



(주) 금복주



더욱 부드럽고 새로워진 참소주 리뉴얼 출시

금복주(대표이사 김동규)는 알코올도수를 현재의 20도에서 19.7도로 낮춘 부드러운 '참소주'를 3월 5일부터 출시했다. 새롭게 선보인 참소주는 다단계초정밀여과(Multiple Micro Filtering)공법과 100% 지하 162m 천연 맥반석 암반수를 사용하였으며, 숙취해소에 효과가 뛰어난 필수아미노산 BCAA을 첨가하고 아스파라긴 성분을 한층 강화하여 숙취해소에도 탁월하다는 평가를 받고 있다. 상표디자인도 내추럴하고 세련미가 돋보이도록 새롭게 디자인 했다.



'참사랑봉사단' 노인요양시설 '여래원' 봉사활동 전개

금복주 직원들로 구성된 '참사랑봉사단' 30여명은 2월 5일(월, 대구 남구 이천동 소재 노인전문요양시설인 '여래원'을 방문해 환경미화, 식사수발, 말벗 등의 봉사활동을 통해 어르신들의 신체적, 심리적 안정을 도모하며 더불어 사는 이웃관계 형성을 위한 참소주의 나눔운동을 실천했다.



신제품 "더 블루(The Blue)" 출시

소주의 고정관념을 깨는 젊은소주 "더 블루(The Blue)"를 1월 16일 출시하였다. '더 블루(The Blue)'는 냉동숙성여과공법과 산소주입숙성여과공법을 사용하였으며 지하 162m에서 뽑아올린 100% 천연암반수를 사용하여 천연미네랄이 풍부하고 필수아미노산(BCAA)을 첨가하여 숙취해소에 탁월하다. 젊은이들의 취향에 맞춰 푸른 색상의 유리병을 사용하였으며 알코올도수는 17.9도, 출고가격은 770원(330ml/1병)이다.

대선주조 (주)



시원공익재단, 제1회 시원사회복지자상 시상식 개최

지역 사회복지사를 위한 제1회 시원사회복지자상 시상식이 1월15일 부산시청에서 개최되었다. 대선주조(대표이사 주영필)가 출연하여 설립한 부산지역 최초의 민간복지재단인 시원공익재단이 주최하고 부산광역시와 부산사회복지사협회가 후원한 금번 시상식에는 엄정한 심사과정을 거쳐 관리자 2명, 사회복지사 14명 등 16명의 수상자를 선정하였다.



2007년 부산 시원배 축구대회 협찬

3월 18일 부산 삼락체육공원을 포함한 부산지역 4개 구장에서 대선주조(주)와 부산광역시 생활체육축구연합회가 공동으로 주최하는 '제26회 국민생활체육 부산광역시회장기 및 C1배 축구대회'가 개최되었다. 이날 행사장에는 64개팀 약 2천여명의 축구 동호인 및 가족분들이 참석하여 축구를 통해 모두가 하나 되는 뜻깊은 시간을 가졌다.

(주)두산 주류 BG



'처음처럼 프리미엄' 출시

두산 주류BG(대표이사 한기선)는 3월 12일 알칼리수 소주 '처음처럼 프리미엄'을 출시하였다. '처음처럼 프리미엄'은 기존 처음처럼과 마찬가지로 알칼리수를 사용한 환원공법에 오크통에서 10년간 숙성시킨 증류주를 블렌딩하여 소주의 맛이 더욱 깊고 부드러워졌으며, 사각 병과 청록색을 가미한 라벨을 사용하여 고급스러운 이미지를 부각시킨 것이 특징이다.

알코올도수는 20도이며 출고가격은 1,050원(375ml/1빈)이다.



(주) 무학



공군교육사령부와 자매결연식

무학대표이사 최재호는 2월 3일 공군교육사령부 회의실에서 공군교육사령부(사령관 황원동)와 자매결연식을 가졌다. 양측은 이번 자매결연을 통해 주요행사 상호방문, 전역장병 회사견학 등 상호 협력적인 방문을 지속적으로 가져 군산(軍産)유대의 모범적인 사례로 키워나가자고 약속하였다. 이번 자매결연식은 증서 교환 및 부대현황소개등으로 이루어졌으며 무학은 부대방문을 기념코자 체육시설물을 전달하였다.

