



광고가 밝힌 작은 빛, 세상을 움직이는 큰 울림

스포츠동아 광고대상... '깊고 큰 울림' 6편의 수상작들

뛰어난 콘텐츠와 디자인, 혁신적이고 신선한 아이디어로 소비자의 마음을 깊게 울리는 광고 6편이 2018 스포츠동아 광고대상 수상작으로 선정됐다. 코웨이 '시대의 고민' 편이 본상 기업PR상을, KT '대한민국을 위한 오늘의 기술' 편이 본상 크리에이티브상을 수상했다. 아모레퍼시픽 '아이오페 맨 에어쿠션' 편과 롯데칠성음료 '당신의 하루에 청량함이 가득하도록' 편, 허시파피 '추석맞이 가을애 가족애' 편, 동국제약 '마데카솔' 편이 각각 최우수상을 받았다. 수상작들은 독창적이고 뛰어난 크리에이티브와 시대 흐름에 맞는 트렌드로 소비자들에게 강렬하고 차별화된 메시지를 전달하고 있다.

2018 스포츠동아 광고대상

본상	업체명	수상작
기업PR상	코웨이	"시대의 고민" 편
크리에이티브상	KT	"대한민국을 위한 오늘의 기술" 편
최우수상	업체명	수상작
	아모레퍼시픽	"아이오페 맨 에어쿠션" 편
	롯데칠성음료	"당신의 하루에 청량함이 가득하도록" 편
	허시파피	"추석맞이 가을애 가족애" 편
	동국제약	"마데카솔" 편



본상-기업PR상

코웨이

시대의 고민



미세먼지 등 사회적 고민에 '청정 솔루션' 제시



박종주 마케팅본부장

코웨이의 '시대의 고민' 인쇄광고가 2018 스포츠동아 광고대상 수상작으로 선정된 것에 대해 진심 어린 감사의 말씀을 드립니다. 코웨이는 생명의 기본인 물과 공기를 다루는 라이프 케어 기업으로서 안심하고 마실 수 있는 깨끗한 물, 신뢰할 수 있는 청정한 공기를 제공하기 위해 최선을 다하고 있습니다. 날이 갈수록 환경오염이 심각해지면서 깨끗한 물과 공기의 소중함이 여는 때보다 절실히 와 닿는 요즘입니다. 특히 미세먼지를 비롯한 대기오염에 항상 노출돼 있어,

건강은 물론 삶의 방식에도 영향을 받고 있습니다. 아프지 않아도 마스크를 써야 하고, 따뜻한 봄바람에 대한 기대보다는 황사바람에 대한 걱정이 앞서는 현실 속에서, '시대의 고민' 인쇄광고 캠페인은 깨끗한 공기에 대한 사회적 고민을 이슈화 하고 공감대를 형성하고자 했습니다. 그 고민에 대한 답으로 코웨이의 청정 솔루션을 제시하고, 이를 선도적으로 해결해나간다는 의지를 표현한 이번 인쇄광고는 신뢰감 있는 모델 공유를 통해 더욱 설득력을 갖게 됐다고 생각합니다. 앞으로도 코웨이는 고객의 고민에 '청정'이라는 답을 제시하기 위한 노력을 멈추지 않겠습니다. 감사합니다.

