



제1부 : 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사개요

1 K-BPI 조사의 배경 및 목적

올해로 27번째 시행된 “소비자가 가장 신뢰하는 브랜드 평가제도”

- 「K-BPI (Korea Brand Power Index : 한국산업의 브랜드파워)」 조사는 브랜드 인지도와 충성도로 구성된 브랜드파워 조사 결과를 매년 우리 산업계에 공표함을 기본 운영방침으로 하고 있으며, 이를 통해 각 산업군 및 기업의 현 위치를 확인하고 브랜드파워 향상을 위한 방향을 제시함으로써 기업의 경쟁력 강화와 전략적 브랜드 관리를 위한 기초 자료로 활용될 수 있도록 하는 데에 그 목적이 있다.
- 「K-BPI」 조사 결과를 통해 각 기업의 시장에서 자사 브랜드의 상대적 경쟁력 파악은 물론 유사 카테고리의 브랜드 비교 지수를 분석할 수 있는 기회를 갖게 됨으로써, 브랜드파워 증대를 위한 체계적인 브랜드 매니지먼트 전략을 수립할 수 있는 계기로 활용할 수 있을 것으로 기대한다.

2 K-BPI 조사의 의의

소비자 권익 보호 및 대한민국 브랜드 경쟁력 향상에 기여

- K-BPI 1998년 국내 최초로 체계화된 브랜드 관리 모델로 개발되었으며, 1999년 제 1차 조사발표를 시작으로 올해로 27차 조사가 시행되었으며, 다수의 기업에서 브랜드 성과 평가 지수(KPI : Key Performance Index)로 활용하고 있다. 이를 기초로 브랜드 관리에 힘쓴 결과 글로벌 브랜드와의 경쟁에도 당당히 앞서가는 모습을 보이고 있으며, 브랜드 상호 간 건전한 경쟁 체제를 확립해 전체적인 브랜드 경쟁력 수준이 향상되는 모습을 보여주고 있다.
- K-BPI의 다년간 조사 결과를 토대로 서울대, 고려대, KAIST 등 학계 연구 결과, 브랜드 자산이 기업의 경쟁력과 기업 이윤에 높은 관계가 있는 것으로 나타나고 있다. 뿐만 아니라 글로벌 투자 기관, 컨설팅 기관 등에서 전략적 의사결정 자료로 활용하고 있다.
- K-BPI 조사 결과를 통해 기업에 있어서는 브랜드 경쟁력을 향상시키도록 독려하고, 소비자들이 브랜드를 선택함에 있어서는 브랜드에 대한 올바른 정보를 전달함으로써 합리적인 소비가 일어나도록 소비자 권익 보호에 앞장서고 있다.

3 K-BPI 조사 규모

- 「K-BPI」는 1999년 제조업 중심의 79개 산업군으로 조사를 시작하여 2025년에 이르러서는 소비재 92개, 내구재 54개, 서비스재 86개, Special Issue 부문 2개까지 총 234개 산업군에서 조사를 진행하였으며, 우리나라 산업의 질적 성장을 유도하고 브랜드 경쟁력을 확보하는데 기초 자료로 활용하도록 지원하고 있다.

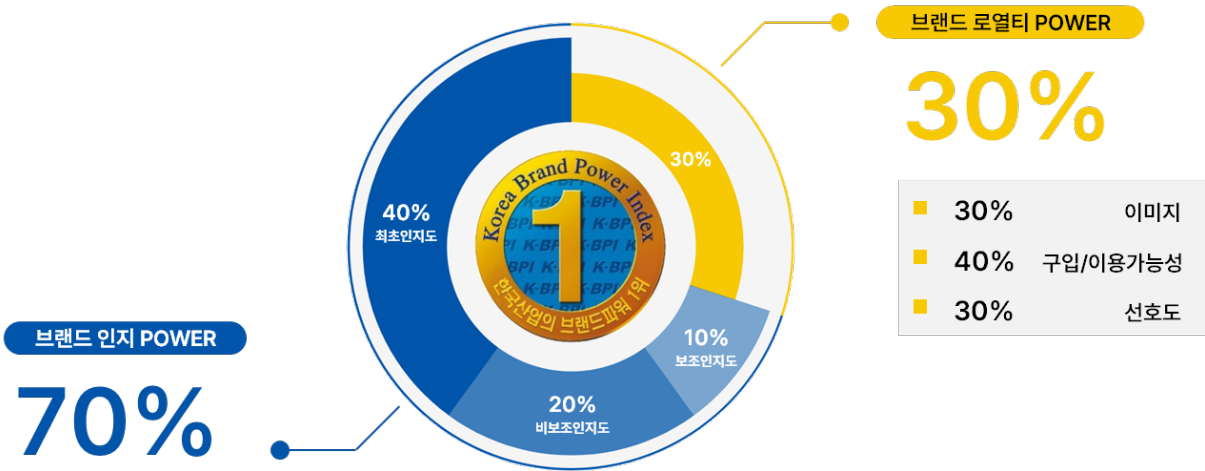
년도	99	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25
소비재	35	53	64	68	95	99	81	77	76	75	79	80	80	72	82	79	80	81	87	86	86	86	90	91	92	91	92
내구재	25	33	34	35	52	46	41	39	41	42	44	45	46	44	44	44	43	45	48	51	50	46	50	50	52	52	54
서비스재	19	25	28	30	53	48	42	40	43	62	69	71	70	72	74	76	81	83	83	85	87	97	89	84	87	89	86
Special Issue 부문															1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2
총계	79	111	126	133	200	193	164	156	160	179	192	196	196	188	200	199	204	209	218	222	225	229	231	227	233	234	234

제1부 : 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사개요

4

K-BPI 지수산출 모델

- 「K-BPI (Korea Brand Power Index)」는 소비자가 인지하고 있는 브랜드 자산에 대해 측정할 수 있는 구성 요소인 브랜드 인지도(Brand Awareness)와 브랜드 로열티(Brand Loyalty)를 통해 소비자가 브랜드를 수용하는 크기와 강도를 중심으로 구매행동예측이 가능하도록 설계된 방법이다. 「K-BPI」 브랜드 인지도에 70%의 가중치(최초인지 40%, 비보조인지 20%, 보조인지 10%)를 두며, 브랜드 로열티에 30%로 가중치를 부여하여 전체 1,000점 만점 기준으로 산출한다.



【K-BPI 총점】 = $1000 \times \{ (\text{최초인지도} * 40\%) + (\text{비보조인지도} * 20\%) + (\text{보조인지도} * 10\%) + (\text{브랜드 로열티} * 30\%) \}$

브랜드 인지 POWER

브랜드 로열티 POWER

※ 브랜드 로열티 : '이미지', '구입/이용가능성', '선호도' 항목에 대하여,
1) 3 : 4 : 3의 가중치를 두어 평균을 구하고, 2) 이를 해당 부문 내에서 표준화된 점수(Z-Score)로 변환하여
표준정규분포상의 누적분포 값으로 환산함

5

제27차 K-BPI 조사 설계

- 모집단 : 국내에서 소비 생활을 하고 있는 한국인으로서, 서울 및 6대 광역시에 거주하고 있는 만 15세 이상 만 60세 미만의 남녀
- 조사지역 : 서울 및 6대 광역시(부산, 대구, 광주, 울산, 대전, 인천)
- 표본추출방법 : 인구, 성, 지역 비례에 따른 유의할당 표본 추출법(Purposive Quota Sampling)
- 표본수 : 12,800명 ('24년 12,500명)
- 실사기간 : 2024년 10월부터 2025년 1월까지 (약 3.5개월 간)
- 조사방법 : 면접원이 조사 대상자를 직접 방문하여 조사하는 '일대일 개별면접 방식'
- 조사대상산업 : 234개 산업군 브랜드 조사 (Special Issue 부문 - NGO브랜드, 착한브랜드 포함)



