



## 2월 광고경기 전월 대비 보합세

2월 국내 광고경기는 1월 대비 보합세를 유지할 전망이다.

한국방송광고진흥공사(이후 KOBACO)는 국내 400대 기업을 대상으로 광고경기예측지수(KAI)를 조사한 결과 2월 예측지수가 102.9를 기록했다고 발표했다.

이는 2월이 광고비수기임에도 불구하고 소치 동계올림픽 개최가 광고시장에 긍정적으로 작용한 것으로 풀이되는 반면, 불투명한 대외 경제여건과 국내 내수경기 침체라는 부정적인 요인도 상존하여 광고시장의 변수가 될 것으로 보인다는 게 KOBACO측의 설명이다.

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

매체별로는 지상파TV(105.0), 케이블TV(103.7), 라디오(95.8), 신문(98.1), 인터넷(108.0) 등으로 조사됐으며, 업종별로는 수송기기(125.1), 서비스(121.5), 패션(120.4) 등의 업종에서 광고비 증가가 예상되는 반면, 여행 및 레저(50.2), 제약 및 의료(66.4), 증권 및 자산운용(83.4) 등의 업종에서는 광고비

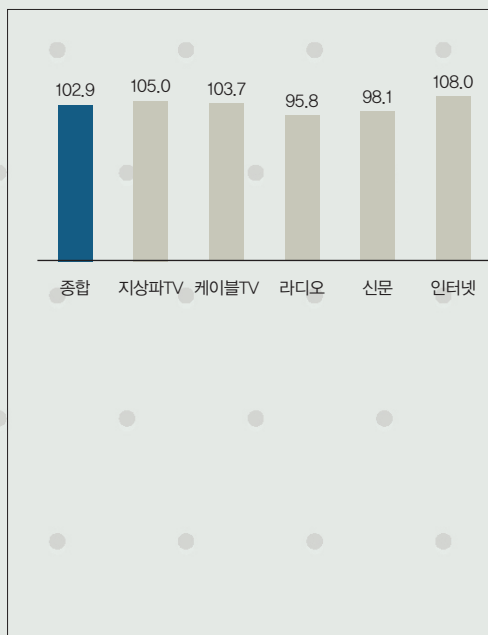
감소가 예상됐다.

한편 2014년 종합 KAI는 111.4로 나타나 2013년 대비 소폭 신장할 것으로 전망됐다. 국내외 경제여건은 여전히 불안정하지만, 경기회복의 기대감속에 대형 스포츠 이벤트로 인한 광고주의 기대심리가 조사결과에 긍정적으로 작용한 것으로 보인다고 KOBACO측은 설명했다.

매체별로는 지상파TV(105.7), 케이블TV(120.2), 라디오(97.8), 신문(93.3), 인터넷(131.7)로 나타났다. 광고주들이 지상파TV, 케이블TV에 대해서는 긍정적으로 보고 있으나, 라디오는 보합세, 신문에 대해서는 부정적으로 보고 있는 것으로 조사됐다.

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

