



4월 광고경기 전월 대비 호조

4월 국내 광고경기는 3월 대비 증가세를 보일 전망이다.

한국방송광고진흥공사(이하 KOBACO)는 국내 400대 기업을 대상으로 광고경기에측지수(KAI)를 조사한 결과 4월 예측지수가 129.8을 기록했다고 발표했다.

이는 최근 국내 내수경기가 완만한 회복세를 보이고 있고 기업들이 봄철 광고 성수기를 맞이하여 신규 캠페인 전개와 신제품 출시 등의 증가로 본격적인 광고 활동에 돌입했다는 것을 보여주는 것으로 풀이된다는 게 KOBACO측의 설명이다.

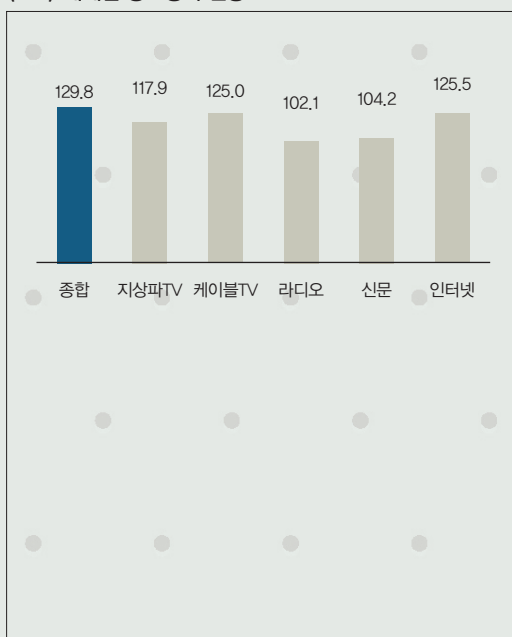
월별 KAI가 100을 넘을 경우 광고비 증가가 예상된다는 의미이고, 100 미만은 광고비 감소가 예측됨을 의미한다.

매체별로는 지상파TV(117.9), 케이블TV(125.0), 라디오(102.1), 신문(104.2), 인터넷(125.5) 등으로 조사됐으며, 업종별로는 음료 및 기호식품(185.7), 수송기기(170.5), 식품(160.4) 등의 업종에서 광고비 증가가 예상되는 반면, 유통(61.1), 기초산업재(72.5), 출판 및 교육(80.2) 등의 업종에서는 광고비 감소가 예상됐다.

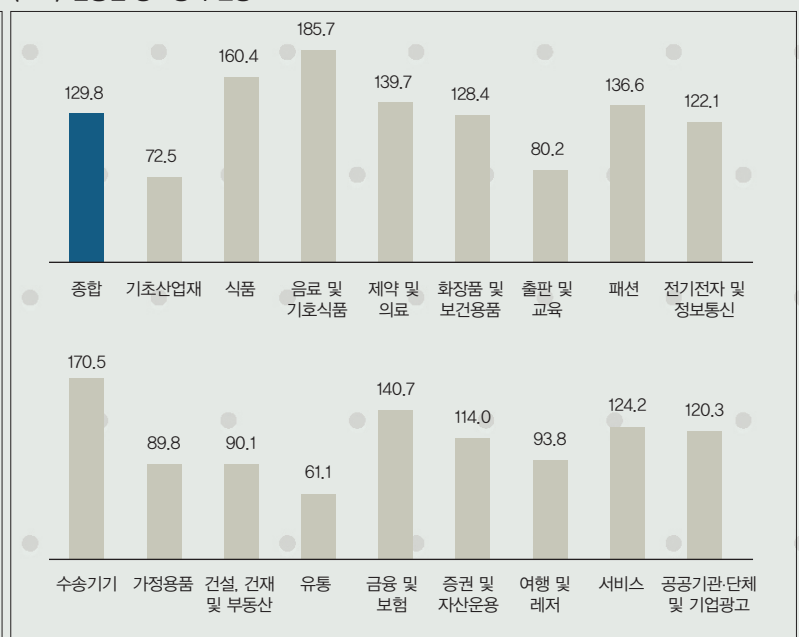
한편 2014년 2/4분기 KAI는 145.2로 나타나 응답자들이 2/4분기 광고시장을 매우 긍정적으로 보고 있는 것으로 전망됐다.

광고경기에측지수조사(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



2013년 국내 총광고비 9조 5,893억 원

작년대비 2.2% 증가, 지상파TV·인쇄 지고, IPTV·모바일 뜨고

제일기획은 2013년 국내 총 광고비를 전년대비 2.2% 성장한 9조 5,893억 원으로 발표했다. 이러한 결과는 가계부채 증대에 따른 민간소비 감소와, 수출 부진 등 불투명한 대내외 경기불황의 여파로 대부분의 기업들이 광고 마케팅 예산을 보수적으로 운용한 결과로 분석된다.