제1부 : 한국산업의 브랜드파워(K-BPI) 조사개요

6

K-BPI 조사 대상 산업군

소비생활을 대표하는 가장 광범위한 234개 산업군에 있는
모든 브랜드를 대상으로 조사 실시

2025년 조사 산업군

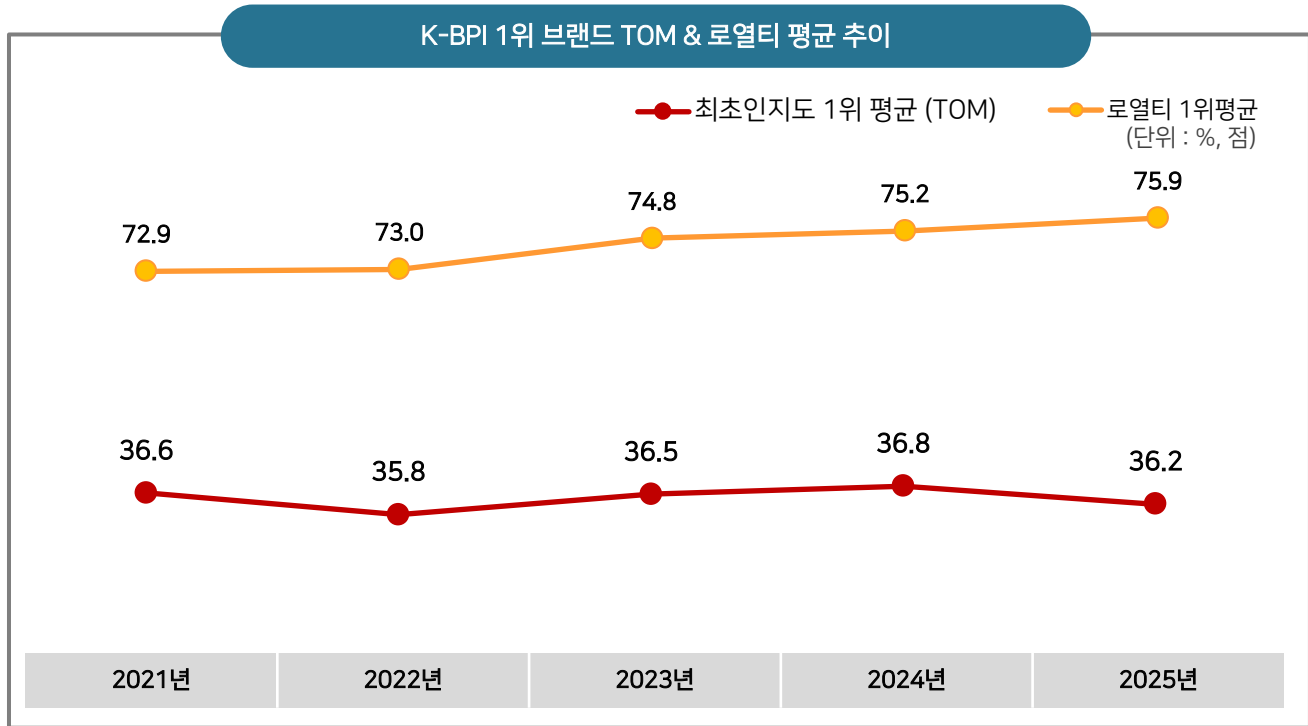
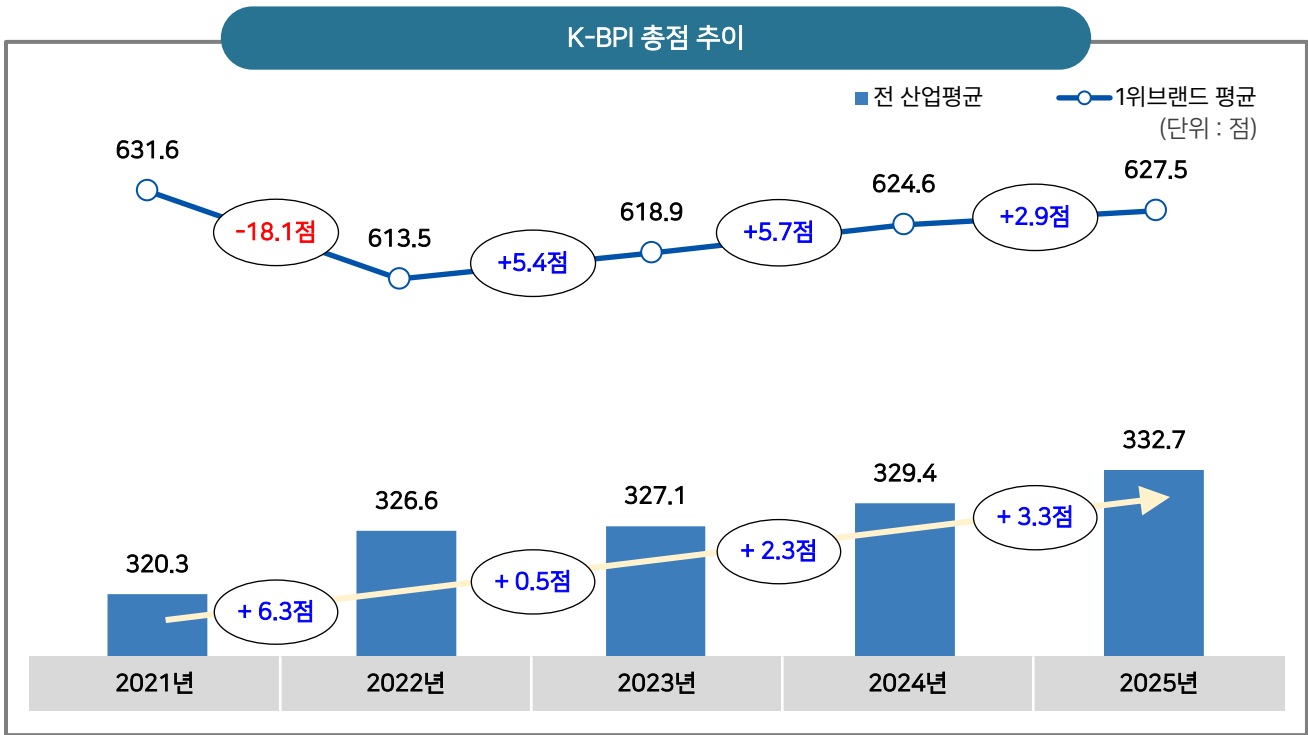
2025년 조사 산업군			
제조업	소비재 (92개)	가정/생활용품 (12개)	1) 구강청결제 2) 밀폐용기 3) 바디케어 4) 생리대 5) 섬유유연제 6) 세탁세제 7) 주방용품 8) 청소세제 9) 치약 10) 칫솔 11)탈모샴푸 12) 헤어케어
		소비재 기타 (19개)	1) 기저귀 2) 남성화장품 3) 담배 4) 민감성스킨케어 5) 벅지 6) 비타민 7) 시니어기저귀 8) 엔진오일 9) 여성유산균(질건강유산균) 10) 여성화장품 11) 요소수 12) 유산균제품 13) 자동차용품 14) 종합문구 15) 종합영양제 16) 친환경페인트 17) 캠핑전문브랜드 18) 펫푸드 19) 휘발유
		식품일반 (22개)	1) 건강식품 2) 과자 3) 국물라면 4) 김치 5) 냉동만두 6) 냉장/냉동육 7) 농산물브랜드 8) 분유 9) 비빔/볶음라면 10) 수산가공식품 11) 숙취해소 12) 식용유 13) 아이스크림 14) 자연조미료 15) 장류 16) 조미김 17) 즉석국 18) 즉석밥 19) 즉석죽 20) 참치캔 21) 축산물브랜드 22) 환자영양식
		일반의약품 (9개)	1) 감기약 2) 변비약 3) 상처/흉터치료제 4) 소염진통제 5) 소화제 6) 습윤밴드/드레싱 7) 위장약(짜먹는 현탁액) 8) 탈모치료제 9) 해열진통제
		유음료/주류 (14개)	1) 가공우유 2) 국산맥주 3) 기능성 마시는 요구르트 4) 단백질보충제 5) 두유 6) 떠먹는 요구르트 7) 생수 8) 소주 9) 수입맥주 10) 우유 11) 자양강장제 12) 주스 13) 커피음료 14) 탄산음료
		패션용품 (16개)	1) SPA브랜드 2) 골프의류 3) 남성정장구두 4) 비즈니스캐주얼 5) 스포츠웨어 6) 아웃도어 7) 애슬레저웨어 8) 언더웨어/란제리 9) 여성의류 10) 여성정장구두 11) 영유아복 12) 정장 13) 캐주얼의류 14) 캐주얼화 15) 학생교복 16) 홈패션
	내구재 (54개)	가정/사무/일반 (15개)	1) 가정용바닥재 2) 가정용보일러 3) 권련형전자담배 4) 디지털도어락 5) 사무용가구 6) 사무용 복합기 7) 스마트홈네트 워크시스템 8) 엘리베이터 9) 욕실리모델링 10) 욕실위생도기 11) 임플란트 12) 주거용가구 13) 주방용가구 14) 창호재 15) 침대
		생활가전 (16개)	1) TV 2) 가정용세습기 3) 공기청정기 4) 드럼세탁기 5)로봇청소기 6) 뷰티케어가전 7) 비데 8) 빔프로젝터 9) 에어컨 10) 의류건조기 11) 의류관리기 12) 창문형에어컨 13) 청소기 14) 헬스케어(안마의자) 15) 헬스케어(척추의료기기) 16) 환기청정기
		자동차 (6개)	1) 국산승용차 2) 모터사이클 3) 수입승용차 4) 승용차타이어 5) 자동차배터리 6) 전기자동차
		정보통신 (8개)	1) 시스피커 2) 내비게이션 3) 노트북컴퓨터 4) 블랙박스 5) 블루투스이어폰 6) 스마트워치/밴드 7) 스마트폰 8) 태블릿PC
주방가전 (9개)		1) 가스레인지 2) 김치냉장고 3) 냉장고 4) 밥솥 5) 복합오븐 6) 식기세척기 7) 음식물처리기 8) 전기레인지 9) 정수기	
서비스재 (88개)	금융 (15개)	1)간편결제서비스 2) 금융지주(그룹) 3) 다이렉트자동차보험 4) 생명보험 5) 신용카드 6) 은퇴설계금융서비스 7) 은행 8) 인터넷전문은행 9) 장기보험 10) 저축은행 11) 증권회사 12) 지방은행 13) 체크카드 14) 펫보험 15) 프라이빗뱅킹	
	교육 (9개)	1) 독서토론학습 2) 브랜드학원 3) 사이버대학 4) 스마트학습 5) 온라인외국어학원 6) 외국어학원 7) 유아교육서비스 8) 중고등교재 9) 초등교육서비스	
	도소매/유통 (21개)	1) TV홈쇼핑 2) 대형슈퍼마켓 3) 대형커피전문점 4)대형할인점 5) 리빙SPA 6) 면세점 7) 백화점 8) 베이커리 9) 복합쇼핑몰 10) 브랜드치킨전문점 11) 인터넷 서점 12) 저가형커피전문점 13) 전자전문점 14) 주유소 15) 타이어전문점 16) 패밀리레스토랑 17) 패션주얼리전문점 18) 패스트푸드점 19) 편의점 20) 피자전문점 21) 헤어&뷰티브랜드샵	
	서비스 일반 (20개)	1) 건강증진센터 2) 고속버스 3) 국제운송서비스 4) 도시가스 5) 렌터카 6) 방법보안서비스 7) 비즈니스호텔 8) 스크린골프 9) 아파트 10) 여행사 11) 워터파크 12) 자동차관리 13) 종합병원 14) 카세어링 15) 콘도/리조트 16) 택배서비스 17) 테마파크 18) 한방병원 19) 항공(FSC) 20)호텔	
	온라인/플랫폼 (17개)	1) OTT플랫폼 2) T-커머스 3) 가상자산거래소 4) 모바일티(택시) 5) 배달앱 6) 부동산전문정보 7) 뷰티플랫폼 8) 아르바이트전문포털 9) 오픈마켓 10) 온라인게임 11) 온라인패션플랫폼 12) 음원플랫폼 13) 종합숙박예약플랫폼 14) 중고거래플랫폼 15) 중고차플랫폼 16) 취업전문포털 17) 홈플랫폼(주거생활 편의APP)	
	통신 (4개)	1) IPTV 2) 알뜰폰(MVNO) 3) 이동통신 4) 초고속인터넷	
Special Issue(2개)		1) NGO브랜드 2) 착한브랜드	



제2부 : 2025년 K-BPI 조사결과

1

K-BPI 총점 및 주요 지표별 추이





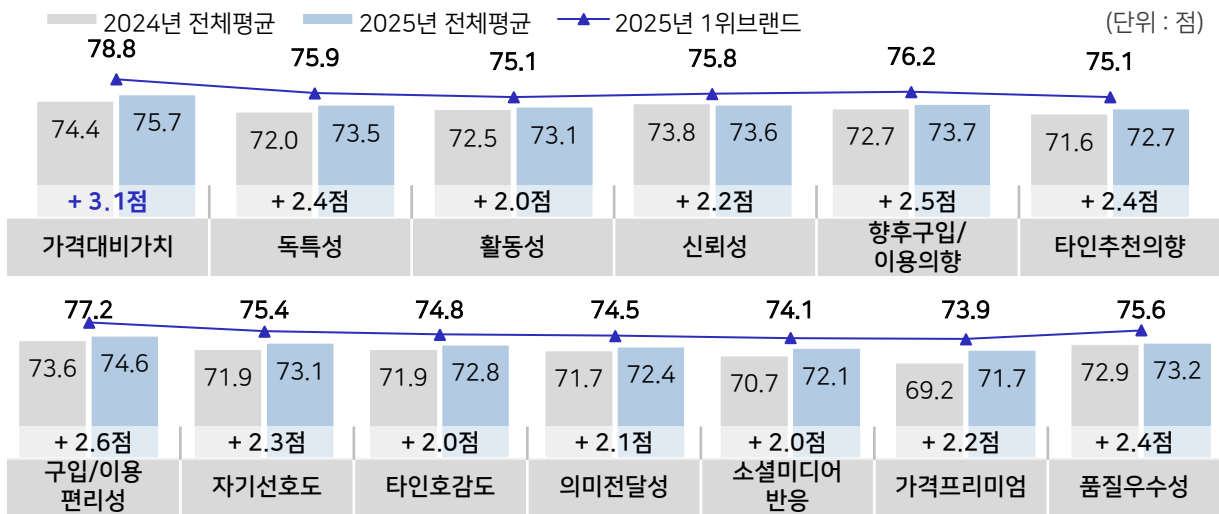
제2부 : 2025년 K-BPI 조사결과

1

K-BPI 총점 및 주요 지표별 추이

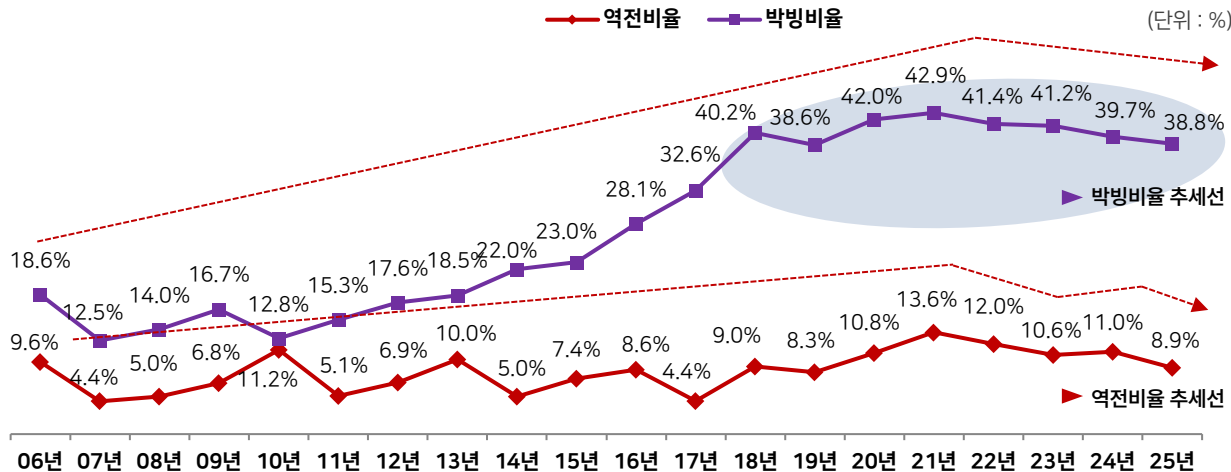
2024년~2025년 브랜드 로열티 세부 항목 추이

K-BPI 로열티의 세부 구성항목을 보면 올해 '신뢰성'을 제외한 모든 항목에서 작년 대비 상승이 관찰됨. 또한 올해 1위 브랜드와 전체 브랜드 간 GAP은 전반적으로 2점 안팎인 가운데 '가격대비가치' 항목에서 가장 큰 차이(3.1점)가 나타남. 이는 소비자들이 새로운 브랜드의 불확실성을 피하고, 신뢰하는 '1위 브랜드'를 선택하려는 경향을 반영한 결과임.



* 표 안 숫자는 당해 연도 전체평균과 1위 브랜드 GAP

2006~2025 역전 및 박빙 산업군 비율 추이



* 역전 비율 : 작년도 1위 브랜드가 후순위 브랜드에게 역전을 당한 산업군의 비율

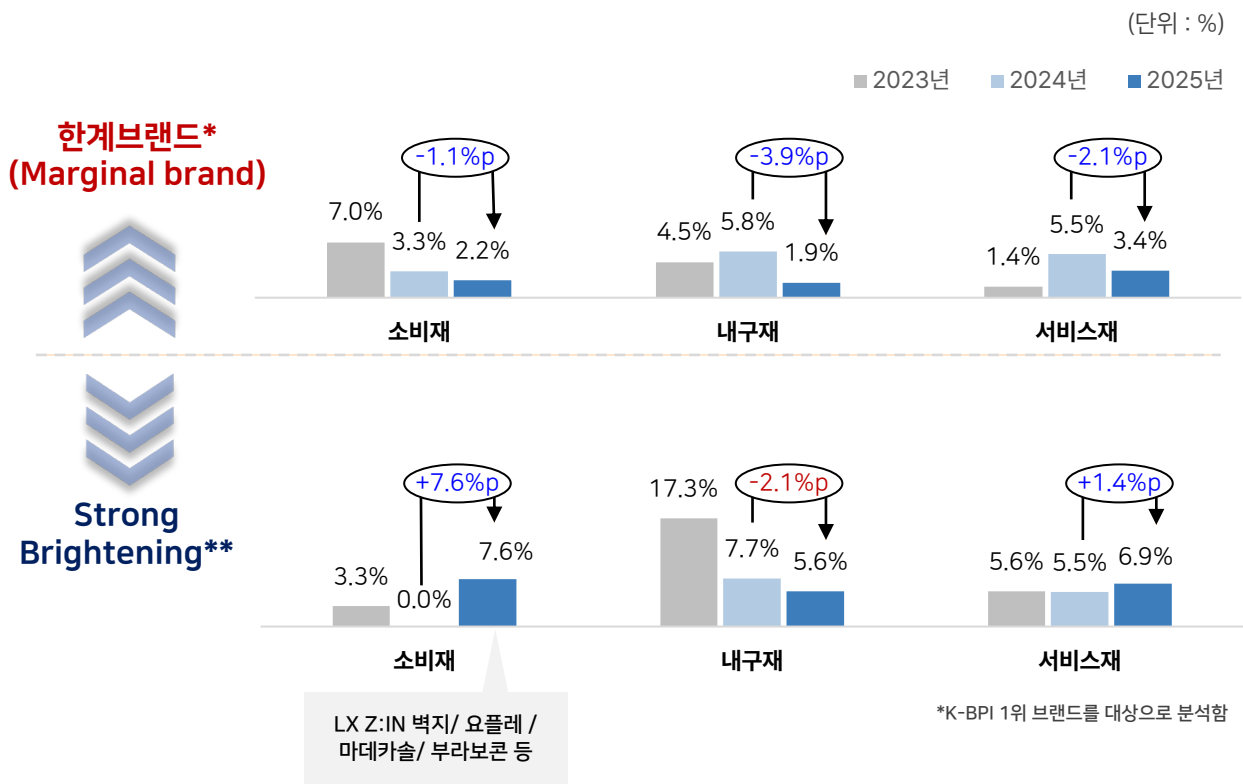
* 박빙 비율 : 1위-2위 브랜드의 격차가 70점 대 이내로서 언제든지 역전될 수 있는 산업군 비율

제2부 : 2025년 K-BPI 조사결과

K-BPI 총점 및 주요 지표별 추이

2025 K-BPI 한계브랜드 및 Strong Brightening 브랜드 분석

산업별 한계브랜드 현황을 살펴보면, 올해 3년 연속 브랜드 경쟁력 하락을 보인 1위 브랜드의 비율은 작년보다 적었으며, 특히 내구재에서 크게 감소(-3.9%p)함. 한편 소비재의 경우 작년에는 Strong Brightening 브랜드가 관찰되지 않았으나, 올해는 7.6%로 크게 증가해 다양한 기업에서 브랜드파워 지속 성장을 실현하고 있는 것으로 나타남.



