

광동제약, 임시완 출연 액티비티음료 '온더그린' CF 공개

광동제약은 액티비티음료 '온더그린' 모델 임시완이 출연한 CF를 공개했다. '온더그린'은 올해 광동제약이 새롭게 출시한 스포츠음료와 에너지링크의 장점을 가진 저칼로리 음료다. 포스를 비롯한 아웃도어 액티비티에 적합한 음료를 찾는 소비자들의 니즈를 반영했다. 임시완이 주말골퍼로 등장하는 CF는 '잘하고 싶으니까 더'라는 테마로 5편의 에피소드로 제작했다.



전용폰·한정판 에디션 앞세운 스마트폰 마케팅

'5분 완판' 포켓몬 폰... 갤럭시 퀴텀3, 보안성 확대

〈갤럭시 퀴텀3〉

기기 제조사와 이동통신 기업들이 스마트폰 마케팅에 공을 들이고 있다. 삼성전자는 기존 제품의 색상을 다양화하는 컬러마케팅을 넘어, 인기 브랜드와 협업한 한정판 에디션 등 다양한 특징을 갖춘 제품을 연이어 선보이고 있다.

이동통신 기업들도 양자보안 등 특화 기능을 가진 전용폰을 내놓는 등 차별화를 꾀하고 있다. 제품 라인업을 확대해 가입자를 끌어 모으기 위한 전략으로 보인다.

삼성, 포켓몬 한정판 패키지 선보여 "특별한 협업 통해 고객 경험 제고" SKT, 세 번째 양자보안 폰 출시 스마트폰 금융거래 시 더 안전하게



삼성전자가 포켓몬스터와 협업해 디자인한 액세서리들로 구성된 패키지 상품 '갤럭시Z플립3 포켓몬 에디션'(왼쪽)과 SK텔레콤이 26일 전용폰으로 선보인 양자보안 5G 스마트폰 '갤럭시 퀴텀3'.

사진제공 | SKT-삼성전자



●포켓몬·휠라 품은 '갤럭시Z플립3' 인기

요즘 젊은 세대들 사이에서 하나의 문화로 자리잡은 '폰꾸'(폰 꾸미기) 트렌드의 패키지 제품이 늘고 있다. MZ세대에 인기가 많은 '갤럭시Z플립3'가 대표적인 제품군이다. 삼성전자는 갤럭시Z플립3와 약 40개 브랜드가 협업한 다양한 액세서리를 선보이며 이런 트렌드를 이끌어왔다.

25일에는 포켓몬스터와 협업해 디자인한 커버와 키링, 가죽 파우치, 그림톡, 포켓몬 스티커 등의 액세서리들로 구성된 패키지 상품 '갤럭시Z플립3 포켓몬 에디션'을 선보였다. 이 패키지 상품은 128만400원의 높은 가격에도 불구하고 판매 5분 만에 공식 판매처인 삼성닷컴에서 완판되는 기록을 세웠다.

SPC의 '포켓몬뱅크'처럼 소비자들의

추억을 되살리는 전략이 주효했던 것으로 보인다. 지난달에는 SK텔레콤이 글로벌 스포츠 브랜드 휠라와 함께 T다이렉트샵 단독 프로모션으로 한정판 '갤럭시Z플립3 휠라 에디션'을 선보이기도 했다.

삼성전자 관계자는 "추후에도 갤럭시Z플립3 포켓몬 에디션같은 특별한 협업을 통해 소비자들에게 다양한 경험을 제공할 수 있도록 준비하겠다"고 말했다.

●이동사, 양자보안폰 등 전용폰 출시

이동통신 기업들도 최근 잇달아 전용폰을 내놓고 있다. SK텔레콤은 삼성전자와 함께 양자보

안 5G 스마트폰 '갤럭시 퀴텀3'를 26일 출시했다. SK텔레콤이 선보이는 세 번째 양자보안 폰으로, 세계에서 가장 작은 크기의 양자난수생성(QRNG) 칩셋을 탑재했다. 양자보안으로 서비스 앱을 보호하고 단말 외장메모리 데이터를 QRNG로 암호화하는 것이 특징이다.

전작인 '갤럭시 퀴텀2'가 제공했던 양자보안 서비스의 편의성과 적용 영역을 더욱 확대해 T월드와 T멤버십, 11번가 등 SK텔레콤과 SK 정보통신기술(ICT) 패밀리사들이 제공하는 서비스 앱들은 물론 은행과 카드, 페이 등 금융 앱과 소셜네트워크서비스(SNS), 게임에 이르기까지 다양한 서비스 앱에 양자보안

을 제공한다.

