

제 39회 DCA 대학생 광고 대상

기획서 부문 - 롯데칠성음료 별빛 청하 스파클링

별빛
청하
SPARKLING

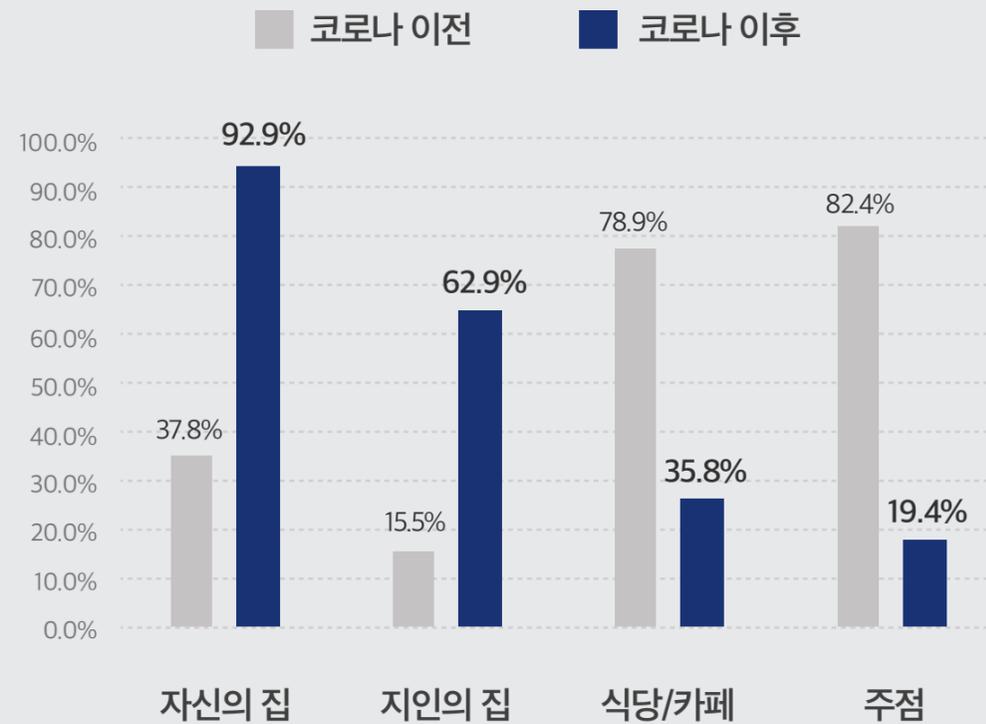
안주의 맛과 분위기를 빛내줄 별빛 청하 스파클링

| 소주 시장의 빈틈을 공략한 M/S 추가 확장 캠페인 제안서 |

코로나 상황 속 홈술 증가로 새롭게 떠오른 홈파티 문화

코로나19 이후 음주장소 변화

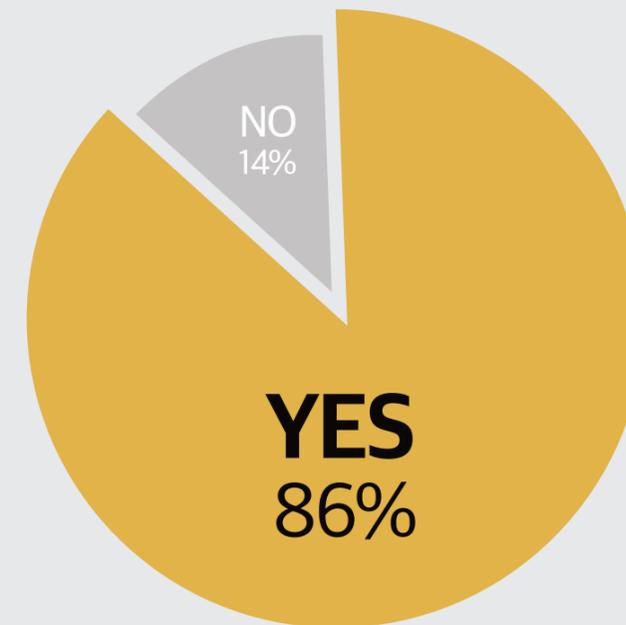
[코로나19 이후 사적 공간으로의 음주 장소 변화]



출처: 식품의약품안전처 '2020년 주류 소비 및 섭취 실태조사 결과'

홈파티 수요 증가

[Q. 코로나 상황 속 홈파티 경험이 있으신가요?]



출처: 2029 여성 대상 자체 설문조사, N=372

이로 인해 확대된 다양한 주류에 대한 니즈와 와인 소비

기타주류 출고량 증가

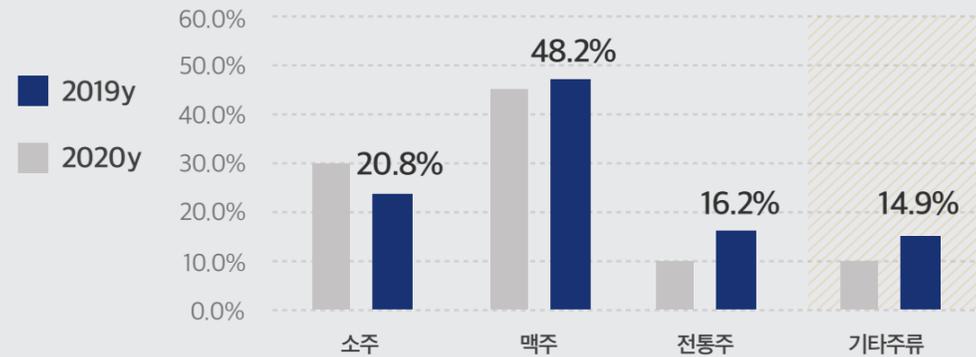
단위: kl(출고량)

	2019y	2020y	증감률%
희석식 소주	874,537	808,183	▼ 4.5%
증류식 소주	1,929	2,170	▲ 12.5%
맥주	1,566,914	1,430,593	▼ 8.7%
기타주류	35,951	44,291	▲ 23.2%

