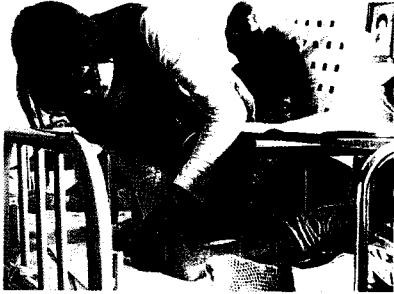


(주)금복주



참사랑대학봉사단 지원 사회적 책임 이행

(주)금복주(대표이사 김동구)는 새로운 형태의 봉사활동 지원 시스템인 '대학생 봉사단'을 운영한다고 3월 29일 밝혔다.

금복주 복지재단이 지원하는 참사랑대학봉사단은 최근 대구 동구 신무동 신안사랑마을을 방문, 환자도우미와 주변환경 정화 등 봉사활동을 했다.



16.7도 소주 '스타일' 출시

금복주가 알코올 도수 16.7도짜리 소주 '스타일16.7'을 3월 9일 출시했다.

'스타일16.7'은 빙점냉각 숙성공법과 100% 천연소재 결정과당을 사용해 뒷맛이 깔끔하며, 기존 소주보다 숙취가 적고 칼로리도 60kcal 낮은 것이 특징이다.

라벨도 세대 감성에 맞춰 수기체의 힘차고 개성있는 로고 타입과 심플한 컬러로 디자인했으며 출고가는 888.9원(360ml)이다.

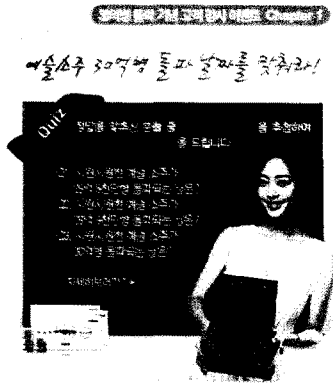


'경주법주 초특선' 출시

금복주는 계열사인 경주법주를 통해 일본의 최고급 사케 제품에 맞먹는 프리미엄급 정종인 '경주법주 초특선'을 4월 5일 출시했다.

100% 국산 최고급 쌀을 55%까지 깎아내 순수한 쌀의 진미를 느낄 수 있도록 한 대순미(大純米, 도정률 50% 이상인 쌀) 양조주이다. 알코올 도수 16도, 용량 700ml에 출고가격은 3만원이다.

대선주조(주)



시원소주 판매 30억병 돌파 '카운트다운' 시작

대선주조(주)(대표이사 주양일)는 시원소주 판매 30억병 돌파를 눈앞에 두고 있다.

시원소주에 1996년 6월 17일 출시 이후 14년간 꾸준한 신뢰와 사랑을 보내준 소비자들에게 감사의 마음을 전하고자 30억병 돌파 카운트다운 이벤트를 진행한다. 이 행사는 '시원소주 30억병 돌파 날짜를 맞춰라' 이벤트로 29억 8천만 병, 29억 9천만 병, 30억병이 돌파되는 날짜를 각각 맞추는 퀴즈 이벤트다. 응모는 대선주조 홈페이지에서 가능하며, 퀴즈 별로 10명씩 (총 30명) 추첨하여 신세계 상품권 (10만원권)을 제공한다.

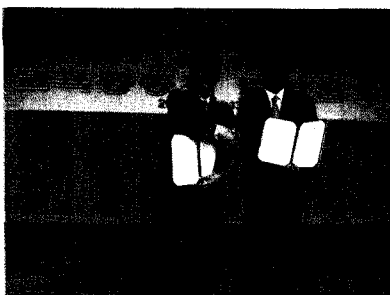


'보보' 리뉴얼 출시

대선주조는 자사의 초저도 브랜드인 16.7도 '보보'에 아르기닌을 첨가하고, 라벨 디자인을 변경한 리뉴얼 제품을 5월 17일 출시했다.

특히 아르기닌 첨가 및 음향진동속성공법 적용과 함께 젊은 감각의 뉴 라벨을 이번 보보 리뉴얼에 채택했다.

