

## (주)금복주



### '참소주' 광고모델 박한별 기용

(주)금복주(대표이사 김동구)가 '참소주' 광고모델로 인터넷 얼짱스타 출신인 영화배우 박한별을 새로 기용하기로 했다. 박한별은 8월 1일부터 1년간 '참소주'의 인쇄매체 및 동영상 광고 등에 출연한다. 박한별을 기용한 광고는 '참소주' 고유의 '깨끗한 아침'을 강조하면서 차별화된 비주얼과 메시지로 브랜드의 가치를 더욱 확고히 할 예정이다.



### '참사랑봉사단' 사랑나눔 200회차 맞아

금복주의 '참사랑봉사단'이 활동을 시작한지 200회차를 맞아 지난 6월 26일 대구 달성공원에서 열린 토요일나눔마당에서 어르신들께 식사를 제공하는 노력봉사를 실시했다.

'참사랑봉사단'은 더불어 사는 기업문화를 정착하기 위해 지난 2005년 3월 결성된 봉사단체로 전직원이 직급별로 골고루 참여한다는 원칙 아래 현재 120여명이 단원으로 참여하고 있으며 직원들은 급여에서 일정액을 각출해 봉사활동기금으로 활용하고 있다.



### '화랑' 세계주류품평회에서 금메달 수상

금복주의 계열회사인 경주법주(주)는 7월 5일 '화랑'을 미국 샌프란시스코에서 열린 '2010샌프란시스코국제와인대회'에 출품하여 최초로 라이스와인(Ricewine)부문 금메달을 수상하였다.

이번 금메달 수상은 한국 전통주종 '화랑'이 처음이며 해외의 우수한 제품들과의 경쟁에서 금메달을 수상하여 세계적으로 그 품질을 인정받아 의미를 더하고 있다.

## 대선주조(주)



### 창립 80주년 맞아 '제2의 도약' 다짐

대선주조(주)(대표이사 주양일)가 창립 80주년을 맞아, 지난 7월 23일 본사에서 기념행사를 갖고, 제2의 도약을 향한 새 출발을 다짐했다.

이날 행사에는 230여명의 임직원 뿐 아니라, 세왕금속 김광 사장과 부산상공회의소 박종수 부회장도 참석하여 자리를 빛냈다.

'80년의 희망으로 100년의 희망을'을 주제로 80년 성장과정을 되돌아보면서 숨은 공로자인 선배 임직원의 노력과 부산시민의 사랑에 대한 감사의 인사를 전하는 동시에 전 직원의 노고를 격려하는 시간을 가졌다.



### 부·경지역 기업 홍보 캠페인 5차 대상자 선정

대선주조는 7월 7일 본사 회의실에서 시원소주 보조상표에 기업홍보를 무료로 지원하는 '2010 부산·경남 지역 기업 홍보 캠페인'의 5차 대상으로 5개 기업을 선정하고, 각 기업의 홍보상표가 부착된 기념주 전달식을 가졌다.

이번에 선정된 기업은 부산경남우유협동조합, 세계식품(주), (주)솔라우스, (주)석하상사, (주)팻스원,으로 총5개 기업이다.



### 부산서 한예슬 팬 사인회 및 이벤트당첨자 시상식 가져

대선주조는 8월 13일 CGV서면점에서 '예슬소주 마시고 홍콩가자' 이벤트 당첨자 시상식과 고객 100명을 초청해 시원소주 전속모델 한예슬 팬 사인회를 가졌다.

창립80주년과 시원소주 30억 병 돌파를 기념해 마련된 이번 행사는 이벤트 당첨자에게 감사와 축하의 메시지를 전하고, 전속모델과의 팬미팅을 통해 고객과의 친밀감 형성과 소통의 채널을 다양화 하자는 취지에서 기획됐다.

## (주)롯데주류BG



### '처음처럼 멀티카' 로 경포대 해변 이벤트

(주)롯데주류BG(대표이사 김영규)는 7월 29일 부터 2주 동안 경포대 해수욕장에서 여름 이벤트 '2010 처음처럼 Shake & joy 페스티벌' 을 개최했다.

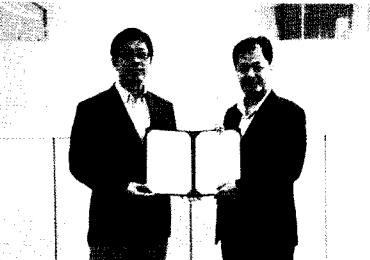
이 행사를 위해 5톤 규모의 시스템이 강화된 '처음처럼 멀티카' 를 내 세워 경포대 피서객들을 위한 해변 가요제 · 커플게임 · 경품행사 등 다채로운 이벤트를 진행했다.