출처: 2021 국세청 통계연보 중 주종별 출고량 변화

기타주류 선호도 증가

단위: %

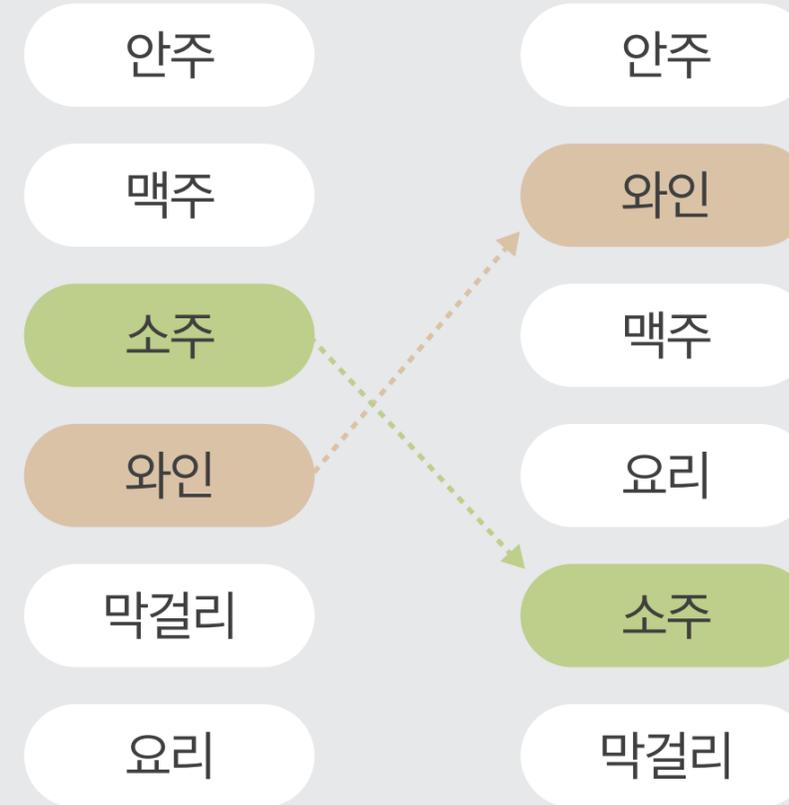


출처: 주류시장 트렌드보고서 중 최선호 주종 변화

와인 취향 확산

19년 상반기

21년 상반기



출처: 신한카드 빅데이터중 SNS상 '홈술' 연관어

와인 시장의 빈틈을 노려 출시된 ‘홈파티 상황 공략’ 저도수 주류 별빛 청하 스파클링

청하 X 화이트와인 X 스파클링

가심비 X 가성비



기념할 때 찾는 와인이
데일리 주종이 될 때 존재하는 허들 공략

가격, 맛, 향, 디자인, 높은 접근성

“ 가볍게, 부담 없게 하지만 특별하게! ”

출처: 롯데주류 관계자

상황분석

와인 시장의 빈틈을 노려 출시된
'홈파티 상황 공략' 저도수 주류 별빛 청하 스파클링

청하 X 화이트와인 X 스파클링

가심비 X 가성비



출시 50일 만에 누적 판매량 150만 병을 돌파했지만

데일리 주종이 될 때 존재하는 허들 공략

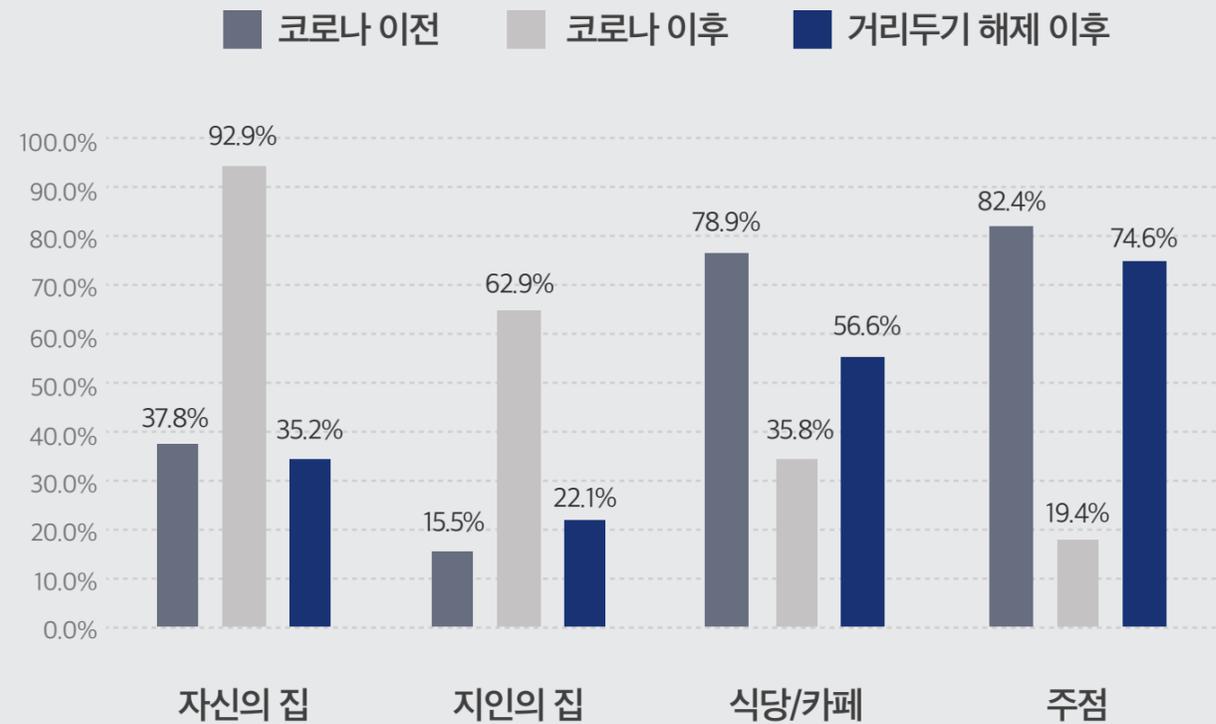
가격, 맛, 향, 디자인, 높은 접근성

“가볍게, 부담 없게 하지만 특별하게!”
- 이태원 (2020년 10월 10일) -

거리두기 해제로 음주 장소와 주종 트렌드가 변하고 있어, 별빛 청하 스파클링의 인기가 지속될 지 장담하기 어려운 상황

거리두기 해제 후 음주장소 변화

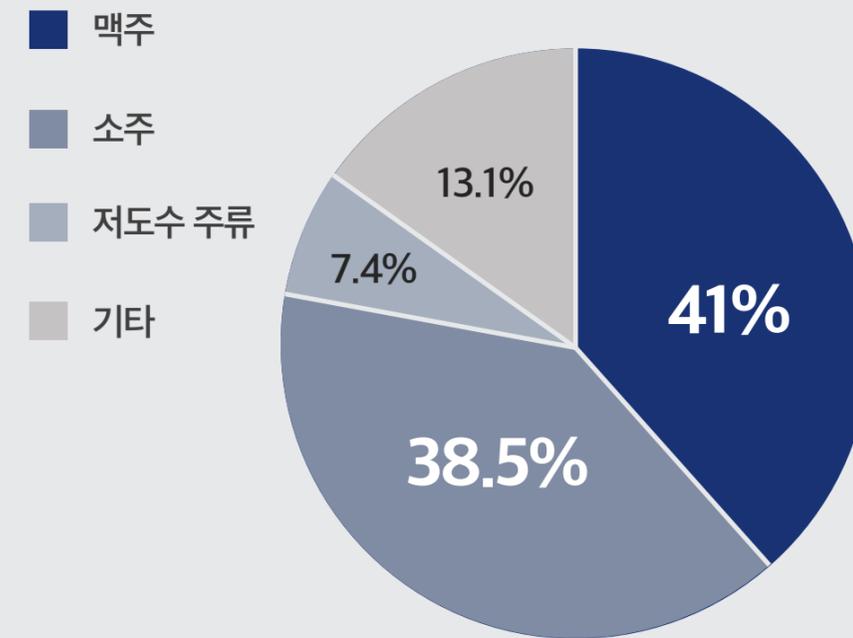
[코로나19 발생 이전처럼 외부로 음주 장소가 변화하는 양상]



출처: 식품의약품안전처 '2020년 주류 소비 및 섭취 실태조사 결과', 2029 여성 대상 자체설문조사 (N=372) 결과 비교 값

주종 트렌드 변화

[Q. 평소 가장 자주 마시는 주종은 무엇인가요?]