보보의 라벨은 고딕계열의 캘리그래피(손글씨)로 교체해 가독성을 높였으며, 화사한 꽃 모티브를 컬러풀하게 디자인해 여성스럽고 세련된 맛을 살렸다.



업스쿨(UP-School) 결연 지원금 1,500만원 기부

대선주조가 교육환경 개선과 지역인재 육성을 위해 '업스쿨(UP-School)' 지원사업을 확대하고 나섰다.

지난 5월에는 들어양동여중과 연계교 등 4개교에 1천500만원의 업스쿨 지원금을 전달했다고 5월 26일 밝혔다. 업스쿨 결연 운동은 2007년부터 부산광역시 교육청에서 진행하고 있는 '교육 메세나' 활동으로 부산지역의 기업 및 단체가 학교와 결연해 학교시설 및 교육환경 개선, 지역·계층 간 교육격차 해소, 교육재정 확보를 목표로 하는 사업이다.

(주)롯데주류BG



'산소주' 강원 홍보문구 삽입

(주)롯데주류BG(대표이사 김영규)가 도내에서 판매되는 '산소주'를 4월부터 새롭게 리뉴얼했다.

4월부터 생산되는 산소주의 제품라벨 앞면에 '강원도 대표소주'라는 문구를 삽입하고, 강원도가 산이 많은 지역임을 감안해 상표인 '山'의 이미지를 한층 확대했다고 4월 26일 밝혔다.

롯데주류는 이와함께 산소주의 제품 라벨과 패키지 등을 활용, 도내 각 지역과 지역기업의 기념행사 홍보 등에 적극 나설 방침이다.



'설중매 스파클링' 벨기에 주류품평회서 금상

롯데주류는 국내 최초의 탄산매실주 '설중매 스파클링'이 최근 세계 최고 권위를 자랑하는 벨기에의 주류 품평회 '몽드 셀렉션'에서 금상을 수상했다고 4월 20일 밝혔다.

아울러 이번 품평회에서는 '설중매 스파클링' 외에도 '설화', '국향', '백화수복' 등 청주 제품들이 은상을 수상하며 일본의 사케와 비교해도 뒤지지 않는 품질을 인정받았다.

유이-신세경 모델로 젊은층 공략

롯데주류BG는 애프터스쿨 유이와 배우 신세경을 저도주 '처음처럼 쿨'과 '청하'의 광고 모델로 발탁했다.

작년에 이어 올해도 '처음처럼 쿨'의 광고 모델이 된 유이는 '쿨샷 덴스'의 2탄을 공개해 눈길을 끌었다.

'청하'의 광고 모델로는 최근 청순한 이미지로 인기를 한 몸에 받고 있는 신세경이 나선다.

신세경의 청순하고 부드러운 이미지를 내세워, 건전한 음주문화를 즐기자는 내용의 광고를 제작했다.

(주)무학



16.9도 좋은데이 1억병 판매 돌파

(주)무학(대표이사 최재호)은 지난 4월 14일 ‘좋은데이’ 출시 만 31개월여 만에 1억병을 돌파했다.

부산, 경남소주시장에서 ‘좋은데이’의 지속적인 판매신장으로 지난 3월에는 월판매량 760만병에 육박하였으며, 이는 4,000만병의 지역소주시장을 고려한다면 19%의 시장을 확보하는 것이며 아울러 무한한 시장 잠재력에 대한 기대치는 가중되고 있다고 무학 관계자는 설명했다.

천안함 순국장병 위로금 전달

무학은 4월 28일 진해해군기지사령부 접견실에서 천안함 침몰참사로 인한 순국장병 애도의 마음과 해군의 사기진작을 독려하기 위해 진해해군기지사령부 하태민 사령관에게 성금 1,000만원을 전달했다.



‘화이트’ 소주 2000만 병에 ‘울산고래축제~’

무학의 ‘화이트’ 2,000만 병에 울산고래축제를 알리는 홍보 라벨이 부착됐다.

4월 22일부터 4일 간 울산 장생포와 태화강에서 펼쳐진 울산고래축제를 앞두고 8일에는 고래축제사무국과 무학이 지역브랜드 공동마케팅 협약식을 가졌다.

