



2015년도 제4차 편집위원회

지난 8월 12일 롯데호텔에서 제4차 편집위원회가 있었다. 이날 회의에는 문철수 한신대 교수, 최호진 동아제약 상무 등이 참석해 지난 호에 대한 리뷰 및 편집기획에 대해 논의했다.

동아미디어그룹 초청 회원간담회



지난 9월 10일 롯데호텔에서 '동아미디어그룹 초청 회원간담회'가 열렸다. 이날 행사에는 김재호 사장을 비롯한 동아미디어그룹 간부진과 회원사 임직원 100여명이 참석하여 동아일보와 채널A의 보도·편성 방향을 살펴보는 시간을 가졌다.

2015 한국광고주대회 개최

협회가 오는 10월 22일(목) 소공동 조선포텔에서 '2015 한국광고주대회'를 개최한다. 이번 행사는 대회 기념 특별세미나와 광고주의 밤 순으로 진행되며, 광고주가 뽑은 좋은 프로그램상·신문기획상·광고인상·모델상의 시상도 진행될 예정이다.

2015 뉴미디어전략 워크숍 개최

협회가 오는 11월 5일부터 6일(1박 2일)까지 GS칼텍스 인재개발원에서 '뉴미디어전략 워크숍'을 개최한다. 이번 워크숍은 광고업계 종사자 40여명이 참석해 뉴미디어 트렌드 및 마케팅 사례를 공유하는 자리로, '커뮤니케이션의 달라진 문법', '디지털 시대의 이슈 관리', '뉴스의 미래' 등을 기업 실무자 및 전문가가 발표할 예정이다. (참가문의: 2055-4007/임영화 과장)

[동서식품] 헤명보육원 아이들과 '맥심 사랑 나눔 여행'



대한민국 대표 커피전문기업 동서식품과 커피브랜드 '맥심'의 온라인 커뮤니티 '그녀들의 커피 이야기' 회원들이 8월 20

일 금천 헤명보육원 아이들에게 즐거운 추억을 선물하는 '맥심 사랑 나눔 여행' 행사를 진행했다. 이날 행사는 '맥심'의 온라인

커뮤니티 회원들과 동서식품 직원들, 헤명보육원 아이들 약 30명이 용인 캐리비안베이를 찾아 막바지 여름 물놀이를 즐기고, 선물을 전달하는 순서였다. 행사에 참여한 '그녀들의 커피 이야기' 회원 임란숙 씨는 "따뜻한 나눔을 실천하는 동서식품 제품에 더욱 신뢰가 가고, 앞으로도 이런 활동에 지속적으로 참여하고 싶다"고 말했다.

[대상] 17년 만에 라이신 사업 부활

대상은 지난 8월 중견 화학제조업체 백광산업으로부터 총 인수금 1,207억 원에 라이신 사업 부문을 인수하고 라이신 사업 부활을 선언했다. 1998년 독일 글로벌 화학기업 바스프사에 라이신 사업 부문을 매각한지 17년 만이다. 대상은 전분당과 바이오, 라이신을 2016년 그룹 창립 60주년 이후의 차세대 성장 동력으로 육성할 방침이다. 대상은 과거 라이신 사업을 영위했던 사업 노하우와 60여 년간 축적된 세계적인 바이오 기술력으로 인수 후 1년 이내에 세계 최고 수준의 기술경쟁력을 확보한다는 목표다. 이를 통해 연간 100억 원 이상의 원가절감이 가능할 것으로 내다보고 있다. 라이신의 주원료인 원당과 당밀은 MSG나 LPA의 원료이기도 해 공동구매를 통한 원부자재 비용 절감 효과도 기대할 수 있다.

[동서식품] 모바일 전용 홈페이지 오픈



동서식품이 고객과의 원활한 소통을 위해 모바일 전용 공식 홈페이지(m.dongsuh.co.kr)를 새롭게 구축했다고 밝혔다. 제품, 브랜드, 회사소개, FAQ 등 평소 고객의 관심이 많은 콘텐츠를 모바일 홈페이지 메인 화면에 노출시켜 필요한 정보는 언제든지 쉽게 확인할 수 있도록 만들었다.