출처: 2029 여성 대상 자체 설문조사, N=372

별빛 청하 스파클링이 처음으로 시장에 론칭한 2022년

판매지속성 확보를 위해 홈파티 시장을 넘어
새로운 시장으로 확장할 때



GoPro

액션캠 시장을 넘어, **일상캠 시장**으로 확장



액션캠 시장 (기존)

익스트림 스포츠 유저

- 어렵고 험준한 환경 속 스릴을 즐김
- 특별한 순간을 기록하고 공유

일상캠 시장 (확장)

일상 기록/공유 유저

- Vlog를 위한 일상을 기록
- 사무실에서의 웹캠으로 사용

Vaseline

의약품 시장을 넘어, **뷰티 시장**으로 확장



의약품 시장 (기존)

치료 목적 소비자

- 건조해서 갈라진 피부 상처 치료
- 작은 화상 치료

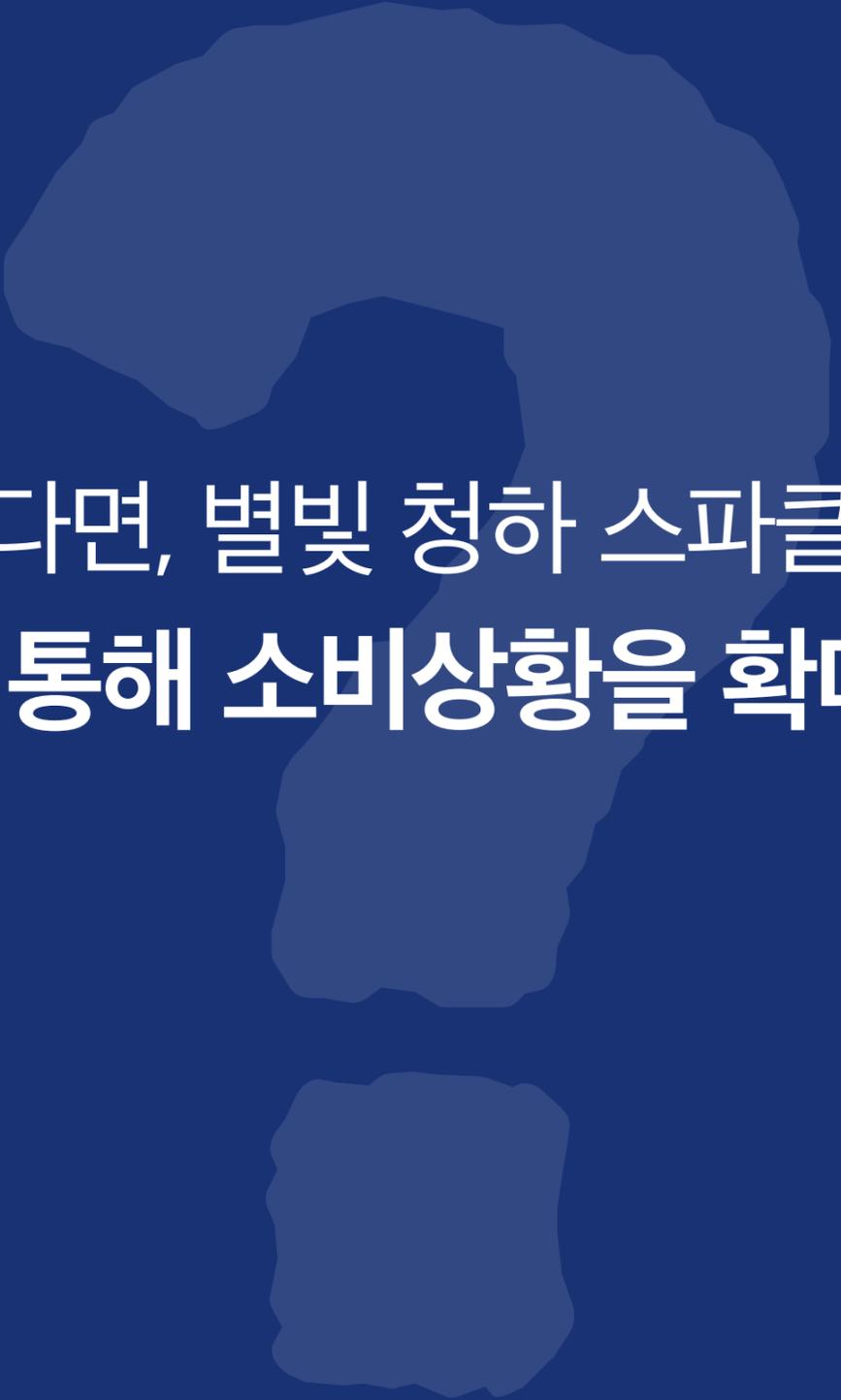
뷰티 시장 (확장)

스킨케어/뷰티 목적 소비자

- 보습 및 화장 보조를 위한 수단

사례를 통해 확인할 수 있었던
‘기존 시장을 넘어 신규 시장으로 확장하는 비결’

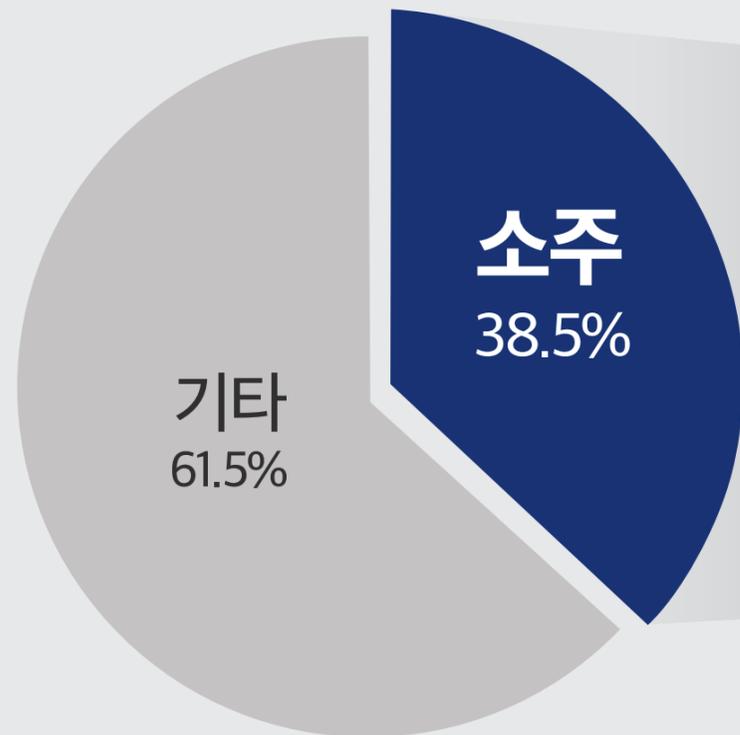
신규 타깃을 통한 소비상황 확대



그렇다면, 별빛 청하 스파클링은
어떤 신규 타깃을 통해 소비상황을 확대할 수 있을까요?

