

8월 광고경기 7월에 이어 흐림세 지속

8월 국내 광고경기는 전월인 7월에 이어 둔화되는 모습을 보일 것으로 전망됐다.

한국방송광고진흥공사(이하 KOBACO)는 국내 400대 기업을 대상으로 광고경기예측지수(KAI)를 조사한 결과 8월 예측지수가 80.6을 기록했다고 발표했다.

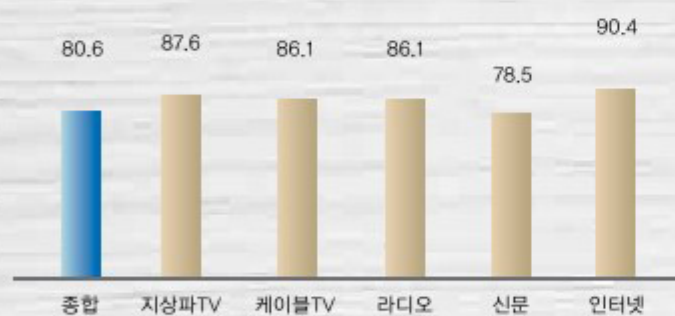
월별 KAI가 100을 넘을 경우 광고비 증가가 예상된다는 의미이고, 100 미만은 광고비 감소가 예측됨을 의미한다.

이 같은 결과는 국내 광고시장이 전통적인 광고 비수기에 진입하였고, 유럽 금융위기 등의 요인이 아직 완전히 해결되지 않으면서, 일부 매체의 올림픽 특수가 있음에도 불구하고, 광고주의 심리가 극도로 위축되고 있는 데 따른 것으로 풀이된다고 KOBACO측은 설명했다.

매체별로는 지상파TV(87.6), 케이블TV(86.1), 라디오(86.1), 신문(78.5), 인터넷(90.4)으로 조사됐으며, 업종별로는 화장품 및 보건용품(110.7), 컴퓨터 및 정보통신(151.2), 서비스(102.8), 관공서 및 단체(103.3) 업종의 광고비가 7월보다 증가할 것으로 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. **KAA**

〈표 1〉 매체별 광고경기 전망



〈표 2〉 업종별 광고경기 전망