협약식에는 고래축제추진위원장 김진규, 무학 이수능 본부장 등 관계자들이 참석한 가운데 협약서를 주고 받았다.

보해양조(주)



‘매취순 10년 500ml’ 출시

보해양조(주)대표이사 임건우가 10년 숙성 프리미엄 매실주 ‘매취순 10년 500ml’를 3월 16일 출시했다. ‘매취순 10년 500ml’는 지난해 매취순 출시 20주년을 기념해 선보인 ‘매취순 10년 3L’의 호응에 힘입어 고객들에게 보다 넓은 선택의 폭을 제공하고자 500ml 용량으로 출시하게 됐다. 국산 최고급 청매실을 원료로 10년간 숙성시킨 고급 매실주로 맛과 향이 깊고 풍부하며, 500ml 용량에 담아 웰빙과 실속을 동시에 추구한 것이 특징이다. 알코올도수는 18도로 출고가는 5,610원이다.



백지영과 ‘孝’ 봉사활동 펼쳐

보해임직원 및 대학생들로 구성된 ‘젊은 잇새 사랑 나누미’ 봉사단과 잇새주 모델 백지영 등 30여명은 5월 7일 오전 광주 ‘사랑의 식당’을 찾아 독거 어르신들을 대상으로 효사랑 잔치를 펼쳤다. 이날 봉사활동으로 284번째 봉사활동을 하게 된 젊은 잇새 사랑 나누미 봉사단은 효사랑 잔치를 위해 어르신들을 위한 음식 1,000인분을 준비했으며, 또한 어버이날 기념선물로 드릴 양말 1,000켤레와 카네이션 200개를 마련했다.



장혁 복분자주 광고모델로 선정

보해양조는 배우 장혁과 ‘보해 복분자주’의 새로운 모델 계약을 5월 24일 체결했다. 이번 보해 복분자주 광고에서 ‘오늘 밤 사랑하고 싶어 집니다’라는 카피에 맞춰 로맨틱한 남자로서의 매력을 한껏 발산한다. 특히 애처가 장혁이 바쁜 스케줄에 아내에게 미안해하며 직접 저녁식사준비와 함께 ‘보해 복분자주’를 내놓는 내용의 광고는 맛별이 부부가 많은 현대사회에서 잠시 잊고 지낸 부부애를 상기시켜주는 스토리로 많은 소비자들의 공감대를 이끌어낼 수 있을 것으로 기대된다.

(주)선양



‘에코원선양 마사이마라톤’ 연기

에코원선양(회장 조웅래)은 5월 9일 대전 계족산 황톳길에서 개최하려던 ‘제5회 선양마사이 마라톤대회’를 오는 10월 3일로 긴급 연기했다. 이는 지난 5월1일 충남 청양에서 구제역이 발생하는 등 구제역이 전국적으로 확산될 조짐을 보인데 따른 조치였다.

선양 관계자는 “외국인 1천여명 등 5천여명이 이미 참가 신청을 마친 상태여서 연기 결정이 쉽지 않았으나 구제역 확산 방지 등 사회적 분위기를 고려했다”며 “구제역이 완전 퇴치된 가을에 보다 알차고 풍성한 행사로 마련할 것”이라고 말했다.



‘O2린 소주’ 첫 수출

에코원선양은 4월 29일 산소 용존 공법으로 만든 ‘O2’ 린의 해외 수출용 2만 4000병을 베트남으로 첫 수출했다.

이번에 수출한 ‘O2린’은 베트남 현지인에게 판매될 예정으로 현지 교민이나 한국 관광객을 주요 고객으로 해 온 기존의 국내 소주 제품들과 차별화를 뒀다.

에코원선양은 3월 일본에서 열린 동경박람회에 ‘O2린’을 선보인 결과 산소 소주에 대해 많은 해외 바이어들이 관심을 보여 베트남을 시작으로 해외 수출이 다변화될 것으로 기대했다.



‘O2린’과 ‘버지니아’ 산소용존법日서도 특허

에코원선양은 ‘O2린’과 ‘버지니아’ 소주 제조시 적용하고 있는 ‘산소용존공법’이 한국과 중국에 이어 일본에서도 특허를 취득했다고 3월 22일 밝혔다.

