

삼성전자, 미국서 재활용활동 우수기업 선정



삼성전자가 미국 북동부 재활용협회(NRRA : Northeast Resource Recovery Association)로부터 뉴햄프셔주 재활용활동 우수 기업상을 수상했다고 밝혔다.

재활용활동 우수 기업상은 미국의 각 주가 재활용활동 우수 기업을 대상으로 수여하는 상이다. 삼성전자는 지난 6월 펜실베이니아 주정부, 9월에는 위스콘신 주정부로부터 이 상을 수상한 바 있다. 삼성전자는 지난해 10월부터 전미 재활용 프로그램을 통해 미국 50개 주에서 폐가전 제품 회수 활동을 진행하고 있다. 1년간 미국내 회수실적은 약 1200만 파운드에 달한다.

박상범 삼성전자 CS환경센터 전무는 "삼성전자는 생산에서부터 폐기까지 전 과정에서 친환경 활동을 실시하고 있다"며 "앞으로도 글로벌 최고 수준의 친환경 기업으로 발돋움하기 위한 노력을 진행할 것"이라고 말했다.

기아차, 신차 K7 선보여



기아자동차가 지난 11월 24일 발표한 신차 K7은 차선이탈 경보시스템, 전후방 주차 보조시스템, 타이어 공기압 경보시스템 등 사고를 사전에 방지하는 첨단 안전 사양을 갖춘 한편 차량과 충돌한 보행자가 하반신에 입을 충격을 줄이고자 차량 앞부분을 곡선화하고 범퍼 안쪽에 보강재를 넣는 등 안전을 먼저 생각했다. 또 길이와 폭이 대형차에 견줄 만한 규모여서 동급 최대의 실내 공간을 보유하고 있다. 기아차는 K7이 최대 출력 180~200마력으로 국내외 경쟁 차종과 비교해도 손색이 없는 동력성능을 갖췄다고 밝혔다.

대림산업, 'e편한세상' BI 변경



대림산업이 'e편한세상'의 BI(Brand Identity)를 10년 만에 변경한다고 밝혔다. 새 BI는 종전의 이미지를 이어가면서, e편한세상이 핵심가치로 추구하고 있는 친환경 저에너지 이미지를 강화했다고 밝혔다.

대상 청정원, 자연재료 조미료 맛선생 인기



웰빙 열풍에 따라 '자연재료 조미료'가 전체 조미료 시장의 15%를 차지하는 등 매년 크게 증가하고 있는 가운데 청정원 '맛선생'이 소비자들로부터 큰 인기를 얻고 있다. '맛선생'은 한식요리사와 식품전문가들과 함께 5년여의 개발기간을 거쳐 대상이 야심 차게 내놓은 제품이다. 합성향, 산분해간장, 핵산, 설탕 등 기존 조미료에 첨가됐던 모든 인공원료를 일절 배제하고 100% 자연재료로 대체했다. 2007년 11월 출시 1개월 만에 10억 원의 매출을 올린 '맛선생'은 지난해 10월 누계매출 100억 원을 돌파했으며, 출시 두 돌을 맞은 올해 누계 매출 200억, 시장점유율 52%에 달하는 등 자연재료 조미료 시장을 이끌고 있다. 이에 청정원은 기존 쇠고기와 해물맛 두 종류 외에 흑마늘, 브로콜리, 단호박 등을 함유해 영양을 높인 '맛선생 오색자연'과 청정원 남해의 멸치에 시즈오카산 가스오와 발효효모를 넣어 깊은 맛을 더한 국물요리 전용 '맛선생 멸치가스오'를 추가로 출시했다.

LG전자, 상업용 디스플레이 시장 공략 강화



LG전자가 LED광고시스템업체인 엘이디웍스와 손을 잡고 스피드TV 판매에 나섰다. 스피드TV는 360도 LED 전광판이다. 원통 안에 LED 바를 설치해 회전할 때 생기는 잔상효과를 이용해 고화질 광고나 정보영상을 구현한다. 또 스피드TV는 평판형 전광판보다 2배 가까이 밝고, 평균 사용전력과 최대전력이 절반 수준이다.

LG전자는 지난 상반기 벽걸이와 스탠드 타입에 이어 키오스크 타입의 DD(디지털정보디스플레이)를 내놓고 상업용 디스플레이 시장에 진출했다.