특히 스마트폰 금융거래가 활성화되면서 양자암호로 서비스 앱의 로그인, 인증, 결제, 잠금해제, OTP생성에 이르는 과정을 보호받을 수 있을 것으로 기대된다. 제품의 출고가는 61만8200원이다.

KT는 22일 '갤럭시 점프2'를 전국 K T매장과 공식 온라인몰 KT샵을 통해 단독 출시했다. 40만 원대(41만9100원) 합리적 가격의 5G 스마트폰이다. 신한 제휴카드를 활용하면 2년간 최대 55만 원의 할인 혜택을 받을 수 있는 등 KT만의 혜택도 준비했다.

김명근 기자 dionys@donga.com

애경산업 '랩스 V3 다목적 알코올 티슈' 출시



애경산업이 '랩스 V3 다목적 알코올 티슈'(사진)를 내놓았다. 키보드와 문고리 등 손이 자주 닿는 주변 위생 관리에 도움을 주는 다목적 티슈다. 티슈 사용 후 빠른 건조로 물자국 없이 깨끗한 청소를 돕는다. 대장균과 녹농균 등 유해세균 6종을 대상으로 한 99.99% 살균 테스트를 완료했다. 곡물에서 추출한 '곡물발효에탄올'을 함유해 건강하고 깔끔한 위생관리가 가능하다. 두툼한 원단을 사용해 찢어짐이 적으며, 부드러운 사용감이 특징이다.

G마켓, '랜더스데이X신세계푸드' 프로모션

G마켓은 야구 시즌을 맞아 5월1일까지 '랜더스데이X신세계푸드' 프로모션을 연다. 랜더스스낵 등 신세계푸드의 홈파티 음식부터 간식, 베이커리, 신선식품을 모아 특가에 판매한다. G마켓 회원 모두에게 3000원 이상 구매 시 최대 10만 원까지 할인되는 '20% 할인쿠폰'을 지급하고, 스마일클럽 회원에게는 동일한 쿠폰을 한 장 더 제공한다. 대표 제품은 피코크 순회네 빈대떡, 포터하우스 스테이크, 올반 곰표 밀누룻고, 밀크앤허니 아인슈타인 브로스 베이글, 조선호텔 열무김치, 손질 노르웨이 고등어 등이다. 일부 품목은 오후 6시 이전 주문 시 당일 발송되는 스마일배송으로 받아볼 수 있다.

지방흡입 특화 365mc, 유튜브 구독자 30만 돌파

지방흡입 특화 의료기관 365mc의 유튜브 구독자가 30만 명을 넘었다. 병원 유튜브 채널을 30만 명이 넘게 구독하는 것은 이례적이다. 365mc는 유튜브 채널을 통해 비만과 지방흡입에 대한 정보를 전달하고, 주변과의 학적인 도움을 통해 해결할 수 있도록 인식개선 캠페인을 펼쳐왔다. 특히 마스코트 지방이 캐릭터를 활용해 비만 문제를 보다 친근하고 익숙한 감성으로 다가가는 영상들을 업로드해 왔다. '지방이 광고6탄, 지방이 네버다 이'의 경우 누적조회 4653만회를 기록했다.

건강 올레길 | 우리 동네 주치의의 건강학

라파엘병원, 갑상선암 치료 임상결과 발표 "10년 추적...레이저 치료의 중요성 입증해"



대구 라파엘병원(윤현대 병원장)이 갑상선 미세암 환자를 대상으로 비수술 레이저 치료를

10년간 장기적으로 시행한 임상연구 결과를 발표했다. 영남대병원 내분비대사내과 연구팀과 같이 2008년부터 2011년까지 갑상선 미세암 환자 90여 명을 대상으로 연구를 진행해 미국 갑상선 학회지 최근호(2021년 11월호)를 통해 공개했다.

라파엘병원이 발표한 10년 추적 임상연구 결과는 갑상선 미세암 치료에 있어서 레이저를 이용한 비수술적 미세집습치료의 중요성을 입증한 연구다. 레이저 치료는 수술과 거의 동등한 수준의 치료 효과를 이끌어낼 수 있음을 보여준다.