이 기술은 지난 2006년 우리나라에서 특허(제 10-0664599호)를 취득한 후 지난해 중국에 이어 이번에 일본에서도 특허를 인정받게 됐다.

(주)진로



월드컵 기념주 'JINRO 2010' 출시

(주)진로(대표이사 윤종웅)는 2010년 남아공 월드컵 기념주 'JINRO 2010' 한정판(2만5,000병)을 5월 13일부터 판매한다.

이 제품은 참나무통에서 10년간 숙성한 증류식 소주와 한국인삼공사의 최고급 '6년근 홍삼액기스'를 섞어 만든 고품격 홍삼주이다. 월드컵 기념주답게 병을 축구공 모양으로 만들었고 금빛 장식을 넣어 고급스러움을 강조했다. 알코올도수 23%인 이 제품은 1병(700ml)에 1만 9,000원이며 2만5,000병 한정 판매된다.



대충청 방문의 해 홍보 앞장

진로는 대전시, 충남도와 함께 '2010 대충청방문의 해' 성공을 위해 손을 잡았다.

김홍갑 대전시 행정부시장과 이인화 충남지사 권한대행, 황종규 진로 충청·강원영업본부장은 4월 9일 도청에서 '2010 대충청방문의 해 브랜드 가치 창출을 위한 업무협약'을 체결했다. 협약에 따라 진로는 자체 소주 브랜드인 참이슬 5,000만병에 '충남·대전으로 오셔유!'란 글귀 라벨을 부착하고 홍보포스터(10만장) 하단에 같은 글귀를 삽입해 대충청 방문의 해를 홍보한다.



아산시와 1억원 후원 협약 체결

아산시와 진로는 4월 20일 아산지역에서 판매한 주류대금의 일부를 적립한 '참이슬 아산사랑 1억 원'을 후원하기로 하는 협약을 체결했다. '참이슬 아산사랑 1억원 후원' 협약은 지역사회 저소득층 지원을 위한 후원사업으로 이달부터 2014년까지 4년 동안 아산지역에서 판매되는 참이슬 수익금 일부를 적립해 매년 2,500만원을 아산시에 기탁하게 된다.

(주) 충북소주



'100휘(輝)' 국제주류품평회서 은상

(주)충북소주(대표이사 장덕수)는 '2010 SWSC 국제주류품평회'에서 '100휘(輝)', '后輝(후휘)', '帝輝(제휘)', '시원한 청풍' 등 자사 4개 제품이 동상을 수상했다고 3월 25일 밝혔다.

충북소주에 따르면 2000년 미국에서 시작돼 해마다 개최되고 있는 SWSC는 벨기에 브뤼셀에 본부를 둔 몽드셀렉션, 영국 런던에서 개최되는 IWSC와 함께 권위있는 세계 3대 주류품평회 중 하나다.

특히 미국 샌프란시스코에서 열린 이번 품평회에는 세계 56개국 회사가 1500여 종의 제품을 출품했으며, 전문가 30명이 주질분석 등을 실시해 82개 부문별 4위까지 시상했다.



사랑의 헌혈행사

충북소주가 4월 26일 오전 충북소주 임직원이 함께 하는 사랑의 헌혈 행사를 가졌다.

충북소주 본사에서 실시된 이번 헌혈은 충북소주가 2월25일 대한적십자사충북지사(회장 김영회)와 맺은 '사회공헌 파트너십 협약'에 따른 것이다.

이번 충북소주의 헌혈 참여는 도내의 기업들 사이에 헌혈 문화가 확산되는 계기가 될 것으로 기대된다.

(주)보배



'하이트주조' → '(주)보배' 명칭 변경

(주)보배(대표이사 윤기노)는 5월 18일 창립 53주년을 맞아 회사명을 하이트주조(주)에서 예전 이름인 '(주)보배'로 바꾸고 제2의 창업을 선언했다. 보배는 "하이트주조란 상호가 이전 고객에게 혼돈을 일으키고, 또한 향토기업임을 알리는 데 한계가 있어 예전의 이름을 사용키로 했다."라면서 상호 변경을 계기로 품목을 다변화 하고 품질을 개선하는 등 제2의 창업정신을 바로 세워나가겠다고 말했다. 하지만 소주의 브랜드인 '하이트'는 그대로 사용키로 했다.