동서식품 한세미 담당자는 "모바일 이용자가 늘어남에 따라, 고객과의 원활한 소통을 위해 모바일 전용 홈페이지를 마련하게 됐다"며 "모바일 홈페이지 오픈을 기념하여 다양한 경품을 제공하는 이벤트를 진행할 예정이다"고 말했다.

[LG하우시스] 'LG하우시스로의 초대' 새광고

LG하우시스가 'LG하우시스로의 초대'라는 컨셉 아래 배우 이



서진을 모델로 새광고를 선보인다. 이번 광고에서 LG하우시스는 친환경·에너지 세이빙 제품을 통해 고객이 머무는 주거

공간뿐 아니라 움직이는 공간인 자동차까지 건강하고 아름답게 지킨다는 메시지를 전달하는 데 중점을 뒀다.

이성호 LG하우시스 마케팅담당 상무는 “이번 광고에서는 고객의 일상 속 모든 공간에서 LG하우시스가 다양한 제품을 통해 고객의 건강과 행복을 지켜가고 있다는 점을 강조했다”며 “친환경, 에너지 세이빙 분야의 트렌드를 선도해 소비자들이 신뢰감을 갖고 제품을 선택할 수 있는 대한민국 대표 친환경 기업으로 자리매김해 나갈 것”이라고 말했다.

[LG유플러스] IoT 서비스 광고영상 화제



LG유플러스가 최근 인기리에 종영된 드라마 ‘오 나의 귀신님’에서 청순한 섹드립 연기로 인기를 끈 배우 박보영을 기용, IoT(사물인터넷, Internet of Things) 서비스를 소개하는 광고영상을 공개해 화제다. 박보영은 이번 광고영상에서 IoT 제품 특징과 연결되는 당돌하고 저돌적인 대사로 네티즌들의 뜨거운 반응을 얻고 있다. 이번 영상은 LG유플러스 유튜브 공식 채널 (<https://youtu.be/Tp-fU96LhOY>)에서 볼 수 있다.

[귀뚜라미보일러] 사물인터넷(IoT) 보일러 새광고

귀뚜라미보일러가 사물인터넷(IoT) 보일러의 편리함과 기술력을 강조한 새광고를 선보인다. 광고는 ‘IoT로 인한 상상도 못했던 기술, 대한민국 IoT 보일러 귀뚜라미’를 핵심 컨셉으로 ‘거꾸로 타는 보일러’, ‘4번 타는 보일러’를 지나 IoT 기술로 이어진 브랜드 이미



지를 강조하고 있다. 단순히 끄고 켜는 원격제어 기술을 넘어 IoT 기술을 통한 가스비 절감은 물론, 안전·자가진단·편리한 AS

신청 등 귀뚜라미 특유의 기술력을 부각시켰다.

기존 귀뚜라미 가스보일러를 사용하는 고객들은 ‘IoT 실내온도 조절기’만 교체하면 집 안팎에서 언제든지 스마트폰으로 보일러 전원과 온도, 24시간 예약은 물론, 각종 편리 기능을 설정할 수 있다.

[스킨푸드] 뮤즈 김유정 모델로 새광고 선보여



스킨푸드가 최근 아역 이미지를 벗고 성숙한 모습으로 여성미를 뽐낸 풍기는 김유정을 모델로 새광고를 선보인다. 새광고에

서 김유정은 그리스 신화에 나올 법한 여신 자태를 선보이며 화장품 브랜드의 뮤즈답게 깨끗하고 맑은 피부톤을 자랑하고 있다.

[동서식품] 맥심 모카골드 S, 카누 디카페인 신제품 출시



동서식품이 설탕은 줄이고 벌꿀과 자일리톨을 넣은 커피믹스 신제품 ‘모카골드 S’를 출시했다. 맥심 모카골드 S에 들어있

는 자일리톨 스위트는 자작나무, 떡갈나무, 옥수수 등에 들어있는 성분으로 설탕과 같은 정도의 단맛이 나지만 칼로리는 낮다. 여기에 까다로운 품질검사를 거쳐 만들어지는 동서 아카시아 벌꿀이 들어간 크림을 사용했다. 동서식품은 지난 9월 23일 서울 강남구에 위치한 JBK컨벤션에서 소비자 대상 오프라인 이벤트인 ‘맥심 모카골드S 매니아 페스티벌’을 실시했다. 온라인 참가 신청을 통해 선정된 소비자 100여명이 함께한 이번 행사는 모카골드 브랜드의 역사와 제조 과정, 제품의 특징점을 두루 살펴보고, 커피향 캔دل, 너만의 머그컵 등을 선물로 제공했다. 또 맥심 모카골드 전속모델 김우빈이 깜짝 등장해 소비자들과 즐거운 시간을 가졌다.