'가을국화' 중국 시장 진출

중국의 대련부흥상무유한공사가 마산시와 (주)무학이 공동 개발한 약주 '가을국화' 생산공장을 직접 방문하고 가을국화(1컨테이너), 화이트소주(1컨테이너), 매실마을(1컨테이너) 수출계약을 체결하였다. 중국 대련시에 소재한 무역업체인 대련부흥상무유한공사는 그동안 (주)무학의 소주수입을 주로 하였으나, 중국 내 주류시장 경쟁을 선점하기 위해 2007년부터는 여성들에게 인기 있는 가을국화를 중점으로 판매활동을 전개할 예정이다.



지역사랑 실천에 앞장서, 화이트소주 보조라벨 지역홍보

지역사랑 실천에 남다른 노력을 경주하고 있는 무학이 지난해 2월부터 해 온 화이트소주 지역홍보 보조라벨 제작이 1년을 지나고 있다. 울산경남지역의 명소, 특산물, 축제 등의 이미지를 담아 지자체 홍보를 무상으로 진행해 온 화이트소주 보조라벨은 분기마다 변경하면서 1년 동안 약 2억5천만명의 화이트소주에 103종의 라벨을 부착하였다. 또한 지역사랑 실천으로 람사총회를 계기로 추진되는 습지보전 기업 서포터즈로도 참여해 전사적인 지역사랑을 펼칠 예정이다.



보해양조(주)



“천년잎새” 신제품 출시

보해양조(대표이사 임건우)가 3월 2일부터 저도 소주의 아쉬움을 채워주는 ‘천년잎새’를 출시하였다. ‘천년잎새’는 초순도 주정 정제공정으로 맛이 보다 깨끗해졌으며, 22도의 알코올 도수로 소주 본연의 참맛을 살린 것이 특징이다. 잘 익은 곡물을 이용한 곡물 주정에 보해 중앙연구소에서 개발한 숙성촉진공정을 도입해 숙성미가 뛰어난 뿐만 아니라 단풍나무에서 채취된 유기농 메이플 시럽을 첨가시켜 숙취해소에도 탁월하다. 출고가 가격은 830원(360ml/1병)이다.



잎새주병에 여수 ‘2012 세계박람회’ 유치 홍보

보해는 여수시의 ‘2012 세계박람회(EXPO)’ 성공적인 유치를 위해 1단계로 2월 중순부터 4월중순까지 두달간 생산하는 잎새주 3천여만병의 후면라벨에 ‘2012 여수 세계박람회’ 홍보문구를 새겨 전국 곳곳에 알리고 있다. 잎새주 후면라벨에 들어가는 홍보 문구에는 2012 여수 세계박람회 로고와 ‘2012 여수 세계 박람회 유치, 온 국민의 힘으로!’란 문구가 포함돼 있다.

음식업협회원 자녀 104명에게 장학금 지급

지역인재육성에 앞장서고 있는 보해양조가 최근 경기불황에 따른 소비부진으로 많은 어려움을 겪고 있는 음식점주들에게 훈훈한 손길을 내밀어 관심을 모았다.

보해는 지난 2월 2일 광주 호성웨딩문화원에서 한국음식업중앙회광주광역시지회 북구지부 회원 자녀 5명에게 각 30만원씩 150만원의 장학금을 전달한 것을 비롯해 3월까지 두 달간 총 104명의 광주·전남지역 음식점협회원 자녀들에게 3천120만원의 장학금을 지급하였다.





(주)선양



천안에 중부지점 개소

선양대표이사 김광식은 3월 6일 천안 청당동에서 많은 지역 인사들이 모인 가운데 중부지점 개소식을 가졌다. 이날 개소식 현장에는 충남주류협회 김일경회장, 충남북부상공회의소 김용웅 회장 등 많은 인사들이 축하해 주었다. 새로이 개소한 중부지점 지점장에는 이명규(前 선양 마케팅, 홍보팀장)이 임명되었다.



소주 산소주입 공법 특허 출원

소주에 산소를 주입, 숙취를 덜하게 하는 선양의 '맑을린' 제조 공법이 특허를 취득했다고 2월 6일 밝혔다. 선양은 알코올분자와 물분자 사이사이에 짜깁기하듯 산소분자를 촘촘히 섞어주는 공법인 산소용존공법으로 특허를 취득하여 세계최초로 기술력을 인정받았다. 생산시 21ppm이상의 산소를 소주에 녹여 넣는 일명 '짜깁기 공법'이라고 알려진 이 공법은 현재 미국, 중국, 일본에도 특허를 출원하였다. 선양은 특허취득을 기념하기 위해 '기념주'를 한정품으로 제작, 판매중이다.



