

받아 풍요로운 삶을 누리는 SK텔레콤 LTE 이용자를 비교했다. '멜론 익스트림링 편'에서는 데이터 요금 걱정 없이 멜론의 모든 곡을 스트리밍으로 무제한 즐기는 운전자와 엔진 소리만을 들으며 무표정하게 운전하는 사람을 대비했다.

[빙그레] 요플레 새광고



빙그레는 발효유 대표 브랜드 '요플레'를 새롭게 리뉴얼하고, 광고모델로 이연희를 기용, 밝고 신선한 이미지를 통해 요플레의 상큼함을 전하고 있다. 광고는 슬픈 표정의 이연희가 "어떻게 더 맛있어질 수가 있어?"하며 이내 환한 표정으로 밝게 웃는 모습을 통해 요플레의 상큼함이 기분까지 밝고 상큼하게 해준다는 내용을 담고 있다.

[CJ제일제당] 컨디션 헛개수 새광고



CJ제일제당이 배우 김성수와 정가은을 기용, '컨디션 헛개수'의 새광고를 선보였다. 피트니스센터에서 운동하며 벌어지는 에피소드를 재치 있고 코믹하게 담아 낸 이번 광고에서는 '물로 풀 수 없는 갈증이 있다'라는 메인 카피 아래, 음주 다음 날 뿐만 아니라 운동 후에도 느낄 수 있는 극심한 갈증을 '컨디션 헛개수'가 말끔히 해소해 준다는 메시지를 담고 있다.

[하이트진로] 100% 보리맥주 맥스(Max) 새광고

하이트진로가 100% 보리맥주 맥스(Max)의 새광고 '지금 이 순간 엘리베이터'편을 선보인다. 만원 엘리베이터 속에서 치킨 배달부와 마주친 하정우, 고소한 치킨냄새가 식욕을 자극하는 순간 뮤지컬 '지킬 앤 하이드'의 '지금 이 순간'을 열창, '맥스'이 간절한 순간을 온몸으로 표현한다. 하이트진로 관계자는 "소비



자들이 공감할 수 있는 유머러스한 상황 연출을 통해 '맥스'의 풍미를 더욱 유쾌하게 즐길 수 있도록 유도했다"고 전했다.

[삼양사] 체중 조절용 조제식품 브랜드 '큐원 비디랩'



삼양사는 체중 조절용 조제식품 브랜드 '큐원 비디랩'의 광고모델로 유이를 기용, 쉽고 행복한 다이어트를 할 수 있다는 브랜드의 자신감을 표현하고 있다. 유이는 이번 광고에서 직접 부른 바디랩송에 맞춰 비디랩댄스를 선보이며, 아침, 저녁 매일 다르게 즐길 수 있는 비디랩 제품 응용 방법을 표현하고 있다. 삼양사 큐원 비디랩은 영양밸런스와 칼로리를 고려하여 과학적으로 설계된 프로그램이다. 셰이크, 시리얼, 과일바 등 다양한 제형으로 질리지 않는 다이어트를 할 수 있다.

[E1] LPG 전문기업 이미지 강화



친환경 LPG 전문기업 E1이 피겨 여왕 김연아를 모델로 새광고를 선보여 인기를 끌고 있다. 광고는 세계 피겨 모델로서의 전문성, 어린 꿈나무들의 희망, 스포츠 외교 모델로서의 대표성을 가진 김연아의 이미지를 토대로 E1이 대한민국의 대표 기업임을 효과적으로 전달한다.

[동서식품] 아이스티 티오(TiO) 새광고



동서식품이 최근 드라마 '옥탑방 왕세자'로 인기를 끌고 있는 박유천을 모델로 '아이스티 티오(TiO)'의 새광고를 선보였다. 뜨거운 여름 날 기차역에서 벌어진 진땀나는 상황을 '아이스티 티오'를 통해 모면한다는 내용을 담은 이번 광고는 설탕 함량을 3분의 1로 줄이고, 올리고당과 자일리톨을 넣은 동서식품 '아이스티 티오'의 특징점을 잘 살리고 있다.

[금호타이어] '생각의 MOVE' 캠페인



금호타이어가 2010년부터 진행하고 있는 '생각의 MOVE' 캠페인의 3차 시리즈 새광고가 눈길을 끌고 있다. 이번 광고는 금호타이어의 타이어 전문점인 '타이어프로'의 한 발 앞선 고객 서비스를 소개하고 있다. 캐릭터 '또로'를 활용해 친밀감을 높였다. 금호타이어는 TV광고 외에도 프로야구 정규 시즌과 포스트 시즌에 캐릭터를 활용한 가상광고를 선보여 호응을 얻고 있다.

[뉴트리라이트] 2012년 캠페인 '바이오어세이(Bioassay)'

세계 판매 1위인 건강기능식품 브랜드 뉴트리라이트가 새로운 광고캠페인을 시작했다. 최상의 원료식물을 찾기 위한 오디션 바이오어세이(Bioassay)를 소재로 한 이번 광고에서는 이미 검증된 효능을 가진 원료식물이 있더라도 예외 없이 오디션을 진행해 최고의 원료식물을 찾아 뉴트리라이트를 탄생시킨다는 내용이다. 4년째로 접어들고 있는 뉴트리라이트 스토리 캠페인



은 뉴트리라이트만의 전문성을 보여줄 수 있는 소재들을 끊임 없이 개발해 다양한 표현방법으로 보여주고 있어 소비자들의 신뢰를 얻고 있다.

[동아오츠카] 제로 칼로리 '나랑드 사이다'



동아오츠카가 맛있는 제로 칼로리 '나랑드 사이다'의 광고모델로 개그콘서트의 '용감한 녀석들'팀을 기용, 새광고를 선보인다. 기존 사이다가 250ml 한 캔이 100칼로리가 넘는 열량인데 반해 '나랑드 사이다'는 칼로리가 제로이며, 일체의 설탕, 색소, 보존료 등도 첨가하지 않은 제품이다.

[키자니아] '아이들의 새로운 모습을 발견하자'



아이들이 90여 가지의 직업을 놀이로 배우는 곳, 키자니아의 신규 광고를 제작한 TBWA KOREA는 경쟁 테마파크와의 차별화된 가치와 컨셉을 전달하기 위해 '아이들의 새로운 모습을 발견하자'라는 키카피와 함께 아이들의 실제 체험 장면을 가공 없이 담아 메시지를 전달하고 있다. 90여 가지의 직업체험 중