현대기아차, 미국시장 2010 추천차종에 뽑혀



기아차 쏘울과 현대차 제네시스, 그랜트카니발(수출명 세도나)이 미국 소비자집지 '컨슈머 다이제스트(Consumers

Digest)'에서 선정한 '2010 추천차종'으로 뽑혔다. 연간 150만부가 발행되는 컨슈머 다이제스트는 미국에서 판매되는 차량을 대상으로 디자인과 성능, 편의사양, 유지비 등을 평가해 매년 추천차종(BEST BUY CARS)을 발표하고 있다. 올해는 2010년형 240여 개 모델을 평가해 모두 10개 부문에서 48개 모델을 추천차종으로 정했다.

광동제약, 어린이용 비타500 키즈(Kids)를 출시



광동제약은 어린이 건강에 영향을 줄 수 있는 다섯 가지 성분을 넣지 않는 5무(無) 원칙을 지킨 어린이용 비타500 키즈(Kids)를 출시했다고 밝혔다. 5무(無) 원칙이란 탄산, 카페인, 색소, 방부제, 합성감미료 등 다섯 가지 첨가물을 넣지 않는다는 뜻이다. 또한 광동비타500 키즈(Kids)에는 면역력 강화에 도움을 주는 비타민C와 어린이 성장발육에 좋은 칼슘, 엽산, 비타민B2, 비타민E 등이 풍부하게 들어 있다.

삼성전자, 로봇청소기 탱고 새광고



삼성전자가 로봇청소기 시장에서의 선두 자리를 확고히 하기 위해 신제품 출시와 함께 TV광고캠페인을 시작했다. 최근 맞벌이 부부를 비롯해 바쁜 현대인들에게 각광 받고 있는 로봇청소기는 매년 큰 폭으로 시장이 성장하고 있는데, 삼성전자는 삼성로봇청소기 '탱고'를 출시하고, 제품을 보다 쉽고 재미있게 알리기 위해 이번 광고를 제작했다. 새제품 선보인 '눈이 달린 로봇청소기' 편 광고는 국내에서 유일하게 본체에 카메라를 장착해 눈으로 보면서 청소하는 삼성로봇청소기 '탱고'의 주요 기능을 쉽고 재미있게 설명한다.

SK그룹, 가족을 소재로 한 캠페인 눈길

SK그룹의 가족을 소재로 한 캠페인성 광고가 훈훈한 감동을 주



며 소비자에게 호응을 얻고 있다. 최근 선보인 '자녀' 편은 누구나 부모에게는 말쑥꾸러기일 수밖에 없던 어릴 적 일상을 통해 부모의 변함없는 자식 사랑을 떠올리게 한다. 이 광고는 '미운네 살배기'가 저지르는 온갖 말쑥도 시간이 지나면 부모에게는 결국 행복일 수밖에 없다는 메시지를 전하고 있다.

뉴트리라이트, 자연을 담은 세계적인 건강기능식품 브랜드



세계 판매 1위, 전세계 68개국에서 건강기능식품의 대명사로 자리잡은 '뉴트리라이트'는 '믿을 수 있는 원료를 얻으려면 직접 만들 수 밖에 없다'는 창립자 칼 렌보그의 신념 아래 창립 이래 줄곧 뉴트리라이트가 직접 운영하는 유기농 농장을 통해 원료를 공급받아 제품을 생산하고 있다. 뉴트리라이트는 현재 미국 캘리포니아와 워싱턴, 멕시코와 브라질에서 대규모 유기농 농장을 직접 운영하면서 이른바 '씨앗에서 완제품까지' 책임지는 토털시스템을 가동 중이다. 뉴트리라이트는 건강한 삶에 대한 고민과 노력을 함께 하는 브랜드로 소비자 마음속에 자리 잡기 위하여, 식습관과 건강에 대한 철학을 이야기하는 새로운 캠페인을 시작하였다. 이번 캠페인에서 뉴트리라이트는 브랜드 자체의 철학, 즉 즉시성 보다는 진정성과 진심을 담으려는 모습을 잘 보여주고 있다.

삼성전자, 시스템어컨 새광고 선보여



삼성전자가 시스템어컨 새광고 '위를 보라' 편을 선보였다. 이번 광고 모델로 선정된 김라나는 2008년 슈퍼모델 1위, 2009년 아시아태평양 슈