



하이트진로음료, 블랙보리 신규 광고 공개

하이트진로음료가 배우 김민하와 함께 한 검정보리 차음료 ‘블랙보리’의 신규 TV 광고를 공개했다. 이번 광고는 ‘세상 처음 까만 보리차’라는 슬로건 아래, 100% 국산 보리와 진하고 구수하면서 깔끔한 맛으로 갈증을 풀어주는 블랙보리만의 강점을 부각하는 데 초점을 맞췄다. 하이트진로음료는 “블랙보리의 특징점을 이번 광고를 통해 강조하고자 했다”며 “여름 성수기에 들어선 만큼 광고 집행과 함께 다양한 마케팅 활동을 펼쳐 국내 보리차 시장 확대를 주도해 나갈 것”이라고 말했다.



한국코카-콜라 씨그렘, 새 패키지와 함께 TV 광고 소개

한국코카-콜라의 스파클링 브랜드 ‘씨그렘’이 새 패키지와 함께 모델 리정과 함께한 신규 TV 광고를 선보였다. 이번 광고는 리정의 파워풀한 춤과 탄산이 터져 나가는 듯한 영상이 교차되며 몰입도를 높인 것이 특징이다. 코카-콜라는 “독보적인 춤 실력은 물론 자신만의 당당한 매력을 지닌 리정과 함께 씨그렘의 감출 수 없는 짜릿함을 보다 강렬하고 몰입도 넘치게 전하고자 했다”며 “새로워진 씨그렘과 함께 올 여름도 짜릿하게 보내시길 바란다”고 말했다.



동국제약, 송지효-전소민 마데카솔 새 광고 론칭

동국제약이 배우 송지효와 전소민을 새로운 모델로 내세운 상처치료제 ‘마데카솔’ 신규 TV 광고를 선보였다. 새 광고에서는 송지효와 전소민이 ‘상처 마법사’로 출연해, ‘식물성분의 마데카솔이 상처를 효과적으로 치료해 준다’는 메시지를 전달했다. 동국제약은 “송지효와 전소민은 TV 예능프로그램에서 친자매 같은 케미로 사랑받고 있어 상처 케어를 돕는 ‘상처 마법사’ 역할에 적합하다고 판단, 모델로 기용했다”며 “마데카솔이 민감한 피부나 영유아의 상처 치료에 적합하다는 점이 전해지길 바란다”고 말했다.



BBQ, 김유정의 치킨탐험 새로운 광고 온에어

제너시스BBQ 그룹이 새로운 브랜드 모델로 김유정을 선정하고 신규 광고를 공개했다. 이번 광고는 ‘BBQ 치킨의 원재료 탐험’ 콘셉트로, 김유정이 각종 식재료가 있는 환상의 세계를 탐험하며 BBQ 치킨의 원재료를 소개하는 내용이다. BBQ는 “최상급 식재료로 만든 맛있고 건강한 BBQ치킨을 김유정의 맑고 건강한 이미지를 통해 표현했다”며 “앞으로도 국민 간식 키친 대표 브랜드로서 최고의 맛과 건강함을 선사하는 글로벌 치킨 프랜차이즈로서 행보를 이어가겠다”고 말했다.



해태아이스크림, 폴라포 신규 캠페인 공개

해태아이스크림이 폴라포의 신규 캠페인 ‘폭염과의 전쟁, 여기가 대한민국이야 아마존이야’ 광고 영상을 공개했다. 이번 영상은 중독성 있는 안내 멘트를 구사해 유명세를 탄 ‘소울리스좌(김한나)’와 동일 근무자들 중 뛰어난 관객 흡입력으로 큰 호응을 이끌어냈던 레전드 4인을 섭외해 차별성을 더했다.

해태아이스크림은 “타 브랜드와의 활발한 콜라보레이션 등을 통해 소비자들에게 다방면으로 접근하고자 준비하고 있다”며 “폴라포가 소비자들에게 한 발짝 더 가까워지고 친근감을 줄 수 있는 브랜드가 되기를 바란다”고 말했다.



오비맥주 카스, 진짜 여름 스냅 캠페인 전개

오비맥주 카스가 올여름 소비자들의 즐거운 순간을 담아 주는 ‘진짜 여름 스냅’ 캠페인을 전개한다.

이번 캠페인을 통해 전문 사진작가로 구성된 일명 ‘스냅 퍼(Snapper)’가 전국 대표 명소와 휴양지에서 사진 촬영 서비스를 제공하며 ‘진짜 여름의 순간’의 추억을 소비자들에게 선사한다.

오비맥주는 “카스를 국민맥주로 만들어준 소비자들에게 진짜 여름의 기억을 선사하고자 이번 캠페인을 준비했다”며 “앞으로도 카스는 다양한 참여형 콘텐츠로 지속적으로 소비자들과 교류하고 소통할 것”이라고 전했다.



KCC, 하이엔드 창호 클렌체 신규 TV 광고 선봬

KCC는 하이엔드 창호 브랜드 ‘클렌체(Klenze)’의 신규 TV 광고를 ‘클렌체 24시집’의 콘셉트로 구성, 아침 7시, 오후 1시, 저녁 5시, 밤 10시 등 시간대별 4편의 소재를 제작해 선보였다.

아침 7시편과 오후 1시편은 TV 광고로 선보이고, 전체를 묶은 60초 편은 유튜브에서만 볼 수 있다.

KCC 관계자는 “클렌체는 우수한 기술력과 품질을 기반으로 새로운 창호의 품격과 기준을 제시하는 프리미엄 창호 브랜드로, 고객들의 삶의 품격을 높이는 한편 프리미엄 창호시장을 선도해 나갈 계획”이라고 전했다.



홈플러스 익스프레스, 1시간 즉시배송 광고 릴리스

홈플러스가 창립 25주년을 기념해 연중 진행하는 ‘스물다섯 살, 신선한 생각’ 캠페인의 일환으로, 홈플러스 익스프레스 ‘1시간 즉시배송’ TV 광고를 선보였다. 이번 광고는 ‘바라던 신선 그대로’를 콘셉트로 블랙핑크 로제의 청량한 비주얼과 함께 신선함을 문 앞까지 배달하는 홈플러스 익스프레스 ‘1시간 즉시배송’의 강점을 담았다.

홈플러스는 “신규 광고를 통해 여름철 빠르고 편리하게 장보기가 가능한 퀵커머스 ‘1시간 즉시배송’의 고객 인식을 견고히 하고 각 점포의 물류 거점 역할을 확대해 온·오프라인 간 시너지를 낼 것으로 기대한다”고 말했다.