팅활동이 유효적절한지도 명확하지 않은 상황에서 2001년 브랜드 파워지수의 결과는 앞으로 대한민국 파워브랜드가 나아가야 할 지표를 적절히 제시하고 있다 하겠다.

2. 산업군별 특징

1) 소비재 산업

① 제과,아이스크림

略 새우깡, 에이스 등 장수브랜드의 파워가 강세. 배스킨라빈스의 급부상

비스킷과 스낵 부문 모두 3년 연속 1위 브랜드로 나타났다. 전형적인 다 브랜드 경쟁 상품군으로 오래된 장수 브랜드들이 지속적으로 높은 브랜드 파워를 유지하고 있다. 아이스크림 부문에서는 체인점 브랜드인 배스킨라빈스가 개별 상품 브랜드를 제치고 1위로 나타났다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
비스킷	에이스(587.9) (3년연속)	해태제과㈜
스낵	새우깡(765.8) (3년연속)	㈜농심
아이스크림	배스킨라빈스 (524.4)	비알코리아㈜

② 유제품

略 우유는 서울우유, 호상요구르트는 요플레, 분유는 아기사랑 수

일반우유 및 어린이우유부문에 서울우유와 양광우유가 지속적인 브랜드 파워를 나타내고 있다. 액상요구르트부문에서도 역시 한국야쿠르트가 3년 연속 1위 브랜드에 선정 되었으며, 떠먹는 요구르트의 대명사라 할 수 있는 요플레도 2년연속 1위 브랜드로 자리매김을 하고 있다. 경쟁이 치열한 분유 부문에서는 매일맘아 Q를 제치고 남양유업의 아기사랑 수가 새롭게 1위로 나타났다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
일반우유	서울우유(778.3) (3년연속)	서울우유협동조합
어린이우유	양광우유(709.5) (2년연속)	
호상요구르트	요플레(643.8) (2년연속)	㈜빙그레
액상요구르트	한국야쿠르트 (552.8) (3년연속)	㈜한국야쿠르트
분유	아기사랑 수(563.7)	남양유업㈜

③ 음료

略 게토레이와 삼다수의 등장, 음료는 델몬트, 코카콜라 등이 여전히 고수 맥스웰하우스의 새로운 진입

주스 부문의 델몬트는 3년연속 브랜드 파워 1위를 고수하고 있으며, 탄산음료 부문에서는 2년연속 코카콜라가 1위로 나타나 음료부문에 가장 높은

브랜드 파워를 나타내고 있다. 스포츠음료 부문에서는 미묘한 차이로 포카리스웨트를 제치고 게토레이가 1위로 부상했으며, 먹는샘물에서도 삼다수가 새롭게 1위 브랜드로 나타났다. 치열한 경쟁으로 인해 새롭게 조사한 커피음료 부문에서는 동서식품의 맥스웰하우스가 1위 브랜드로 나타났다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
주스	델몬트(587.0) (3년연속)	롯데칠성음료 (주)
탄산음료	코카콜라(825.7) (2년연속)	한국코카콜라 (주)
스포츠음료	게토레이(681.1)	
커피음료	맥스웰하우스 (431.8)	동서식품
먹는샘물	삼다수(492.9)	농심

④ 식품

略 식용유는 해표, 고추장은 청정원 순창고추장, 커피는 맥심, 참치는 동원, 간장은 샘표진간장, 김치는 증가집

신라면, 청정원순창, 다시다, 맥심 등은 3년 연속 1위 브랜드로 나타났으며, 참치캔 부문의 동원과 식용유 부문의 해표도 2년 연속 1위를 나타나 식품부문에 부동의 1위 자리를 지키고 있다.

새롭게 추가된 간장과 김치 부문은 아직 소비자들에게 확실한 브랜드로써 자리잡고 있지는 못하지만 향후 지속적인 브랜드 파워를 지닐 것으로 예상되고 있다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
라면	신라면(826.1) (3년연속)	농심
참치캔	동원참치(903.2) (2년연속)	동원 F&B
식용유	해표(805.2) (2년연속)	신동방
고추장	청정원순창고추장 (689.5) (3년연속)	대상
간장	샘표진간장(515.7)	샘표식품
천연조미료	다시다(856.5) (3년연속)	제일제당
김치	증가집김치(651.7)	두산식품 BG
커피	맥심(777.6) (3년연속)	동서식품

⑤ 주류

略 참진이슬로 출시 2년만에 1위브랜드. 맥주시장은 여전히 하이트가 1위로. 백세주와 매취순은 주류시장의 변화를 암시

저도소주 시장의 치열한 경쟁속에서 진로의 참진이

슬로가 작년 2 위에서 대표 브랜드인 진로를 제치고 소주시장에서 새롭게 1 위로 나타났다. 맥주부문은 작년에 이어 하이트가 2 년 연속 1 위 브랜드로써의 위치를 고수하고 있다. 맥주와 소주 중심에서 새롭게 조사된 곡주와 매실주, 국산양주 부문은 백세주와 매취순, 패스포트가 주류시장이 변화되고 있음을 암시하고 있다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
맥주	하이트(760.7) (2 년연속)	하이트맥주(주)
소주	참진이슬로(616.6)	(주)진로
곡주	백세주(610.6)	국순당
매실주	매취순(606.2)	보해양조(주)
국산양주	패스포트(524.7)	두산씨그램

⑥ 제약

略 1 위는 여전히 1 위
관절염 패취제는 태평양제약의 케토톱

제약 부문에서는 박카스, 게보린, 웨스탈포르테, 케토톱이 모두 작년에 이어 올해도 1 위에 선정되었다. 자양강장제 부문의 박카스는 제약 브랜드 중에서 여전 가장 높은 브랜드 파워를 형성하고 있다. 관절염패취제 부문의 케토톱은 치열한 경쟁상황에서도 2 년 연속 1 위 자리를 굳힘으로써 브랜드 파워의