3.3%

0.0%

7.6%

+7.6%p

소비재

17.3%

7.7%

5.6%

-2.1%p

내구재

5.6%

5.5%

6.9%

+1.4%p

서비스재

LX Z:IN 벽지/ 요플레 / 마데카슬/ 부라보콘 등

*K-BPI 1위 브랜드를 대상으로 분석함

Analysis Methodology

- * 한계브랜드 (Marginal Brand, MB)

지난 3년간 지속적인 브랜드 경쟁력 하락을 보이는 브랜드로 경쟁이 치열한 경우 브랜드 순위 역전을 허용할 가능성이 크며, 실물 경제에서도 시장 M/S의 변동이 일어나 기업 성과에 영향이 있을 가능성이 큼

(cf. 한계기업 : 일반적으로 임금상승을 비롯해 경제여건 변화로 인해 경쟁력을 상실, 더 이상의 성장에 어려움을 겪는 기업)
- ** Strong Brightening

최근 3년 간 K-BPI 총점이 연속으로 상승한 브랜드로 강력한 No.1 브랜드파워를 지속적으로 성장시키고 있는 브랜드



제2부 : 2025년 K-BPI 조사결과

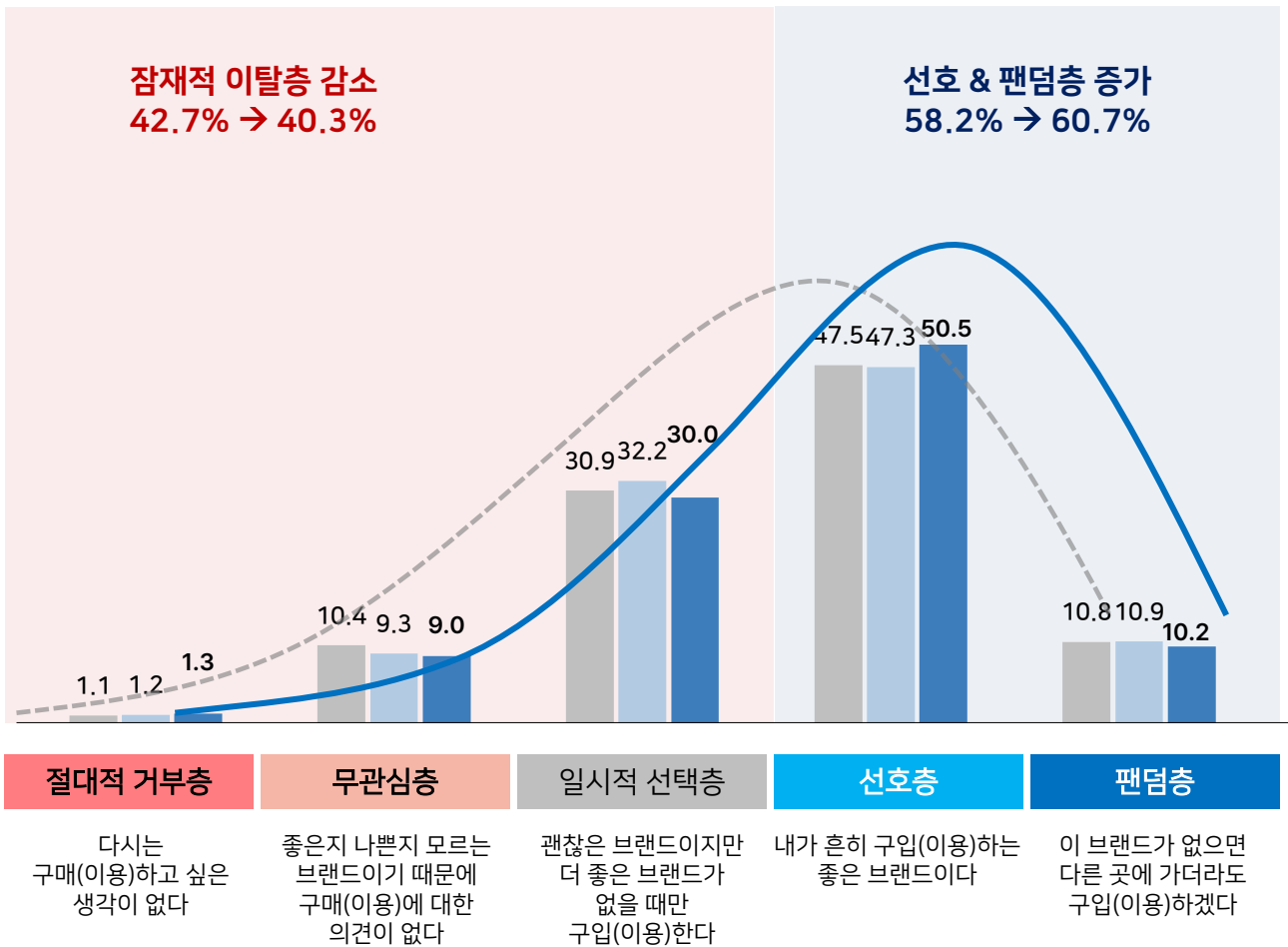
2

브랜드 경쟁력 진단

소비자와 브랜드 관계성(Brand Relationship) 분석

2025 조사 브랜드에 대한 소비자와의 관계성 분석 결과, 올해는 '잠재적 이탈층'으로 해석되는 '절대적 거부층', '무관심층', '일시적 선택층'의 합이 40.3%로 작년 대비 감소함. 반면 선호&팬덤층의 경우 올해 작년 대비 2.5% 증가한 60.7%로 응답되며 많은 소비자가 올해 작년보다 브랜드에 대해 더 높은 로열티를 느끼는 것으로 나타남.

----- 2024년 관계성 범위
————— 2025년 관계성 범위
(단위 : %)

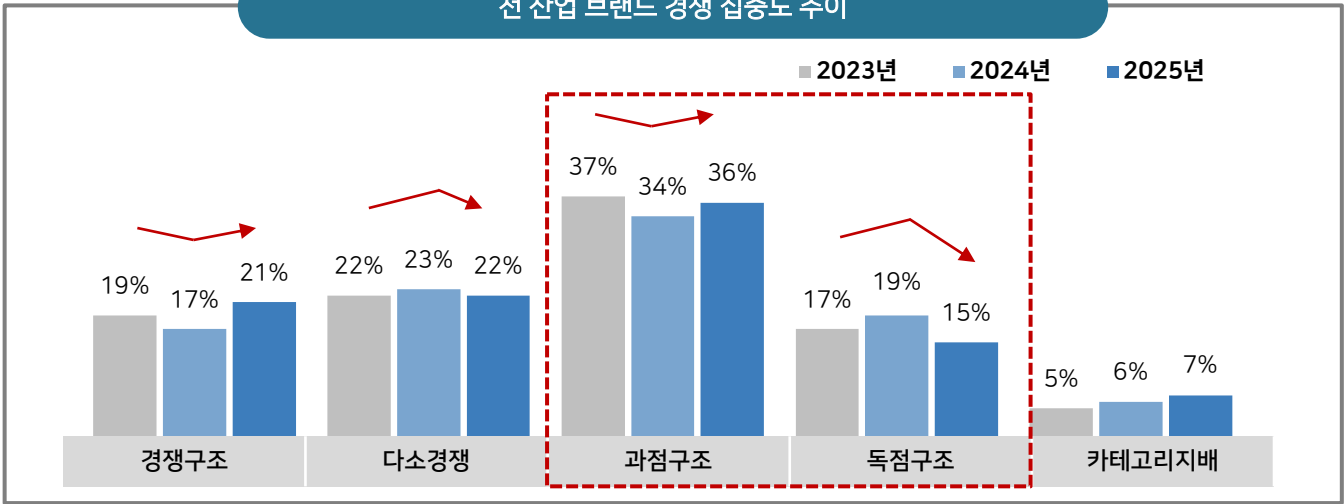


제2부 : 2025년 K-BPI 조사결과

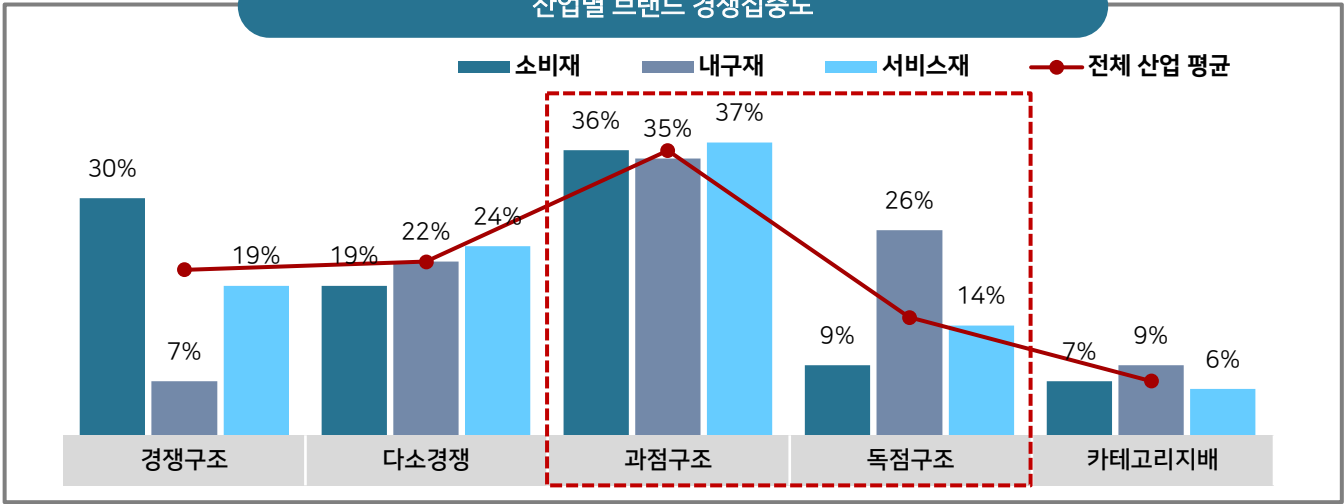
2

브랜드 경쟁력 진단

전 산업 브랜드 경쟁 집중도 추이



산업별 브랜드 경쟁집중도



Analysis Methodology

* 브랜드 집중도 분석 (Brand Herfindahl Hirschman Index, B-HHI)

- 시장에 있는 모든 기업들의 시장점유율 제곱의 합계를 나타내는 HHI에 기반함.
- 브랜드 시장집중도를 나타내는 하나의 지표로서 시장 내 각 브랜드의 최초인지점유율(%)을 제공하여 합한 값을 말함 (TOM : 시장점유율과 가장 연관성이 높음.)
- 시장 내 브랜드경쟁집중의 강약 및 하위 브랜드들의 인지점유율 분포까지 반영하는 특성을 가짐.

