



[라이프]  
호텔업계  
봄 패키지 상품  
붓물  
니



Life

[아파트의 미학]  
사계절 피는 꽃 보며  
우리집 정원서  
리프레쉬  
L7



# 비타민에 달콤·시원함 더해 경쾌하게 여는 상쾌한 하루



“머리부터 발끝까지~ 오로나민C~.”

한 번 들으면 잊을 수 없는 중독성 있는 멜로디 중 하나로 손꼽히는 오로나민C CM송. 포카리스웨트, 데미소다, 데자와 등 내로라하는 빅브랜드를 생산하는 동아오츠카가 심혈을 기울여 2015년 출시한 오로나민C는 초반부터 드링크시장의 양대 경쟁구도를 흔드는가 싶더니, 모델 전현무를 내세운 ‘깨방정’ TV광고와 SNS 마케팅으로 네티즌들을 사로잡았다.

## 메가히트 브랜드 탄생스토리

### 동아오츠카 ‘오로나민C’

#### ◆출시와 동시에 인기 한몸에

오로나민C는 출시 당해 누적매출만 100억 원을 돌파했다. 식품업계 통상 출시 초년 연매출 50억 이상이던 스타상품으로 전망하는 것으로 볼 때 오로나민C의 첫 성적은 가히 성공적이라는 평가다.

오로나민C는 출시 초반부터 대대적인 시음행사를 통해 소비자들에게 새로운 탄산 드링크의 맛을 길들이는데 전력투구하는 동시에, 방송과 SNS에서는 전현무를 내세운 CF광고가 호응을 얻으면서 일명 ‘깨방정’ 춤으로 전국민을 들썩이게 했다.

#### ◆건강한 탄산 드링크

오로나민C는 레몬 11개에 준하는 비타민 C와 비타민 B2, B3, B6, 필수아미노산 3종류 등을 함유하고 있어 하루에 필요한 종합 비타민 섭취가 가능하다. 또한 벌꿀과 탄산수가 들어 있어 부드러운 상쾌함을 제공해 건강하면서도 가볍게 즐길 수 있는 탄산 드링크다.

이 제품의 가장 큰 특징은 국내 최초 도입된 맥시캡(MAXI-CAP)이다. 맥시캡은 지렛대 원리를 적용한 새로운 방식으로, 손잡이를 위쪽으로 올려주면 한 번에 분리되는 원터치캡이다. 기존 뚜껑이 돌려 따는 방식이었던 것에 비해, 남녀노소가 안전하고 쉽게 개봉할 수 있다. 탄산의 상쾌한 소리를 듣는 것도 묘미다.

올록볼록한 다이아몬드 커

종합비타민에 벌꿀·탄산 함유 음료  
2015년 출시 당해 누적매출 100억 돌파

맥시캡 방식으로 편리함에 재미까지  
올록볼록 커팅으로 영양소 파괴 방지

e스포츠 시장 진출, 대세 모델 발탁 등  
상쾌한 이미지로 MZ세대 적극 공략

팅이 새겨진 이유는 비타민B2부터 비타민 C까지 들어있는 영양소들이 빛(자외선)에 약하거나 빛에 의해 파괴될 수 있어 이를 방지함과 동시에 아이들부터 노인들까지 손으로 잡고 마실 때 미끄러지지 않도록 고안해 낸 방법이다.

#### ◆MZ세대와 함께하는 스파클링 멀티비타민

오로나민C는 업계 최초로 브랜드 팬클럽 ‘오로나민C클럽’ 창설했다. ‘오로나민C클럽’은 오로나민C 특유의 감성을 좋아하고 패러디하는 열혈 소비자들을 일컫는 이름으로, 흔히 연예계에서만 존재하던 팬덤 문화가 식음료업계에서 형성되고 있다는 점에 의미를 더했다.

실제 오로나민C는 론칭 후 네티즌을 통해 수많은 패러디 콘텐츠가 양산됐다. 동아오츠카는 이에 창단식을 진행하며 온라인상에 숨어있던 열혈 팬들을 한자리에 모아 감사의 뜻을 전하며 브랜드를 함께 키웠다.

뿐만 아니라 2022년에는 ‘오로나민C Night Out’ 팝업 체험존을 진행하기도 했다. 팝업 체험존에서는 오로나민C의 멀티비타민 속성을 직접 경험할 수 있는 게임, 포토부스, 시음행사 등은 물론 브랜드 모델 ‘리치엔니’ 박세리 팬사인회, 하하, 덕평스 등 아티스트들의 공연이 진행됐다.

오로나민C 팝업 체험존 현장에서는 다채로운 체험 이벤트와 즐거운 공연이 마련돼 흥대를 찾은 많은 인파가 몰렸다.

한편, 비타민 드링크 최초로 e스포츠 시장에 진출한 오로나민C는 지난 2020년부터 오로나민C 하스스톤 히어로즈 챔피언십(OH HC)을 개최하며 e스포츠 마케팅을 확대해나가고 있다. 유명 BJ 이상호와 함께 리그 오브 레전드(LoL)의 e스포츠 대회 ‘오로나민C그니처 장인전’ 역시 성공적으로 개최하며 MZ세대를 적극 공략하고 있다.

#### ◆차별화된 브랜드 구축

최근 동아오츠카는 스파클링 멀티비타민 ‘오로나민C’의 디지털 광고 모델로 배우 김아영을 발탁했다. 김아영은 최근 쿠팡플레이의 코미디프로그램 ‘S NL 코리아 시즌3’의 인기 코너 중 하나인 ‘MZ오피스’에 출연하며 ‘맑은 눈의 광인’이라는 애칭을 얻은 바 있다. 오로나민C만의 차별화된 브랜드 이미지를 앞으로도 2030세대와 함께 즐겁게 소통한다는 취지다.

동아오츠카 오로나민C 브랜드매니저 김아련 과장은 “스파클링 멀티비타민 오로나민C 만이 가지는 특유의 유쾌함은 제품을 사랑해주신 고객들 덕분”이라며 “앞으로도 오로나민C가 생기 넘치고 즐거운 모습으로 오래 사랑받을 수 있기를 기대한다”고 말했다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr



오로나민C전현무 광고 영상과 ‘맑은 눈의 광인’ 배우 김아영 신규광고영상. /동아오츠카



오로나민C 팝업 체험존.

## 바스타비 TV와 함께하는 메트로 뉴스



▲‘클린스만 오른팔’ 헤어초크 “유럽서 뛰는 선수들 전담”  
▲나폴리의 ‘벽’ 김민재…첫 시즌에 리그·챔스 다 잡는다 /사진 뉴시스

▲또 한 번 ‘아시아 최초’로…손흥민, EPL 통산 100호 골 정조준  
▲‘우승후보’ 도미니카, WBC 1R 탈락 수모…베네수엘라 8강행



▲멕시코, 캐나다 대파…14년 만에 WBC 8강 진출  
▲키움 이정후, WBC 귀국 이틀 만에 KBO 시범경기 선발 출장 /사진 뉴시스