위상을 나타내고 있다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
자양강장제	박카스(823.3) (3 년연속)	동아제약(주)
진통제	게보린(648.1) (3 년연속)	삼진제약(주)
소화제	웨스탈(포르테) (524.6) (3 년연속)	한독약품(주)
관절염패취제	케토톱(624.2) (2 년연속)	(주)태평양제약

⑦ 생활용품(위생,미용)

略 뽀빠이, 죽염, 비달사순, 하기스는 여전히 강세. 생리대부문의 화이트 급부상
염모제, 방향제, 칫솔 부문에서는 다국적 기업 브랜드들의 강세.
화장품 시장의 변화 - 오딧세이, 참존

브랜드간의 경합이 치열한 전형적인 다 브랜드 산업군으로 지속적인 브랜드 파워를 유지하기가 힘든 상황이다. 화장지, 치약, 구강청결제, 샴푸, 기저귀는 여전히 연속적인 1 위 브랜드를 유지하고 있으나, 세제부문에서 자연풍과 한스폰테크의 1 위와 생리대 부문에서 화이트의 급부상은 향후 치열한 경쟁을 예고하고 있다. 특히 화장품 부문에서 오딧세이와 참존의 1 위는 이 시장에서의 지속적인 브랜드 파워 고수가 실로 어려움을 잘 나타내 주고 있다. 소비자의 관

여도가 높아지고 있는 염모제와 방향제, 칫솔 부문에 대한 새로운 조사에서는 다국적 기업의 웰라비바와 터치후레쉬, 오랄-B 가 각각 1 위로 나타났다. 날면도기 부문에서는 도루코가 1 위로 나타나고 있다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
화장지	뽀빠이(596.4) (3 년연속)	유한킴벌리(주)
치약	죽염(F)(595.8) (3 년연속)	(주)LG 생활건강
구강청결제	가그린(861.1) (2 년연속)	동아제약(주)
샴푸	비달사순(502.5) (2 년연속)	한국피앤지(주)
칫솔	Oral-B(589.6)	질레트코리아
주방세제	자연풍(529.9)	(주)LG 생활건강
세탁세제	한스폰테크(698.7)	(주)LG 생활건강
생리대	화이트(689.4)	유한킴벌리(주)
기저귀	하기스(844.7) (3 년연속)	유한킴벌리(주)
남성화장품	오딧세이(429.5)	(주)태평양
여성화장품	참존(435.0)	(주)참존
염모제	웰라 비바(474.3)	(주)웰라코리아
방향제	터치후레쉬(382.5)	한국존슨
날 면도기	도루코(714.6)	(주)도루코

⑧ 의류

略 스포츠, 골프의류 부문의 나이키 강세
남성정장은 갤러시, 여성정장은 닥스
청바지는 리바이스, 유아복과 여성속옷
은 아가방과 비너스가 각각 차지.

의류 산업은 가장 브랜드간의 경합이 치열하고, 브랜드 중심적인 경쟁을 하는 다 브랜드 산업군으로 1 위 교체비율이 높은 산업군이다. 그러나 스포츠, 캐주얼의류와 청바지, 유아복, 여성속옷, 남성정장 부문에서는 나이키와 폴로, 리바이스, 아가방, 비너스, 제일모직의 갤러시가 각각 독보적인 위치를 꾸준히 고수하고 있다. 특히 여성정장 부문에서는 작년 1 위 브랜드인 조이너스를 제치고 닥스가 새롭게 1 위로 나타났다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
스포츠의류	나이키(716.9) (3 년연속)	(주)나이키스포츠
캐주얼의류	폴로(442.4) (2 년연속)	(주)두산
청바지	리바이스(518.8) (2 년연속)	리바이 스트라우스 코리아(주)
유아복	아가방(707.5) (2 년연속)	주식회사 아가방
골프의류	나이키(441.3)	(주)나이키스포츠
남성내의	트라이(547.9)	(주)쌍방울

여성숙웃	비더스(556.3) (3년연속)	(주)신영와코루
남성정장	갤럭시(502.0) (3년연속)	제일모직(주)
여성정장	타스(400.4)	(주)LG 상사 LG 패션

⑨ 제화

略 정장구두 부문은 모두 금강제화의 리갈과 르노와르. 스포츠화는 나이키

스포츠화, 남성정장구두, 여성정장구두는 모두 3년연속 1위 브랜드가 선정되었다. 스포츠화의 나이키는 절대적인 브랜드 파워와 2위와의 격차를 고려한 경쟁적 파워를 모두 고려할 때 높은 브랜드 파워를 갖고 있는 것으로 나타났다. 여전히 남녀 정장구두 부문은 개별 브랜드의 파워가 높지 않은 것으로 평가되었다. 새롭게 조사된 캐주얼화 부문에서는 오래된 브랜드인 랜드로바가 여전히 소비자 인식 속에 자리잡고 있는 것으로 나타나고 있다.

상품군	1위 브랜드명	기업명
스포츠화	나이키(773.3) (3년연속)	(주)나이키스포츠
캐주얼화	랜드로바(771.9)	금강제화(주)
남성정장구두	리갈(457.9) (3년연속)	금강제화(주)
여성정장구두	르노와르(421.8) (3년연속)	금강제화(주)

⑩ 정유

略 휘발유, 엔진오일 모두 엔크린과 지크,

엔크린과 지크가 휘발유와 엔진오일부문에서 각각 3년연속 1위 브랜드로 나타나고 있으며, 산업군을 고려할 때 브랜드 파워도 비교적 높게 형성되어 있음을 알 수 있다. 아직 1,2위 간의 브랜드 파워 격차가 크게 나타나고 있지만, LG 정유의 시그마 중심 브랜드가 꾸준히 자리를 유지하고 있다.

상품군	1위 브랜드명	기업명
휘발유	엔크린(715.4) (3년연속)	SK 주식회사
엔진오일	지크(591.5) (3년연속)	SK 주식회사

⑪ 기타

略 아래아 한글이 워드프로세스의 대표 브랜드. 문구와 카메라필름은 모닝글로리와 코닥필름이 자리를 고수. 한편, 담배는 디스가 대표적.