[보령제약] '겔포스' 새광고



보령제약이 20~30대 소비자를 겨냥한 위장약 '겔포스'의 새광고를 선보인다. 보령제약은 기존 겔포스의 충성고객층이

40대 이상이었다면, 이번 광고를 통해 20~30대의 선호를 높ی겠다는 전략이다. 진중하면서 순수한 느낌의 요리사 샘김과, 요리하는 만화가로 유머와 재치를 겸비한 '김풍'의 대립구도를 통해 재미와 함께 겔포스의 효능을 알린다는 계획이다.

정창훈 보령제약 겔포스 PM은 "광고를 통해 겔포스 고객층을 확대하는 것뿐 아니라 다양한 마케팅을 통해 40년간 지켜 온 대한민국 대표 위장약의 위치를 더욱 확고히 할 것"이라고 말했다. 올해로 발매 40년을 맞은 겔포스는 1975년 액체 위장약이라는 생소한 약품으로 처음 등장한 이후, 현재까지 16억 5700만포(국내 판매 기준)가 판매됐다. 판매된 수량을 한 줄로 늘어놓으면 지구를 4바퀴 이상을 감쌀 수 있는 양이다.

[롯데주류] '처음처럼' 광고영상 인기



롯데주류가 배우 신민아와 함께하는 두 번째 '처음처럼' 광고 동영상을 공개했다. 이번 영상은 '처음처럼'의 부드러운 제품 속성을 강조하고 '처음처럼'을 마시며 부드러운 분위기의 술자리를 갖자는 메시지를 전달하고자 '부드러운 소주의 처음'을 키워드로 뜻뜻한 연인들의 술자리 에피소드를 담아냈다. 새롭게 선보이는 광고는 롯데주류 홈페이지(www.lotteliquor.com), 처음처럼 공식 페이스북(www.facebook.com/firstsoju)과 유튜브(www.youtube.com/user/firstsojutv)에서 확인할 수 있다. 롯데주류 관계자는 "처음처럼은 작년에 18도 벽을 무너뜨리

고 '17.5도 소주'를 처음 선보이는 등 '부드러운 소주' 트렌드를 선도하고 있다"며 "이번 신규 동영상에서는 무심한 듯 보이지만 마음속으로는 연인을 아끼는 남자의 모습을 통해 부드러움을 표현하고자 했다"고 밝혔다.

[하이트진로음료] 프리미엄 탄산수 브랜드 '디아망'



하이트진로음료가 프리미엄 탄산수 브랜드 '디아망'의 모델로 걸그룹 에이핑크를 기용, 새광고를 선보인다. 하이트진로

음료 관계자는 "청순하면서도 톡톡 튀는 매력을 지닌 6인 6색의 에이핑크의 이미지가 다이아몬드처럼 맑게 빛나는 스파클링 워터 '디아망'의 브랜드 컨셉과 잘 부합한다"며 모델 선정 이유를 설명했다.

[팔도] '일품해물라면' 새광고



팔도가 오징어, 새우, 홍합, 미더덕 등 해물이 첨가돼 얼큰, 시원, 개운한 '일품해물라면'의 새광고를 선보인다. 최근 인기 예능 프로그램 '아빠를 부탁해'에 출연해 인기를 얻고 있는 네 딸들(강다은, 이예림, 조윤경, 조혜정)을 모델로 선보인 이번 광고는 '해물 맛이 라면을 살렸다'라는 메시지를 통해 4가지 해물로 제대로 된 국물 맛을 내는 일품해물라면의 장점을 강조했다. 김기홍 팔도 광고디자인팀장은 "파전은 해물파전, 칼국수도 해물칼국수, 떡볶이도 해물떡볶이가 맛있듯이 라면도 해물라면이 맛있다는 점을 광고에서 강조하기 위해 노력했다"고 말했다.