지상파TV·인쇄 하락, 종편·모바일·극장광고 선전

지상파TV 광고비는 2012년 대비 5.4% 감소한 1조 8,273억 원으로 최근 3년 지속적인 하락세를 보이고 있다.

케이블TV(종합편성채널 포함)는 성장세가 둔화돼 2012년 대비 4.6% 성장한 1조 3,825억 원으로 집계됐다. 종합편성채널은 드라마, 예능 등의 콘텐츠가 인기를 끌면서 시청률 증가가 이뤄져 종편 4사 모두 전년 대비 20% 이상의 성장을 이뤘다.

반면 신문은 스마트폰 가입자가 3,500만 명을 넘어서

고 모바일 이용률이 증가하면서 2012년 대비 6.6% 감소한 1조 5,447억 원의 시장 규모를 형성했다.

유선 인터넷 시장의 성장세가 둔화된 반면 모바일 광고시장은 2012년 대비 119% 증가한 4,600억 원으로 집계됐다.

인터넷 검색 광고는 1조 3,210억 원, 노출형 광고(Display AD)는 6,820억 원의 시장을 형성했다.

이밖에 옥외, 극장, 교통 등 OOH(Out of Home) 광고도 성장세를 이어가며 2012년 대비 5.9% 증가한 9,645억 원의 시장을 형성했다. 특히 국내 영화 산업의 활황으로 10.9%의 성장세를 보인 극장광고는 1,708억 원의 시장을 형성했다.

2014년은 전년대비 3.8% 상승한 9조 9,572억 원 전망

올해는 동계올림픽과 월드컵 등 빅 스포츠 이벤트와 경기회복세가 지속될 것으로 예상돼 경제성장률과 같은 수준으로 전년 대비 3.8% 성장한 9조 9,572억 원대의 광고시장을 형성할 것으로 제일기획은 전망했다.

한편 제일기획은 광고비 집계방식의 변경으로 2012년 광고비 규모를 9조 7,706억 원에서 9조 3,854억 원으로 하향조정했으며, 달라진 집계방식을 작년 집계치와 2014년 전망치에 동일하게 적용시켰다고 밝혔다. OOH(Out of Home) 광고를 극장, 교통, 일반 옥외로 구분해 상세 집계했으며, 기존 조사에서 기타 항목으로 분류됐던 유통, 전시, DM, 전화번호부 광고 등은 올해부터 집계에서 제외했다고 제일기획측은 설명했다. **K A A**

〈표〉 2012~2014년 매체별 총 광고비

구분	매체	광고비(억원)			성장률(%)		구성비(%)	
		'12년	'13년	'14년(F)	'13년	'14년(F)	'13년	'14년(F)
방송	지상파TV	19,307	18,273	18,700	-5.4	2.3	19.1	18.8
	라디오	2,358	2,246	2,200	-4.8	-2.1	2.3	2.2
	케이블/종편	13,218	13,825	13,800	4.6	-0.2	14.4	13.9
	IPTV	235	380	450	61.7	18.4	0.4	0.5
	위성TV	130	151	150	16.2	-0.7	0.2	0.2
	DMB	168	124	110	-26.3	-11.1	0.1	0.1
	SO	655	712	720	8.7	1.1	0.7	0.7
인쇄	방송 계	36,071	35,712	36,130	-1.0	1.2	37.2	36.3
	신문	16,543	15,447	14,900	-6.6	-3.5	16.1	15.0
	잡지	5,076	4,650	4,450	-8.4	-4.3	4.8	4.5
인터넷	인쇄 계	21,620	20,097	19,350	-7.0	-3.7	21.0	19.4
	검색	12,950	13,210	13,600	2.0	3.0	13.8	13.7
	노출형	6,590	6,820	7,130	3.5	4.5	7.1	7.2
모바일	인터넷 계	19,540	20,030	20,730	2.5	3.5	20.9	20.8
	모바일	2,100	4,600	7,750	119.0	68.5	4.8	7.8
OOH	옥외	3,463	3,549	3,600	2.5	1.4	3.7	3.6
	극장	1,540	1,708	1,750	10.9	2.5	1.8	1.8
	교통	4,102	4,388	4,400	7.0	0.3	4.6	4.4
	OOH 계	9,105	9,645	9,750	5.9	1.1	10.1	9.8
제작		5,418	5,810	5,862	7.2	0.9	6.1	5.9
총 계		93,854	95,893	99,572	2.2	3.8		