

4월 광고경기 전월 대비 호전 전망

4월 국내 광고경기는 전월인 3월에 비해 호전될 전망이다.

한국방송광고공사(이하 KOBACO)는 국내 400대 기업을 대상으로 광고경기예측지수(KAI)를 조사한 결과 4월 예측지수가 134.2를 기록했다고 발표했다.

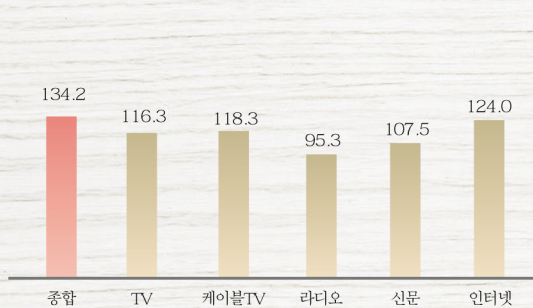
월별 KAI가 100을 넘을 경우 광고비 증가가 예상된다는 의미이고, 100 미만은 광고비 감소가 예측됨을 의미한다.

이 같은 결과는 기업들의 신제품 출시 및 신규 광고 캠페인 전개 등 계절적 요인이 반영된 것으로 풀이된다. 보통 기업들은 12월에 연간 광고비 집행계획을 수립한 후, 3~4월부터 신제품 출시에 맞춰 본격적으로 마케팅 활동을 펼치는 경향을 보인다. 특히 이번 조사결과는 해외발 각종 불안 요인에도 불구하고, 기업들이 국내 마케팅 활동을 정상적으로 펼치겠다는 의지가 반영된 것으로 보인다고 KOBACO측은 설명했다. 매체별로는 지상파TV(116.3), 케이블TV(118.3), 라디오(95.3), 인터넷(124.0), 신문(107.5)으로 조사됐으며, 업종별로는 식품(169.2), 음료 및 기초식품(170.8), 제약 및 의료(169.2), 화장품 및 보건용품(155.5), 패션(167.3), 수송기기(171.8), 유통(166.1) 업종에서는 강세가 예상되지만, 출판(52.7), 가정용 전기전자(79.6), 관공서 및 단체(92.2) 업종은 약세가 전망됐다.

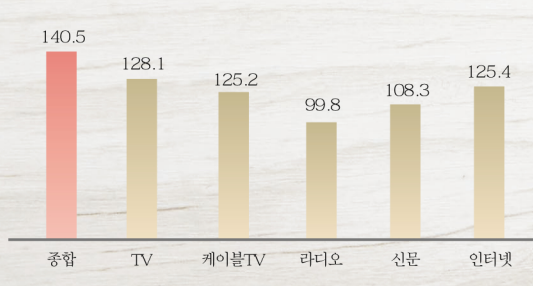
한편, 올해 2/4분기 광고시장 전망은 종합지수가 140.5로 나타나, 1/4분기 대비 광고비가 상당폭 늘어날 전망이다.

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

<표 1> 매체별 광고경기 전망



<표 3> 2/4분기 광고경기 전망



<표 2> 업종별 광고경기 전망