티끌처럼 2천만원 모아 기탁

보배는 '하이트 소주' 한 병을 판매할 때마다 전북사랑기금 명목으로 3원씩을 적립해 최근 5개월간 모은 2천11만원을 5월 11일 전북사회복지공동모금회에 전달했다.

도 사회복지공동모금회는 이 기탁금으로 쌀값 하락으로 고통을 받는 도내 농가에서 쌀을 구입해 소외계층에게 골고루 지원할 계획이다.

(주)한라산



50년산, 100년산 허벅술 만든다

(주)한라산(대표이사 현승택)은 5월 6일 전국에서 생산되는 전통주 가운데 처음으로 허벅술에 연수(年數) 구분화를 도입하는 등 프리미엄급 명주로 개발해 이르면 7월쯤 선보일 계획이다.

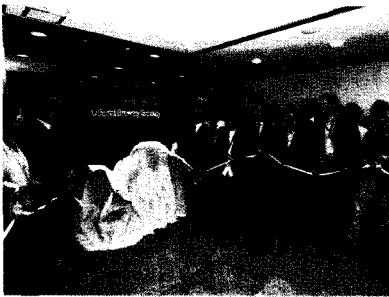
1995년 출시 이후 오크통에 저장, 숙성하고 있는 증류주 원주를 활용해 유명 양주 브랜드처럼 연수가 구분되는 프리미엄급의 다양한 상품을 선보이며 장기적으로는 50년산, 100년산 상품을 출시한다는 계획이다. 또 현재의 단일 모형 용기도 제주를 상징할 수 있는 디자인으로 변경한다. 이를 위해 세계적 도자기 산지인 중국 징더전(景德鎮)에서 용기를 개발 중이다.

오비맥주(주)



'카스라이트' 출시

오비맥주(주)(대표이사 이호림)는 오비맥주는 기존의 맛을 유지하면서 칼로리를 대폭 낮춘 신제품 '카스라이트'를 5월 18일 출시했다. '카스라이트'는 인위적인 방식 없이 자연적이고 전통적인 맥주 공법만을 사용하여 '맥주의 진정한 맛'은 그대로 유지하면서 '칼로리는 낮춘' 제품으로 칼로리는 100ml 기준 27kcal로 이는 카스 후레쉬 대비 33% 낮으며, 최근 유행하는 막걸리 대비 41% 낮은 수준이다. 알코올 도수 4%이며 출고가격은 330ml 1병당 753.64원이다.



'新 강남 시대' 개막으로 제2의 도약에 나선다!

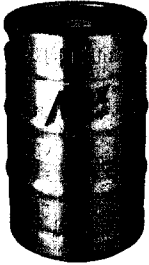
오비맥주는 8년간의 서초동 시대를 마감하고, 강남역에 위치한 화인타워로 사옥을 이전하며 '제2의 도약'에 나섰다. 주류시장이 정체되어 있음에도 불구하고 강남상권 입성은 장기간을 내다 본 과감한 투자이자 새로운 도전으로 소비자에게 더욱 가까이 다가갈 미래의 성장을 위한 과감한 행보를 이어 나가겠다는 전략이다. 강남은 주류 비즈니스의 중심가로 소비자 가까이에서 호흡하며 밀착 마케팅을 전개하며 환경이 어려울수록 기본에 더욱 충실하여 카스의 성장세를 이어나간다는 방침이다.