[코카콜라] '맛있게 쉬어가자, 코카콜라' 새광고



코카콜라는 올 가을 '맛있게 쉬어가자, 코카콜라'를 컨셉으로 한 새광고 모델로 유재석, 정준하를 기용, 즐거운 휴식 시간을 보내는 이들의 모습을 통해 유쾌 상쾌한 시간에는 언제나 코카콜라가 함께 한다는 메시지를 전하고 있다. 이번 코카콜라 광고는 정신없이 흘러가는 직장인들의 일상에 코카콜라가 짜릿하고 맛있는 휴식을 선사한다는 내용으로 구성됐다. 유재석과 정준하는 "코카콜라 맛있다, 맛있으면 또 먹지~"라는 애드립을 통해 촬영장을 웃음바다로 만드는가 하면 맛갈스러운 표정 연기로 스태프들의 찬사를 받았다는 후문이다.

[금호타이어] 새로운 극장광고 선보여



금호타이어가 전국 CGV 영화관에서 상영될 신규 비상대피도 안내광고 '우주비행사'편을 선보였다. 이번 광고는 금호타이어의 캐릭터인 토로와 로로의 3D 캐릭터를 우주 공간에서 벌어지는 재치 있는 스토리로 풀어나갔다. 김주상 금호타이어 광고마케팅팀장은 "영화관 비상대피도 안내 광고는 금호타이어의 미래 잠재고객인 젊은 층에게 금호타이어 브랜드를 알리고 호감도를 높이는 역할을 하고 있다"고 말했다.

[팔도] '왕뚜껑' 새광고



팔도가 왕뚜껑 '#왕맛드림 캠페인'의 2차 광고모델로 걸그룹 EXID의 하니를 선정하고, 새광고를 선보인다. 이번 광고는 최근 SNS 상에서 화제가 된 애교 멘트를 소재로 보는 이로 하여금 웃음을 짓게 한다. 팔도 왕뚜껑 광고는 코믹한 소재로 새광고가 나올 때마다 화제를 모았다.

[동아제약] 소화제 '베나치오' 새광고



동아제약이 예능프로그램 '아빠를 부탁해'에 출연해 많은 사랑을 받고 있는 이경규, 이예림 부녀를 모델로 위운동 소화제 '베나치오'의 새광고를 선보였다. 이번 광고는 부녀가 소화불량으로 힘들어 할 때 베나치오 캐릭터가 등장해 이들의 답답한 속을 시원하게 뚫어주며 '위운동이 잘돼야 소화가 잘됩니다'라는 메시지를 전달한다. 베나치오는 회향, 현호색, 창출, 육계, 건강, 진피, 감초 등의 생약성분이 위운동을 촉진시켜 소화불량 증상을 효과적으로 해결해주는 위운동 소화제이다. 동아제약 최호진 상무는 "이번 광고는 위모양의 베나치오 캐릭터, 위운동 노래와 춤 등을 통해 소화가 안 될 때는 위운동이 필요하다"는 것을 효과적으로 알리고자 했다"며, "특히 소비자들



에게 보다 친근하고 유쾌하게 다가가고자 재미 요소를 부각한 만큼 베나치오 광고를 즐겁게 봐주셨으면 좋겠다”고 말했다.

[LS그룹] LS 대학생 해외봉사단, 방학 이용해 봉사활동



LS그룹이 9월 11일부터 22일까지 약 12일간의 일정으로 국내 대학생과 임직원으로 구성된 50여명의 'LS 대학생 해외봉사단'을 베트남으로 파견했다.

봉사단원들은 방학과 휴가를 반납한 채 저개발국 아동들의 교육환경 개선과 다양한 문화·정서 교육을 위해 땀을 흘렸다.

LS그룹은 올해도 베트남 수도 하노이 인근의 하이즈영성과 남부 호치민 인근의 빙롱성에 LS드림스쿨 5호·6호를 각각 신축하는 기공식을 가졌다. 지역 초등학생들을 위한 LS드림스쿨 5·6호는 내년 1월 완공될 예정이다. LS드림스쿨은 일방적 원조가 아닌 지역 경제가 자생할 수 있도록 LS가 자금을 후원하고 설계에서 시공 및 운영은 인민위원회에서 자체적으로 진행할 수 있도록 돕는 것이 특징이다.