** 경쟁구조 : 시장 내 경쟁이 치열하여 뚜렷한 No.1이 없는 경우, 다소경쟁 : 압도적이지는 않으나 어느 정도 경쟁 분화가 일어나는 경우,

과점구조 : 소수의 브랜드가 시장을 주도하고 있는 경우, 독점구조 : 압도적인 1개 리딩브랜드와 나머지 후발브랜드로 구성된 경우,

카테고리 지배 : 절대적 지배브랜드

*** 브랜드는 소비자 인식의 경쟁으로 KDI 시장 경쟁도와 다르게 나타날 수 있음. 이는 기업 브랜드 마케팅 활동의 결과로 소비자 인식에 기반하기 때문. (SUV/RV/담배 - 한국개발연구원 : 독과점구조, K-BPI : 경쟁구조, 화장품/정장 - 한국개발연구원 : 독과점구조, K-BPI : 경쟁구조)

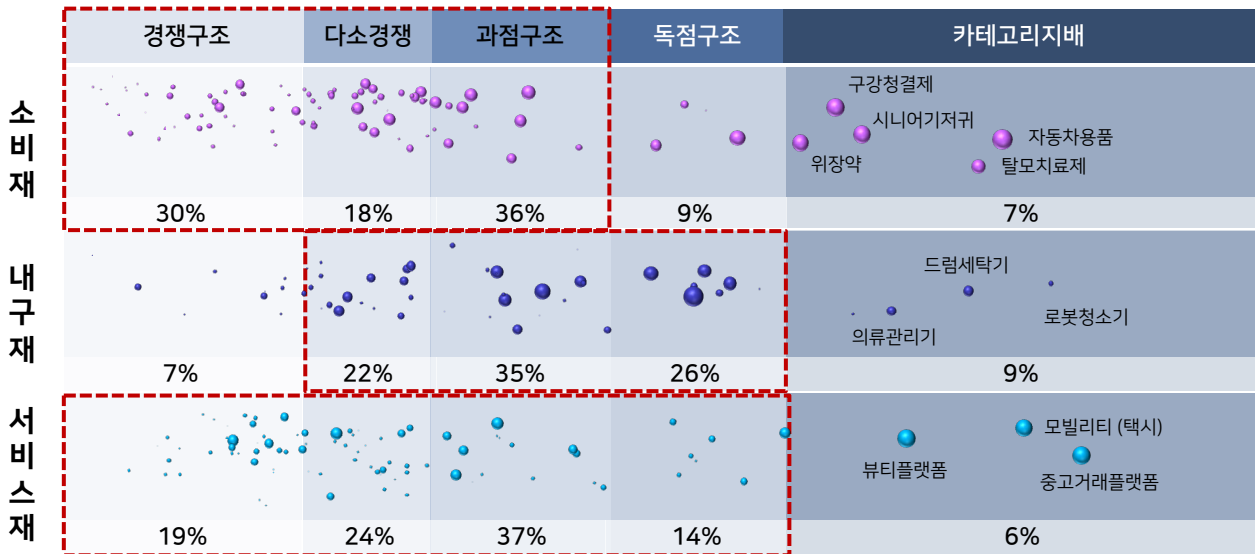
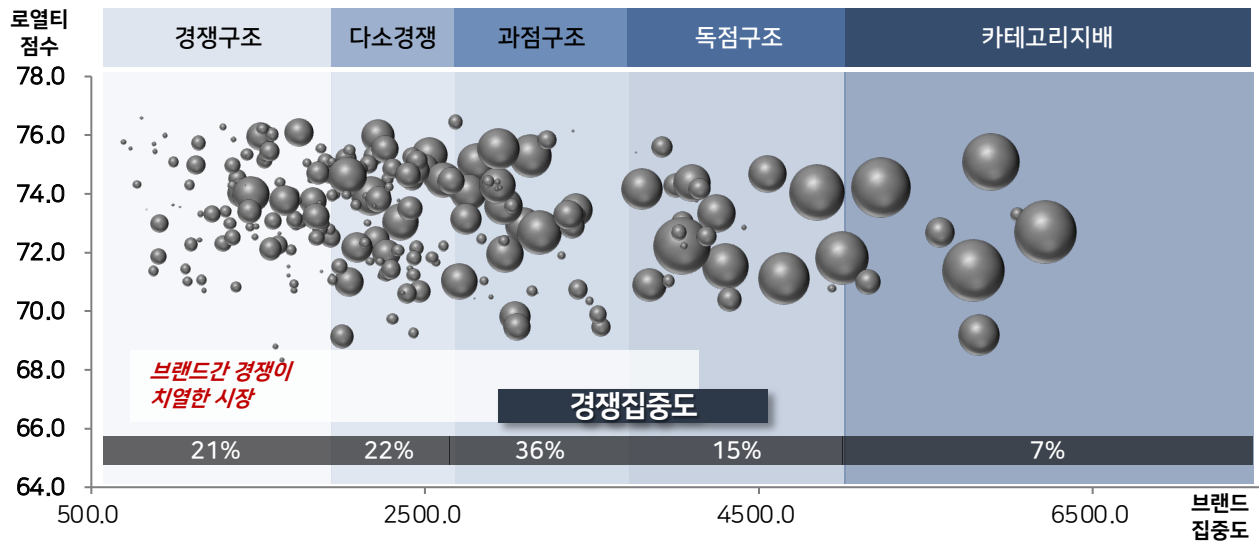
**** 공정거래위원회 산하 공정거래학회에서 인지적 시장집중도 분석(2017. 5월)



제2부 : 2025년 K-BPI 조사결과

2025 브랜드 경쟁 집중도 MAP 분석

산업별로 브랜드 경쟁 집중도(B-HHI) Map 분석 결과, 소비재의 경우 '자동차용품', '탈모치료제', '시니어저거', '구강청결제', '위장약' 등의 산업에서 특정 브랜드의 절대적인 지배력이 나타나는 '카테고리지배' 구조가 나타나고 있으며, 내구재에서는 '드럼세탁기', '의류관리기', 서비스재에서는 '중고거래플랫폼', '뷰티플랫폼', '모빌리티(택시)' 등의 산업에서 No.1 브랜드의 지배력이 나타나고 있음.





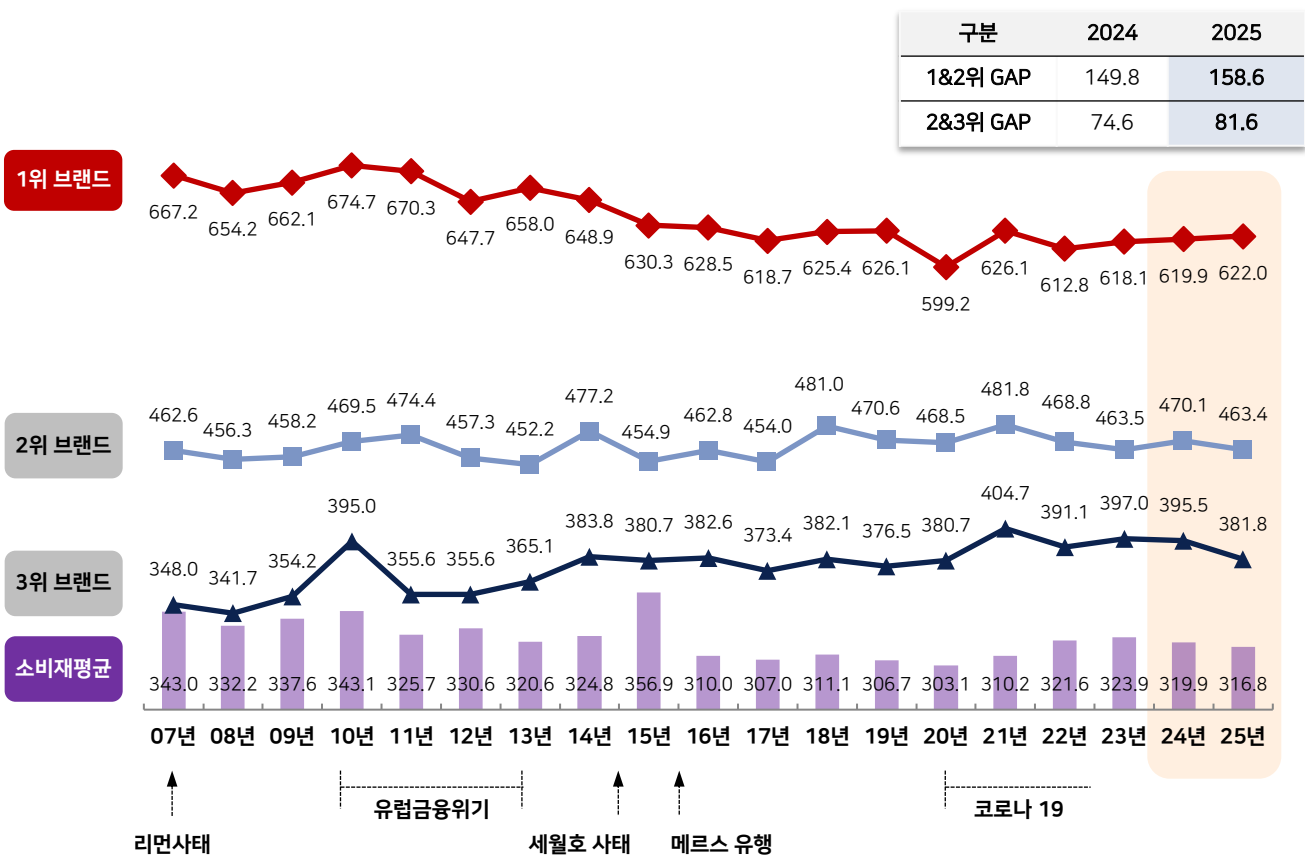
제2부 : 2025년 K-BPI 조사결과

2

브랜드 경쟁력 진단

소비재 1~3위 브랜드 경쟁력 추이

(단위 : 점)



소비재 산업의 1~3위 브랜드 경쟁력(총점) 추이를 살펴보면,
2, 3위 브랜드의 평균 경쟁력은 작년 대비 하락한 가운데 1위 브랜드의 경쟁력은 소폭 상승함.
이에 작년 대비 1~2위 브랜드의 경쟁력 격차가 증가하며 1위 브랜드에 소비자 선호가 집중되는 모습이 관찰됨.



제2부 : 2025년 K-BPI 조사결과

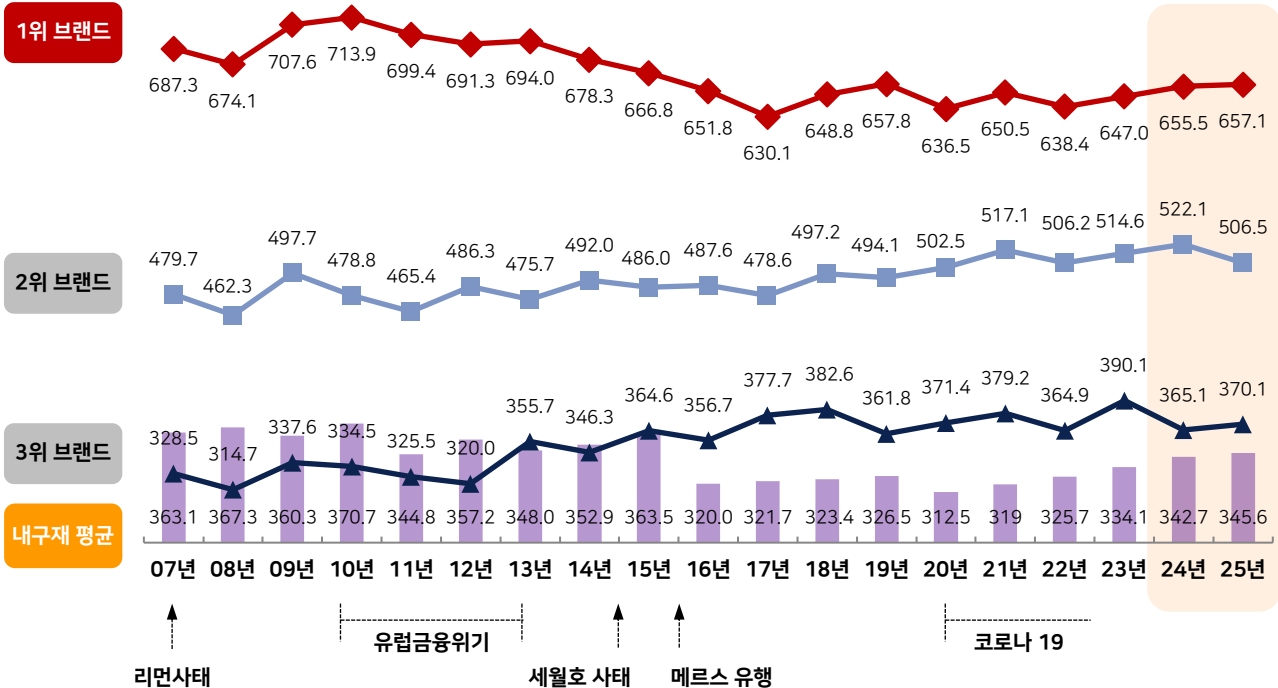
2

브랜드 경쟁력 진단

내구재 1~3위 브랜드 경쟁력 추이

(단위 : 점)

구분	2024	2025
1&2위 GAP	133.5	150.6
2&3위 GAP	157.0	136.4



내구재의 경우, 1~3순위 브랜드간 경쟁력 격차가 큰 편으로,
산업 내 큰 규모의 순위 변동이 발생하기 어려운 경쟁 구조를 보이고 있음.
특히 올해의 경우 2위 브랜드의 경쟁력이 크게 하락하며 1위 브랜드와의 격차가 더욱 증가함.



제2부 : 2025년 K-BPI 조사결과

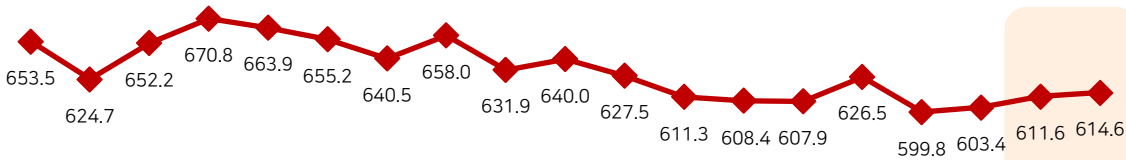
2

브랜드 경쟁력 진단

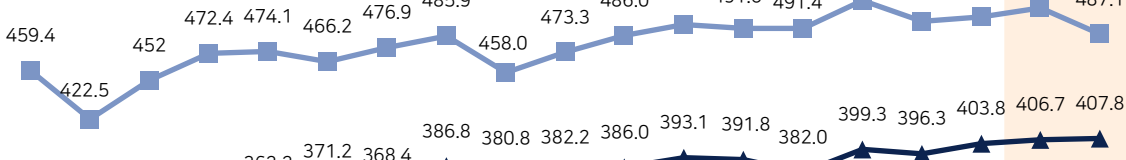
서비스재 1~3위 브랜드 경쟁력 추이

(단위 : 점)

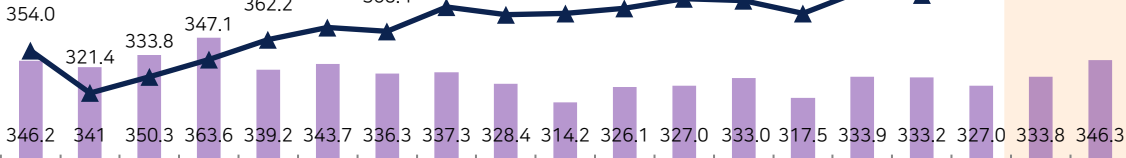
1위 브랜드



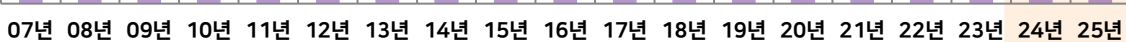
2위 브랜드



3위 브랜드



서비스재평균



리먼사태 유럽금융위기 세월호 사태 메르스 유행 코로나 19

서비스재의 경우 경쟁이 가장 치열한 산업으로

타 산업 대비 1~3위 브랜드간 격차가 가장 좁아 순위 역전의 가능성이 가장 높은 것으로 분석됨.

