



한국야쿠르트, 'hy'로 사명 바꾸고 새출발

사업 영역을 넓히고 있는 한국야쿠르트가 창업 52년 만에 사명을 'hy'로 바꿨다. 한국야쿠르트는 지난 3월 29일 식음료 기업이란 이미지에서 벗어나 새로운 영역으로 확장하고 있는 상황에 맞춰 사명과 기업 로고를 바꿨다.

회사 측은 1969년 창업 때부터 한국야쿠르트를 사명으로 써왔으나, 지난해 온라인 '프레딧(Fredit)'을 열면서 종합 유통기업으로 탈바꿈하고 있다. 프레딧에서는 가치 소비 트렌드에 발맞춰 식음료 중심 제품 카테고리를 건강기능식품, 가정간편식(HMR), 생활용품, 유아용품, 뷰티 등으로 확대해 판매하고 있다.



LG전자, 올레드TV 디지털 광고 선보여

LG전자가 새로운 광고 '그래서 저는 올레드를 봅니다' 편을 공개했다. 이번 광고에서는 전문가 6명이 인터뷰를 통해 본인의 직업 가치관을 소개하고, LG 올레드 TV를 선택하게 된 이유를 말하는 콘셉트로 진행됐다. 영상에는 △홍경표 촬영감독(영화 '기생충' 등) △이영표 前 국가대표 축구 선수 등이 참여했다. LG전자 관계자는 "각 분야에서 최고 수준에 올라 있는 전문가들의 가치관과 이에 부합하는 올레드 TV의 가치를 보여주는 이번 영상을 통해 LG 올레드 TV의 성능을 알리고, 팬덤을 형성하는데 기여할 것으로 기대한다"고 전했다.



KT, '제주 스마트 도로' 광고 공개

KT가 국내 최초로 제주도에 만들어진 '스마트 디지털 도로'를 알리기 위해 '긴급차량 우선신호 서비스'를 주제로 한 광고를 공개했다. 2년만에 걸쳐 완성된 '스마트 디지털 도로'는 실시간으로 주변 교통 상황을 알려줄 뿐만 아니라, C-ITS의 대표 기술인 '긴급차량 우선신호 서비스'를 통해 생명이 위중한 환자를 병원으로 신속하게 후송할 수 있도록 한다. KT는 "C-ITS 기술이 사용된 스마트 디지털 도로는 자율주행 시대를 앞당길 것"이라면서 "KT는 앞으로 시를 활용한 스마트 디지털 도로가 더 많은 지역에 만들어져 국민의 삶을 편리하게 만들도록 기여해 나가겠다"고 강조했다.



광동제약, 블랙핑크 제니와 함께한 비타500 광고 공개

광동제약이 블랙핑크 '제니'를 '비타500' 모델로 선정하고 새로운 광고를 공개했다. 이번 CF는 비타500의 주요 성분인 비타민C가 건강하고 행복한 일상으로 리프레시 할 수 있도록 돕는다는 내용이다. 광동제약 관계자는 "오랜 사회적 거리두기와 위축된 일상에 지친 이들에게 활력과 웃음을 되찾아주기 위해 제니를 모델로 발탁했다"고 설명했다. 이어 "비타민C의 역할이 건강을 넘어 일상에 새로운 힘을 주는 전환제로 나아가야 한다고 생각했다"며 "시장을 주도하는 제품으로서 성분 뿐만 아니라 광고 콘텐츠를 통해서도 희망과 활력을 전하고자 했다"고 전했다.



농심, ‘배홍동 비빔면’ 광고모델로 유재석 발탁

농심이 신제품 ‘배홍동 비빔면’의 광고모델로 유재석을 발탁했다. 이번 광고는 유재석에게 ‘비빔면 장인 배홍동 유씨’라는 새로운 부캐를 입힌 것이 특징이다. 광고에서 ‘배홍동’은 ‘배’와 ‘홍’고추, ‘동’치미를 갈아만든 소스에서 따온 가상의 지역명으로 비빔면 맛집이 있는 동네로 설정해 재미를 더했다. 농심 관계자는 “유재석이 다양한 부캐를 선보이며, 남녀노소를 불문하고 대중에게 큰 사랑을 받고 있어 배홍동 비빔면의 광고모델로 발탁했다”며 “배홍동 비빔면만의 색다른 맛과 매력을 부캐라는 설정으로 재미있게 표현하고자 했다”고 설명했다.



보령컨슈머헬스케어, 겔포스 ‘요즘 속쓰림’ 광고 온에어

보령컨슈머헬스케어는 래퍼 스윙스와 함께 랩버전의 새로운 겔포스 광고 캠페인을 선보였다. 이번 광고는 지난해 선보인 광고의 ‘요즘 속쓰림’에 대한 메시지를 최근 국내 힙합 씬에서 대세로 자리잡은 래퍼 스윙스가 본인만의 스타일로 트렌디하면서도 직관적인 랩으로 재해석해 표현했다. 보령컨슈머헬스케어의 겔포스 브랜드 담당자는 “보다 젊은 소비자들의 속쓰림에 대한 공감대를 확대하고자 랩버전의 겔포스 광고를 선보였다”며 “광고 속 빠른 비트의 랩만큼 빠른 겔포스의 속쓰림 완화 효과를 많은 소비자들께서 경험해 보시길 바란다”고 말했다.



코카-콜라, 스프라이트 제로 신규 TV광고 런칭

코카-콜라가 제로 칼로리로 부담 없이 즐길 수 있는 ‘스프라이트 제로’를 출시했다. 최근 ‘집콕’생활이 길어지며 전 세계적으로 높아진 제로 칼로리에 대한 소비자 니즈를 반영한 결과다. 출시와 함께 공개한 TV광고는 상쾌함은 그대로 간직한 채 칼로리만 낮춘 스프라이트 제로의 차별화된 강점을 ‘맛있는 맛남’이라는 메시지로 담아낸 것이 특징이다. 코카콜라 관계자는 “스프라이트 제로가 지닌 강렬한 상쾌함과 제로 칼로리의 맛있는 ‘맛남’을 감각적으로 표현한 TV 광고를 선보이게 됐다”며 “소비자들이 스프라이트 제로를 통해 일상의 부담 없는 상쾌함을 즐기길 바란다”고 말했다.



일동제약, ‘지큐랩 포스트바이오틱스 RHT’ 신광고 공개

일동제약이 배우 원빈 씨를 모델로 ‘지큐랩’의 새 TV광고를 선보였다. 지큐랩은 일동제약의 유산균 분야의 기술력과 노하우를 집약한 프로바이오틱스 전문 브랜드로, 광고에 등장하는 제품은 ‘지큐랩 포스트바이오틱스 RHT’로 프로바이오틱스가 생성하는 대사산물을 의미하는 ‘포스트바이오틱스(postbiotics)’가 국내 최고 함량(108억셀)으로 들어간 것이 특징이다. 일동제약 관계자는 “이번 광고에서 지큐랩 포스트바이오틱스 RHT가 가진 ‘최초 개발’, ‘최고 함량’이라는 속성을 강조하는 한편, 광고 모델인 원빈을 통해 프리미엄 제품의 이미지를 부각시키고자 했다”고 밝혔다. ㉞