카스, 몽골 사막화 방지 위한 '몽골 희망의 숲' 사업 전개

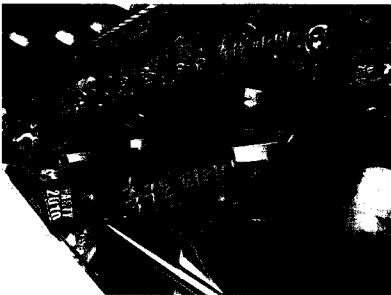
오비맥주는 NGO단체인 푸른아시아와 함께 몽골 환경보호 사업의 첫 단계로 '몽골 희망의 숲' 조성을 위한 발대식을 5월 4일 갖고 몽골의 사막화 방지에 앞장섰다. '몽골 희망의 숲' 조성사업은 '카스' 판매금액의 1%를 적립하는 방식으로 기금을 모아 사막화가 진행되고 있는 타워 아이막 에르덴숨에 150,000그루의 나무를 심는 환경개선 프로젝트다.

하이트맥주(주)



생맥주 '맥스 드래프트' 첫 수출

하이트맥주(대표이사 이장규)는 국내에서만 맛볼 수 있었던 100% 보리로 만든 생맥주 '맥스드래프트(Max Draft)'를 5월부터는 중국 상하이(Shanghai, 上海)에서도 즐길 수 있도록 엑스포로 전 세계인의 이목이 집중되는 중국 상하이에 생맥주 맥스드래프트를 수출한다. 하이트맥주는 지난 2일 첫 수출물량 300통(20ℓ)을 선적했다. 생맥주인 맥스드래프트가 해외에 수출되는 것은 이번이 처음이다.



축구국가대표팀 평가전 이벤트 진행

대한민국 축구국가대표팀 공식 후원사인 하이트맥주가 5월 16일 상암 월드컵 경기장에서 열린 에콰도르와의 축구 국가대표팀 평가전에서 대규모 응원 이벤트인 '파티2010@상암(PARTY2010@상암)'을 진행했다.

이 날 홈페이지 이벤트 등을 통해 모집한 120명 규모의 응원단과 함께 응원을 주도해 많은 관중들의 호응을 얻었다.



남아공산 호프로 만든 '맥스 스페셜 호프 2010' 출시

하이트맥주가 월드컵을 겨냥해 남아공산 호프를 사용한 한정판 맥주를 오는 5월 20일 출시했다.

'맥스 스페셜 호프 2010(Max Special Hop 2010)'으로 명명된 이 제품은 출시 이후 가파른 성장세로 국내 맥주 시장의 판도 변화를 주도하고 있는 100% 보리맥주 맥스(Max)의 세 번째 한정판매 제품이다.

이번 제품은 남아공의 청정 자연환경에서 재배한 '파인 아로마 호프(Fine aroma hop)'를 사용한 것이 가장 큰 특징이다.

디아지오 코리아(주)



지성 유니폼 '원저-맨유' 출시

디아지오코리아(주)(대표이사 김종우)는 2010 월드컵을 앞두고 위스키 '원저'와 영국 프리미어리그 축구팀 맨체스터 유나이티드가 손잡고 위스키 '원저-맨유'를 내놓았다. 디아지오코리아는 5월 17일 원저 17년산 스페셜 한정판 '원저-맨유'를 6월부터 30만병 한정 판매하였다. 박지성, 리오 퍼디난드, 마이클 오언, 파트리스 에브라 등 맨유를 대표하는 선수 4명의 등 번호가 들어간 미니 유니폼으로 포장돼 있다. 가격과 용량은 기존 원저 17년산과 같다.



원저 인플루언스 완결, 온·오프라인 공개

디아지오코리아가 만든 디지털 영화 인플루언스의 마지막 영화 에피소드 운명의 약속 part-2가 4월21일 극장과 온라인(www.the-djc.com)에서 동시에 공개했다. 지난 3월 3일에 시작된 인플루언스 영화 시리즈는 이날 마지막 편의 공개로 총 4편의 이야기가 완성됐다. 마지막 에피소드를 포함한 인플루언스 전편은 홈페이지(www.the-djc.com)에서 확인할 수 있다.



'클래식 몰트' 6종 출시

디아지오코리아는 4월 13일 스코틀랜드를 대표하는 위스키인 싱글몰트, 탈리스커, 오반, 라가불린, 글렌킨치, 달위니, 크래겐모어 등 6종을 엄선한 '클래식 몰트'를 한국시장에 선보였다. 이번에 출시되는 '클래식 몰트'는 스코틀랜드의 대표적 위스키 지역인 로우랜드, 하이랜드, 하이랜드 해안, 스페이사이드, 아일라 섬, 스카이 섬 등에서 생산돼 각 지역만의 독특한 향과 풍미를 간직하고 있다.