그러나 이처럼 치열한 경쟁 구조에도 불구하고, 올해 1~2위 브랜드의 격차가 작년 대비 22.9점 증가하며

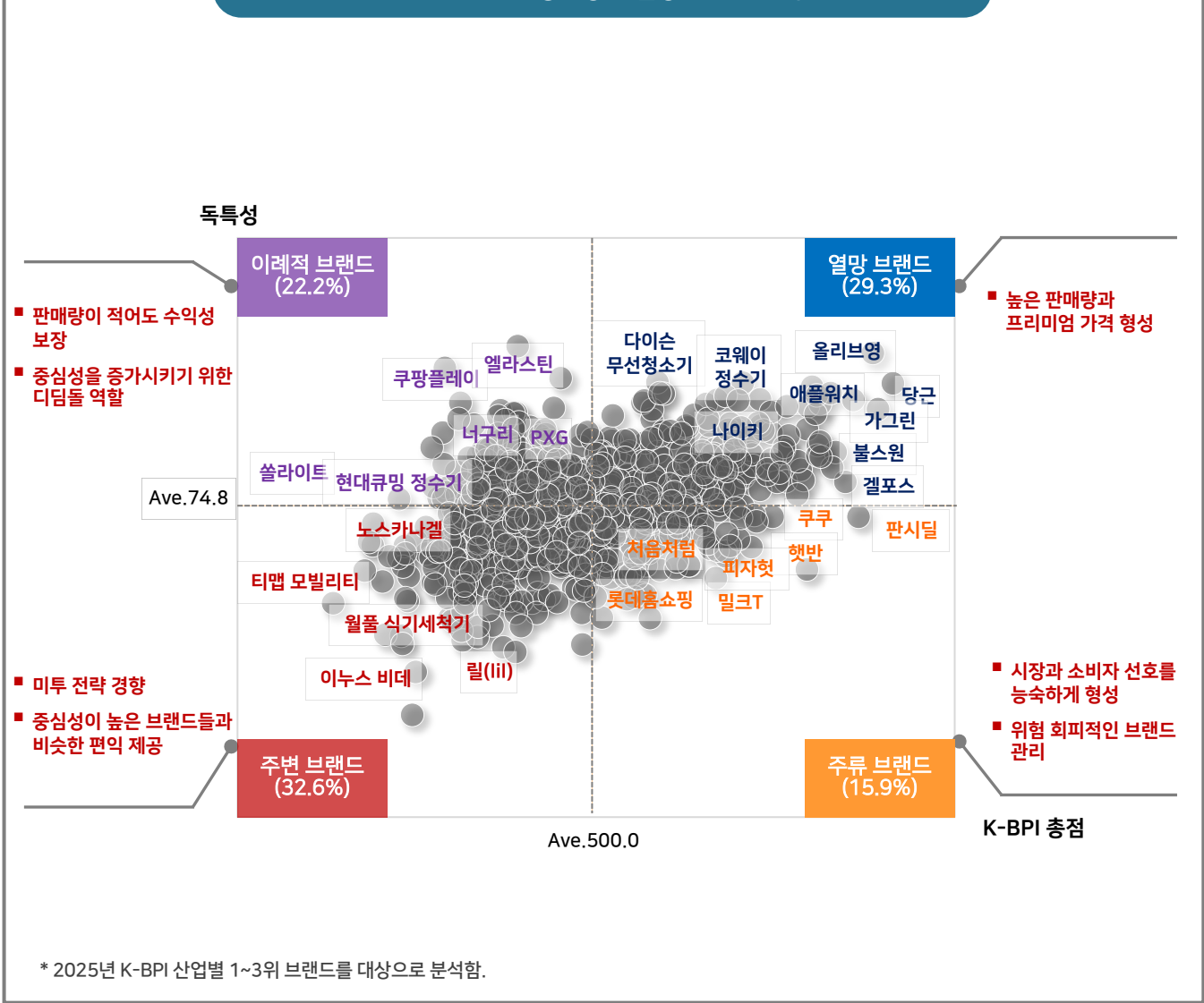
서비스재 역시 1위 브랜드로 경쟁력이 집중되고 있는 상황으로 분석됨.

제2부 : 2025년 K-BPI 조사결과

2

브랜드 경쟁력 진단

2025 브랜드 중심성-차별성 Matrix 분석



Analysis Methodology

* 중심성-차별성 Map

- 중심성(centrality)은 각 브랜드가 해당 카테고리를 얼마나 대표하는지를, 차별성(distinctiveness)은 해당 카테고리의 여타 브랜드로부터 얼마나 두드러지는지를 의미하며, 마케팅에서 중심성과 차별성의 적절한 균형을 맞추는 것은 매우 중요함.
- 브랜드 포지셔닝 전략 평가, 경쟁자 모니터링, 브랜드 포트폴리오 관리, 분석결과 추적 등에 활용됨.

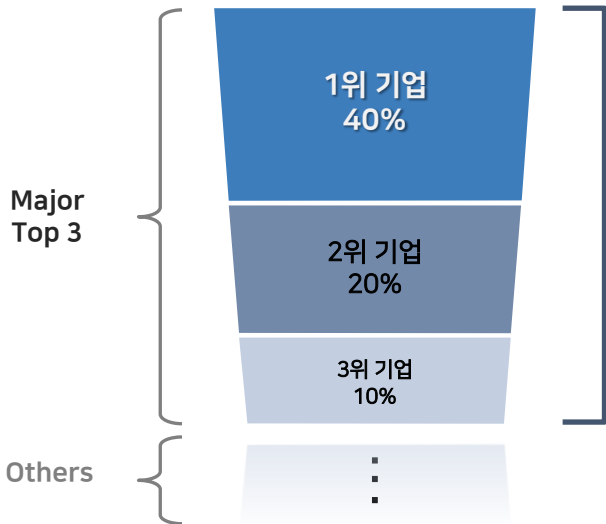
** Source : A better way to Map Brand Strategy by Niraj Dawar and Charan K. Bagga, HBR(2015)

제2부 : 2025년 K-BPI 조사결과

3

성공브랜드의 기준

일반적인 시장 내 Market Share 구성 비율

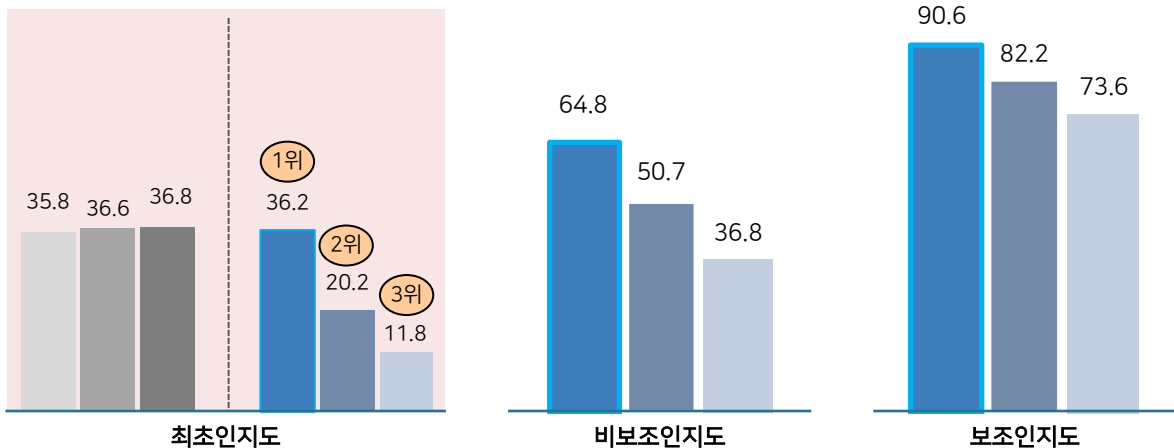


- 일반적으로 안정된 시장에서는 전체 시장을 대상으로 광범위한 고객층을 공략하는 Major Top3 기업과, 틈새시장을 공략하려는 다수의 기타 기업으로 나누어짐.
- 이중 M/S의 70%가 Top3의 몫이며, 1위는 40%, 2위는 20%, 3위는 10%의 M/S를 통해 균형을 이루고 있음.

* Jagdish Sheth & Rajendra Sisodia(2002), The Rule of Three, Simon and Schuster.

K-BPI 1~3위 브랜드별 인지도 평균

■ '22년 1위 ■ '23년 1위 ■ '24년 1위 ■ '25년 1위 ■ '25년 2위 ■ '25년 3위 (단위 : %)



* 2025년 K-BPI 산업별 1~3위 브랜드를 대상으로 분석함.

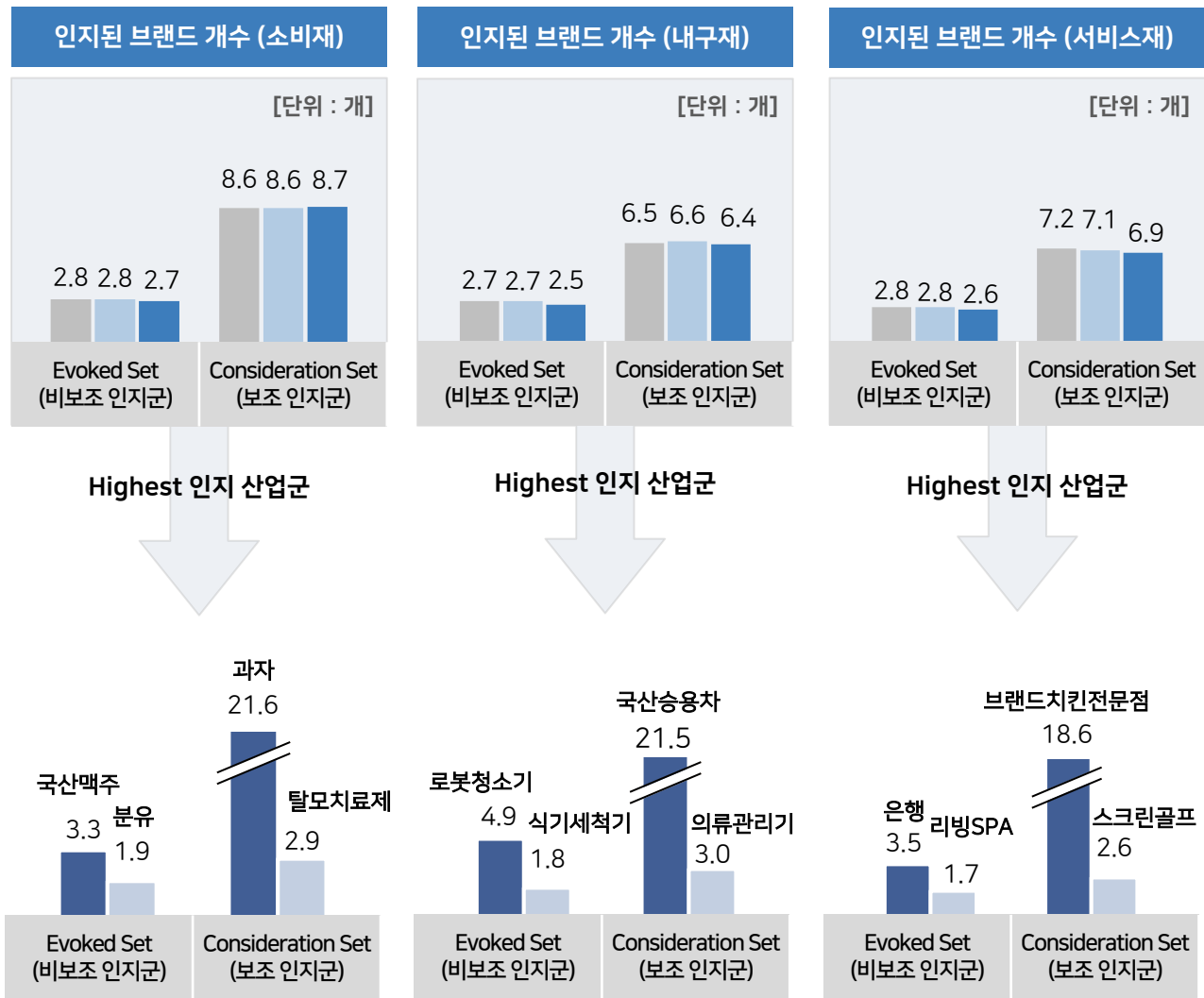
제2부 : 2025년 K-BPI 조사결과

3

성공브랜드의 기준

2023~2025년 산업별 브랜드 인지수

전 산업군에서 비보조인지 브랜드는(Evoked Set) 3개 미만으로 나타났으며, 추가적인 정보수집을 통한 보조인지 브랜드군 (Consideration Set)은 10개가 넘지 않음. 이는 각 산업별로 최소한 Top3 내에서 별도의 정보 없이 인지될 수 있는 브랜드 파워를 지녀야만 소비자에게 인식되어 선택 받을 수 있는 브랜드가 된다는 것을 뜻함.