모닝글로리와 아래아한글, 코닥필름은 각 산업군에서 2년연속 1위를 고수하고 있다. 페인트 부문은 여전히 브랜드에 대한 인식이 크게 형성되지 못하고 있지만, 작년 1위 브랜드인 고려페인트를 제치고 제비표페인트가 1위로 나타났다. 올해 새롭게 조사한 담배 부문에서는 디스가 높은 브랜드 파워를 보이며 1위로 나타났는데, 마일드세븐 등의 외산 브랜드에 대한 이용률이 급격히 증가하고 있다.

상품군	1위 브랜드명	기업명
종합문구	모닝글로리(584.9) (2년연속)	(주)모닝글로리
워드프로세서	아래아한글(595.4) (2년연속)	(주)한글과컴퓨터
카메라필름	코닥필름(764.1) (2년연속)	한국코닥(주)
페인트	제비표페인트 (474.6)	건설화학공업(주)
담배	디스(746.0)	한국담배인삼공사

2) 내구재

① 소형가전

略 소니, 필립스, 캐논 등 다국적 기업 브랜드의 강세. 한편, 손목시계 부문의 공동 1위

손목시계 부문에서 오리엔트의 갤럭시가 3년연속 1위를 차지했으나, 로가디스와 공동 1위로 나타나 이례적인 결과를 나타내고 있다. 전기면도기 부문에서는 필립스가 2년연속 1위로 나타나고 있는데, 휴대용카세트 부문에서는 국내 브랜드인 마이마이윙고를 제치고 다국적 기업 브랜드인 소니가 1위로 부상하였다. 올해 새롭게 조사된 카메라 부문에서는 캐논이 1위를 차지하였다.

상품군	1위 브랜드명	기업명
손목시계	갤럭시(369.8) (3년연속)	(주)오리엔트
	로가디스(369.8)	로가디스시계(주)
휴대용카세트	소니(607.6)	소니코리아(주)
전기면도기	필립스(648.3) (2년연속)	(주)필립스코리아
카메라	캐논(589.8)	(주)LG 상사

② 정보통신 및 사무기기

略 부동의 브랜드 애니콜과 신도리코, 그리고 매직스테이션, 센스. 프린터전문회사 브랜드 엡손의 급부

애니콜과 매직스테이션은 이동전화단말기와 데스크탑 컴퓨터 부문에서 3년연속 1위 브랜드로 나타

나고 있으며, 센스와 신도리코 역시 노트북컴퓨터와 복사기 부문에서 각각 2 년 연속 1 위 브랜드를 고수하고 있다. 올해 처음으로 조사된 컴퓨터모니터 부문에서는 싱크마스터가 1 위로 나타나고 있다. 프린터 부문에서는 마이젯을 제치고 전문회사 제품인 엡슨이 새롭게 급부상 하였다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
이동전화 단말기	애니콜(750.0) (3 년연속)	삼성전자㈜
데스크탑 컴퓨터	매직스테이션 (686.6) (3 년연속)	삼성전자㈜
컴퓨터모니터	싱크마스터(413.5)	삼성전자㈜
노트북컴퓨터	센스(599.1) (2 년연속)	삼성전자㈜
프린터	엡슨(420.6)	한국엡슨㈜
복사기	신도리코(592.7) (2 년연속)	㈜신도리코

③ 가전제품

略 단일 제품군으로 승부하는 브랜드의 강세. 위니아, 덤채, 린나이, 매직, 웅진코웨이. 양문여닫이냉장고는 선도 브랜드인 지펠.

가전 산업에서 대부분이 작년에 이어 2 년 또는 3 년 연속 1 위로 나타났다. 이 산업군의 특징으로는 Sub 브랜드에 기술적인 특징을 반영하는 브랜드 전략 자주 사용한다는 점이다. 또한 마케팅 활동의 중심이 제품에 많은 비중을 두고 있어 강력한 파워의 브랜드가 나타나기 어려운 상품군이라 할 수 있다.

그런 중에서도 오디오부문의 인켈, 에어컨의 위니아, 양문여닫이냉장고의 지펠, 가스기기의 린나이, 매직, 정수기의 웅진코웨이 등은 일관적 브랜드 전략에 의한 브랜드 파워 강화가 돋보인다고 할 수 있다. 한편, 대형 TV 부문에서는 국내 브랜드들의 활발한 마케팅 활동에도 불구하고 소니가 1 위로 나타났다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
일반 TV	명품완전평면 (497.4) (3 년연속)	삼성전자㈜
대형 TV	소니(549.8)	소니코리아㈜
오디오	인켈(655.7) (3 년연속)	㈜이트로닉스
에어컨	위니아에어콘 (705.8) (3 년연속)	만도공조주식회사
청소기	동글이 진동파악 (508.6) (3 년연속)	LG 전자㈜
세탁기	통돌이(430.9)	LG 전자㈜
일반냉장고	싱싱냉장고 앞에서뒤에서 (430.7) (3 년연속)	LG 전자㈜

양문여닫이 냉장고	지펠(Zipel) (785.4) (2 년연속)	삼성전자㈜
김치냉장고	덤채(743.2) (2 년연속)	만도공조주식회사
가스레인지	린나이가스레인지 (837.9) (2 년연속)	린나이코리아 (주)
가스오븐 레인지	매직(651.6) (3 년연속)	동양매직㈜
정수기	웅진코웨이(758.9) (3 년연속)	웅진코웨이개 발 주식회사