10km는 달려야 선양직원으로 인정

2월 3일 갑천둔치에서 지난해 10월 입사해 3개월간의 수습기간을 거친 수습사원 3명이 최종관문인 수습사원 마라톤시험에 참가하였다. 이날 이른 새벽에도 불구하고 직장선배와 팀원 등 선양은 신입사원이 수습따먹기를 떼기 위한 최종관문으로 10km 달리기코스를 사장과 함께 뛰며 완주하였다. 선양은 '마라톤경영', '마라톤CEO' 로도 유명한데 1km에 2만원씩 마라톤수당을 지급하기도 하고 계축산에서 맨발마라톤대회를 개최하는 등 마라톤사랑이 각별하다고 한다.

(주)진로**'참이슬 fresh' 3억병 판매 돌파**

진로 (대표이사 하진홍)의 참이슬 fresh가 출시 5개월만에 3억병 판매를 돌파했다.

'06년 8월 출시된 '참이슬 fresh'는 출시 2개월여만에 1억병 판매를 돌파한데 이어 2월5일 3억병 판매를 넘어서며 소주사상 최단기간 최대판매량 신기록을 달성했다.

**'참이슬 fresh' 500ml 페트소주 출시**

진로는 '참이슬 fresh PET 500'을 1월 29일 출시하였다.' 참이슬 fresh PET 500'은 기존 PET 제품에는 없었던 새로운 용량(500ml)으로 가볍고 휴대가 간편해 등산이나 낚시 등 야외활동에 적합하며 세련된 스타일로 고급스러움을 강조한 것이 특징이다. 알코올도수는 19.8도이며 출고가격은 1,200원이다.

**참이슬 본가(本家) 1호점 오픈**

3월 5일 서울 종로구 청진동에 '참이슬 本家(본가)' 1호점을 오픈했다. '참이슬 본가'는 천연대나무 소재를 활용, 참이슬의 이미지를 매장 인테리어와 연결시켜 편안한 분위기를 연출했으며 참이슬 제조에 사용되는 천연 대나무 숯을 이용한 초벌구이 전문 프랜차이즈점이다.



(주)충북소주



장덕수 대표이사 일일명예세무서장으로 위촉

충북의 대표 향토기업 충북소주(대표이사 장덕수)는 3월 5일 성실납세에 감사의 뜻을 표시하고 건전한 납세의식 함양을 위해 마련된 제41회 납세자의 날 행사에서 동청주세무서 일일명예세무서장으로 위촉되어 직접 세정업무를 집행하는 시간을 가졌다.

하이트주조 (주)



한국음식업중앙회 전북지회에 향토장학금 전달

전북지역의 향토기업인 하이트주조대표이사 이승준은 2월 14일 한국음식업중앙회 전북지회에 향토장학금 1천만원을 전달했다. 향토장학금은 전북지회 산하회원 중 생활이 어려운 회원 자녀를 선정하여 수여된다고 한다. 장학기금은 하이트소주를 한병씩 애용할 때마다 일정액을 적립해 온 것으로 7년째 운영하고 있으며 이번(10차)까지 1억 6,200만원이 쌓이나 성금등으로 전달되었다.



전북사랑기금 사랑의 쌀 나눔행사

1월 25일 “하이트소주 전북사랑기금” 2,481만원을 적립하여 전북산 쌀(20kg) 600포대를 도내의 불우이웃에게 전달하였다. 7년째 운영하는 동기금은 도민들이 하이트소주를 한병씩 애용할 때마다 일정액을 적립해 온 것이다.

오비맥주 (주)



6.9% 고알콜맥주 '카스 레드' 출시

오비맥주는 3월 15일 국내 맥주 중 알코올 도수가 가장 높은 6.9도 고알콜맥주 '카스 레드(Cass Red)'를 출시하였다.

카스 레드는 고알콜 발효공법을 사용해 맥주의 상쾌한 맛은 살리면서 6.9도의 강하고 풍부한 맛을 최적화시킨 것이 특징이다. 최상급의 아로마 호프를 사용하여 고알콜 맥주의 쓴 맛을 제거했고, 최고급 크리스탈 물트를 첨가하였다.

카스 레드는 이러한 최상급 맥아와 호프를 사용해 생산원가가 기존 제품에 비해 20% 이상 높은 고급 맥주지만 가격은 기존 카스 및 OB 블루와 동일하다.

(500ml/병:924.24원,355ml/캔:998.77원,1.6 큐맥:3,129.44원)



오비 맥주, 카스로 영호남 지역 공략 강화

'카스 챌린지(Cass Challenge)' 프로그램 발표

오비맥주가 상대적 취약 지역인 영호남시장 공략을 위한 '선택과 집중' 전략을 근간으로 적극적 마케팅 활동에 돌입한다. 오비맥주는 2월 26일 부산, 대구, 광주지역 대학생들을 대상으로 하는 '카스챌린지(Cass Challenge)' 프로그램을 발표했다.