[KB손해보험] 'KB 희망서포터즈' 발대식



KB손해보험은 지난 8월 3일 서울 역삼동 소재 본사 대회의실에서 공식 고객 패널단인 'KB 희망서포터즈' 6기 발대식을 개최하고 본격적인 활동에 들어간다고 밝혔다.

이번에 운영되는 고객 패널단은 2012년 첫 활동 이래로 5기까지 운영되었던 LIG 희망서포터즈가 KB금융그룹 편입과 함께 'KB희망서포터즈'로 새롭게 첫출발하는 만큼 더욱 의미가 컸다.

'패널제도'란 대표로 선발된 패널들이 소비자의 시각에서 기업의 서비스를 살펴보고 이를 토대로 개선방안을 제안하는 일종의 '역지사지' 모니터링 프로그램이다. KB희망서포터즈 6기는 이날 발대식을 시작으로 약 4개월간의 본격적인 활동에 돌입한다.

이번에 선발된 9명의 고객패널단은 기존의 활동범위를 확대하여 다이렉트 보험 가입 프로세스를 점검하고 매직카 서비스를

상시 모니터링 하는 등 고객 접점의 다양한 서비스에 대한 평가가 이루어질 예정이다.

[매일유업] '매일바이오 로어슈거 블루베리' 새광고



매일유업은 발효유 브랜드 매일바이오가 '매일바이오 로어슈거 블루베리'의 TV광고를 온에어하며 과일 요거트에 대한 소비자 인식 변화에 나섰다. 매일바이오 로어슈거는 플레인 요거트 시장에서 점유율 1위(닐슨 1~7월 매출액 기준)를 차지하고 있는 '매일바이오 플레인'에 건강한 과일을 담았으면서도 당 함량은 기존 자사 과일 요거트 대비 1/3 낮춘 제품이다.

신규 광고에서는 특히 미국 타임지에서 선정한 10대 슈퍼푸드이자 항산화 성분이 풍부한 과일로 알려져 최근 소비자들의 사랑을 받고 있는 '블루베리'를 전면에 내세웠다. 매일바이오 로어슈거는 전국 대형마트 및 할인점, 편의점 등에서 구매할 수 있다.

[삼성전자] 테겔 베를린 국제공항에 옥외광고 설치



삼성전자는 독일 베를린에서 열리는 IFA 2015 개막을 앞두고 다채로운 옥외광고를 설치, 손님맞이에 주력하고 있다고 밝혔다.

삼성전자는 전시 기간 베를린의 관문인 테겔 베를린 국제공항(Berlin International Airport in Tegel)을 비롯 '포츠담 광장', '시티큐브 베를린(CityCube Berlin)' 전시장 입구 등에 IoT 메시지, SUHD TV, 슬립센스, 세프클리션, 세탁기, 갤럭시 S6 엣지+ 등의 대형 옥외광고를 설치하고 IFA 2015 전시 분위기를 고조시킬 계획이다.

[대림산업] 삼성전자와 빌트인 가전제품 업무협약(MOU) 체결



대림산업은 지난 9월 18일 'e편한세상 용인 한숲시티' 현장전망대에서 삼성전자와 빌트인 가전제품에 대한 업무협약

(MOU)을 체결했다. 협약식에는 대림산업 주택사업실장 서홍 전무와 삼성전자 한국총괄 B2B 영업팀장 이현식 상무 등 양사 임직원들이 참석했다. 대림산업과 삼성전자는 신도시급 규모의 대형 프로젝트를 통해 고객들에게 차별화된 가치를 제공하기 위해 업무협약을 체결하였다. 대림은 소비자들의 선호도가 높은 삼성전자의 제품을 통해서 'e편한세상 용인 한숲시티' 입주민들의 주거가치가 높아질 것으로 기대하고 있다. 삼성전자는 미래가치가 우수한 'e편한세상 용인 한숲시티'에 자사 제품을 제공함으로써 브랜드 경쟁력을 더욱 강화할 수 있을 것으로 전망했다.

