



8월 국내 광고시장 7월과 비슷할 듯

8월 국내 광고경기는 7월과 비슷한 양상을 보일 것으로 예상된다.

한국방송광고진흥공사(이후 KOBACO)는 국내 600대 기업을 대상으로 광고경기예측지수(KAI)를 조사한 결과, 8월 종합 KAI는 100.4를 기록했다고 발표했다.

4대매체가 다소 저조하고 온라인-모바일 매체가 증가할 것으로 나타났다.

업종별로는 여름 피서철과 방학을 겨냥한 신규 대작 게임과 영화광고가 증가할 것이며, 여행 및 레저업종도 크게 늘어날 것으로 전망된다. 경기회복을 위해 정부가 추경 조기편성을 예고하고 있어 공공부분의 광고집행도 다소 늘어날 것으로 보인다고 덧붙였다.

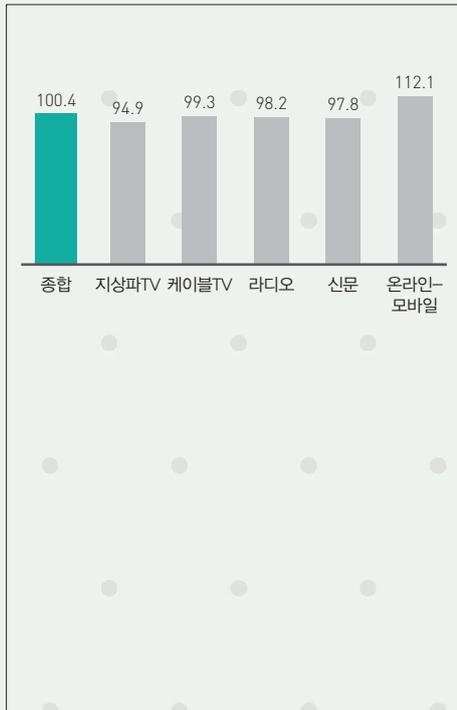
월별 KAI가 100을 넘을 경우 광고비 증가가 예상된다는 의미이고, 100 미만은 광고비 감소가 예측됨을 의미한다.

매체별로는 지상파TV(94.9), 케이블TV(99.3), 라디오(98.2), 신문(97.8), 온라인-모바일(112.1) 등으로 조사됐으며, 업종별로는 게임 및 온라인 콘텐츠를 포함한 서비스(139.1), 수송기기(122.2) 등의 업종에서는 광고비 증가가 예상되는 반면, 가정용 전기전자(60.0), 화장품 및 보건용품(62.5) 등의 업종에서는 광고비 감소가 예상됐다.

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

광고산업통계정보시스템(<http://adstat.kobaco.co.kr>)이나, 스마트폰에서 '광고경기예측지수(KAI)'를 다운받으면 쉽게 검색할 수 있다. **K A A**

〈표 1〉 매체별 8월 광고경기 전망



〈표 2〉 업종별 8월 광고경기 전망