④ 가구

略 부엌은 한샘, 침대는 에이스, 가구는 보루네오가 해당부문의 대명사로 꾸준히 자리잡고 있음

부엌가구, 침대, 장롱의 3 개 부문 모두 3 년연속 1 위 브랜드로써의 위상을 지키고 있다. 특히 부엌가

구의 경우 경쟁업체들의 지속적인 CI 전략 속에서도 여전히 한샘이 1 위를 지키고 있으며, 에이스침대의 경우는 750 점 이상의 높은 브랜드파워를 갖고 있는 것으로 나타났다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
부엌가구	한샘(696.3) (3 년연속)	㈜한샘
침대	에이스침대(768.4) (3 년연속)	㈜에이스침대
장롱	보루네오가구 (573.2) (3 년연속)	㈜보루네오가 구

⑤ 자동차

略 그랜저 XG 와 EF 소나타와 함께 마티즈 브랜드의 파워가 돋보임.
자동차 회사별로 강세를 보이는 부문

작년에 처음으로 조사된 무쏘가 2 년 연속 브랜드 파워 1 를 나타낸 것을 제외하고는 모두 3 년 연속 1 위 브랜드로 나타나는 강한 브랜드 파워를 나타내고 있다. 특히, 경승용차 부문의 마티즈의 경우 마티즈 II 로의 지속적인 확장전략으로 자동차 부문에서 가장 높은 브랜드 파워를 나타내고 있다. 각 자동차 회사별로 브랜드의 강세를 보이는 부문이 확연히 구분되고 있음을 알 수 있다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
대형승용차	그랜저 XG(645.1) (3 년연속)	현대자동차㈜
중형자동차	EF 쏘나타(615.8) (3 년연속)	현대자동차㈜
경승용차	마티즈(699.2) (3 년연속)	대우자동차㈜
4 구구동	무쏘(573.7)	쌍용자동차㈜

자동차	(2 년연속)	
머티리얼	카니발(614.4)	카하자동차㈜
	(3 년연속)	

⑥ 기타

略 블랙버드 V 가장 짧은 시간에 1 위로 올라. 보일러는 귀뚜라미 보일러, 피아노는 영창피아노, 가정용 바닥재는 옥장판.

보일러 부문은 작년에 이어서 귀뚜라미보일러가 3년 연속 1위를 차지하고 있으며, 피아노 부문의 영창악기와 더불어 높은 브랜드 파워를 갖고 있는 것으로 나타났다. 타이어부문 역시 '99년에 출시한 블랙버드 V가 2년 연속 1위로 나타나고 있다. 한편, 가정용바닥재 부문에서는 작년 1위 브랜드인 깔끄미우드류를 밀어내고 옥장판이 1위로 상승했다. 브랜드 파워 지수가 400점 대인 타이어와 바닥재 부문은 소비자들에게 아직 강력한 브랜드 파워를 형성하지 못하고 있다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
가정용보일러	귀뚜라미보일러 (779.9) (3년연속)	귀뚜라미보일러 (주)
가정용바닥재	옥장판(450.4)	(주)금강고려화학
승용차타이어	블랙버드 V(396.7) (2년연속)	한국타이어 주식회사
피아노	영창피아노 (763.7) (2년연속)	영창악기제조(주)

3) 서비스

① 유통

略 편의점, 백화점, 대형할인점의 3년 연속 독보적인 1위 고수. 편의점의 국내 브랜드 LG 25가 여전.

LG25, 롯데백화점, 이마트가 각각 편의점, 백화점, 대형할인매장 부문에서 3년 연속 1위 브랜드로 굳건히 자리를 지키고 있다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
편의점	LG25(643.1) (3년연속)	(주)LG 유통
백화점	롯데백화점(730.8) (3년연속)	롯데쇼핑(주)
대형할인점	이마트(680.7) (3년연속)	(주)신세계 이마트부문

② 프랜차이즈

略 롯데리아의 강세 여전. 피자헛은 다른 피자점과 격차 큼. 제과점은 파리바게뜨가 파워 브랜드로.

패스트푸드 부문에서 3년 연속 1위 브랜드로 나타난 롯데리아와, 2년 연속 1위 브랜드를 지키고 있는 피자헛을 제외하고, 패밀리레스토랑과 제과점의 1위가 모두 바뀌었다. 특히 제과점 부문에서의 파리바게뜨와 패밀리레스토랑 부문에서 T.G.I.FRIDAY'S의 1위 현상은 향후 이 산업군에서의 치열한 경쟁을 예고하고 있다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
패스트푸드점	롯데리아(779.1) (3년연속)	(주)롯데리아
피자전문점	피자헛(886.2) (2년연속)	한국피자헛(주)
패밀리 레스토랑	T.G.I. FRIDAY'S (410.9)	(주)푸드스타
제과점	파리바게뜨 (604.5)	(주)파리크라상

③ 여행, 숙박, 레저

略 롯데가 호텔, 레저 부문에서, 대명콘도가 콘도미니엄 부문에서 대표 브랜드로 자리잡음. 그러나 타 산업군에 비해 브랜드 파워의 절대적 수치가 낮음.

콘도미니엄과 호텔, 레저시설 부문에서 대명콘도와 호텔롯데, 롯데월드가 각각 3년 연속 1위의 자리를 지키며 그 명성을 유지하고 있다. 그러나 여행사 부문에서 작년 1위 브랜드인 롯데관광개발을 제치고 온누리여행사가 1위로 새롭게 등장함은 여행상품에 대한 소비자 Needs가 증가하는 상황에서 시사점을 제공하고 있다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
콘도미니엄	대명콘도(584.4) (3년연속)	(주)대명레저산업
호텔	호텔롯데(522.3) (3년연속)	호텔롯데
여행사	온누리여행사 (380.3)	(주)온누리닷컴
레저시설	롯데월드(636.2) (3년연속)	롯데월드

④ 운송물류

略 택배서비스는 한진 브랜드가 여전히 그 명맥을 유지. 운송에서는 대한항공과 금호고속이 차지

대한항공과 한진택배가 올해도 1위로 나타나 3년 연속 1위를 차지하고 있다. 특히 항공사 부문에서는 2위인 아시아나항공이 1위를 향해 꾸준히 추격하고 있다. 한편, 새롭게 조사한 고속버스 부문에서는 금호고속이 1위로 나타나, 477점을 보인 한진고속과의

