



8월 광고경기 비수기 흐름

8월 국내 광고경기는 7월 대비 감소될 전망이다.

한국방송광고진흥공사(이후 KOBACO)는 국내 400대 기업을 대상으로 광고경기예측지수(KAI)를 조사한 결과 8월 예측지수가 87.8를 기록했다고 발표했다.

이는 국내 광고시장이 브라질 월드컵 종료와 함께 전통적인 광고비수기로 진입하였고, 내수 부진이 이어지며 광고주들의 광고마케팅 심리가 위축된 점이 조사결과에 반영된 것으로 풀이된다는 게 KOBACO측의 설명이다.

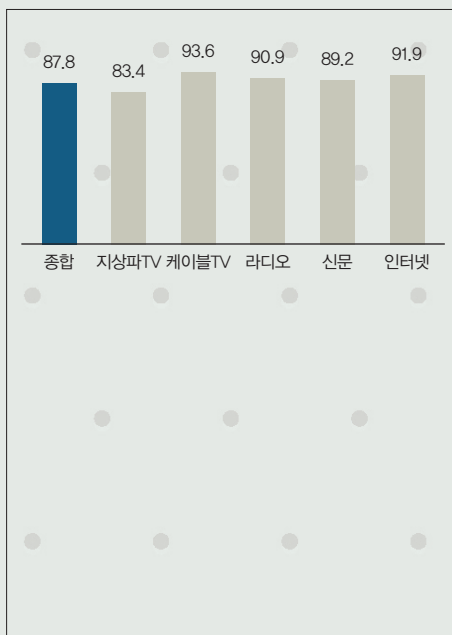
월별 KAI가 100을 넘을 경우 광고비 증가가 예상된다는 의미이고, 100 미만은 광고비 감소가 예측됨을 의미한다.

매체별로는 지상파TV(83.4), 케이블TV(93.6), 라디오(90.9), 신문(89.2), 인터넷(91.9) 등으로 조사됐으며, 업종별로는 가정용품(143.4), 여행 및 레저(105.9) 등의 업종에서 광고비 증가가 예상되는 반면, 음료 및 기호식품(55.8), 증권 및 자산운용(67.6) 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. 

〈표 1〉 매체별 광고경기 전망



〈표 2〉 업종별 광고경기 전망