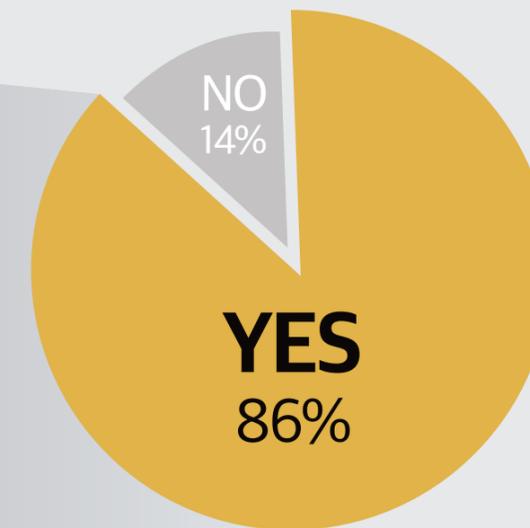
저도수 주류 소비 경험을 대다수 보유한 소주를 즐겨 마시는 2029 여성

[Q. 평소 가장 즐겨 마시는 주종은 무엇인가요?]



[Q. 저도수 주류를 마신 경험이 있나요?]

ex. 별빛청하, 심술



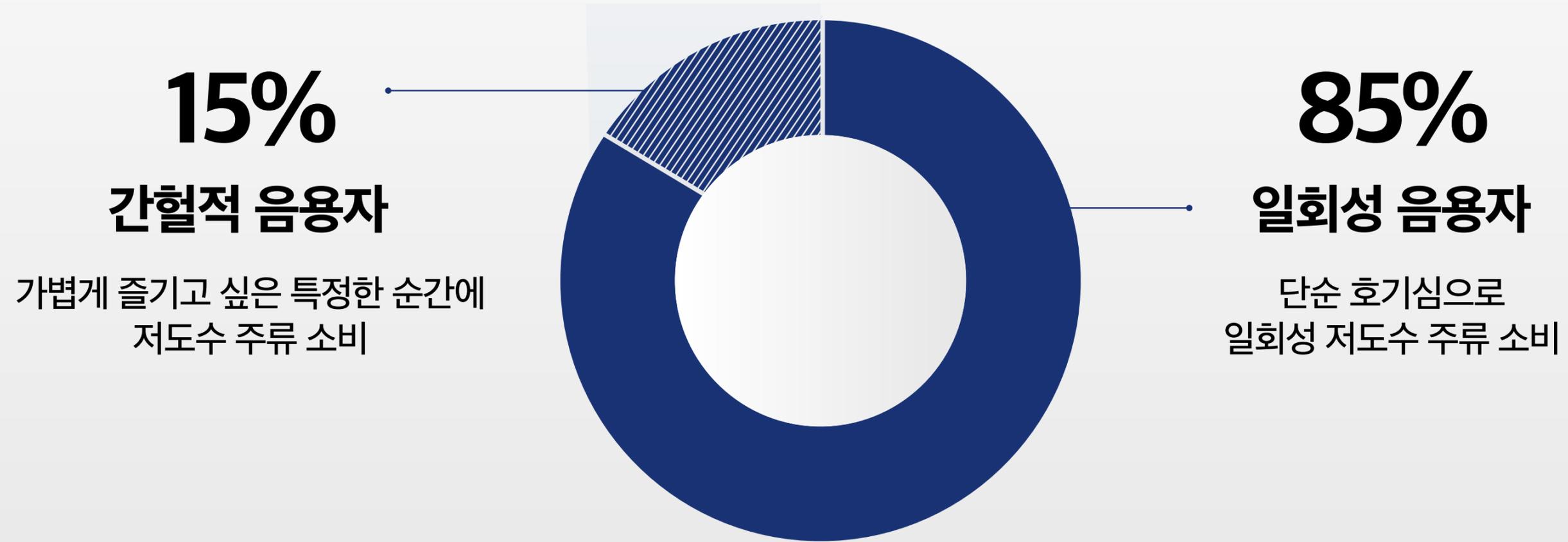
전체 여성 소주 음용자의 33%

(372*38.5%*86%/372=33%)

저도수 주류 음용 경험을 보유한 2029 여성 소주 소비자 中



우리가 확장할 타깃은
간헐적 음용자? 일회성 음용자?

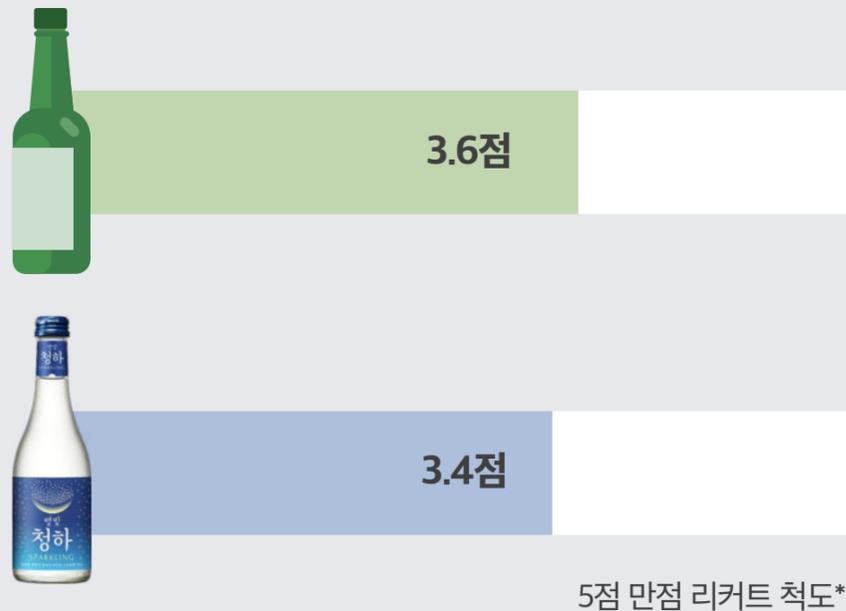


출처: 2029 여성 대상 자체설문조사 (N=372)