치열한 경쟁이 예상되고 있다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
항공사	대한항공(820.4) (3 년연속)	(주)대한항공
고속버스	금호고속(515.7)	금호산업(주) 고속사업부
택배서비스	한진택배(605.4) (3 년연속)	(주)한진

⑤ 통신서비스

略 초고속통신망서비스의 메가패스와 이동통신서비스 브랜드인 TTL 의 브랜드

국제전화와 PC 통신 부문에서 한국통신 001 과 천리안 브랜드는 각각 3 년 연속 1 위를 차지하고 있다. 특히, 인터넷의 대중화에도 불구하고 PC 통신에 대한 브랜드 파워는 여전히 높게 형성되어 있다. 한편, 이동통신 분야에서 스피드 011 이라는 식별번호 중심의 브랜드 파워가 TTL, Na, 드라마 등의 이동통신 서비스 브랜드의 강세와 함께 새로운 산업군으로 그 위상을 정립하고 있다. 올해 새롭게 조사된 초고속인터넷 통신망서비스에서는 아직 확실한 브랜드 파워가 형성되지 않았지만, 치열한 경쟁상황에서도 메가패스가 1 위로 인식되고 있다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
국제전화	한국통신 001(841.4) (3 년연속)	한국통신(주)
PC 통신	천리안(726.0) (3 년연속)	(주)데이콤
초고속인터넷 통신망서비스	메가패스(488.3)	한국통신(주)
이동통신 서비스브랜드	TTL(681.7)	SK 텔레콤(주)
이동전화 서비스	스피드 011 (876.3) (3 년연속)	SK 텔레콤(주)

⑥ 금융 서비스

略 6 개 산업군에서 모두 3 년 연속 1 위 를 차지. 기업명이 곧 브랜드 명으로 유지됨

지속적인 CI 활동과 경제상황에 따른 국민들의 관심이 집중된 금융서비스 부문에서, 6 개 전 부문의 해당 브랜드가 모두 3 년 연속 1 위를 차지하였다. 국민은행, 비씨카드, 삼성생명, 삼성화재, 삼성증권, 대한투자신탁이 비교적 높은 브랜드 파워를 형성하고 있으며, 특히 삼성생명은 814 점으로 이 부문에서 가장 높은 브랜드 파워를 나타내고 있다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
은행	국민은행(629.6) (3 년연속)	(주)국민은행
신용카드	비씨카드(702.7) (3 년연속)	비씨카드(주)

생명보험	삼성생명(814.3) (3 년연속)	삼성생명보험(주)
자동차보험	삼성화재(708.8) (3 년연속)	삼성화재
증권	삼성증권(560.2) (3 년연속)	삼성증권(주)
투자신탁	대한투자신탁 (642.8) (3 년연속)	대한투자신탁 증권

⑦ 기 타

略 아파트는 브랜드 중심의 셰르빌이 1 위, 학습지는 여전히 대교가..

학습지 부문에서는 작년에 이어 대교높이가 3 년 연속 1 위 브랜드의 자리를 유지하며 학습지 부문의 브랜드를 대표하고 있다. 한편, 작년에 처음 조사된 아파트 부문에서는 브랜드의 중요성을 단적으로 보여주듯이 셰르빌이 1 위로 급부상 하였다. 특히, 대림의 e-편한세상이 2 위로 나타나 브랜드관리 활동에 대한 중요성을 다시 한번 제고시켜주고 있다. 올해 처음으로 실시한 종합병원에 대한 조사에서는

서울대학교병원이 2 위인 삼성서울병원과 다소 큰 차이로 1 위를 나타냈다.

상품군	1 위 브랜드명	기업명
학습지	대교높이(512.3) (3 년연속)	(주)대교
아파트	셰르빌(454.8)	삼성중공업(주)
종합병원	서울대학교병원 (593.9)	서울대학교병원

별첨 1. 산업군별 1 위 브랜드소개

1. 소비재 부문

산업군	1 위 브랜드			2000 년 1 위브랜드
	1 위 브랜드명	기업명	비교대상브랜드	
비스킷	에이스(587.9) (3 년연속)	해태제과(주)	체크(438.0), 산도(416.8)	에이스 (503.6)
스낵	새우깡(765.8) (3 년연속)	(주)농심	오감자(415.0), 맛동산(345.9)	새우깡 (719.3)
아이스크림	베스킨라빈스 (524.4)	비알코리아(주)	투게더(506.8), 구구크러스터(348.9)	투게더 (591.3)
일반우유	서울우유(778.3) (3 년연속)	서울우유협동조합	부산우유(399.9), 파스퇴르우유(378.9)	서울우유 (732.6)
어린이우유	양광우유(709.5) (2 년연속)	서울우유협동조합	아인슈타인베이비(391.9), 에디슨우유(203.8)	양광우유 (703.0)
호상요구르트	요플레(643.8) (2 년연속)	(주)빙그레	슈퍼 100(632.3), 후레쉬(285.9)	요플레 (598.9)
액상요구르트	한국야쿠르트 (552.8) (3 년연속)	(주)한국야쿠르트	불가리스(462.8), 메치니코프(405.9)	한국야쿠르 트(526.5)
분유	아기사랑 수 (563.7)	남양유업(주)	매일맘마 Q(500.2), 임페리얼 드림(353.4)	매일맘마 Q(514.3)
주스	텔몬트(587.0) (3 년연속)	롯데칠성음료(주)	웨이리(496.7), 콜드(436.1)	텔몬트 (567.5)
탄산음료	코카콜라(825.7) (2 년연속)	한국코카콜라(주)	칠성사이다(638.5), 환타(370.0)	코카콜라 (796.6)
스포츠음료	게토레이(681.1)		포카리스웨트(634.3), 파워에이드(417.6)	포카리스웨 트(604.5)
커피음료	맥스웰하우스 (431.8)	(주)동서식품	레쓰비(412.0), 네스카페(374.9)	
먹는샘물	삼다수(492.9)	(주)농심	진로석수(479.9), 풀무원샘물(433.4)	진로석수 (482.7)
라면	신라면(826.1) (3 년연속)	(주)농심	안성탕면(475.2), 짜파게티(376.0)	신라면 (692.5)
참치캔	동원참치(903.2) (2 년연속)	동원 F&B	사조(391.3), 오뚜기(223.0)	동원참치 (877.9)
식용유	해표(805.2) (2 년연속)	(주)신동방	백설표(638.0), 오뚜기(269.9)	해표 (838.6)
고추장	청정원순창고추장 (689.5) (3 년연속)	(주)대상	해찬들태양초고추장(559.5) 참그루진미고추장(305.0)	청정원순창 고추장 (626.3)
간장	샘표진간장 (515.7)	샘표식품(주)	몽고간장(489.2), 오복간장(403.9)	
천연조미료	다시다(856.5) (3 년연속)	(주)제일제당	맛나(341.2), 감치미(276.8)	다시다 (623.0)

