



코카콜라, 2022년 첫 TV 광고 온에어

코카콜라가 2022년 임인년 새해를 맞아 호랑이 가족을 주인공으로 등장시킨 새로운 TV 광고를 공개했다. 이번 광고는 독창적인 호랑이 캐릭터와 재치 있는 스토리텔링, 감각적인 영상미로 한 편의 잘 만들어진 애니메이션 영화를 감상한 듯한 즐거움을 선사했다.

코카콜라는 “새해를 맞아 소중한 사람들이 함께 하며 나누는 특별하고 짜릿한 일상 속 마법 같은 경험을 전하고자 기획했다”라며 “코카콜라는 앞으로도 다양한 마케팅 활동을 통해 소비자들에게 희망과 설렘 가득한 새해 응원의 메시지를 전할 예정”이라고 말했다.



삼성화재다이렉트, ‘자동차보험’ 신규 광고 공개

삼성화재다이렉트가 다양한 라이프스타일에 특화된 서비스를 반영한 ‘당신이 누구든 착! 맞춘 자동차보험’ 신규 광고를 공개했다. 이번 광고는 자동차를 이용하는 각기 다른 개인의 라이프스타일에 따라 운전자가 누구든 착! 맞춘 가격과 서비스를 제공한다는 콘셉트로 제작됐다.

삼성화재다이렉트 관계자는 “누구에게나 똑같은 자동차보험이 아닌 운전자의 자동차 운행 패턴 및 운전 습관 등에 따라 담보 및 가입금액, 특약 등을 추천해줌으로써 한 사람 한 사람에게 꼭 맞는 맞춤형 자동차보험을 제공하고자 노력하고 있다”고 말했다.



‘처음처럼’, 새로운 광고 선보여

롯데칠성음료의 처음처럼이 모델 제니와 함께한 신규 광고를 온에어 했다. 이번 광고는 ‘좋아요’와 ‘해시태그’를 이용해 소셜미디어 형식을 차용하여 MZ 세대에게 익숙하고 친근하게 제작된 점이 특징이다. 또 ‘좋아하다’와 ‘~처럼’을 뜻하는 ‘like’를 중의적으로 사용해 광고의 핵심 메시지 ‘좋아요 처음처럼’을 강조했다.

롯데칠성 관계자는 “모델과 ‘처음처럼’의 이미지가 서로 시너지를 불러일으킬 수 있는 광고를 제작했다”며 “추가 광고 영상 등 다양한 콘텐츠도 롯데칠성 유튜브 공식 계정에 업로드할 예정”이라고 말했다.



바이탈뷰티, ‘슈퍼콜라겐 에센스’ 디지털 영상 런칭

아모레퍼시픽의 대표 이너뷰티 브랜드 바이탈뷰티가 2인 코믹숏무비 콘텐츠 제작팀인 너덜트와 콜라보레이션 한 디지털 영상을 새롭게 런칭했다고 밝혔다.

이번 광고 영상에서는 중고마켓 거래 장면의 패러디를 통해 설 선물을 준비하려는 남편들의 모습과 고민을 재치 넘치게 풀어내며 매해 똑같은 설 선물 세트 대신 센스있게 ‘슈퍼콜라겐 에센스’를 선물하자는 메시지를 담았다. 바이탈뷰티 관계자는 “일상 속에서 소비자들이 쉽게 공감할 수 있는 스토리를 담아 유쾌하고 차별화된 광고를 기획하게 됐다”고 전했다.



대상 ‘뉴케어’, 새로운 광고 방영

대상라이프사이언스의 영양식 브랜드 뉴케어가 올해 신규 TV 광고를 공개했다. 이번 광고는 ‘아버지 편’과 ‘어머니 편’ 두 가지 버전으로 제작되어, 다양한 영양소가 균형 있게 담긴 뉴케어로 부모님의 한 끼를 제대로 챙기자는 메시지를 진정성 있게 풀어냈다.

뉴케어는 1995년 출시된 제품으로 3대 영양소와 22가지 무기질, 비타민 등 균형 잡힌 영양 설계를 기반으로 제조돼 수술 전후 또는 영양 공급이 필요한 환자는 물론 일반인도 영양 관리를 위해 식사 대용으로 섭취하는 완전 균형영양식으로 주목받고 있다.



매일유업 ‘우유안부’ 新광고, 노인 고독사 예방 앞장

매일유업이 ‘우유안부’ 캠페인 활성화를 위해 새로운 광고를 온에어했다. 우유안부는 ‘어르신의 안부를 묻는 우유배달’ 활동으로, 홀로 계신 어르신께 매일 우유를 배달 하되, 전날 배달한 우유가 남아있을 경우 관공서나 가족에게 연락해 고독사를 예방할 수 있도록 한다.

매일유업 관계자는 “많은 분들의 관심이 힘입어, 2020년 약 1,900가구가 대상이었던 우유안부 캠페인은 올해 약 3,000가구까지 수혜자를 확대할 수 있었다. 우유안부 캠페인이 지속·확대되기 위해서는 무엇보다 개인 후원자와 고객 여러분의 꾸준한 관심이 필요하다”고 전했다.



hy ‘발휘’, 배우 이제훈과 함께한 신규 CF 선봬

hy가 발효홍삼 브랜드 ‘발휘’ 광고모델로 배우 이제훈을 기용하고, 신규 CF를 공개했다. 새로운 광고는 발휘의 우수한 체내이용률을 알리는 내용으로 구성됐다. 광고에서 이제훈은 활력있는 모습으로 발휘의 우수한 체내이용률을 짧고 강렬하게 전했다.

hy는 “폭넓은 인기 스펙트럼으로 다양한 연령층의 지지를 받고 있는 배우 이제훈의 신뢰감 있는 이미지와 역동적인 에너지가 발휘 브랜드 콘셉트에 부합해 모델로 기용하게 됐다”며 “향후에도 관련 연구와 품질 강화를 지속해 우수한 제품 개발에 힘쓰겠다”고 말했다.



동국제약 ‘인사돌플러스’ TV광고 온에어

동국제약이 배우 이보영, 가수 성시경과 함께 ‘인사돌플러스’의 신규 TV 광고를 선보였다. 이번 광고는 ‘맛있게 먹는 행복’이 주제로, 잇몸이 건강해야 편안한 음식 섭취가 가능하기에 인사돌플러스를 통한 잇몸건강 관리의 필요성을 간접적으로 전달한다.

동국제약 담당자는 “인사돌플러스의 오랜 모델인 최불암과 함께, 연예계 대표 미식가인 가수 성시경과 단아하고 지적인 배우 이보영을 함께 등장시켜 제품에 대한 신뢰감을 전하는 동시에 브랜드를 더욱 친근하게 알리고 싶었다”고 설명했다.