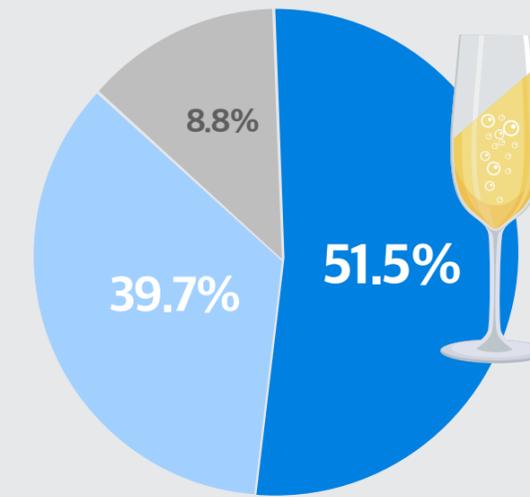
맛이 좋고, 가볍게 마시기 좋다는 이유로 별빛청하 스파클링에 만족한 간헐적 음용자와 일회성 음용자

저도수 주류와의 만족도 차이

소주와의 만족도 차이를 비교했을 때
-0.2점으로 큰 차이를 보이지 않는 모습



별빛 청하 스파클링에 만족한 부분



- 낮은 도수로 가볍게 마시기 좋아서
- 맛이 좋아서
- 분위기 있게 마시기 좋아서

출처: 2029 여성 대상 자체설문조사 (N=372)

간헐적 음용자와 일회성 음용자 모두에게 물어봤습니다
[Q: 어떤 상황에 가볍게 음주를 즐기시나요?]

출처: 2029 여성 대상 자체 설문조사, N=372



**두 유형이 공통적으로 공감하는
 가볍게 음주를 즐기고 싶은 6가지 순간**

그 중 **간헐적 음용자**가 저도수 주류를 소비하는 두 가지 상황은
분위기 있게 대화하고 싶을 때 / 맛있는 안주를 먹을 때

출처: 2029 여성 대상 자체 설문조사, N=372



그렇다면, 간헐적 음용자가 저도수 주류를 소비하는 두 가지 상황에서
일회성 음용자는 어떤 주종을 선택하고 있을까요?



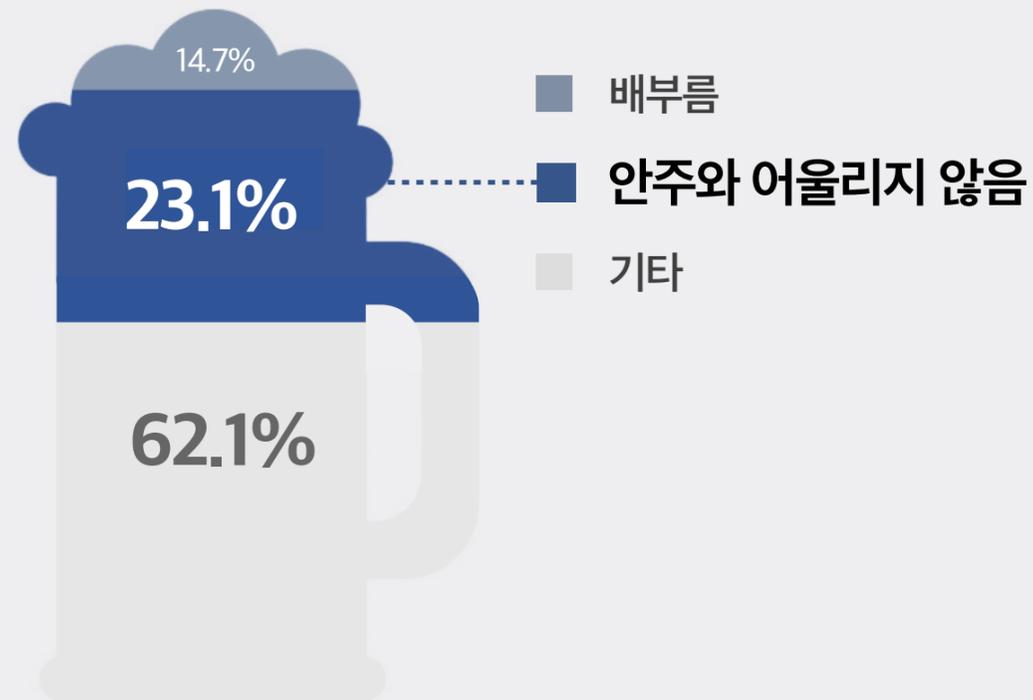
가볍게 마시고 싶은 상황 속 소주의 대안으로 주로 맥주를 선택하고 있는 일회성 음용자

			
분위기 있게 대화하고 싶은 상황	47.8%	30.8%	21.5%
맛있는 안주와 함께 먹는 상황	44.8%	40.9%	14.3%

출처: 2029 여성 대상 자체 설문조사, N=372

그러나 간헐적 음용자와 마찬가지로
맥주의 한정적인 안주 페어링에 아쉬움을 느끼며,

Q. 가볍게 마시기 위한 소주의 대안으로 선택한 맥주에 느끼는 아쉬움은 무엇인가요?



간헐적 음용자가 저도수 주류를 찾는 이유



26세 직장인 A씨

가볍게 마시고 싶지만 해산물, 마라탕, 파스타 같이 **깔끔한, 매콤한, 그리고 느끼한 음식을 먹을 때** 주로 찾게 돼요

일회성 음용자가 맥주에 느끼는 아쉬움



24세 / 대학생 B씨

치킨, 튀김, 마른 외 다른 안주에는 **맥주가 어울리지 않고 더부룩하다는 점이** 아쉽게 느껴져요. 그렇다고 가볍게 마시려는데 **소주를 마시기에도 부담스럽고요**

가볍지만 분위기 있게 마시고 싶은 상황에서도 아쉬움을 호소하는 상황

Q. 가볍게 마시기 위한 소주의 대안으로 선택한 맥주에 느끼는 아쉬움은 무엇인가요?



간헐적 음용자가 저도수 주류를 찾는 이유



26세 직장인 A씨

아무래도 처음 만나는 상대방과 있을 때나 **일상에서 가볍지만 분위기 있게 마시고 싶은 상황에서 가장 좋은 대안인 것 같아요**

일회성 음용자가 맥주에 느끼는 아쉬움



24세 / 대학생 B씨

소개팅이나 연인과 함께 마실 때 **가볍게 마시지만 분위기도 놓치고 싶지 않은 순간들이 있는데, 와인은 가격 때문에 부담되고 맥주는 분위기가 아쉬워요**

정리하자면,
간헐적 음용자와 일회성 음용자 모두가
안주 페어링과 분위기에 대해 아쉬움을 느끼는 상황

	간헐적 음용자		일회성 음용자	
가볍게 즐기는 싶은 상황	맛있는 안주	분위기	맛있는 안주	분위기
기존 대안	저도수 주류	저도수 주류	맥주	맥주
터치 포인트 발견	다른 저도수 주류보다 뛰어난 안주페어링 / 분위기		아쉬움을 호소하는 안주페어링 / 분위기 만족도	

우리가 공략할 **소주 시장의 빈틈!**

소주 시장의 빈틈을 공략할 별빛 청하 스파클링의 두 번째 전략!

