



[라이프]  
겨울패션 실속있게  
역시즌 상품 인기  
L1

매일 아침 내 손 안의 친구  
메트로 창간 20년

노인일자리 만들기와  
정보나눔의 길을 계속 가겠습니다.



## 노란색 에너지 충전! '상큼함' 대명사 된 국내 첫 가루 비타민

### 메가히트 브랜드 탄생스토리

#### 경남제약 '레모나'

'비타민C' 하면 밝은 노란색을 떠올리는 사람이 많다. 실제 비타민C는 백색으로, 한동안 인기를 끌었던 해외의 한 발포 비타민C의 색이 백색이어서 화제를 일으킨 적도 있다. 그럼에도 한국인들의 뇌리에 '비타민C=노란색' 이 각인 된 것은 경남제약 '레모나'의 힘이다. 레모나가 비타민C 영양제의 대명사로 자리잡으면 불필요한 그림 없이 밝은 노란색을 과감히 덮은 패키지가 비타민C=노란색이라는 공식을 만들었다.

레모나는 1983년 경남제약이 출시한 산제 비타민C 제품으로, 정제형태 비타민C가 주류를 이루던 때 등장한 국내 최초 분말 형태 비타민C다. 출시 39주년을 맞은 올해 레모나의 누적 판매량은 45억포에 달하며 지난 8년간 연 평균 약 1억6800포 판매됐다.

첫 출시 당시 언제 어디서나 물 없이 간편하게 섭취할 수 있다는 점을 내세우며 피부노화, 기미, 주근깨를 완화하는 비타민C의 효능을 강조했다. '먹는 화장품이 있다면…레모나', '언제 어디서나 아름다움을 아는 여성의 센스있는 선택 레모나' 등 2022년 현재 트렌드 중 하나인 이너뷰티를 1983년 출시 당시 대대적으로 선전해 젊은 여성층에 큰 반향을 일으켰다.

비타민C=노란색 공식을 만든 레모나의 대표적인 노란색 원통 케이스는 1993년 처음 등장했다. 100포 타원형 케이스를

시작으로 출시된 70포 하트 캔, 150포 사각캔 등도 통일감 있는 노란색으로 출시됐다. 여기에 타원형 케이스가 출시된 90년대부터 '힘내라 노란색' '나를



카카오프렌즈와 협업한 레모나 스페셜 에디션.

/경남제약

1983년 출시한 국내 최초 분말 비타민C 노란색 케이스 활용해 컬러 마케팅 집중 '비타민C=노란색=레모나' 공식 만들어

중국서 '한국식 이너뷰티'로 브랜드 알려 다양한 브랜드와 컬래버… MZ세대와 소통 모델로 손흥민 발탁, 적극적 마케팅 이어가

상큼하게 하는 두가지…너와의 첫 키스, 노란색 레모나 한 포' '노란색 에너지 레모나' 등 패키지 색깔을 활용한 광고문구를 적극적으로 차용한 컬러 마케팅이 이어져 '비타민C=노란색=레모나' 공식이 자리 잡았다.

국내에서 스테디셀러 반열에 오르고도 레모나는 만족하지 않았다.

경남제약은 2014년 한류스타 김수현을 모델로 '넌 예뻐야 하니까, 예쁜 비타민 레모나' 캠페인을 전개했다. 한국식 이너뷰티를 중국에 알린 계기였다. 레모나는 2015년 중국인들이 사랑하는 대표 브랜드 2위에 선정됐고 이어 2021년까지 '중국 소비자가 뽑은 2021 대한민국 올해의 브랜드' 7년 연속 수상이라는 진기록을 세웠다.

레모나는 2030세대를 중심으로 한 'MZ세대'가 시장의 큰 축으로 떠오르며 변화한 시장판도에도 적극 대응하고 있다. 상품의 품질뿐 아니라 다양한 경험을 제공할 수 있는 상품에 열광하는 최근의 경향을 받아들여 다양한 브랜드와 적극적으로 컬래버레이션(협업)을 진행 중이다.

지난해 7월 레모나는 하이트진로와 협업해 과일탄산주 '이슬톡톡 레모나' 한정판을 판매해 큰 호응을 얻었다. 같은 시기 오리온과 협업한 '레모나 닥터유 구미비타민'도 출시했는데, 젤리 한 봉지를 먹으면 하루 권장 비타민이 모두 충족되는 것은 물론 식감과 맛까지 호평을 받아 소비자포럼 주최 2021년 올해의 브랜드에서 대상을 수상했다.

카카오프렌즈와 협업한 스페셜 에디션 '레모나산'과 '레모나톡톡'은 카카오톡 선물하기 상위 랭킹에 오르



1990년대 레모나 광고. 노란색을 적극적으로 활용해 본격적인 컬러 마케팅을 시작했다.

는 등 즉각적인 소비자 호응을 이끌어냈다.

지난 7월, 경남제약은 레모나의 새로운 모델로 축구 국가대표이자 영국프리미어리그(EPL) 토트넘 홍스퍼에서 활약을 펼치는 손흥민 선수를 모델로 발탁했다.

레모나는 과거 아름답고 상큼한 이미지의 여성톱스타를 내세웠던 광고 모델을 세우면서 대표적인 스타 등 용문으로 떠올랐지만, 동시에 젊은 여성만을 타깃으로 한다는 지적을 받기도 했다. 여성 톱스타에서 벗어나 기용한 배우 김수현과 BTS 또한 젊은 여성층에 어필하기 위한 선택으로 이해됐다.

경남제약은 국내·외에서 환상적인 활약을 펼치고 있는 손흥민 선수를 홍보 모델로 발탁해 레모나 브랜드 인지도를 해외로 더욱 확장하는 한편 모든 세대를 아우르는 국민 비타민으로 이미지를 굳힐겠다는 계획이다.

임도형 경남제약 홍보본부장은 "손흥민 선수에 걸맞은 다양한 프로모션과 광고 제작을 위해 최선을 다할 것"이라며 "이번 모델 계약을 통해 적극적인 마케팅을 진행해 국가대표 비타민 브랜드 레모나를 글로벌 톱비타민 브랜드로 성장시킬 것"이라고 말했다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

### 버스티비 YAP TV 와 함께하는 메트로 뉴스



▲ 콘테 유벤투스 복귀설… "이적땐 SON 영입할수도"

/사진 뉴시스

▲ 첼시 구단 임원, 한국인 에이전트에 부적절 메시지 보내 해고

▲ '나폴리의 벽' 김민재, 유럽축구 5대 리그 베스트11

▲ 김시우·이경훈 "팀워크 좋아, 프레지던츠컵 우승 도전"



▲ '김하성 2경기 연속 안타, 타율 2할5 푼대 회복'

▲ 여자농구, 12년 만에 월드컵 첫 승 도전…中과 1차전

/사진 뉴시스