김치	종가집김치 (651.7)	(주)두산식품 BG	농협김치(453.2), 하선정맛김치(329.2)	
커피	맥심(777.6) (3 년연속)	(주)동서식품	테이스터스초이스(573.4) 모카골드(313.4)	맥심 (750.0)
맥주	하이트(760.7) (2 년연속)	하이트맥주(주)	OB 라거(545.5), 카스(419.1)	하이트 (680.7)
소주	참진이슬로 (616.6)	(주)진로	진로(563.0), 시원소주(359.9)	진로 (642.7)
곡주	백세주(610.6)	국순당	청하(491.0), 경주법주(347.8)	
매실주	매취순(606.2)	보해양조(주)	설중매(539.3), 진로매실주(251.9)	
국산양주	패스포트(524.7)	두산씨그램	임페리얼(453.3), 딤플(447.9)	
자양강장제	박카스(823.3) (3 년연속)	동아제약(주)	컨디션(425.1), 영비천(410.5)	박카스 (790.5)
진통제	게보린(648.1) (3 년연속)	삼진제약(주)	펜잘(523.2), 타이레놀(451.5)	게보린 (584.5)
소화제	웹스탈(포르테) (524.6) (3 년연속)	한독약품(주)	가스명수(511.3), 가스활명수(큐)(460.7)	웹스탈 (포르테) (479.8)
관절염패취제	케토틱(624.2) (2 년연속)	(주)태평양제약	트라스트(557.3), 케펜텍(223.1)	케토틱 (546.6)
화장지	뽀뽀(596.4) (3 년연속)	유한킴벌리(주)	모나리자(399.5), 뽀큐(350.8)	뽀뽀 (672.0)
치약	죽염(F)(595.8) (3 년연속)	(주)LG 생활건강	페리오(420.5), 덴탈크리닉 2080 (392.3)	죽염(F) (495.0)
구강청결제	가그린(861.1) (2 년연속)	동아제약(주)	가글가글(246.1), 센스타임(227.1)	가그린 (848.3)
샴푸	비달사순(502.5) (2 년연속)	한국피앤지(주)	팬틴프로 V(372.6), 더블리치(367.6)	비달사순 (405.4)
칫솔	Oral-B(589.6)	질레트코리아	아트만(483.9), 덴타큐(366.6)	
주방세제	자연풍(529.9)	(주)LG 생활건강	참그린(463.5), 순샘(409.6)	풍풍 (431.0)
세탁세제	한스폰테크 (698.7)	(주)LG 생활건강	비트(646.2), 퍼펙트(356.0)	비트 (386.2)
생리대	화이트(689.4)	유한킴벌리(주)	위스퍼(667.2), 좋은느낌(355.8)	위스퍼 (641.9)
기저귀	하기스(844.7) (3 년연속)	유한킴벌리(주)	팜퍼스(328.7), 큐티(277.6)	하기스 (732.3)
남성화장품	오딧세이(429.5)	(주)태평양	미래파(342.2), 보닌(329.6)	미스캐남 (358.7)
여성화장품	참존(435.0)	(주)참존	아이오페(408.9), 라네즈(384.6)	라네즈 (363.5)
염모제	웰라 비바(474.3)	(주)웰라코리아	로레알(460.8), 웨미닌(360.9)	
방향제	터치후레쉬 (382.5)	한국존슨	향기톡톡(350.9), 플러그인(342.6)	
날 면도기	도루코(714.6)	(주)도루코	질레트(447.8), 쉬크(365.6)	
스포츠의류	나이키(716.9) (3 년연속)	(주)나이키스포츠	휠라(FILA)(467.8), 프로스펙스(463.7)	나이키 (654.1)