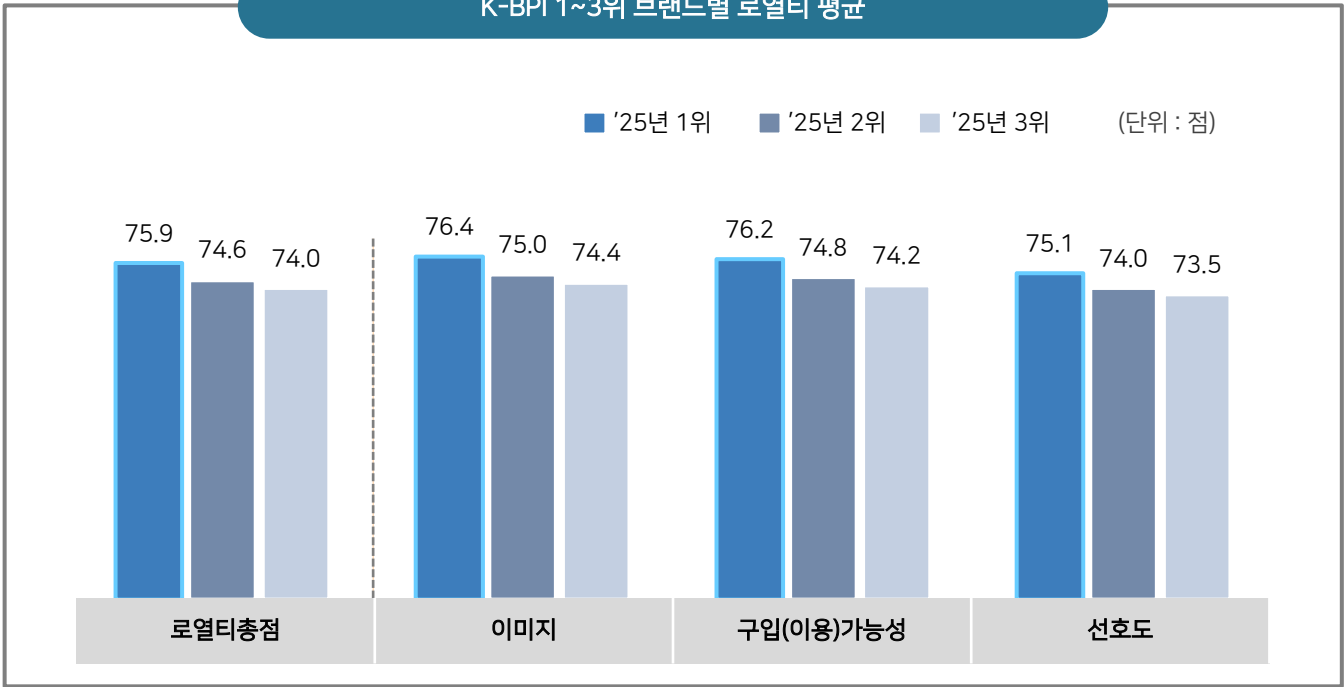


제2부 : 2025년 K-BPI 조사결과

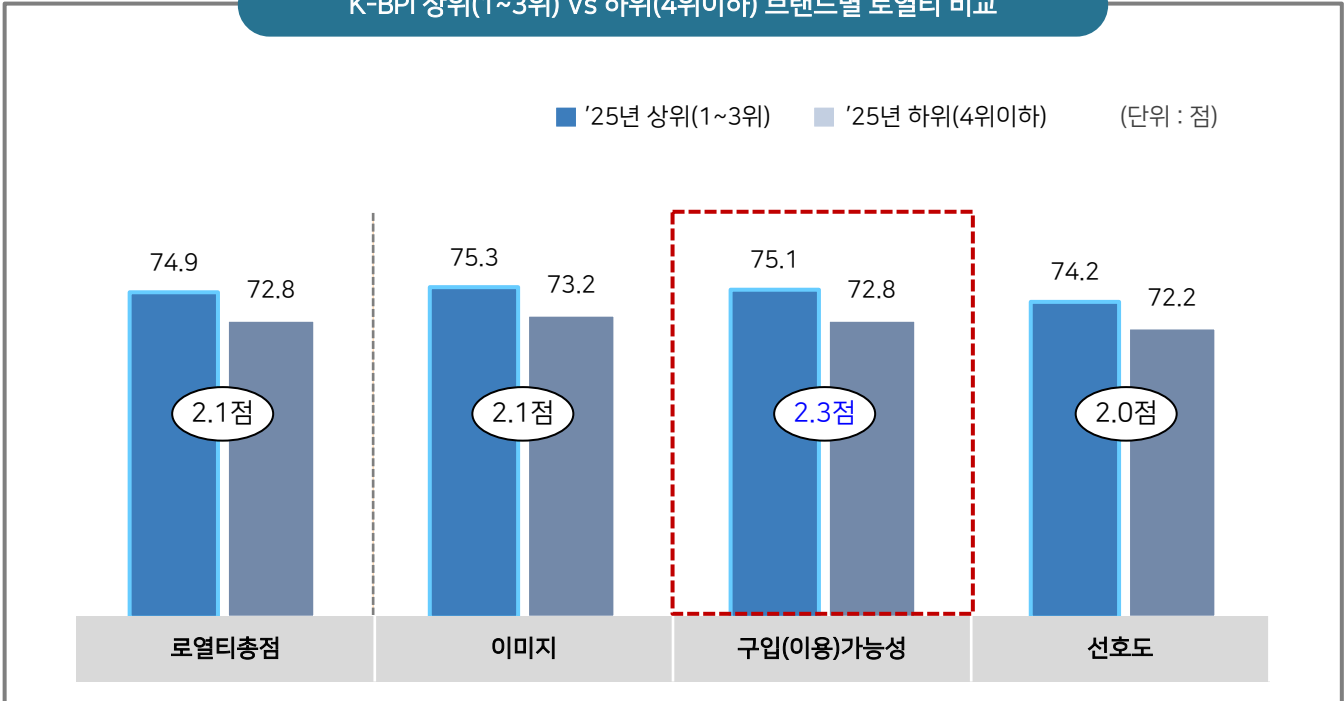
3

성공브랜드의 기준

K-BPI 1~3위 브랜드별 로열티 평균



K-BPI 상위(1~3위) Vs 하위(4위이하) 브랜드별 로열티 비교





별첨 : 2025년 K-BPI 산업별 1~3위 조사결과

역전 산업군 현황

대분류	중분류	산업명	1위 브랜드	2위 브랜드	3위 브랜드
소비재	가정/생활용품	헤어케어	미쟈센(438.0)	케라시스(408.1)	엘라스틴(395.5)
	식품일반	농산물브랜드	대왕님표 여주쌀(405.9)	임금님표이천(384.7)	철원 오대쌀(374.3)
	식품일반	분유	매일 애플루트(495.5)	일동후디스 트루맘(456.2)	남양 임페리얼 XO(428.2)
	유음료/주류	수입맥주	하이네켄(544.8)	호가든(404.7)	버드와이저(404.7)
	패션용품	SPA브랜드	UNIQLO(581.3)	ZARA(449.6)	SPAO(421.5)
	패션용품	아웃도어	노스페이스(500.2)	코오롱스포츠(493.4)	네파(473.5)
	패션용품	여성의류	SYSTEM(394.9)	마인(330.6)	잇미샤(321.0)
내구재	가정/사무/일반	가정용바닥재	LX Z:IN 바닥재(563.6)	홈씨씨 인테리어 바닥재(546.7)	이건 마루(389.3)
	생활가전	TV	LG TV(777.3)	삼성 TV(739.2)	위니아(325.6)
	생활가전	가정용제습기	LG WHISEN 제습기(616.0)	위닉스 뽀송(524.1)	코웨이 제습기(464.5)
	주방가전	식기세척기	LG DIOS(586.9)	삼성 키친핏(433.5)	월풀(241.2)
서비스재	도소매/유통	대형슈퍼마켓	이마트 에브리데이(521.3)	롯데슈퍼(358.7)	GS THE FRESH(354.9)
	도소매/유통	백화점	롯데백화점(752.0)	신세계백화점(575.1)	현대백화점(455.6)
	도소매/유통	인터넷 서점	예스24(606.7)	알라딘(553.3)	교보문고(472.7)
	서비스 일반	고속버스	금호고속(525.7)	중앙고속(516.0)	천일고속(510.7)
	서비스 일반	택배서비스	우체국소포(591.2)	CJ대한통운택배(575.5)	한진택배(513.3)
	온라인/플랫폼	온라인게임	PUBG : 배틀그라운드(433.8)	피파모바일(387.5)	원신(372.5)
	온라인/플랫폼	종합숙박예약플랫폼	여기어때(622.4)	아놀자(611.4)	아고다(424.3)
	온라인/플랫폼	중고차플랫폼	엔카(499.6)	케이카(Kcar)(461.3)	KB차차차(450.4)
	통신	알뜰폰(MVNO)	세븐모바일 (SK텔링크)(495.4)	헬로모바일(LG헬로비전)(446.6)	M모바일(KT엠모바일)(411.5)
	통신	이동통신	KT(702.4)	SK텔레콤(682.6)	LG U+(430.2)



별첨 : 2025년 K-BPI 산업별 1~3위 조사결과

신규 산업군 현황

대분류	중분류	산업명	1위 브랜드	2위 브랜드	3위 브랜드
소비재	식품일반	환자영양식	뉴케어(대상 웰라이프)(696.4)	그린비아(정식품)(369.8)	마이케어(인산가)(318.2)
	소비재 기타	여성유산균	락토픽 (생유산균 이브)(510.5)	비비랩 (프로바이오틱스W)(438.3)	유한양행 (엘레나)(381.0)
	일반의약품	위장약(짜먹는현탁액)	겔포스(825.5)	개비스콘(379.8)	알마겔(265.1)
	패션용품	스포츠웨어	나이키(669.0)	아디다스(508.6)	뉴발란스(458.2)
내구재	생활가전	로봇청소기	LG 코드제로(640.5)	로보락(532.1)	삼성 비스포크 제트봇(425.2)
	자동차	전기자동차	현대 아이오닉(5, 6)(556.2)	테슬라(529.6)	기아 니로 EV(359.1)
서비스재	금융	인터넷전문은행	카카오뱅크(794.6)	토스뱅크(471.4)	K뱅크(345.5)
	온라인/플랫폼	가상자산거래소	업비트(UPbit)(727.8)	빗썸(bithumb)(514.6)	코인원(Coinone)(253.5)
	온라인/플랫폼	모빌리티(택시)	카카오T(807.2)	우티(우버)(310.4)	타다(307.3)
	온라인/플랫폼	홈플랫폼	홈닉(Homeniq)(443.8)	하이오티(Hi-oT)(336.1)	자이홈(223.6)



별첨 : 2025년 K-BPI 산업별 1~3위 조사결과

다수 1위 브랜드 기업 현황

기업명	1위 산업군 수	산업명
LG전자	12	TV, 가정용세습기, 노트북컴퓨터, 드럼세탁기, 로봇청소기, 뷰티케어가전, 빔프로젝터, 식기세척기, 에어컨, 의류건조기, 의류관리기, 청소기
CJ제일제당	4	냉동만두, 장류, 즉석국, 즉석밥
동원F&B		조미김, 즉석죽, 참치캔, 펫푸드
삼성전자		냉장고, 블루투스이어폰, 스마트워치/밴드, 창문형에어컨
아모레퍼시픽		남성화장품, 바디케어, 여성화장품, 헤어케어
경동나비엔	3	복합오븐, 전기레인지, 환기청정기
금강		남성정장구두, 여성정장구두, 캐주얼화
동아제약		감기약, 구강청결제, 자양강장제
유한킴벌리		기저귀, 생리대, 시니어기저귀
종근당건강		비타민, 여성유산균, 유산균제품
케이티		IPTV, 이동통신서비스, 초고속인터넷
코웨이		공기청정기, 비데, 정수기
LX하우시스		벽지, 가정용바닥재, 창호재
나이키코리아	2	골프의류, 스포츠웨어
농심		과자, 국물라면
대교		유아교육서비스, 초등교육서비스
대림비엔코		육실리모델링, 육실위생도기
동국제약		탈모치료제, 상처/흉터치료제
락앤락		밀폐용기, 주방용품
롯데칠성음료		주스, 커피음료
빙그레		떠먹는 요구르트, 가공우유
삼성물산 건설부문		아파트, 홈플랫폼
삼성물산 패션부문		정장, 캐주얼의류
신한은행		은행, 프라이빗뱅킹
신한카드		간편결제서비스, 신용카드
애경산업		치약, 칫솔
애플코리아		스마트폰, 태블릿PC
우정사업본부		국제운송서비스, 택배서비스
이마트		대형슈퍼마켓, 대형할인점
잡코리아		아르바이트전문포털, 취업전문포털
팅크웨어		내비게이션, 블랙박스
한샘		주거용가구, 주방용가구
현대자동차		국산승용차, 전기자동차
현대해상화재보험		다이렉트자동차보험, 장기보험



별첨 : 2025년 K-BPI 산업별 1~3위 조사결과

소비재 산업군(1/3)

