



4월 국내 광고시장 봄맞이 기지개

4월 국내 광고경기는 3월 대비 상승세를 보일 것으로 전망된다.

한국방송광고진흥공사(이후 KOBACO)는 국내 500대 기업을 대상으로 광고경기예측지수(KAI)를 조사한 결과 4월 예측지수가 134.7을 기록했다고 발표했다.

이는 전통적으로 마케팅 활동이 활발한 2.4분기에 진입하는 시기적 요인이 작용하면서 기업들이 본격적인 상품 및 서비스 마케팅에 들어가기 때문으로 분석된다. 국내 경기의 장기침체 우려가 지속되는 가운데 최근 정부가 경기침체 국면을 탈피하기 위해서 내수 활성화를 위한 모든 가능한 정책수단을 강구하겠다는 강력한 의지를 표명하고 있어, 경기 회복에 대한 광고주들의 의지를 반영한 것으로 풀이되는 게 KOBACO측의 설명이다.

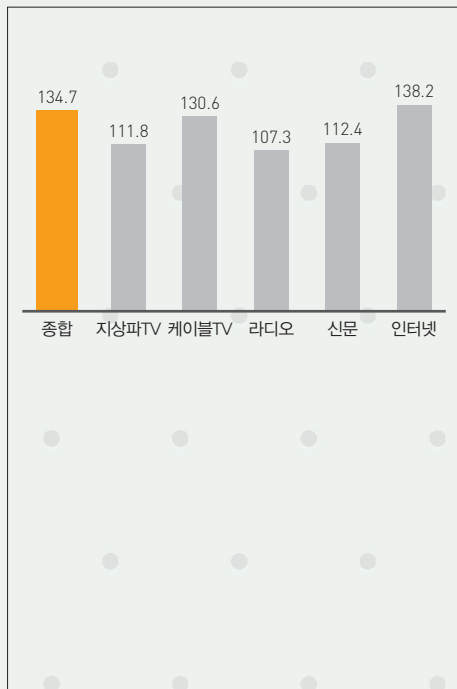
월별 KAI가 100을 넘을 경우 광고비 증가가 예상된다는 의미이고, 100 미만은 광고비 감소가 예측됨을 의미한다.

매체별로는 지상파TV(111.8), 케이블TV(130.6), 라디오(107.3), 신문(112.4), 인터넷(138.2) 등으로 조사됐으며, 음료 및 기호식품(163.2), 제약 및 의료(153.3), 공공기관 단체 및 기업광고(148.0) 등의 업종에서 광고비 증가가 예상되는 반면, 출판 및 교육(72.4), 기초산업재(81.4), 가정용품(99.2) 등의 업종에서는 광고비 감소가 예상됐다.

광고경기예측지수조사(KAI :Korea Advertising Index)는 방송광고비를 포함한 국내 주요 광고매체의 경기변동을 주기적으로 조사해 광고산업 경기를 진단할 목적으로 매월 한국방송광고진흥공사에서 진행하고 있으며 한국광고주협회와 문화체육관광부가 후원하고 있다.

광고산업통계정보시스템(<http://adstat.kobaco.co.kr>)이나, 스마트폰에서 '광고경기예측지수(KAI)'를 다운받으면 쉽게 검색할 수 있다. **K A A**

<표 1> 매체별 광고경기 전망



<표 2> 업종별 광고경기 전망