윤현대 병원장은 "갑상선 미세암은 양호한 예후를 보이므로 최근에는 수술적 치료 없이 일단 암이 진행되는지 면밀히 관찰하면서 그냥 지켜보는 '적극적 감시'만 시행하는 경우가 많다"며 "적극적 감시법은 암이 잔존해 있어 환자 불안감이 지속되며, 실제 암이 진행되는 경우 수술법위가 커지고 추가치료가 필요할 수 있다. 또한 드물긴 하지만 치료하지 않고 오래 놔두게 되면 미분화암으로 변할 수 있다"고 설명했다.

이어 "그래서 최근 레이저를 이용해 비수술적으로 암을 제거하는 미세집습치료에 대한 관심이 증가하고 있다"며 "천천히 진행되는 갑상선암의 특성을 고려해 볼 때, 치료로서 효과를 인정받기 위해서는 최소 10년 이상의 장기 추적관찰 연구가 필요하다"고 덧붙였다.

김재범 기자 oldfield@donga.com

11번가, 2030 남성 특화 '요즘패션 MAN' 오픈

11번가는 2030세대 남성에게 특화된 남성 패션 전문 코너 '요즘패션 MAN'(사진)을 오픈했다.

상품기획자(MD)가 직접 MZ세대 남성의 시즌별 패션 트렌드를 기반으로 맞춤형

패션 아이템과 브랜드를 엄선해 선보이는 코너다.

연중 상시로 운영되는 요즘패션 MAN은 원파일웨어, 데이트 코디룩, 캠핑룩, 봄맞이룩 등 스타일별로 2030 남성에게 인기



를 끄는 브랜드와 상품을 제안하는 것이 특징이다.

신현선 11번가 MD는 "성장 가능성이 높은 남성패션 시장에서 주 소비층으로 떠오르는 2030 남성들을 위한 손쉬운 온라인 패션 쇼핑 환경을 만들어 갈 것이다"고 말했다.

김명근 기자

"MZ직원 아이디어가 제품으로" ...CJ제일제당 ESG 식품 브랜드 '익사이클' 론칭

깨진 조각쌀과 콩비지 60% 함유 버린 페트병 재활용한 포장재 사용 다양한 푸드 업사이클 출시 예정

CJ제일제당 MZ세대 직원들의 아이디어가 실제 사업화로 이어졌다. CJ제일제당은 26일 식품 사내벤처 프로그램 '이노백'을 통해 발굴한 푸드 업사이클 사업 전문 ESG 식품 브랜드 '익사이클'을 론칭하고 스낵 '익사이클 바삭칩' (사진) 2종을 선보였다.

익사이클(Excycle)은 '익사이팅(Exciting)'과 '푸드 업사이클(Food Upcycle)'을 조합한 용어로 '즐거운 업사이클 문화를 만든다'는 비전을 담았다. 가치소



비를 추구하며 식품을 건강하게 즐기고 싶은 2030 MZ세대에게 더욱 가까이 다가갈 계획이다.

익사이클 바삭칩은 깨진 조각쌀과 콩비지가 60% 함유된 고단백 영양 스낵이다. '식품 부산물이 뭐가 할 수 있지 않을까'라는 지속가능성 차원에서 기획했다. 계란 한 개 분량의 단백질과 바나나 두 개 분량의 식이섬유를 담았다. 스낵의 바삭함을 즐기면서 단백질과 식이섬유의 영양소도 함께 챙길 수 있다는 게 회사 측 설명이다.

담백한 오리지널과 매운맛의 핫스파이시 등 2종으로 구성했다. 포장재는 쓰고 버린 페트병을 재활용해 친환경적 가치를 더욱 높였다. 회사 측은 "익사이클

바삭칩은 직원들의 혁신적인 아이디어가 자연스럽게 실제 사업화로 이어지는 수평적 조직문화 속에서 탄생했다는 점에서 의미가 크다"며 "MZ세대의 라이프 스타일에 부합하는 다양한 푸드 업사이클 제품을 지속 선보일 수 있도록 지원과 노력을 아끼지 않을 것"이라고 했다.

한편 CJ제일제당은 웰스케이어 전문 자회사 CJ웰케어를 통해 건강기능식품 '닥터뉴트리'를 선보였다. 비타민, 미네랄, 유산균, 오메가3, 루테인 등 한국인에게 필요한 주요 영양 성분을 한 팩에 담았다. '멀티 베이직', '멀티 위드 이너뷰티', '멀티 위드 에너지', '멀티 위드 본케어' 등 총 4종으로 구성했다.

정정욱 기자 jjay@donga.com