분위기 있게 대화하며 즐기기 좋은 패키지와 제품력

출처: YOUTUBE <[롯데칠성] 별빛청하 스파클링 TVC (15'')>



유니크하고 감성적인 병 디자인

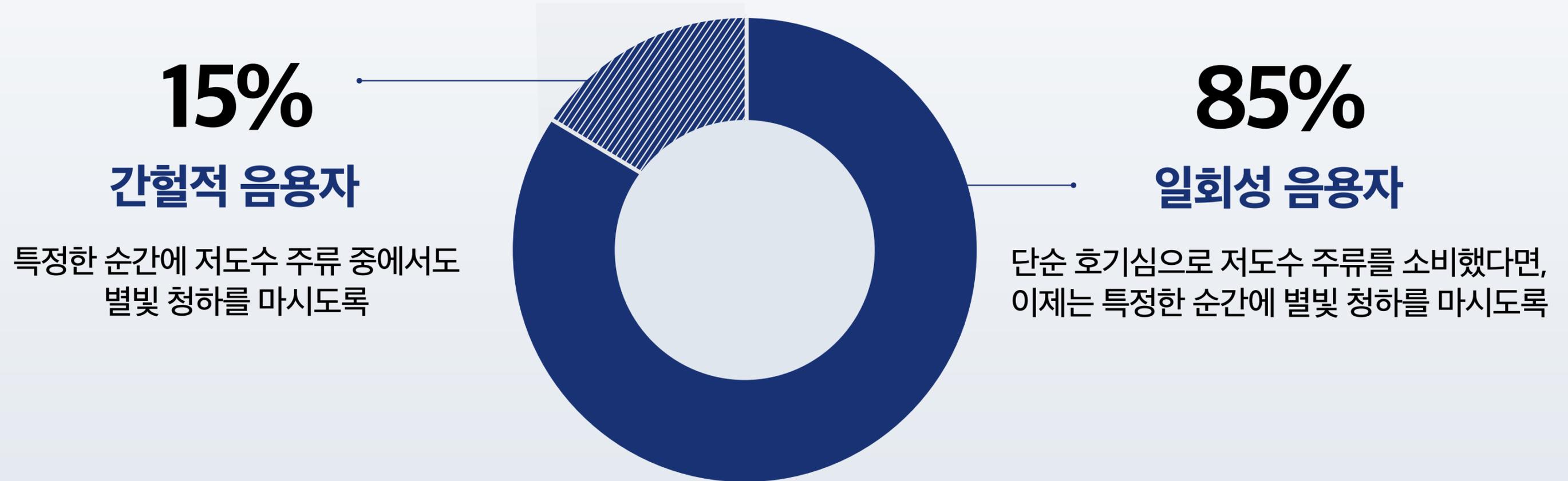
밤하늘의 별을 연상시키는 패키지

눈으로 보이는 탄산감

저도수 주류 음용 경험을 보유한 2029 여성 소주 소비자 中



별빛 청하 스파클링에게는
간헐적 음용자와 일회성 음용자 **모두가 집중할 타깃!**



출처: 2029 여성 대상 자체설문조사 (N=372)

별빛 더하기

| 가볍게 안주의 맛과 분위기를 더해줄 별빛청하 스파클링 |

TVC

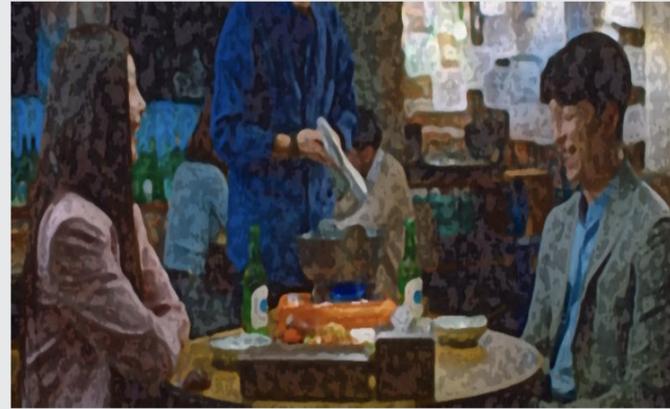
분위기와 안주에 별빛을 더하다

술자리를 빛내는 방법, 별빛 더하기



#1

술집에서 안주가 등장
NA: 맛있는 안주에



#2

어색한 자세로 맞서 앉은 남녀의 모습
NA: 어색한 분위기에



#3

이분할로 각 상황 보여주며
테이블에 별빛 청하 등장
NA: 분위기를 더 빛나게



#4

안주와 함께 별빛청하를 즐기는 모습
NA: 별빛을 더해



#5

별빛청하를 마시며 웃는 남녀
NA: 안주를 더 맛있게



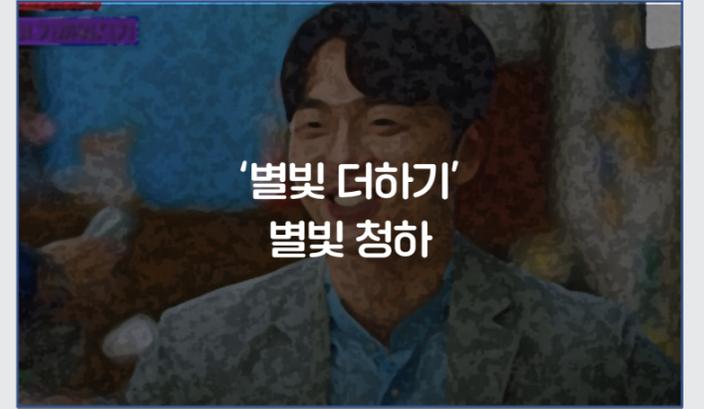
#6

한층 더 가까워져
이야기를 나누는 남녀의 모습
NA: 별빛을 더해



#7

테이블 위 서로의 손을 잡을 듯 말듯 하는 남녀
NA: 분위기를 더 빛나게



#8

TEXT: '별빛 더하기' 별빛 청하
NA: 술자리를 빛내는 방법, 별빛 더하기.
별빛 청하.

굿즈

별빛 무드등

IDEA

분위기가 부족한 홈술과 술집에 별빛청하의 별빛을 더한다면 분위기를 한층 더 살릴 수 있습니다. 튜립 상단부를 뒤집어 탄생한 별빛청하의 무드등 굿즈는 주변에 감성적인 별빛을 발산해 분위기가 필요한 모든 상황을 빛내줄 것입니다.

EFFECT

가볍지만 분위기 있게 마시고 싶은 모든 순간에 단지 켜는 것만으로도 분위기를 한층 더 살려주는 별빛 무드등은 집과 술집에서 분위기에 아쉬움을 느꼈던 소비자들의 니즈를 충족시켜줄 것입니다.

또한 분위기를 빛내주는 별빛 무드등에 대한 SNS 상에서의 바이럴을 기대할 수 있습니다.