'카스 챌린지'는 오비맥주가 영호남지역 대학생들에게 체계적 자기 계발 기회를 제공하고, 열정과 도전정신을 고취시키기 위해 마련한 대규모 프로모션이다. '카스 챌린지'에는 영호남 지역 대학생들은 누구나 참여할 수 있으며, 4명이 한 팀을 이뤄 오는 5월 31일까지 홈페이지(www.casschallenge.com) 및 지역 오프라인 점수처를 통해 프로그램 참여를 신청할 수 있다.



하이트맥주 (주)



가수연 프로와 후원 계약

하이트맥주 본사 사옥에서 3월 5일 프로 골퍼 가수연(31)과 후원 계약을 체결 했다. 가수연 프로는 향후 3년간(2007.3.2 - 2010.3.1) 하이트맥주의 후원 선수로 활약하게 되며 연간 계약금 3억원에 인센티브를 별도로 지급받는다. 또한 진로는 하이트맥주 소속의 장익제 선수에 이어 가수연 프로의 서비스폰서로 참여해 스포츠마케팅을 통한 마케팅영역을 확대하겠다는 방침이다. 하이트맥주는 이로써 LPGA에서 활약중인 김주미에 이어 또 하나의 LPGA 프로를 후원하게 된다.



맛있는 맥주 '맥스' 2차 TV-CF 제작

하이트맥주는 3~5월말까지 봄철을 겨냥한 '맥스' 2차 TV-CF를 제작하였다. 금번 2차 TV광고는 아무리 맛있는 음식이라도 '맥스'가 없으면 맛이 반감된다는 적극적인 메시지를 담고 있다. "맛있는 음식에는 맛있는 맥스가 필요하다"는 문구와 함께 매콤한 닭볶음, 윤기나는 닭꼬치, 잘익은 철판구이등 맥주와 잘 어울리는 음식이 등장한다. 도시적이고 세련된 이미지의 영화배우 장동건씨와 함께 정구수, 차호준씨가 CF제작에 배우로 참여했다.



'MAX', '맛있는 음식에는 맛있는 맥주가 필요하다'

푸드이벤트 실시

하이트맥주는 2월 7일까지 한달간 피자헛에서 MAX와 베스트 샘플러를 주문한 고객에게 할인혜택을 제공하였으며, 인터파크와 함께 'MAX 100일 잔치' 이벤트를 1월 말까지 진행하였다. 출시 100일 기념으로 진행된 'MAX 100일 잔치'는 MAX와 함께하면 더 맛있는 음식 후보 중 가장 많이 선택된 음식을 선택한 고객을 추첨해 1등에 뽑힌 음식을 제공하였다.

롯데칠성음료주 (주)



2007년 스카치블루 광고이야기

- 비즈니스 히어로(Business Hero)

국산 위스키시장 돌풍을 주도하며 단숨에 주당들의 입맛을 사로잡아 버린 롯데칠성음료의 스카치블루가 2007년 진정한 러브마크(Love Mark) 브랜드로서의 지위를 확고히 하기 위해 한층 더 업그레이드된 광고 캠페인으로 변신을 꾀하면서, 다시 한번 업계 라이벌들을 바짝 긴장시키고 있다.



'비즈니스 히어로(Business Hero)' 라는 타이틀의 이번 스카치블루 신규 캠페인은 '늑대'와 '독수리' 등 파격적인 소재와 이 시대 비즈니스맨들의 공감을 이끌어내기에 충분한 설득력 있는 메시지로 전달하고 있다.

유럽 문화의 중심지 이태리, 그 중에서도 명품의 고장으로 유명한 밀라노 현지에서 1주일에 걸쳐 진행된 이번 캠페인 제작에는 현지 포토그래퍼와 현지 모델, 그리고 비주얼의 핵심이 될 늑대와 독수리들까지 최고의 스태프들이 참여했다.



롯데칠성음료는 이캠페인을 통해 앞으로 야망, 성공, 권력, 우정, 사랑, 자유, 일탈 등 남자들의 로망을 주제로 한 다양한 변주를 들려줄 예정이다. 또한 먼저 선을 보이는 늑대, 독수리 이외에도, 사냥개, 흑표범, 치타, 재규어 등 다양한 맹수들을 발굴하여, 비주얼 측면에서도 지속적인 업데이트를 해나갈 계획이라고 한다.