### '사랑의 1004운동' 1년 활동 마무리

롯데주류BG는 7월 19일 8차 전달식을 마지막으로 '사랑의1004운동' 업무협약에 따라 조성된 성금 1천366만3천원을 부산사회복지공동모금회(회장 이장호) 측에 전달했다.

부산사회복지공동모금회는 지난해 7월 롯데주류BG주의 상품 '처음처럼' 이 판매될 때마다 병당 20원씩 적립, 1천4만원이 되면 후원금을 전달하는 방식의 업무협약을 1년 동안 체결했다.



### 서울디지털대와 산학협력 체결

롯데주류BG는 서울디지털대학교와 7월 30일 산학협력을 체결했다.

서울디지털대는 이번 협약을 통해 롯데주류 임직원들을 대상으로 위탁 교육 과정을 제공하며, 입학금 전액과 수업료의 20%를 장학금으로 지원하게 된다.

## (주)무학

2010년 7월 주요 활동



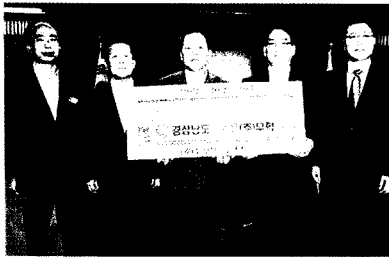
### 유가증권 시장으로 이전상장

(주)무학(대표이사 최재호)은 지난 7월 20일 코스닥 시장에서 유가증권 시장으로 이전 상장하였다.

이를 기념하여 한국거래소 유가증권 시장본부는 이날 오전 서울사옥 종합홍보관에서 무학의 이전상장기념식을 개최했다.

### 북한대학원대학교 발전기금 3억 전달

무학 최재호 회장은 7월 7일 경남대에서 박재규 총장에게 평화통일을 위한 인재 양성에 힘써 달라며 북한대학원대학교 발전기금 3억원을 전달했다.



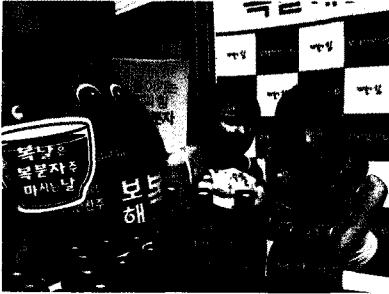
### 경남 전국체육대회 홍보 지원

무학이 자사의 소주로 오는 10월 경남에서 열리는 전국체육대회 알리기에 나선다.

지난 7월 29일 도청 회의실에서 경남도와 제91회 전국체육대회의 성공적인 개최를 위한 홍보지원 협약을 체결했다.

협약에 따라 무학은 8월 달부터 주력 제품인 화이트소주에 전국체육대회 개최를 알리는 상표를 부착, 전국에 공급하였다.

## 보해양조(주)



### 삼복더위 기간 복분자주 무료 증정

보해양조(주)(대표이사 임건우)가 7월 19일 삼복더위 기간에 업소와 대형 할인점에서 미니어처를 무료로 나눠주는 등 복날과 복분자주를 연계하는 마케팅을 펼쳤다.

보해양조 관계자는 해마다 복날이면 소비자들이 몸을 보양하면서 술도 몸에 좋은 것으로 알려진 복분자주를 선택하는 비율이 높았으며, 보양식에 잘 맞는 복분자주를 곁들이며 지친 기운을 북돋우길 기대한다고 말했다.



### '젊은 잎새 사랑 나누미' 봉사활동 300회 돌파

보해양조의 '젊은 잎새 사랑 나누미'가 봉사활동 300회를 돌파했다. 보해양조는 7월 26일 "광주, 목포, 서울 등 전국 각 지역에서 75명이 동시 봉사활동을 펼친 젊은 잎새 사랑 나누미 봉사단이 7월 24일자로 봉사활동 300회를 넘어서게 됐다"고 밝혔다. 젊은 잎새 봉사단은 이날 봉사활동 300회를 맞아 다양한 봉사활동을 진행해 눈길을 끌었다.