온라인 잔꾸

나랑 별 보러 갈래?

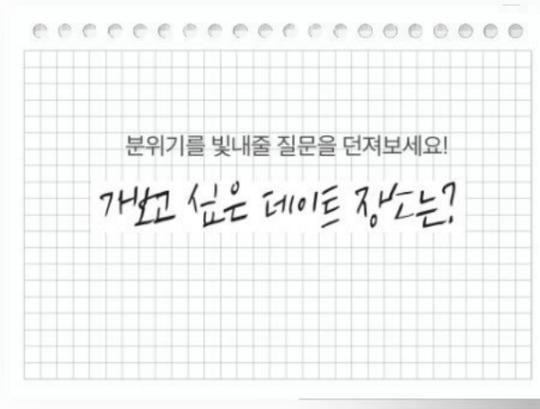
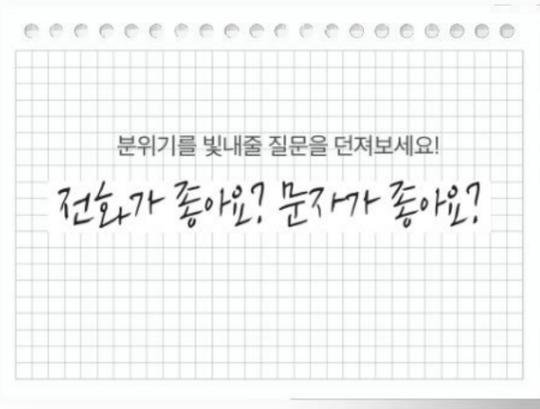
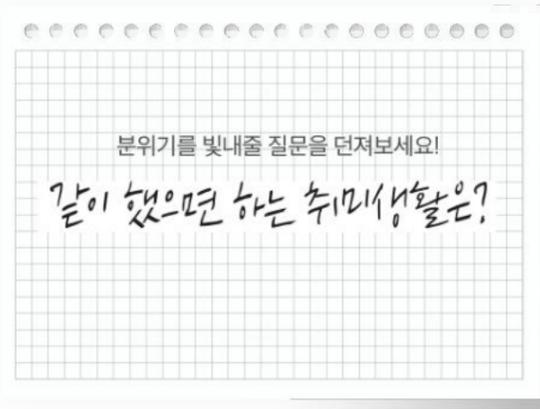
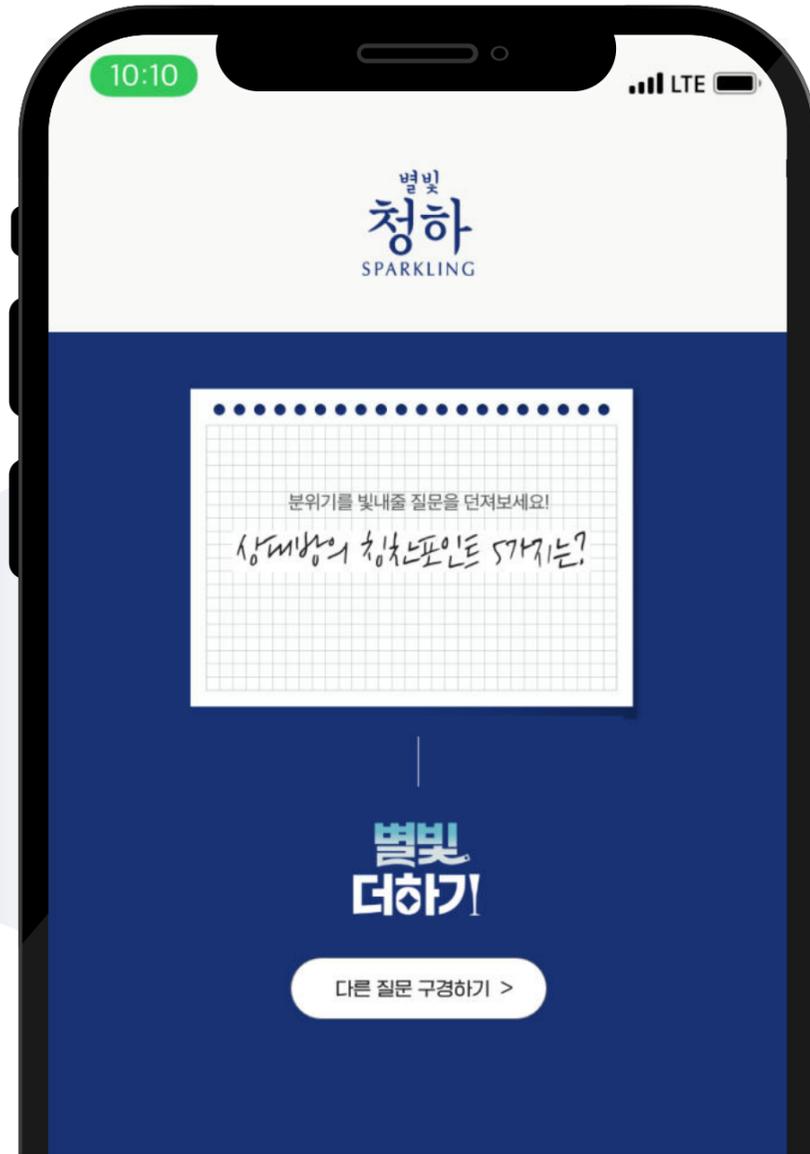
IDEA

사회적 거리두기 해제 이후 외부 만남이 증가하고 있지만, 거리두기 기간 동안 연락 기회가 줄어 쉽게 술 약속을 제안하기 어려워진 사회적 분위기가 아직 남아 있습니다. 이러한 터치포인트에 기반해 별빛청하를 통한 쉽고 재밌게 술 약속을 제안하는 온라인 잔꾸 캠페인 '나랑 별 보러 갈래?'를 기획했습니다. 별빛청하 SNS를 통해 특정 상대에게 자신의 마음을 담아 꾸민 디지털 잔과 메시지를 제작할 수 있는 링크를 제공합니다.

캠페인 참여자는 함께 술자리를 가지고 싶은 상대에게 쉽게 링크를 공유해 자신이 제작한 디지털잔과 메시지를 공유할 수 있습니다.

EFFECT

'나랑 별 보러 갈래?' 캠페인을 통해 우리의 일상이 회복된 것처럼 관계도 회복되어 새로운 사회적 분위기를 만드는 것을 촉진하게 될 것입니다. 또한 꾸미기에 큰 관심을 가진 2029 여성의 SNS 상에서의 링크 공유 및 인증을 통해 별빛청하에 대한 인지도와 호감도가 크게 증진될 것입니다.



