

[삼성전자] 삼성 시리즈 5 울트라 새광고



얇고 가벼우면서도 강력한 성능을 자랑하는 삼성 시리즈 5 울트라 의 서정적 새광고가 눈길을 끈다. 첨단 IT제품과 감성적인 클래식 음악의 결합으로 제품특징과 성능을 강조하는 기존 노트북 광고와 차별화를 둔 이번 광고는 기술혁신이 목표표 하는 삶의 혜택과 행복이라는 가치 전달에 초점을 맞췄다.

하이든의 현악 4중주 '종달새 3악장'에 맞춰 남녀 무용수가 가벼워진 몸과 마음을 표현, '얇고 가볍다'라는 제품의 장점을 효과적으로 전달했다. 감미로운 이문세의 내레이션은 마치 클래식 음악방송을 듣는 듯한 느낌을 준다. 삼성전자 관계자는 '삼성 시리즈 5 울트라 의 기술혁신이 가져올 행복한 삶의 가치를 하우 투 리브 스마트 (How to live Smart)' 캠페인과 연계하여 확산시켜 나갈 것'이라고 밝혔다.

[동서식품] 맥심 화이트골드 새광고



'우유만 마시던 연아가 커피를 마신다. 어떤 커피일까. 연아의 커피



피 라는 메시지로 피겨여왕 김연아를 모델로 등장시킨 동서식품 맥심의 신제품 맥심 화이트골드' 광고가 화제다. 새롭게 선보인 광고는 성숙한 매력을 뽐내는 김연아와 함께 내레이션을 맡은 배우 고훈정의 매력적인 목소리가 어우러져 광고의 완성도를 높이고 있다.

맥심 화이트골드는 무지방 우유가 첨가된 커피로, 우유에 가장 잘 어울리는 맛을 가진 콜롬비아산 원두를 동서식품 40년의 커피 노하우로 가공한 제품이다.

원두를 국내 공장에서 SPR(Specialized profile roasting)' 공법으로 직접 로스팅해 향 회수 공법을 비롯한 동서식품만의 노하우로 가공, 원두의 신선한 맛과 향을 시현했다. 또한 체내로 설탕이 흡수되는 것을 약 30% 정도 줄여주는 자일로스 슈가 를 사용, 현대 소비자들의 취향을 반영했다.

[한국코카콜라] 행복을 꿈꾸는 모두를 위해' 캠페인 광고



코카-콜라는 한 해를 시작하는 모든 사람들에게 '행복 에너지'를 전하기 위해 행복을 꿈꾸는 모두를 위해'라는 콘셉트의 새로운 캠페인을 선보였다. '새해, 가족, 연인'의 세 버전으로 방영된 이번 캠페인은 코카-콜라 제품을

아빠, 엄마, 형, 누나를 비롯한 사랑하는 사람들의 모습으로 의인화해 소비자에게 유쾌함을 선사했다.

특히 코카-콜라 고유의 곡선 디자인 유리병을 S라인을 꿈꾸는 누나'로, 특특 튀는 탄산을 사랑에 기쁨 튀는 사람'의 모습으로 표현하는 등 코카-콜라만의 참신하고 기발한 아이디어가 돋보였다. 여기에 광고 내레이션을 맡은 가수 양희은과 계리의 목소리도 신선함을 주고 있다.

[한국맥도날드] 빅맥송 캠페인 광고



맥도날드는 대표메뉴 빅맥(Big Mac)의 탄생 45주년을 기념해 소비자들이 주인공이 되는 빅맥송' 캠페인을 진행했다. 이번 캠페인은 지난 70년대 미국에서 소비자 참여 광고로 선풍적인 인기를 끌었던 빅맥송'을 재해석한 것으로, 빅맥 TV광고에 나온 빅맥송'을 따라 부른 소비자들의 동영상을 광고로 선보여 보는 이에게 즐거움을 선사했다.

맥도날드 관계자는 '고객들의 직접 참여로 빅맥 탄생 45주년을 고객과 함께 기념하는 한편, 최상의 맛과 서비스를 물론 소비자에게 즐거움을 선사하는 다양한 활동을 앞으로도 계속 전개해 나갈 계획'이라고 밝혔다.

[하이마트] 걸그룹 티아라 모델로 한 새광고



하이마트의 시즌 광고 컴퓨터'편에서는 인기 걸그룹 티아라가 함께해 감격찬 모습으로 즐거움을 주고 있다.

이글루와 눈사람을 배경으로 최신컴퓨터를 이용해 즐거운 한 때를 보내는 모습을 담고 있는 이번 광고를 통해 갖고 싶은 컴퓨터 하이마트에 다 있다'는 메시지를 전달한다. 하이마트 광고의 특징인 음악은 대중에게 친숙한 'Rock'in around the christmas tree'를 담았다.

[광동제약] 힘찬하루 헛개차 광고 화제



버스 안 거대한 시루떡이 즐고 있는 가운데 배우 이순재의 내레이션으로' 이것저것 따지지 말고, 보험처럼 마셔라'라는 멘트가 울린다. 요즘 화제가 되고 있는 광동제약 힘찬하루 헛개차 광고다.

이 광고는 '먹실신'을 소재로 피곤에서 벗어나지 못하는 남성들을 겨냥해 헛개차가 필요함을 알려 준다. 광동제약 관계자는 '회식, 스트레스, 과중한 업무로 지친 남성들을 위해 남성이 선호하는 풍미와 재료를 이용해 연구 개발한 결과 힘찬하루 헛개차를 탄생시켰다'고 전했다.

[대한항공] 일본에게 일본을 물다, 서울영상광고제 2011 TVCF 어워드 2011' 그랑프리 수상



소설가 무라카미 류, 음악가 류이치 사카모토, 전 총리 호소가와 모리히로 등이 참여해서 화제를 모았던 대한항공 일본에게 일본을 물다' 광고 시리즈가 서울영상광고제 TVCF 어워드 2011'에서 영예의 그랑프리에 선정됐다. 지난 1월 27일 서울 삼성동 코엑스에서 개최된 시상식에서는 그랑프리상, 금은동 상을 비롯해 총 23개 광고가 수상의 영예를 안았다.

'서울영상광고제 TVCF 어워드 2011'는 전문 광고인과 일반 네티즌이 온라인을 통해 직접 심사에 참여하는 상으로 2003년부터