중분류	산업명	1위 연속연수	1위 브랜드	2위 브랜드	3위 브랜드
가정/생활용품	생리대	25	화이트(596.2)	좋은느낌(585.8)	순수한면(360.9)
	세탁세제	24	비트(558.6)	퍼실(460.8)	다우니(435.2)
	밀폐용기	22	락앤락(748.2)	글라스락(440.9)	지퍼락(376.1)
	치약	21	덴탈크리닉2080(597.3)	페리오(521.0)	암웨이(379.9)
	바디케어	17	해피바스(449.7)	뉴트로지나(429.0)	도브(393.8)
	칫솔	13	덴탈크리닉2080(573.0)	오랄-B칫솔(518.0)	페리오칫솔(429.4)
	주방용품	9	락앤락(590.0)	해피콜(462.6)	테팔(411.8)
	구강청결제	5	가그린(835.9)	2080 가글(357.2)	리스테린(332.7)
	청소세제	4	유한락스(672.5)	홈스타(361.8)	브레프(Bref)(356.6)
	탈모샴푸	4	TS샴푸(668.4)	려() (423.5)	닥터포헤어(325.1)
	섬유유연제	2	다우니(639.6)	피죤(573.6)	샤프란(555.6)
	헤어케어	1(역전)	미쟈센(438.0)	케라시스(408.1)	엘라스틴(395.5)
소비재 기타	기저귀	27	하기스(813.4)	보습이(414.9)	팜퍼스(296.5)
	엔진오일	27	ZIC(686.0)	Kixx(427.9)	Mobil 1(395.9)
	휘발유	27	SK엔크린(639.9)	Kixx(482.3)	현대오일뱅크 휘발유(331.2)
	종합문구	25	모닝글로리(611.2)	아트박스(476.8)	핫트랙스(Hot Tracks)(326.1)
	벽지	21	LX Z:IN 벽지(674.5)	신한 벽지(487.5)	개나리 벽지(402.0)
	민감성스킨케어	19	아토팜(544.3)	그린핑거(408.4)	피지오겔(354.8)
	담배	18	ESSE(541.2)	던힐(454.6)	더원(THE ONE)(355.6)
	종합영양제	12	아로나민(583.5)	센트룸(497.4)	빼콤씨(364.5)
	요소수	7	유룩스(702.0)	블루윈(339.5)	오터스(331.4)
	친환경페인트	7	KCC 페인트 숲으로(700.9)	순&수(노루페인트)(336.3)	홈앤(334.4)
	캠핑전문브랜드	7	코오롱스포츠(610.9)	코베아(480.8)	버팔로(372.5)
	펫푸드	7	동원 뉴트리플랜(471.3)	나우(now)(381.1)	하림 더리얼(377.8)
	남성화장품	6	오딧세이(477.1)	우르오스(437.2)	보닌(374.2)
	여성화장품	6	헤라(527.2)	설화수(490.5)	샤넬(411.8)
	시니어기저귀	5	디펜드(776.9)	이지스(319.7)	정성(273.0)
	유산균제품	5	락토피(646.9)	듀오락(416.7)	BYO유산균(CJ제일제당)(354.8)
	자동차용품	3	볼스원(866.6)	소낙스(329.5)	휘링(228.7)
	비타민	2	아임비타(중근당건강)(515.8)	멀티비타민 이문샷(고려은단)(448.8)	오소물 이문(동아제약)(446.5)
	여성유산균	1(신규)	락토피 (생유산균 이브)(510.5)	비비랩 (프로바이오틱스W)(438.3)	유한양행 (엘레나)(381.0)



별첨 : 2025년 K-BPI 산업별 1~3위 조사결과

소비재 산업군(2/3)

중분류	산업명	1위 연속연수	1위 브랜드	2위 브랜드	3위 브랜드
식품일반	과자	26	새우깡(453.8)	프링글스(409.4)	빼빼로(406.9)
	국물라면	26	신라면(696.4)	진라면(412.9)	너구리(375.4)
	식용유	26	해표 식용유(633.5)	백설 식용유(535.0)	청정원 식용유(413.2)
	참치캔	26	동원참치(778.6)	사조참치(573.4)	오투기 참치(388.5)
	김치	25	종가(683.7)	비비고 김치(522.1)	농협 아로한김치(367.6)
	냉장/생동육	23	하림(671.1)	목우촌(587.0)	마니커(345.2)
	건강식품	19	정관장(688.5)	한삼인(374.8)	센트름(325.8)
	축산물브랜드	19	황성축협한우(581.9)	장수한우(335.0)	안동한우(317.3)
	조미김	14	동원 양반김(684.1)	광천김(458.4)	지도표 재래식성경김(337.9)
	자연조미료	11	연두(649.6)	맛선생(567.4)	산들애(524.6)
	즉석밥	6	햇반(734.1)	맛있는 오투기밥(573.3)	센콕(342.4)
	즉석죽	6	동원 양반죽(635.4)	비비고 즉석죽(471.8)	아침엔 본죽(470.1)
	냉동만두	5	비비고 만두(659.7)	해태제과 고향만두(504.9)	백설 만두(443.1)
	수산가공식품	5	삼진어묵(626.5)	삼호어묵(457.9)	고래사어묵(387.8)
	장류	4	해찬들(644.7)	청정원(593.5)	해표 순창궁(376.1)
	즉석국	4	비비고 즉석국(687.3)	오투기 즉석국(534.5)	동원 양반(366.8)
	비빔/볶음라면	3	팔도비빔면(628.7)	짜파게티(584.0)	불닭볶음면(404.4)
	숙취해소	3	컨디션(666.3)	여명808(517.8)	깨수깡(375.5)
	아이스크림	3	부라보콘(470.7)	메로나(439.7)	구구콘(345.4)
	농산물브랜드	1(역전)	대왕님표 여주쌀(405.9)	임금님표이천(384.7)	철원 오대쌀(374.3)
일반의약품	분유	1(역전)	매일 애플루트(495.5)	일동후디스 트루맘(456.2)	남양 임페리얼 XO(428.2)
	환자영양식	1(신규)	뉴케어(대상 웰라이프)(696.4)	그린비아(정식품)(369.8)	마이케어(인산가)(318.2)
	소화제	21	까스활명수-큐(588.0)	베아제(463.9)	웨스탈(394.4)
	소염진통제	7	신신파스 아렉스(619.2)	제놀(455.7)	케토톱(412.0)
	탈모치료제	7	판시달(816.6)	마이녹실(489.3)	프로페시아(한국엠에스 티)(274.6)
	습윤밴드/드레싱	5	메디폼(624.6)	이지덤(504.3)	메디터치(322.7)
	상처/흉터치료제	4	마데카솔(732.3)	부채표 후시딘(705.7)	노스카나겔(229.7)
	해열진통제	4	타이레놀(671.9)	게보린(577.6)	펜잘(374.2)
	감기약	2	판피린(596.2)	판콜(415.7)	콜대원(412.5)
	변비약	2	메이킨Q(573.6)	돌코락스(549.3)	아락실(491.8)
	위장약 (짜먹는현탁액)	1(신규)	겔포스(825.5)	개비스콘(379.8)	알마겔(265.1)



별첨 : 2025년 K-BPI 산업별 1~3위 조사결과

소비재 산업군(3/3)

중분류	산업명	1위 연속연수	1위 브랜드	2위 브랜드	3위 브랜드
유음료/주류	자양강장제	27	박카스(688.4)	비타500(462.7)	우루사(364.6)
	주스	27	델몬트(634.4)	아침에주스(395.9)	자연은(378.8)
	우유	26	서울 우유(648.8)	남양 우유(489.9)	매일 우유(474.7)
	두유	23	베지밀(641.6)	매일 두유(469.2)	삼육두유(424.2)
	떠먹는 요구르트	19	요플레(718.4)	떠먹는 불가리스(415.0)	액티비아(387.0)
	생수	19	제주삼다수(718.1)	아이시스(490.7)	백산수(370.6)
	가공우유	18	빙그레 바나나맛 우유(569.6)	남양 초코메몽(323.7)	서울우유 가공우유(278.4)
	기능성 마시는 요구르트	12	월(653.3)	불가리스(574.3)	액티비아(369.7)
	커피음료	4	칸타타(608.9)	맥심 T.O.P(481.9)	스타벅스(편의점 커피)(457.2)
	단백질보충제	3	하이문(750.1)	셀렉스(465.2)	더:단백(346.9)
	소주	3	참이슬(652.7)	처음처럼(556.8)	진로(진로이츠백)(415.1)
	탄산음료	3	코카콜라(650.2)	칠성사이다(552.8)	웰치스(386.9)
	국산맥주	2	카스(654.3)	테라(TERRA)(578.5)	하이트(496.7)
	수입맥주	1(역전)	하이네켄(544.8)	호가든(404.7)	버드와이저(404.7)
패션용품	남성정장구두	27	금강(595.9)	탠디 옴므(446.7)	소다 옴므(408.9)
	언더웨어/란제리	27	비너스(569.4)	보디가드(412.8)	BYC(비와이씨)(391.7)
	여성정장구두	27	금강(497.5)	탠디(489.0)	소다(476.7)
	캐주얼화	25	랜드로바(573.8)	컨버스(504.2)	반스(433.4)
	학생교복	23	스마트학생복(658.0)	엘리트학생복(577.5)	아이비클럽(514.7)
	캐주얼의류	22	빈폴(564.0)	폴로(481.5)	라코스테(375.5)
	홈패션	12	이브자리(709.4)	알레르망(423.9)	세사리빙(350.7)
	정장	6	갤럭시(530.8)	닥스(399.8)	타임(361.1)
	애슬레저웨어	3	안다르(697.0)	책시믹스(367.1)	몰라(312.1)
	골프의류	2	나이키골프(547.6)	PXG(427.5)	JDX(390.0)
	비즈니스캐주얼	2	헤지스(HAZZYS)(444.0)	인디안(436.5)	로가디스(424.6)
	영유아복	2	해피랜드(452.9)	아가방(404.8)	블루독(396.5)
	SPA브랜드	1(역전)	UNIQLO(581.3)	ZARA(449.6)	SPAO(421.5)
	아웃도어	1(역전)	노스페이스(500.2)	코오롱스포츠(493.4)	네파(473.5)
	여성의류	1(역전)	SYSTEM(394.9)	마인(330.6)	잇미샤(321.0)
	스포츠웨어	1(신규)	나이키(669.0)	아디다스(508.6)	뉴발란스(458.2)



별첨 : 2025년 K-BPI 산업별 1~3위 조사결과

내구재 산업군(1/2)

중분류	산업명	1위 연속연수	1위 브랜드	2위 브랜드	3위 브랜드
가정/사무 /일반	가정용보일러	27	귀뚜라미보일러(599.0)	경동나비엔(558.4)	린나이(524.1)
	주방용가구	27	한샘키친&바스(571.9)	현대리바트(LIVART)(498.5)	LX Z:IN(396.7)
	침대	26	에이스침대(711.0)	시몬스(545.2)	한샘 침대(379.5)
	스마트홈네트워크시스템	21	HT(557.0)	코맥스(490.0)	직방 스마트홈(452.0)
	디지털도어락	20	게이트맨(615.9)	밀레(359.1)	코맥스(348.1)
	주거용가구	16	한샘 인테리어(628.9)	현대리바트(473.7)	일룸(406.7)
	사무용복합기	14	신도리코(580.4)	HP(529.5)	캐논코리아(구. 롯데캐논)(466.4)
	엘리베이터	14	현대 엘리베이터(765.8)	오티스 엘리베이터(410.9)	미쓰비시 엘리베이터(261.4)
	사무용가구	9	퍼시스(526.2)	비츠(482.6)	리바트오피스(477.2)
	욕실리모델링	9	대림 바스&키친(589.3)	한샘 인테리어(501.4)	LX Z:IN 바스(357.4)
	관련형전자담배	3	아이코스(655.9)	glo(글로)(429.7)	il(릴)(393.6)
	욕실위생도기	3	대림바스(625.0)	도비도스(342.6)	이누스(266.2)
	임플란트	3	오스템(791.1)	네오(304.0)	디오(218.9)
	창호재	2	LX Z:IN 창호(631.2)	KCC 창호(597.5)	이건 창호(422.1)
	가정용바닥재	1(역전)	LX Z:IN 바닥재(563.6)	홈씨씨 인테리어 바닥재(546.7)	이건 마루(389.3)
생활가전	공기청정기	23	코웨이 공기청정기(645.9)	LG전자 퓨리케어(424.6)	삼성 공기청정기(417.1)
	드럼세탁기	23	LG TROMM(809.2)	삼성 그랑데(561.3)	위니아(304.7)
	비데	23	코웨이 룰루 비데(675.1)	노비타 비데(469.5)	SK매직 비데(415.6)
	에어컨	21	LG WHISEN(656.5)	삼성 무풍에어컨(536.4)	위니아(361.2)
	헬스케어(안마의자)	10	바디프랜드(592.7)	코지마(573.5)	세라젬(428.3)
	의류건조기	8	LG TROMM 건조기(753.8)	삼성 그랑데 건조기(635.1)	밀레 건조기(253.9)
	의류관리기	7	LG TROMM styler(793.6)	삼성 에어드레서(577.8)	코웨이 사계절 의류청정기(282.6)
	헬스케어(척추의료기기)	5	세라젬(692.5)	코웨이(373.4)	누가(249.4)
	창문형에어컨	4	삼성 원도오펜(586.3)	LG WHISEN 엣지(472.6)	캐리어 창문형에어컨(402.2)
	환기청정기	4	나비엔 환기청정기(531.8)	LX Z:IN 자동환기시스템(482.2)	하츠(HAATZ) 청정환기시스템(438.2)
	빔프로젝터	3	LG 시네빔(626.0)	엡손(433.7)	뷰소닉(362.2)
	청소기	3	LG 청소기(680.2)	다이슨 청소기(588.4)	삼성 청소기(569.8)
	뷰티케어가전	2	LG프라엘 더마샤라(732.6)	루킨스(350.3)	듀얼소닉 맥시멈(334.4)
	TV	1(역전)	LG TV(777.3)	삼성 TV(739.2)	위니아(325.6)
	가정용제습기	1(역전)	LG WHISEN 제습기(616.0)	위닉스 뽀송(524.1)	코웨이 제습기(464.5)
	로봇청소기	1(신규)	LG 코드제로(640.5)	로보락(532.1)	삼성 비스포크 제트봇(425.2)



별첨 : 2025년 K-BPI 산업별 1~3위 조사결과

내구재 산업군(2/2)