진로발렌타인스 (주)



장학금 전달

진로발렌타인스의 안소니 버드(Anthony Budd) 전무가 2월 8일 서울 강남구 포이동 국립국악중고등학교 졸업식에 참가해 학생들에게 장학금을 수여했다. 진로발렌타인스는 전통 문화 보존과 국악 발전을 위해 지난 2002년부터 매년 2억원 상당의 장학금과 학교 발전기금을 조성, 국립국악중고등학교에 지원해 왔다.

(주) 국순당L&B



‘참순’ 640ml 신제품 출시

국순당L&B(대표이사 윤동원)가 2월 26일 신제품 ‘참순(純) 640ml’을 출시했다. 새롭가 출시된 ‘참순’은 부드럽고 깨끗한 맛을 유지하면서 알코올 도수는 마시기 편하게 기존의 21도에서 19.8도로 도수를 낮췄다. 해독기능이 뛰어난 헛개나무 열매 추출액을 첨가하였으며 고급 브랜드 제조시 사용되는 냉동여과 공법을 통해 마실 때 더욱 깨끗한 맛을 느낄 수 있다는 장점이 있다. 성인 2~3명이 가정이나 야외에서 한번에 즐길 수 있는 적정 용량으로 페트병으로 제작돼 현대의 편리성을 높였다. 출고 가격은 1,353원이다.

디아지오코리아(주)



김종우 신임 대표이사 선임

디아지오코리아는 3월 7일 김종우씨(前 아시아태평양 영업총괄 사장)를 신임 대표이사로 선임했다고 밝혔다. 김종우 신임 대표는 필립모리스 대만 대표이사를 역임했으며, 지난해 초 디아지오 코리아로 자리를 옮긴 뒤 디아지오 아시아태평양 영업총괄 사장 직을 맡아왔다. 김 신임 대표는 '아시아 지역 여러 국가에서 쌓은 경영 노하우를 바탕으로 국내 주류시장에 새로운 활력을 불어넣겠다'고 말했다.



"정품 원저! 쉽게 확인하세요" 에스 코드(YES Code) 도입

디아지오코리아는 3월 19일 제품 라벨의 숫자만으로 정품임을 확인할 수 있는 시스템 '에스코드, YES Code' (Your Ensured Security Code)를 국내 최초로 도입한다고 밝혔다. 원저의 에스 코드는 제품을 담고 있는 병의 라벨 표면에 고유의 9자리 숫자 중 마지막 4자리를 비닐 보호 캡실의 표면에 동일하게 부여함으로써, 두 숫자가 동일하면 정품으로 인증하는 시스템이다. 에스코드는 원저 12년산, 17년 산에 적용된다고 한다.

와인사업 본격 진출

디아지오코리아는 1월17일 프랑스 '비엔지[Barton&Guestier, B&G]', 미국의 '보리우 빈야드(Beaulieu Vineyard, BV)', 아르헨티나 '보데가 나바로 꼬레아스[Bodega Navarro Correas]', 호주의 '아기엔젤(Archangel)' 등 총 4개국 8개의 와인 브랜드를 동시에 런칭하고, 본격적으로 와인시장에 진출하였다. 이로써 디아지오코리아는 조니워커 위스키, 기네스 맥주, 스미노프 보드카를 비롯한 데킬라, 럼, 일반 증류주 등 다양한 포트폴리오를 보유한 종합 주류회사로 거듭나게 됐다.





(주)국순당



강장백세주 · 백세주 러 '푸드 엑스포' 금은상 수상

(주)국순당이 2월 16일 러시아 모스크바에서 열린 '푸드 엑스포 2007' 에서 자사의 '강장백세주' 와 '백세주' 가 금상과 은상을 수상했다.

올해로 9회째를 맞는 '푸드 엑스포' 는 파리 SIAL, 도쿄 식품박람회와 함께 세계 3대 식품박람회로 꼽힌다. 이번 박람회에는 30개국 200여개 회사에서 1,000개 정도의 주류 제품을 출품했으며, 한국 업체로는 국순당이 유일하게 참가했다.

횡성공장 견학프로그램 운영

3월 7일 횡성공장 견학을 본격적으로 전개하기 위해 홈페이지(www.ksdb.co.kr)에 공장견학을 신청할 수 있는 웹 페이지를 오픈하였다. 오전, 오후로 나뉘어 하루 2회 견학이 가능하며 35명 이상 45명 미만의 단체 관람객의 경우 국순당에서 무료로 관광 버스를 제공한다.

국순당 인터넷 사이트(www.ksdb.co.kr) 및 전화(견학운영팀 033-3404-309)로 사전에 신청하면 참여할 수 있다.

