

 <b>IPS</b> 산업정책연구원 <small>The Institute for Industrial Policy Studies</small>	<b>보도자료</b>  <b>산업정책연구원</b>  <b>(www.ips.or.kr)</b>	작 성	산업정책연구원 브랜드디자인본부
		담당자	이수지 선임연구원
		전 화	02-360-0788

## 산업정책연구원(IPS) 기업 브랜드 가치평가

### ‘삼성전자’ 기업 브랜드 가치 159조원, 20년 연속 1위

‘현대자동차’ 43조원, ‘이마트’ 14조원, ‘카카오’ 1조원 등 코로나 위기에도 브랜드 가치 상승

(2021/03/31) 산업정책연구원(이사장 조동성)은 ‘기업 브랜드 가치평가(연구 총괄 책임자: 하수경 산업정책연구원 연구위원) 연구 결과를 공개하였다.

산업정책연구원은 기업의 재무자료 및 소비자 조사를 바탕으로 선정된 기업들을 대상으로 기업 브랜드 가치평가를 실시하고 있으며 해당 기업 문의 시 결과를 제공하고 있다.

올해 20년째 진행된 기업 브랜드 가치평가 결과에서는 삼성전자가 약 159조원으로 1위를 차지하였으며, 현대자동차가 43조원으로 2위에 올랐다. LG전자와 기아는 각각 28조 3천억 원과 27조 7천억 원으로 평가되어 순위 변동 없이 3위와 4위를 차지하였다. 또한 이마트가 14조원으로 평가되어 새롭게 5위에 올랐다.

#### < 2019 년 및 2021 년 브랜드 가치 발표 결과 비교 >

2019 년 발표 결과		2021 년 발표 결과		순위 변동
기업브랜드명	가치(백만원)	기업브랜드명	가치(백만원)	
삼성전자(주)	126,151,104	삼성전자(주)	159,346,645	-
현대자동차(주)	31,701,860	현대자동차(주)	43,155,161	-
LG 전자(주)	27,009,452	LG 전자(주)	28,271,599	-
기아(주)	23,716,492	기아(주)	27,691,055	-
(주)KT	13,221,643	(주)이마트	14,205,329	↑

삼성전자의 2021 년 브랜드 가치는 2019 년 발표 결과 대비 26.3% 상승한 159 조원으로 평가되어 상승세를 이어나갔으며, LG 전자의 브랜드 가치는 4.7% 상승하여 28 조원으로 평가되었다.

자동차 부문에서 현대자동차의 2021 년 브랜드 가치는 약 43 조원으로 산출되어 2019 년 발표 결과 대비 36.1%의 높은 브랜드 가치 상승률을 보였으며, 기아는 약 28 조원으로 2019 년 발표 결과 대비 16.8% 상승하였다.

인터넷 포털 부문에서는 네이버(3,017,940 백만원)가 가장 높은 브랜드 가치를 갖고 있는 것으로 조사되었으며, 카카오의 경우(1,307,314 백만원) 2019 년 발표 결과 대비 약 80.7% 상승하며 조사 기업 중 가장 큰 폭의 성장세를 보였다.

이외에도 통신사 부문(KT, SK 텔레콤 등), 은행 부문(신한은행, KB 국민은행 등), 식품 부문(CJ 제일제당 등), 항공사 부문(대한항공 등) 등의 분야에서도 기업 브랜드 가치를 산출했다.

기업브랜드 가치평가는 매년 한국을 대표하는 기업의 브랜드 가치를 화폐금액으로 환산하여 평가·발표하는 것으로, 재무적 접근법과 마케팅적 접근법을 통합한 모델을 활용한다. 재무적 측면에서는 매출액을 기준으로 향후 3년 동안의 미래가치를 현금화하여 적용시켰으며, 마케팅적 측면에서는 브랜드 경영 활동에 따라 '브랜드 빌딩, 브랜드 매니지먼트, 브랜드 커뮤니케이션 및 에쿼티' 항목별 결과를 도출하여 브랜드 가치를 산출하였다.

2020 년부터 시작된 코로나(COVID-19)의 확산으로 인한 전반적인 경기 침체에 대응하여 각 기업들은 성과 향상을 위한 다각적인 노력을 기울이고 있으며, 본 연구 결과를 통해 환경 변화에 대응하며 지속적으로 브랜드 경영을 해온 기업들은 위기 상황에서도 점진적으로 브랜드 가치를 제고해 나가고 있는 것으로 나타났다.

산업정책연구원에서는 기업 의뢰 시 브랜드 자산가치 평가결과(화폐 금액)의 세부적인 결과에 대한 보고서를 제공하고 있다(문의 02-360-0788).

첨부 1> 기업브랜드 자산가치 평가 연구