

비자의 본원적 바람에 대한 메시지를 전달코자 하였다”고 전했다.

[오비맥주] 카스 후레쉬, 여름휴가 편 신규 광고



오비맥주는 여름을 맞아 ‘카스 후레쉬의 여름휴가 편을 TV광고로 제작하였다. 카스의 모델인 조인성과 걸그룹 레인보

우의 김재경이 출연한 이번 광고는 시원한 여름바다의 풍경과 맥주를 대비시켜 카스의 맛을 표현하였다. 오비맥주의 관계자는 “이번 광고는 신선하고 짜릿한 매력의 ‘카스 후레쉬’를 강조하기 위해 일상에서 탈출해 짜릿한 여름 휴가를 꿈꾸는 젊은이들의 바람을 재미있게 담아냈다”고 전했다.

[하이트맥주] 깨끗한 이 느낌 새 광고



하이트맥주가 ‘깨끗한 이 느낌’ 광고 캠페인의 새로운 버전인 ‘소나기’ 편의 방영을 시작하였다. 이번 광고는 여름을 거

냥한 광고로 시원한 소나기와 깨끗한 맥주로 장마철의 짜뿌듯한 느낌을 씻어내는 느낌을 전달하였다. 이번 광고 역시 현빈과 이연희가 연인으로 등장해 귀엽고 풋풋한 모습을 표현하였다. 마지막에 감성적인 나레이션을 통해 감성을 더한 이번 광고는 하이트맥주의 깨끗한 느낌을 문학작품 소재를 이용하여 서정적 느낌으로 전달하려 한 모습이다.

[웅진코웨이] 클리베 광고



웅진코웨이는 ‘클리베’라는 음식물 처리기를 2년의 연구 끝에 출시하고 광고모델로 배우 엄정아를 선택하였다. 클리베는 국내 최초로 하이브리드 탈취시스템을 적용하

였고 음식물 처리시 발생하는 고온의 수증기가 냄새를 차갑게 냉각시켜 물로 변환시키고 이를 외부로 배출하여 잔여 악취를 제거한다고 한다. 웅진코웨이 관계자는 “엄정아의 밝고 명랑한 주부 이미지와 도시적이고 세련된 이미지가 클리베 제품과 조화를 이뤄 모델로 영입했다”고 전하며, “클리베는 다량의 수분으로 인해 냄새 문제가 많은 음식물쓰레기를 근본적으로 해결하는 제품으로 차별화된 기술력으로 소비자의 사용편의성뿐 아니라 환경도 생각하고 해결하는 생활 환경 전문기업으로 나갈 것”이라고 하였다.

[광동제약] 저삼투압 이온음료 ‘아쿠아온’



광동제약은 저삼투압을 실현해 빠른 수분 흡수를 내세운 이온음료 ‘아쿠아온’을 출시하였다. 이 음료는 운동 혹은 더위로 인해 땀을 많이 흘려 우리 몸이 필요로 하는 수분과 전해질을 신속하게 흡수하도록 도와준다. 삼투압이란 수분이 전해질의 농도가 낮은 쪽에서 높은 쪽으로 이동하는 성질을 말한다. 따라서 ‘아쿠아온’은 핵심 원리인 삼투압 수치를 낮춤으로 하여 인체의 삼

투압보다 낮게 만들어 빠른 흡수를 하게 한다고 하였다. 광동제약 관계자는 “삼투압을 낮추면서 최적의 맛을 내기 위해 제품을 기획한 경희의료원 조병수 교수와 3년여의 개발 기간과 시행착오를 거쳐 ‘아쿠아온’ 개발에 성공하였다”고 전했다.

[유한킴벌리] 킴벌리클라크 신제품 개발 연구소, 한국에 설립



헬스케어 및 위생용품 분야의 세계적 기업인 킴벌리클라크가 차세대 제품 연구개발을 책임질 글로벌

이노베이션센터를 한국에 설립한다고 전했다. 킴벌리클라크는 1971년 유한양행과 함께 유한킴벌리를 합작회사로 설립했으며, 지난 41년간 한국 보건위생문화 발전에 기여했다. 그동안 전 세계 다양한 제품을 개발하기 위해 이노베이션 역량을 글로벌 수준으로 확대하였지만 신제품 개발을 위한 연구센터를 북미 지역 외에 설립하는 경우는 이번이 처음이라고 한다. 최규복 유한킴벌리 대표는 “킴벌리클라크 글로벌 이노베이션센터가 한국에 설립되면 한국의 위생, 생활용품 혁신과 전문가 양성에 많은 도움이 될 것”