이번 협약에 따라 'e편한세상 용인 한숲시티'의 각 가구 내에는 삼성전자의 빌트인 가전제품이 설치된다. 옵션 선택 시 추가적으로 설치되는 시스템에어컨, 냉장고, 김치냉장고, 오븐 등의 빌트인 가전제품은 모두 삼성전자에서 제공한다.

[대상] 청정원, 나물 전용 양념 '나물&엔' 출시



대상 청정원이 업계 최초로 나물무침 전용 양념 '나물&엔' 3종을 출시했다.

부가적인 재료 없이 나물

반찬을 한 번에 완성할 수 있는 제품이다. 이 제품에는 나물 반찬을 만드는 데 필요한 천일염, 볶음참깨, 마늘, 생강 등이 모두 들어 있어, 별도의 양념 준비 없이 원재료에 나물&엔을 넣고 30초만 조물조물 무쳐 주면 쉽고 맛있는 나물 무침을 완성할 수 있다. 제품은 나물의 종류 및 취향에 따라 선택해 사용할 수 있도록 '고소한 맛', '새콤한 맛', '매콤한 맛' 3가지로 출시됐다.

[TBWA KOREA] 관심사 기반 SNS '빙글' 신규 광고 런칭

관심사 기반의 SNS 빙글(Vingle)이 TV CF를 선보였다. 빙글은 사람이 아닌 자신의 '관심사'를 팔로우 한다는 점이 특징인 새로운 형태의 SNS다. 사람들의 취향과 관심사는 셀 수 없을 정



도로 다양하기 때문에 각기 다른 취향을 가진 사람들에게 일괄적인 메시지를 전달한다면 그 효과가 미비할 것으로 판단,

사람들의 다양한 관심사에 따라 광고를 제작했다는 것이 빙글 측의 설명이다. 소비자들의 취향을 하나하나 고려하는 메시지로 빙글을 다운로드해야 하는 명분을 전달했다. 빙글은 취향저격 전략으로 탄생한 총 7편의 광고를 각 채널별 특성이 반영된 각기 다른 소재들로 집행 중이다.

[이노션] 현대차 'A Message to Space', 세계 3대 광고제 본상 수상



이노션 월드와이드가 현대자동차 글로벌 브랜드 캠페인 'A Message to Space'로 2015 클리오 광고제에서 2개의 동

상을 수상했다. 이노션은 동일한 캠페인으로 올 시즌 세계 3대 광고제에서 잇따라 수상하며 글로벌 위상을 한층 더 강화했다. 'A Message to Space'는 지난 5월에 열린 뉴욕페스티벌 필름 부문에서 동상을, 6월 칸 국제광고제에서 영상기법 부문 동상을 차지한 바 있어 올 시즌 3대 광고제 영상 관련 주요 부문 각각에서 본상 수상을 기록한 것이다. 이노션 본사에서 제작하여 전 세계 소비자를 겨냥해 제작한 캠페인이라는 점에서 이와 같은 과거는 글로벌 시장을 아우르는 이노션만의 차별화된 크리에이티브 역량을 다시 한 번 입증하는 계기가 되었다.

[TBWA KOREA] '망치'로 대한민국 콘텐츠를 깨우다



지난 9월 19일 TBWA코리아와 한국콘텐츠진흥원, 열린책들이 공동으로 콘텐츠코리아랩에서 주최한 망치플러스가 300여명이 운집한 가운데 성황리에 마쳤다.

1인 미디어 시대, 사람은 누구나 콘텐츠를 가지고 있으며 이를 다른 사람들과 공유하고 있다. '망치



플러스'는 숨은 콘텐츠의 씨앗을 발굴하고 다듬어 광고를 만드는 광고회사 'TBWA'와, 경쟁력 있는 콘텐츠를 발견하고 다듬어 콘텐츠 산업을 증진시키는 '한국콘텐츠진흥원', 그리고 새로운 생각을 여는 일에 앞장서는 출판사 '열린책들'이 TBWA코리아에서 시행하고 있는 대학생 스피치 프로젝트 '망치'의 과정을 일반인에게도 직접 경험할 수 있도록 하는 체험행사였다. 망치는 광고인을 꿈꾸는 대학생들이 스스로를 들여다보는 과정에 TBWA의 크리에이터들이 멘토가 되어 세상에 들려줄 만한 생각 또는 아이디어를 함께 발견하고 다듬어 7분간의 스피치로 들려주는 프로젝트이다. 망치의 철학은 '사람은 누구나 폭탄이다'(출판사:열린책들)이란 제목으로 발간되어 화제가 되고 있으며, 발표한 전체 동영상도 유튜브(www.youtube.com/user/tbwamangchi)와 네이버 TV 캐스트(<http://tvcast.naver.com/tbwakorea>)를 통해 공개하고 있다.