### 한국전 참전용사 초청 행사

보해양조는 한국전 60주년을 맞아 7월 23일 한국전 참전용사 초청 견학 행사를 실시했다. 이날 행사에는 미국인과 한국인 등 총 20여명의 참전용사가 참여해 전남 장성공장을 둘러본 뒤 보해양조가 마련한 오찬을 함께 했다. 보해양조는 참전용사에게 기념품도 증정했다.

지난 2000년에도 미국인과 호주인으로 구성된 한국전 참전용사 초청 행사를 가진 바 있다.

## (주)선양



### 'O2린 마시고 맘마미아 보러 가자!' 이벤트 진행

에코원선양(회장 조웅래)은 'O2린'과 '버지니아'를 사랑해 준 고객들의 성원에 보답하는 BIG 이벤트를 진행했다. 전세계 3천만 관객 돌풍의 블록버스터 뮤지컬 '맘마미아'를 무료로 관람할 수 있는 기회를 제공하였다. 국내 최정상 뮤지컬 배우 최정원, 남경주, 전수경 등이 출연한 '맘마미아'는 9월 30일 대전문화예술의전당에서 공연 되었으며, 공연 전좌석을 에코원 선양이 구매하여 이벤트 당첨자에게 제공하였다.



### 대전사회복지공동모금회와 업무협약 체결

에코원 선양과 사회복지공동모금회 대전시지회(회장 이갑우)는 8월 19일 오후 대전시 서구 둔산동 대전사회복지공동모금회 회의실에서 사회공헌활동에 관한 업무협약을 체결했다. 이날 협약에 따라 선양과 대전 사회복지공동모금회는 상호 발전과 우호 증진을 통해 대전지역의 사회복지 향상을 위해 공동 노력하기로 했다.

## (주) 보배



### 전북현대와 하이트소주 제공 업무 제휴

(주)보배(대표이사 윤기노)가 8월 23일 전북현대와 손을 잡고 하이트소주를 팬들에게 제공기로 하였다.

보배는 전북현대가 올 해 남은 흥경기 동안 승리를 거둘 경우 30여 곳의 후원의 집에서 특별 제작한 하이트 소주를 테이블 당 한 병씩 제공기로 한 것이다.

이번 업무제휴는 전북을 통해 지역축구 붐 조성과 지역 경제 활성화를 도모하기 위해 맺게 됐다. 특히 특별 제작된 축구공이 그려져 있는 병뚜껑을 가져오는 팬들에게는 일반석에 한해 무료입장의 기회도 제공한다.

## (주)진로



### 참이슬 후레시 이마트 입점

(주)진로(대표이사 윤종웅)의 참이슬 후레시가 4년 만에 신세계 이마트에 입점하였다.

진로는 8월 10일부터 참이슬 후레시를 이마트에 입점하고 이웃돕기 행사를 전개했다.

8월 10일부터 9월 12일까지 한 달간 이마트에서 판매된 참이슬 후레시 1병당 20원씩의 기금을 조성하였다. 조성된 기금은 독거노인, 소년 소녀 가장 등 이웃돕기에 사용된다.



### 쌀 100% 일품진로 출시

진로는 6월 8일 100% 쌀로 빚은 증류식 소주 '일품진로'를 새롭게 출시했다.

'일품진로'는 알코올 도수가 23도로 낮아지고, 강한 뒷맛 대신 은은한 향과 부드러운 맛을 살린 것이 특징이다.

또 한문으로 표기됐던 일품진로를 국문으로 바꾸고, 천마총 금관의 이미지에서 따온 왕관과 병 상단 중앙에 삽입한 봉황 이미지로 품격을 높였다. 출고가(360ml)는 7,000원이다.



### 참이슬 7,000만병에 한방엑스포 홍보 협약

진로가 2010제천국제한방바이오엑스포 홍보에 나섰다.

진로와 한방엑스포 조직위원회는 7월 8일 조직위원회 영상회의실에서 업무협약식을 갖고 한방엑스포 홍보에 힘을 모으기로 약속했다.

7월부터 9월까지 생산된 소주 7,000만병과 홍보 포스터 6,000장, 홍보용 앞치마 3,000매에 한방엑스포 홍보도안을 삽입하였다.

## (주) 충북소주



### 적십자사로부터 '좋은친구' 명패 전달받아

대한적십자사 충북지사는 7월 16일 '나눔으로 만나는 좋은 친구' 캠페인에 동참하고 있는 충북소주에 '좋은 친구' 명패를 전달했다. (주)충북소주(대표이사 장덕수)는 지난 2월 충북지사와 사회공헌협약을 체결한 후 임직원들 50여명이 매월 일정액을 기부하는 후원회원(REDCROSS FRIENDS)에 가입했다.