심사평

김광규 심사위원장 (사)한국브랜드협회장

깨끗한 물과 공기 위한 '코웨이의 고민' 공감



김광규 심사위원장

스포츠동아는 독자들이 선호하는 신문이며, 스포츠에 대한 열망과 기대에 부응하기 위한 목적으로 올해의 최고 광고작품을 선정, 국내기업의 광고 산업 발전과 함께 올바른 광고 문화 창달에 기여하기 위해 광고대상을 제정했습니다. 완성도 및 기획력, 참신성 및 아이디어, 적합성 및 수용성을 심사 평가항목으로, 심사위원단의 엄정한 심사기준에 의거해 기업PR상, 크리에이티브상, 최우수상 등 총 6개 기업의 광고를 2018 스포츠동아 광고대상에 선정했습니다. 크리에이티브상에 선정된 "대한민국의 생명을 살리는 일, KT가 스카이스킵으로 함께 합니다"라는 헤드라인의 KT '스카이스킵 재난안전망' 편 광고는 해양경찰, 권역 외상센터 등 실제 진행한 재난훈련 상황을 5세대 기술이 더 이상 먼 미래의 것이 아닌 현재 우리주변에서 만날 수 있는 실재기술이라는 의미와 좀더 편리하고 안전하며 쾌적하게 바꾸려고 하는 KT의 기업 의지를 크리에이티브로 표현해낸 주목도 높은 우수한 광고입니다. 기업PR상을 수상한 코웨이의 "시대의 고민에 코웨이가 답하다"라는 광고도 생명의 기본인 물과 공기를 다루는 라이프케어 기업으로서 안심하고 마실 수 있는 깨끗한 물과 신뢰할 수 있는 청정한 공기를 제공한다는 기업의 이미지를 지명도 높은 모델인 공유를 통해 표현해낸 소구력이 뛰어난 광고입니다. 최우수상을 수상한 동국제약의 마데카솔 광고도 상처에 흉 지지 않게 한다는 제품의 경쟁적인 특징점을 콘셉트로 표현해낸 우수한 광고이며, 롯데칠성음료의 칠성사이다 광고도 "맑고 깨끗함 맛 칠성사이다"라는 제품의 콘셉트를 중심 아이디어로 표현했습니다. 아모레퍼시픽의 Iope Men 광고는 "자신있는 남자의 완벽한 스타일링"이라는 슬로건을 통해 밝은 미소와 함께 맑고 깨끗한 피부를 가진 남성 모델을 통해 제품과 브랜드이미지를 제고시

킨 감성적인 광고이며, 허시파피 광고도 특별세일을 고지하는 마케팅 지향의 주목도 높은 광고입니다. 기업은 소통과 연결의 적절한 피드백을 주고받으며 모든 것이 열려 있어야 생명력을 얻게 되고 생존하고 더욱 성장할 수 있습니다. 시장은 항상 새로운 경쟁을 통해 시장점유율이 높은 인지된 기업이나 브랜드를 선호하기 때문에 항상 시장상황이나 경쟁상황에 대한 반응에 겹쳐히 대비하며 그에 따라 혁신하려는 자세가 요구됩니다. 시장은 항상 새로운 승자를 기대하고 있습니다(Markets always expect new champion). 광고제품에 대한 가치나 시장의 흐름도 소비자들에 의해 결정되며, 경기가 침체될수록 소비자에 대한 습관 선점이나 마음을 얻으려는 경쟁은 더욱 치열하게 전개됩니다. 기업의 광고 마케팅 전쟁 4.0시대에는 소비자들의 욕구를 발견하고 자극해 '습관화'시키는 것이 핵심 수단이며, 기술만이 아니라 고객의 습관을 바꾸고 마음을 얻는 기업이 최후의 승자가 될 것입니다. 독창적이고 우수한 신문광고 크리에이티브란 고객의 마음속에 포지셔닝할 수 있는 차별화된 메시지를 반드시 내포하고 있어야 합니다. 광고는 소비자의 마음이 움직일 수 있도록 공감할 수 있는 메시지와 크리에이티브로 승화시켜 표현할 수 있어야 합니다. 기업과 제품, 브랜드의 독특하고 차별화된 경쟁력 있는 가치를 강조하면서도 소비자에 대한 트렌드를 예측하고 크리에이티브 콘셉트로 승화시켜 표현해낸 주목도 높은 광고가 요구됩니다. 광고는 기업과 소비자 간의 커뮤니케이션 도구와 수준을 넘어 생활 전반에 걸쳐 비중 있는 대중문화로 인정받고 있습니다. 2018 스포츠동아 광고대상은 우수하고 탁월한 광고작품을 재조명하고 유능한 광고인을 격려, 고무함으로써 국내 광고 산업의 발전과 올바른 건전한 광고 문화 창달에 크게 기여할 것으로 생각합니다. 2018스포츠동아광고대상에 선정된 기업에 축하를 드립니다.