[제일기획] 스파이스 아시아 광고제 심사위원장 배출



제일기획은 글로벌 광고 제작을 담당하고 웨인 초이(Wain Choi) 상무가 아시아-태평양 지역 최고 권위 광고제인 '스파이크스 아시아(Spikes Asia)'의 디지털 및 모바일 부문 심사위원장을 맡게 됐다고 밝혔다. 국내 기업에서 스파이크스 아시아 심사위원장을 배출한 것은 이번이 처음이다. 웨인 초이 상무는 덴츠, 오길비 등 유명 광고회사를 거쳐 지난 2010년 제일기획에 합류해 갤럭시 카메라 등의 다양한 캠페인에 참여했다.

[오뚜기] 제13회 대학생 디자인&광고 공모전



오뚜기와 광고대행사 애드리치는 창의적이고 진취적인 대학생들의 생각을 마음껏 펼칠 수 있도록 '제13회 오뚜기 대학생 디자인&광고 공모전'을 개최한다. 올해로 13회째를 맞는 오뚜기 디자인 공모전은 오뚜기 전제품의 패키지그래픽 디자인 및 용기형태 디자인 리뉴얼에 대한 아이디어를 제안하는 것이고, 광고 공모전은 오뚜기 케첩과 뿌셔뿌셔 브랜드의 TV CF나 인쇄광고를 만들어 출품하면 된다. 10월 1일부터 20

일까지 출품작수에 제한 없이 대학생, 대학원생이라면 누구나 지원이 가능하다. 자세한 사항은 오뚜기와 애드리치 홈페이지(www.ottogi.co.kr / www.adrich.co.kr)를 통해 확인할 수 있다.

[제일기획] 제일기획 자회사 평타이, '징동 글로벌' 한국관 입점 설명회 개최



제일기획의 중국 디지털 마케팅 자회사인 평타이(鵬泰·PENGTAI)가 지난 9월 16일 중국의 대표 해외 직구몰인 '징동 글로벌'의 한국관 입점 설명회를 열었다. '징동 글로벌'은 중국 전자상거래(e-커머스) 2위 기업 징동(京東, JD.com)이 올해 4월 문을 연 해외 직구몰로 중국 소비자들이 한국, 미국, 영국 등 각 국가별 제품을 편리하게 구입 할 수 있는 국가관을 마련해 운영하고 있다. 평타이는 징동 글로벌의 10개 국가관 가운데 '한국관' 운영 대행을 수주해 입점 기업 유치, 쇼핑물 디자인, 프로모션 기획 및 집행 등 한국관 운영 전반을 담당하고 있다. 지난해 중국의 온라인쇼핑 시장은 521조 원으로 추산되며, 전자상거래를 이용하는 중국 소비자는 3억 6,000만명을 웃돈다. 이 중 중국 해외 직구 시장 규모는 2014년 기준 약 25조원이고, 해외 직구족 규모도 1천 8백만명 수준이라는 점에서 향후 성장 가능성이 높다.

[KOBACO] 中 CCTV와 '孝' 공익광고 함께 제작키로



한국방송광고진흥공사(코바코)가 중국중앙방송국(CCTV)과 손잡고 공익광고를 제작을 통해 해외사업을 확대할 예정이다. 코바코는 지난 9월 7일 CCTV 본사에서 CCTV와 공익광고 공동제작 방송 및 광고판매 협력을 포함한 MOU를 체결했다고 밝혔다. 코바코와 CCTV는 내년 설날 방송을 목표로 한중 양국의 전통적 공통 정서인 '효(孝)'를 주제로 공익광고 작품을 제작키로 했으며, 광고협력과 관련해서는 상대국 광고매체를 대상으로 원활한 마케팅 활동을 전개할 수 있도록 상호 협력키로 합의했다.