캐주얼의류	폴로(442.4) (2 년연속)	(주)두산	라코스페(383.8), 빈폴(358.1)	폴로 (329.3)
청바지	리바이스(518.8) (2 년연속)	리바이스트라우스 코리아(주)	게스(472.0), 잠뱅이(439.6)	리바이스 (481.1)
유아복	아가방(707.5) (2 년연속)	주식회사 아가방	베비라(492.8), 압소바(410.2)	아가방 (613.8)
골프의류	나이키(441.3)	(주)나이키스포츠	휠라(418.6), 닥스(400.4)	
남성내의	트라이(547.9)	(주)쌍방울	비와이씨(545.1), 보디가드(540.7)	보디가드 (496.3)
여성속옷	비너스(556.3) (3 년연속)	(주)신영와코루	비비안(487.0), 비와이씨(431.8)	비너스 (449.6)
남성정장	갤럭시(502.0) (3 년연속)	제일모직(주)	닥스(422.8), 캠브리지멤버스(403.3)	갤럭시 (479.3)
여성정장	닥스(400.4)	(주)LG 패션 LG 상사	조이너스(387.3), 마인(353.9)	조이너스 (367.8)
스포츠화	나이키(773.3) (3 년연속)	(주)나이키스포츠	프로스펙스(436.5), 휠라(FILA)(421.1)	나이키 (709.0)
캐주얼화	랜드로바(771.9)	금강제화(주)	영에이지(461.0), 버팔로(232.7)	
남성정장구두	리갈(457.9) (3 년연속)	금강제화(주)	무크(330.1), 비제바노(230.3)	리갈 (351.0)
여성정장구두	르느와르(421.8) (3 년연속)	금강제화(주)	쌈지(404.9), 소다(385.2)	르느와르 (293.5)
휘발유	엔크린(715.4) (3 년연속)	SK 주식회사	시그마식스(411.6), 수퍼크린 엘비(175.8)	엔크린 (715.9)
엔진오일	지크(591.5) (3 년연속)	SK 주식회사	시그마 GX-1(292.2), 모아모아(254.8)	지크 (617.8)
종합문구	모닝글로리 (584.9) (2 년연속)	(주)모닝글로리	모나미(537.5), 바른손(326.7)	모닝글로리 (563.0)
워드 프로세서	아래아한글 (595.4) (2 년연속)	(주)한글과컴퓨터	훈민정음(447.6), MS-워드(372.2)	아래아한글 (538.7)
카메라필름	코닥필름(764.1) (2 년연속)	한국코닥(주)	후지(522.8), 코니카(301.6)	코닥필름 (776.3)
페인트	제비표페인트 (474.6)	건설화학공업(주)	노루표페인트(469.2), 고려페인트(445.4)	고려페인트 (460.2)
담배	디스(746.0)	한국담배인삼공사	디스플레이스(388.6), 타임(349.3)	

2. 내구재 부문

산업군	1 위 브랜드			2000 년 1 위브랜드
	1 위 브랜드명	기업명	비교대상브랜드	
손목시계	갤럭시(369.8) (3 년연속)	(주)오리엔트	세이코(328.3), 로만손(325.7)	갤럭시 (324.9)
	로가디스(369.8)	로가디스시계(주)		

휴대용카세트	소니(607.6)	소니코리아(주)	파나소닉(365.3), 마이마이윙고(360.3)	마이마이윙고(645.1)
전기면도기	필립스(648.3) (2 년연속)	(주)필립스코리아	내쇼날(362.4), 필리셰이브(318.5)	필립스(594.1)
카메라	캐논(589.8)	(주)LG 상사	케녹스(424.5), 니콘(404.2)	
이동전화 단말기	애니콜(750.0) (3 년연속)	삼성전자(주)	스카이(481.2), 싸이언(348.2)	애니콜(742.4)
데스크탑 컴퓨터	매직스테이션 (686.6) (3 년연속)	삼성전자(주)	드림시스(384.4), 멀티넷(262.6)	매직스테이션(636.0)
컴퓨터모니터	싱크마스터 (413.5)	삼성전자(주)	플래트론(279.6), 아이싱크(257.4)	
노트북컴퓨터	센스(599.1) (2 년연속)	삼성전자(주)	솔로(253.1), 드림북(207.6)	센스(635.9)
프린터	엡손(420.6)	한국엡손(주)	휴렛팩커드(403.2), 롯데캐논(368.0)	마이젯(445.1)
복사기	신도리코(592.7) (2 년연속)	(주)신도리코	롯데캐논(479.7), 후지제록스(260.9)	신도리코(516.9)
일반 TV	명품완전평면 (497.4) (3 년연속)	삼성전자(주)	완전평면플라톤(344.5), 소니(349.3)	명품완전평면(474.2)
대형 TV	소니(549.8)	소니코리아(주)	파브(443.1), 필립스(142.1)	
오디오	인켈(655.7) (3 년연속)	(주)이트로닉스	소니(533.2), 아이와(357.4)	인켈(723.2)
에어컨	위니아에어콘 (705.8) (3 년연속)	만도공조주식회사	휘센(362.7), 캐리어(268.8)	위니아에어콘(552.2)
청소기	동글이 진동팍팍 (508.6) (3 년연속)	LG 전자(주)	필립스(342.4), 잠잠(317.0)	동글이 진동팍팍(660.8)
세탁기	통돌이(430.9)	LG 전자(주)	매직(377.5), 공기방울(371.6)	공기방울(484.0)
일반냉장고	싱싱냉장고 앞에서뒤에서 (430.7) (3 년연속)	LG 전자(주)	디지털냉장고(313.7) 따로따로하나더(284.2)	싱싱냉장고 앞에서뒤에서(501.5)
양문여닫이 냉장고	지펠(Zipel) (785.4) (2 년연속)	삼성전자(주)	디오스(Dios)(459.5), 월폴(128.2)	지펠(631.8)
김치냉장고	딤채(743.2) (2 년연속)	만도공조주식회사	김장독(337.5), 다맛(265.2)	딤채(608.9)
가스레인지	린나이가스레인지 (837.9) (2 년연속)	린나이코리아(주)	매직(459.4), LG 가스레인지(199.5)	린나이가스레인지(826.7)
가스오븐 레인지	매직(651.6) (3 년연속)	동양매직(주)	듀오(316.6), 월폴(227.9)	매직(537.4)
정수기	웅진코웨이 (758.9) (3 년연속)	웅진코웨이개발 주식회사	청호나이스(382.4), 코오롱하이필(119.1)	웅진코웨이(774.2)
부엌가구	한샘(696.3) (3 년연속)	(주)한샘	에빅스(544.8), 보루네오(339.4)	한샘(665.3)
침대	에이스침대 (768.4) (3 년연속)	(주)에이스침대	시몬스(378.4), 레이디(328.8)	에이스(792.9)