### 청원생명축제 후원협약

충북소주와 충북 청원군은 7월 27일 군청에서 '2010청원생명축제' 후원 협약식을 가졌다.

충북소주는 이번 협약에 따라 8월부터 9월까지 생산된 '시원한 청풍' 소주 700만병에 청원생명축제 홍보 보조 상표를 붙여 판매·유통한다. 또 포스터 5만 매와 앞치마 2만 개를 제작해 식당과 업소 등에 무료로 배포하였다.

## (주)한라산



### '한라산 허벅술' 세계적 명품주 반열 '등극'

(주)한라산(대표이사 현승택)은 8월 22일 영국에서 열린 '2010 국제주류품평회(IWSC, International Wine and Spirit Competition)'에 참가한 결과 허벅술이 은상 가운데 최고 상인 '실버 베스트 인 클래스'을 수상했다.

한라산 허벅술은 2007년 이 대회 은상(실버) 수상에 이어 3년 만에 은상 중에서 베스트 상까지 차지하면서 명품 전통주로서의 진가를 공인받는 등 심사위원단으로부터 세계적 프리미엄 명주로 공인받았다.



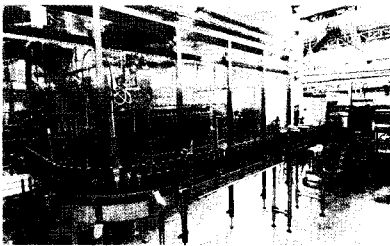
## 오비맥주(주)



### '전사 업무 혁신 프로젝트' 추진

오비맥주(주)(대표 이호림)는 7월 8일 오비맥주 본사 12층에서 양사 임직원들이 참석한 가운데 삼정KPMG컨설팅을 '전사 업무 혁신 프로젝트' 추진 사업자로 선정하고 업무 제휴 조인식을 가졌다.

오비맥주는 이번 '전사 업무 혁신 프로젝트'를 통해 각 부서의 중복된 업무를 통합하고 업무 프로세스 혁신을 통해 직원들의 업무 효율성을 극대화하는 물론 경영진이 보다 효과적이고 전략적인 의사결정을 내릴 수 있는 기반을 마련한다는 방침이다.



### 이천공장 생산설비 65억 투자

오비맥주는 6월 29일 경기도 이천 공장에서 오비맥주 임직원 및 관련 업계 주요 인사들이 참석한 가운데 카스 제품의 신규 생산설비 투자 기념식을 진행했다.

이번 생산설비 투자는 카스 브랜드의 지속적인 성장과 카스 제품의 판매량 증가로 인해 급격히 늘어나고 있는 시장수요를 신속하게 충족시키기 위해 이천 공장에 65억원 규모의 투자가 이루어졌다.



### 카스라이트 출시 79일만에 2천만병 돌파

오비맥주가 신제품 '카스 라이트' 출시 45일만에 1천만병을 판매한지 불과 한 달여만에 2천만병을 판매 기록했다.

또한 8월 말까지 이태원 해밀턴호텔 야외 수영장에서 매주 주말(토, 일) 오후 2~3시를 '카스 라이트 타임'으로 지정해 무료 증정행사를 진행했다.

## 하이트맥주(주)



### ‘드라이피니시d’ 출시

하이트맥주(대표이사 이장규)가 8월 5일 신제품 ‘드라이피니시 d’ (DryFinish d)를 출시했다. 드라이피니시 디는 하이트맥주가 맥주연구 소인 덴마크의 ‘덴브루’와 기술제휴를 맺고 5년 동안 개발 끝에 내놓은 드라이 타입(Dry Type) 맥주로, 호주 청정지역의 맥아와 북미산 아로마 호프를 원료로 사용했다. 알콜도수는 5도이며 500ml기준 소비자가는 1021.80원이다.



### 한국메이크어위시재단 후원 협약

하이트맥주는 8월 9일 청담동 본사에서 한국메이크어위시재단과 ‘위시 온 더 그린 위드 하이트(Wish on the Green with HITE) 캠페인’ 협약식을 가졌다.

한국메이크어위시재단은 전 세계 36개국에서 활동 중인 메이크어위시 재단 국제본부의 한국 지부로 국내 유일의 난치병 어린이들을 위한 전문적인 소원성취 기관이다. 이 재단은 한국여자프로골프협회(KLPGA)의 공식 후원을 받고 있다.