중분류	산업명	1위 연속연수	1위 브랜드	2위 브랜드	3위 브랜드
자동차	모터사이클	23	혼다 모터사이클(664.2)	BMW(413.9)	야마하(403.5)
	승용차타이어	23	한국타이어(651.8)	금호타이어(521.7)	넥센타이어(332.8)
	자동차배터리	17	로케트 배터리(790.6)	델코(464.5)	솔라이트(262.3)
	수입승용차	9	벤츠(645.2)	BMW(514.6)	아우디(450.7)
	국산승용차	2	제네시스(466.2)	아반떼(465.3)	소나타(412.2)
	전기자동차	1(신규)	현대 아이오닉(5, 6)(556.2)	테슬라(529.6)	기아 니로 EV(359.1)
정보통신	내비게이션	19	팅크웨어 아이나비(519.3)	T맵(493.4)	카카오내비(456.5)
	블랙박스	13	팅크웨어 아이나비(731.9)	파인뷰(418.2)	다본다(301.4)
	시스피커	8	KT 기가 지니(718.0)	SKT 누구(396.3)	구글 구글홈(341.5)
	노트북컴퓨터	5	LG 그램(707.7)	삼성 갤럭시북(622.7)	애플 맥북(428.8)
	스마트폰	5	아이폰(666.7)	갤럭시 S(652.4)	갤럭시 노트(383.0)
	스마트워치/밴드	4	삼성 갤럭시워치(783.5)	애플 워치(722.5)	샤오미 미워치/미밴드(244.8)
	태블릿PC	4	애플 아이패드(789.1)	삼성 갤럭시 탭(623.2)	LG 울트라 탭(224.5)
	블루투스이어폰	2	갤럭시 버즈(684.5)	애플 에어팟(620.2)	LG 톤프리(362.5)
주방가전	정수기	27	코웨이 정수기(685.8)	청호나이스 정수기(463.2)	LG 퓨리케어 정수기(451.9)
	가스레인지	26	린나이(768.9)	나비엔 매직(구. SK매직)(584.9)	하츠(269.5)
	김치냉장고	26	딤채(669.8)	LG DIOS 김치톡톡(550.4)	삼성 김치플러스(467.5)
	냉장고	26	삼성 BESPOKE(677.7)	LG DIOS(659.3)	월풀(303.3)
	밥솥	22	쿠쿠(765.2)	쿠첸(604.9)	휘슬러(352.8)
	복합오븐	18	나비엔 매직 복합오븐(539.8)	LG DIOS 광파오븐(475.7)	삼성 직화오븐(441.7)
	전기레인지	8	나비엔 매직 전기레인지(572.9)	LG DIOS(512.0)	삼성 인덕션(455.8)
	음식물처리기	3	스마트카라(505.8)	루펜(464.8)	린나이 비움(347.5)
	식기세척기	1(역전)	LG DIOS(586.9)	삼성 키친핏(433.5)	월풀(241.2)



별첨 : 2025년 K-BPI 산업별 1~3위 조사결과

서비스재 산업군(1/3)

중분류	산업명	1위 연속연수	1위 브랜드	2위 브랜드	3위 브랜드
금융	증권회사	27	삼성증권(665.1)	키움증권(407.3)	KB증권(385.5)
	금융지주(그룹)	14	신한금융그룹(614.1)	KB금융그룹(534.3)	하나금융그룹(436.9)
	신용카드	14	신한카드(529.9)	KB국민카드(454.6)	삼성카드(450.6)
	장기보험	11	현대해상(516.1)	삼성화재(498.2)	메리츠화재(416.1)
	은행	10	신한은행(507.6)	하나은행(497.0)	KB국민은행(467.1)
	다이렉트자동차보험	8	현대해상다이렉트(570.3)	삼성화재다이렉트(545.2)	AXA다이렉트(474.7)
	지방은행	8	광주은행(523.1)	BNK부산은행(503.8)	BNK경남은행(362.2)
	프라이빗뱅킹	8	신한 Premier(618.8)	GOLD & WISE(451.6)	TWO CHAIRS(431.8)
	간편결제서비스	6	신한 SOL페이(499.9)	삼성페이(447.0)	네이버페이(421.7)
	생명보험	3	삼성생명(603.3)	교보생명(519.0)	한화생명(507.1)
	저축은행	3	OK저축은행(549.8)	SBI저축은행(353.2)	웰컴저축은행(340.7)
	펫보험	3	펫퍼민트(메리츠화재)(567.5)	하이펫보험(현대해상)(490.5)	다이렉트 펫보험(삼성화재)(489.3)
	은퇴설계금융서비스	2	하나 연금닥터(554.9)	신한미래설계(530.0)	우리 시니어플러스(407.1)
	체크카드	2	KB국민카드(478.5)	신한체크카드(438.4)	카카오뱅크체크카드(384.3)
	인터넷전문은행	1(신규)	카카오뱅크(794.6)	토스뱅크(471.4)	K뱅크(345.5)
교육	초등교육서비스	27	대교 눈높이(646.1)	재능 스스로(422.3)	교원 구몬(397.6)
	외국어학원	22	YBM어학원(563.3)	파고다어학원(524.1)	해커스어학원(409.7)
	온라인외국어학원	18	YBM넷(521.6)	해커스토익(491.7)	야나두(453.3)
	유아교육서비스	16	대교 눈높이(609.5)	웅진씽크빅(411.7)	교원 구몬(332.1)
	브랜드학원	15	종로엠스쿨(553.4)	메가스터디(461.6)	하이스트(450.6)
	중고등교재	15	좋은책신사고(568.2)	비상교재(426.6)	개념원리(362.8)
	독서토론학습	11	한솔플라톤(452.4)	대교 솔루니(416.7)	빨간펜 독서논술(323.0)
	사이버대학	10	경희사이버대학교(511.7)	한양사이버대학교(427.4)	송실사이버대학교(394.3)
	스마트학습	3	밀크T(662.4)	엘리하이(578.8)	대교써밋(409.1)
도소매 /유통	대형할인점	27	이마트(630.1)	코스트코(459.9)	홈플러스(388.2)
	패스트푸드점	27	롯데리아(676.1)	맥도날드(566.7)	버거킹(518.6)
	베이커리	25	파리바게뜨(684.2)	뚜레쥬르(637.5)	성심당(379.7)
	피자전문점	25	피자헛(680.2)	도미노피자(613.4)	피자스쿨(388.0)
	대형커피전문점	23	스타벅스(748.2)	투썸플레이스(438.7)	할리스커피(398.0)
	패션주얼리전문점	22	미니골드(506.9)	로이드(394.3)	제이메스티나(365.3)
	전자전문점	20	롯데 하이마트(742.1)	삼성스토어(486.3)	LG전자 BEST SHOP(448.9)
	편의점	20	CU(788.2)	GS25(604.1)	세븐일레븐(361.5)
	주유소	19	SK주유소(659.1)	GS칼텍스(563.2)	S-OIL(559.7)
	면세점	18	롯데면세점(650.4)	신라면세점(532.0)	신세계면세점(529.5)



별첨 : 2025년 K-BPI 산업별 1~3위 조사결과

서비스재 산업군(2/3)

중분류	산업명	1위 연속연수	1위 브랜드	2위 브랜드	3위 브랜드
도소매 /유통	타이어전문점	17	티스테이션(T'Station)(580.8)	금호타이어(486.0)	넥센타이어(380.1)
	패밀리레스토랑	14	빔스(647.6)	매슐리(612.7)	아웃백스테이크하우스(495.6)
	브랜드치킨전문점	10	교촌치킨(663.7)	BBQ 치킨(421.5)	BHC치킨(406.7)
	헤어&뷰티브랜드샵	10	준오헤어(547.0)	리안헤어(446.5)	이가자헤어비스(398.0)
	리빙SPA	9	모던하우스(504.2)	이케아(IKEA)(424.5)	더라이프(345.0)
	TV홈쇼핑	7	롯데홈쇼핑(548.2)	현대홈쇼핑(445.2)	GS SHOP(435.3)
	복합쇼핑몰	7	스타필드(617.8)	코엑스(552.9)	롯데타워몰(452.4)
	저가형커피전문점	2	메가커피(674.7)	빽다방(464.0)	컴포즈커피(463.7)
	대형슈퍼마켓	1(역전)	이마트 에브리데이(521.3)	롯데슈퍼(358.7)	GS THE FRESH(354.9)
	백화점	1(역전)	롯데백화점(752.0)	신세계백화점(575.1)	현대백화점(455.6)
	인터넷 서점	1(역전)	예스24(606.7)	알라딘(553.3)	교보문고(472.7)
서비스일반	항공(FSC)	27	대한항공(793.6)	아시아나항공(669.5)	JAL(296.0)
	종합병원	25	서울대학교병원(596.3)	삼성서울병원(488.4)	서울아산병원(403.0)
	아파트	24	래미안(547.4)	롯데 캐슬(461.1)	현대 힐스테이트(397.6)
	렌터카	23	롯데렌터카(674.2)	SK렌터카(591.5)	현대캐피탈 장기렌터카(306.0)
	자동차관리	23	스피드메이트(512.1)	현대 블루렌즈(437.3)	카젠(340.0)
	여행사	21	하나투어(715.5)	노랑풍선(488.8)	모두투어(476.8)
	방범보안서비스	20	에스원(706.7)	SK쉴더스(558.3)	KT 텔레캅(486.5)
	워터파크	18	캐리비안 베이(592.2)	롯데워터파크(400.9)	비발디 오션월드(372.7)
	한방병원	18	경희대 한방병원(685.9)	동의대 한방병원(424.0)	자생 한방병원(411.4)
	테마파크	15	롯데월드 어드벤처(713.7)	에버랜드(646.4)	서울랜드(375.6)
	도시가스	14	서울도시가스(502.4)	부산도시가스(356.2)	대성에너지(317.9)
	건강증진센터	8	서울아산병원 건강증진센터(557.6)	서울대학교병원 건강증진센터(511.6)	삼성서울병원 건강의학센터(426.0)
	호텔	8	신라호텔(650.2)	롯데호텔(526.5)	그랜드워커힐(410.6)
	비즈니스호텔	6	신라스테이(622.4)	롯데시티호텔(435.3)	글래드(336.9)
	스크린골프	6	골프존(687.0)	SG골프(580.9)	프렌즈 스크린(카카오)(406.7)
	콘도/리조트	6	한화리조트(690.6)	하이원리조트(362.8)	금호리조트(354.9)
	카셰어링	5	쏘카(694.1)	그린카(490.0)	티맵모빌리티(카모아)(178.6)
	국제운송서비스	2	EMS 우체국 국제특송(584.3)	CJ대한통운 국제특송(497.3)	DHL(디에이치엘)(411.1)
	고속버스	1(역전)	금호고속(525.7)	중앙고속(516.0)	천일고속(510.7)
	택배서비스	1(역전)	우체국소포(591.2)	CJ대한통운택배(575.5)	한진택배(513.3)



별첨 : 2025년 K-BPI 산업별 1~3위 조사결과

서비스재 산업군(3/3)

중분류	산업명	1위 연속연수	1위 브랜드	2위 브랜드	3위 브랜드
온라인 /플랫폼	음원플랫폼	16	멜론(564.9)	유튜브뮤직(448.2)	지니(422.8)
	T-커머스	7	신세계쇼핑(468.7)	SK스토아(454.8)	KT 알파 쇼핑(382.7)
	뷰티플랫폼	7	올리브영(860.6)	로켓럭셔리(쿠팡)(344.2)	이니스프리(325.3)
	OTT플랫폼	5	넷플릭스(652.2)	티빙(TVING)(343.0)	쿠방플레이(339.4)
	배달앱	5	배달의민족(727.5)	요기요(516.8)	쿠팡이츠(499.3)
	부동산전문정보	3	직방(531.0)	다방(530.6)	네이버 부동산(422.6)
	아르바이트전문포털	3	알바몬(726.9)	알바천국(675.6)	당근알바(350.4)
	온라인패션플랫폼	3	무신사(745.7)	SSF SHOP(388.3)	지그재그(ZIGZAG)(355.1)
	중고거래플랫폼	3	당근(886.1)	중고나라(344.4)	번개장터(270.1)
	취업전문포털	3	잡코리아(602.3)	사람인(509.9)	고용24(495.9)
	오픈마켓	2	쿠팡(644.7)	11번가(522.4)	G마켓(479.9)
	온라인게임	1(역전)	PUBG : 배틀그라운드(433.8)	피파모바일(387.5)	원신(372.5)
	종합숙박예약플랫폼	1(역전)	여기어때(622.4)	야놀자(611.4)	아고다(424.3)
	중고차플랫폼	1(역전)	엔카(499.6)	케이카(Kcar)(461.3)	KB차차차(450.4)
	가상자산거래소	1(신규)	업비트(UPbit)(727.8)	빗썸(bithumb)(514.6)	코인원(Coinone)(253.5)
	모빌리티(택시)	1(신규)	카카오T(807.2)	우티(우버)(310.4)	타다(307.3)
	홈플랫폼	1(신규)	홈닉(Homeniq)(443.8)	하이오티(Hi-oT)(336.1)	자이홈(223.6)
통신	초고속인터넷	25	KT 기가 인터넷 (691.3)	SK브로드밴드 기가 인터넷 (628.0)	LG U+ 기가 인터넷 (518.0)
	IPTV	16	지니 TV(585.5)	B tv(551.2)	U+tv(512.4)
	이동통신서비스	1(역전)	KT(702.4)	SK텔레콤(682.6)	LG U+(430.2)
	알뜰폰(MVNO)	1(역전)	세븐모바일 (SK텔링크)(495.4)	헬로모바일(LG헬로비전)(446.6)	M모바일(KT엠모바일)(411.5)

Special Issue 부문

부문명	1위 연속연수	1위 브랜드	2위 브랜드	3위 브랜드
착한브랜드	13	신한카드 아름 (438.4)	사랑.해 빨간밥차 (비씨카드)(315.2)	본사랑(본죽)(269.8)
NGO브랜드	5	월드비전(614.6)	유니세프(541.8)	초록우산 어린이재단(507.3)