장롱	보루네오가구 (573.2) (3 년연속)	(주)보루네오가구	노송(410.9), 리바트(380.3)	보루네오 (519.4)
대형승용차	그랜저 XG(645.1) (3 년연속)	현대자동차(주)	에쿠스(555.6), 체어맨(425.6)	그랜저 XG(675.6)
중형자동차	EF 쏘나타(615.8) (3 년연속)	현대자동차(주)	SM5(409.0), 옵티마(350.6)	EF 쏘나타 (748.1)
경승용차	마티즈(699.2) (3 년연속)	대우자동차(주)	티코(540.9), 아토즈(388.4)	마티즈 (607.3)
4륜구동 자동차	무쏘(573.7) (2 년연속)	쌍용자동차(주)	코란도(556.6), 겔로퍼(545.6)	무쏘(617.2)
미니밴	카니발(614.4) (3 년연속)	기아자동차(주)	카렌스(469.3), 트라제 XG(392.6)	카니발 (662.8)
가정용보일러	귀뚜라미보일러 (779.9) (3 년연속)	귀뚜라미보일러(주)	경동보일러(549.9), 린나이가스보일러(423.8)	귀뚜라미 보 일러(768.8)
가정용바닥재	옥장판(450.4)	(주)금강고려화학	깔끄미우드륨(398.2), 나무나라(390.0)	깔끄미우드 륨(558.6)
승용차타이어	블랙버드 V(396.7) (2 년연속)	한국타이어 주식회사	옵티모(393.8), 미쉐린(380.8)	블랙버드 V(307.9)
피아노	영창피아노 (763.7) (2 년연속)	영창악기제조(주)	삼익피아노(612.5), 야마하피아노(196.5)	영창피아노 (727.9)

3. 서비스 부문

산업군	1 위 브랜드			2000 년 1 위 브랜드
	1 위 브랜드명	기업명	비교대상브랜드	
편의점	LG25(643.1) (3 년연속)	(주)LG 유통	훼미리마트(437.3), 세븐일레븐(383.3)	LG25(648.1)
백화점	롯데백화점 (730.8) (3 년연속)	롯데쇼핑(주)	현대백화점(548.1), 신세계백화점(485.9)	롯데백화점 (684.1)
대형할인점	이마트(680.7) (3 년연속)	(주)신세계 이마트부문	까르푸(394.9), 그랜드마트(331.0)	이마트 (583.1)
패스트푸드점	롯데리아(779.1) (3 년연속)	(주)롯데리아	맥도날드(435.1), 케이에프씨(KFC) (384.4)	롯데리아 (655.1)
피자전문점	피자헛(886.2) (2 년연속)	한국피자헛(주)	카페로(294.7), 도미노피자(258.3)	피자헛 (828.1)
패밀리 레스토랑	T.G.I. FRIDAY'S (410.9)	(주)푸드스타	스카이락(376.6), 베니건스(357.8)	코코스 (357.1)
제과점	파리바게뜨 (604.5)	(주)파리크라상	크라운베이커리(554.5), 고려당(348.4)	크라운베이 커리(547.9)
콘도미니엄	대명콘도(584.4) (3 년연속)	(주)대명레저산업	한화콘도(424.7), 무주리조트(413.2)	대명콘도 (490.3)
호텔	호텔롯데(522.3) (3 년연속)	호텔롯데	호텔신라(439.8), 하얏트(420.7)	호텔롯데 (474.4)
여행사	온누리여행사	(주)이온누리닷컴	금강개발(310.9),	롯데관광개

	(380.3)		코오롱고속관광(307.0)	발(310.0)
레저시설	롯데월드(636.2) (3년연속)	롯데월드	에버랜드(582.4), 서울랜드(441.2)	롯데월드 (543.8)
항공사	대한항공(820.4) (3년연속)	(주)대한항공	아시아나항공(686.5), 노스웨스트항공(269.7)	대한항공 (697.2)
고속버스	금호고속(515.7)	금호산업(주) 고속사업부	한진고속(477.9), 중앙고속(425.1)	
택배서비스	한진택배(605.4) (3년연속)	(주)한진	대한통운(527.0), 디에이치엘(DHL) (339.4)	한진택배 (546.6)
국제전화	한국통신 001(841.4) (3년연속)	한국통신(주)	데이콤 002(425.0), 온세통신 008(274.4)	한국통신 001(785.8)
PC 통신	천리안(726.0) (3년연속)	(주)데이콤	유니텔(413.2), 하이텔(321.4)	천리안 (588.1)
초고속인터넷 통신망서비스	메가패스(488.3)	한국통신(주)	두루넷(430.3), 나는 ADSL(376.9)	
이동통신 서비스브랜드	TTL(681.7)	SK 텔레콤(주)	나(Na) (311.2), 카이(Khai) (244.9)	
이동전화 서비스	스피드 011 (876.3) (3년연속)	SK 텔레콤(주)	n 016(450.5), 파워디지털 017(393.6)	스피드 011(832.0)
은행	국민은행(629.6) (3년연속)	(주)국민은행	주택은행(531.7), 농협(459.6)	국민은행 (575.4)
신용카드	비씨카드(702.7) (3년연속)	비씨카드(주)	국민카드(552.0), 삼성카드(430.0)	비씨카드 (675.3)
생명보험	삼성생명(814.3) (3년연속)	삼성생명보험(주)	교보생명(546.5), 대한생명(364.3)	삼성생명 (754.2)
자동차보험	삼성화재(708.8) (3년연속)	삼성화재	동부화재(449.7), LG 화재(447.0)	삼성화재 (636.3)
증권	삼성증권(560.2) (3년연속)	삼성증권(주)	대신증권(489.3), 현대증권(455.1)	삼성증권 (452.4)
투자신탁	대한투자신탁 (642.8) (3년연속)	대한투자신탁증권	한국투자신탁(441.3), 삼성투자신탁운용(415.8)	대한투자 신탁 (458.4)
학습지	대교눈높이 (512.3) (3년연속)	(주)대교	윤선생(415.4), 구몬(399.4)	대교눈높이 (505.4)
아파트	쉐르빌(454.8)	삼성중공업(주)	e-편한세상(430.1), 현대아파트(403.5)	현대아파트 (621.5)
종합병원	서울대학교병원 (593.9)	서울대학교병원	삼성서울병원(478.2), 세브란스병원(436.1)	