### QR코드 마케팅

하이트맥주가 8월 12일 신제품 ‘드라이피니시 d(DryFinish d)’에 국내 맥주업계 최초로 QR(Quick Response)코드를 첨부해 판매한다고 밝혔다. QR코드는 바코드의 용량 제한을 극복한 2차원의 바코드로 숫자외에 문자된 다양한 데이터를 저장할 수 있다.

‘드라이피니시 d’의 QR코드를 스캔하면 맥주와 거품을 최적비율인 8대 2로 맞춰 따를 수 있는 ‘d-포인트’에 대한 설명과 4분 분량의 브랜드 스토리 다큐멘터리 등을 볼 수 있다.

## 디아지오 코리아(주)



### 원저17, 세계 최고 위스키 선정

디아지오코리아(주)(대표이사 김종우)는 원저17이 7월 영국에서 열린 세계적인 주류평가대회 IWSC(International Wine & Spirit Competition)에서 15~17년산 블렌디드 스카치위스키 중 가장 높은 점수를 받아, 최고상인 골드 베스트인 클래스(Gold Best in Class)를 수상했다고 8월 11일 밝혔다.

이번 수상으로 원저 17은 전 세계에서 가장 많이 팔리는 슈퍼프리미엄 위스키일 뿐 아니라, 품질 또한 세계 최고 수준임을 인정받게 돼 원저의 글로벌 브랜딩 전략이 한층 더 탄력받을 전망이다.



### 아카데미 시상식 공식 와인 한국 출시

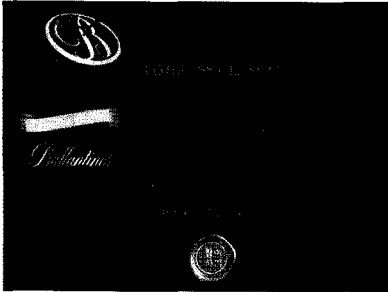
디아지오코리아는 7월 6일 세계 최대의 와인 생산지인 캘리포니아 나파밸리에서 기자회견을 열고 스텔링 와인 6종을 국내에 선보였다. 이번에 소개된 스텔링 와인 6종은 스텔링 리저브 까베르네 소비뇽, 스텔링 SVR 레드, 스텔링 리저브 샤르도네 등 스텔링 빈야드 리저브 와인 3종과 스텔링 나파 밸리 까베르네 소비뇽, 스텔링 나파 밸리 멜롯, 스텔링 나파 밸리 샤르도네 등 스텔링 빈야드 나파 밸리 와인 3종이다.



### 영화 '인플루언스' 개봉

디아지오코리아에서 제작한 이병헌, 한채영 주연의 '인플루언스'가 8월 19일 일반 상영관에 걸렸다. 디아지오코리아는 영화 '인플루언스'를 롯데시네마 에비뉴엘관, 건대입구관, 부산 서면관 등 서울과 부산 주요 극장에서 개봉했다. 국내에서 광고 형태로 이용하기 위해 제작된 영화가 개봉되는 것은 매우 이례적이다.

## 페르노리카 코리아 임페리얼(주)



### '발렌타인 타임리스 클래식 콘서트' 개최

페르노리카 코리아 임페리얼(주)(대표이사 프랭크라베르)는 발렌타인의 뉴패키지 출시를 기념해 9월 2일 여의도 한강공원 플로팅 스테이지에서 '발렌타인 타임리스 클래식 콘서트'를 펼쳤다.

'발렌타인 타임리스 클래식 콘서트'는 발렌타인의 의미있는 패키지 변화를 기념함과 동시에 200여 년을 이어온 오랜 역사 속에서 최고의 프리미엄 스카치 위스키의 변치 않는 품격을 지켜온 발렌타인의 가치를 소비자들과 공유하고자 마련되었다.



### 발렌타인 뉴패키지 출시

페르노리카코리아는 스카치 위스키 발렌타인 17년, 21년, 30년산의 패키지(포장)를 변경한 새로운 제품을 7월 26일 선보였다.

발렌타인이 처음 출시된 이래 시대흐름에 따라 로고 등의 변화가 있었지만 17, 21, 30년 전 제품에 대해 전격적인 디자인 변경을 실시한 것은 이번이 처음이다.

새 옷을 갈아입은 발렌타인의 가장 큰 변화는 라벨이다. 발렌타인만의 스타일은 유지하되 기존 라벨을 두 개의 라벨로 분리했다.