출시된 클래식 몰트 셀렉션은 서울의 유명 호텔과 바 등에서 즐길 수 있다.

페르노리카 코리아 임페리얼(주)



'임페리얼15 박지성 리미티드 에디션' 출시

페르노리카 코리아 임페리얼(주)(대표이사 프랭크라베르)는 4월 27일 박지성 선수와의 공동 작업으로 탄생한 '임페리얼15 박지성 리미티드 에디션'을 출시했다.

'임페리얼15 박지성 리미티드 에디션'은 박지성 선수를 모델로 상호 존중과 팀 화합을 바탕으로 한 그의 소통의 리더십을 임페리얼에 투영한 제품이다.

5월 한 달 동안 한정 판매되었으며, 15년산인데도 출고가 가격은 12년산(500ml)과 동일한 24,068원이다.



'2010 발렌타인 챔피언십 블렌드 36년' 국내 공개

페르노리카코리아는 4월 18일 '2010 발렌타인 챔피언십' 개최를 기념하기 위해 전세계적으로 20병만 한정 생산된 '2010 발렌타인 챔피언십 블렌드 36년'을 공개했다.

이 위스키는 36년 이상의 희귀 원액만을 사용했으며, 특히 발렌타인 골프 토너먼트가 최초로 열렸던 1960년 당시 같은 해에 만들어진 원액을 사용한 스페셜 에디션이다.

이 위스키는 또 각각의 병에는 고유의 번호가 새겨졌으며, 그 중 첫 번째 1호병은 4월 22일부터 제주 핑크스 골프장에서 펼쳐진 '2010 발렌타인 챔피언십'의 우승자에게 수여되었으며, 발렌타인 챔피언십 기간 중 경매 행사를 통해 수익금 전액을 사회복지공동모금에 기부하는 전통을 이어 가고 있다.

롯데칠성음료 (주)



'That's Y' 업그레이드 병제품 출시

롯데칠성음료(주)(대표이사 정황)은 캔제품으로 판매하던 'That's Y(댓츠와이)'를 병제품으로 업그레이드해 6월 3일 출시했다.

'That's Y' 병제품은 와인이 함유된 과실주로 알콜 함량 4%는 그대로 유지되지만 기존 캔제품이 리큐르 제품이었던 것에 비해 와인함량이 7%로 높아졌으며 여성 소비자를 염두한 트위스터캡의 적용으로 오픈 없이 편리하게 어디서나 손쉽게 음용할 수 있도록 했다.



국립공원 환경정화활동

롯데칠성음료는 5월 15일 국립공원 17개소 포함 25곳의 산하(山河)에서 각 사업장 단위로 4,800여명 전 직원이 참석해 국립공원 자연생태보전을 위한 환경정화활동을 벌였다. 이번행사는 친환경 윤리기업으로의 책임과 의무를 다하고 자연 생태계 보전을 위한 친환경활동에 적극 참여한다는 의미로 등산로 입구와 탐방로 안내판 앞에서 쓰레기봉투와 '이시스 DMZ 2km'를 배포하며 등산객들에게 '쓰레기 가지고 내려오기'를 홍보했다.

(주)국순당 L&B



'술술나라 담금세상' 출시

(주)국순당L&B(대표이사 윤동원)는 국내 대표 담금주 브랜드인 '담금세상'을 '술술나라 담금세상'으로 리뉴얼해 5월 31일 출시했다.

'술술나라 담금세상'은 담금 전용술로서 누구든 간편하게 제철 과일, 꽃, 한약재 등을 넣어 '홈메이드 약주'를 만들 수 있다.

'술술나라 담금세상'의 용량은 1.8리터, 3.6리터, 5리터로 취사선택의 폭이 넓고 알코올도수는 25%, 30%, 35%로 총 3종으로 출시된다. 소비자 가격은 3.6리터 기준으로 25%는 9,400원, 30%는 9,700원, 35%는 11,900원이다.