체험 마케팅

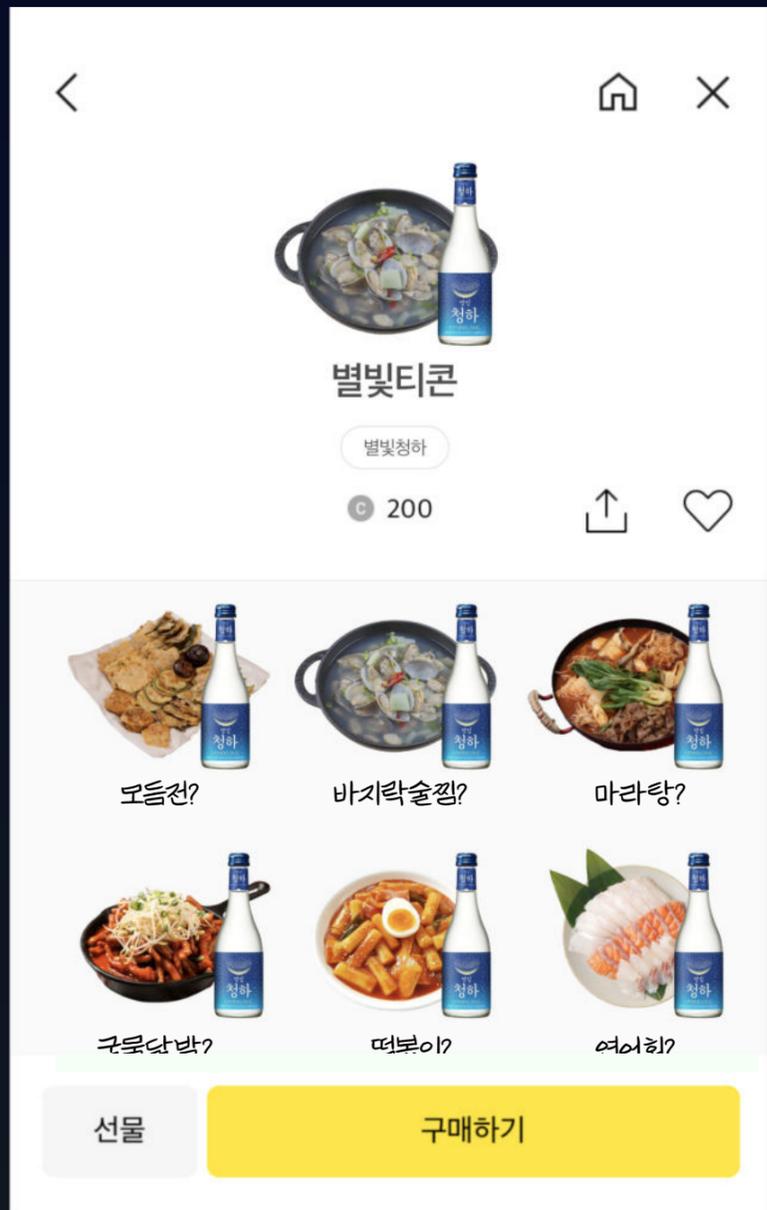
어색한 분위기를 빛내줄 별뚜껑

IDEA

소개팅처럼 처음 만나는 자리이거나 어색한 관계의 사람들이 함께 술자리를 가지는 상황에서 우리는 대화의 어려움으로 쉽게 어색한 분위기를 느끼게 됩니다. 이에 착안하여 별빛청하의 병뚜껑 안 쪽에 삽입된 QR 코드를 통해 모두가 공감할 수 있는 대화의 화두를 제공하는 랜딩페이지를 기획했습니다.

EFFECT

어색한 분위기를 빛내주는 별뚜껑은 술자리 속 어색함을 느끼는 연인과 소개팅 상대방, 그리고 재미있는 대화 주제를 원하는 불특정 다수에게 별빛청하를 주문할 새로운 동기가 될 것입니다. 이를 통해 별빛청하는 분위기를 빛내주는 매력적인 제품으로 인식될 것입니다.



이모티콘

별빛티콘

IDEA

홍술을 즐기기 전에 안주를 고민하고, 술집을 정하기 전에 안주를 고민하며 이야기 하는 것은 우리의 일상입니다. 일상 속 상황에 착안하여 함께 안주를 고민할 때 쉽게 사용 가능한 별빛청하의 이모티콘 '별빛티콘'을 기획했습니다. 별빛티콘은 별빛청하와 함께 페어링 가능한 다양한 안주들을 제안합니다.

EFFECT

일상 속 음주를 즐기기 전 안주를 고민하는 다양한 상황에서 별빛티콘이 활용됨으로써 소비자는 안주를 즐겁고 쉽게 고민하는 경험을 할 수 있습니다. 또한 메신저 이용자들의 지속적인 별빛티콘 활용 및 유저들 간 재확산을 통해 별빛청하의 뛰어난 안주 페어링을 소비자들에게 지속적으로 알리게 될 것입니다.



굿즈

안주에 별빛 더하기

IDEA

흠술을 즐기는 상황에서 안주를 만들 때 필수적으로 사용되는 소금과 설탕을 담을 수 있는 별빛청하 '분말 양념통 굿즈'를 제작합니다. 안주를 만드는 과정에서 분말 양념통을 사용할 때 흰색 소금 혹은 설탕이 떨어지는 모습은 별빛이 내리는 모습을 연상시킬 것입니다. 해당 굿즈는 안주를 만들 때 눈으로 보는 즐거움을 제공하고, 안주를 먹을 때는 입의 즐거움을 제공합니다.

EFFECT

안주를 만드는 과정과 먹는 순간을 별빛청하와 함께 하게 될 소비자는 별빛청하의 뛰어난 안주 페어링에 자연스럽게 노출되어 자사에 대한 긍정적인 인식을 갖게 될 것이며, 집에서 가볍게 즐기고 싶은 동기가 생길 때마다 주방에 비치된 굿즈를 통해 별빛청하를 가장 먼저 떠오르게 될 것을 기대할 수 있습니다.



체험 마케팅

별빛 포차

IDEA

별빛 더하기 캠페인의 핵심 메시지인 뛰어난 안주 페어링과 한층 더 살아나는 분위기를 전달할 수 있는 팝업 포차를 이태원에 오픈합니다.

은하수를 연상시키는 감성적인 내부 분위기와 별빛청하와 페어링 할 수 있는 다양한 안주 메뉴가 은하수 속에 별자리로 구현된 '별자리 메뉴판'이 특징입니다. 포차에 방문하는 소비자들은 별빛청하의 아름다운 분위기와 뛰어난 안주 페어링을 경험하며 이를 SNS상에 자발적으로 인증할 것입니다.

EFFECT

이태원에 별빛 청하 팝업 포차를 오픈하는 것 자체로 큰 화제를 불러 일으킬 수 있습니다. 또한 분위기를 중시하는 소비자에게 감성적인 분위기를 제공하는 동시에 SNS에 인증할 수 있는 성지로, 안주를 중시하는 소비자에게는 안주를 재밌게 고민하고 별빛청하와 함께 다양하게 안주 페어링을 경험하는 기회를 제공할 것입니다.

인주와 분위기를 빛내줄 새로운 데일리주
별빛 청하 스파클링 한잔 어떠세요?

