



12월 국내 광고시장 약보합세 전망

12월 국내 광고경기는 11월 대비 유사하거나 감소할 것으로 전망된다.

한국방송광고진흥공사(이하 KOBACO)는 국내 600대 기업을 대상으로 광고경기예측지수(KAI)를 조사한 결과, 12월 종합 KAI는 98.5를 기록했다고 발표했다.

매체별로는 지상파TV(93.7), 케이블TV(94.8), 라디오(94.4), 신문(101.5), 온라인-모바일(111.9)으로 조사됐다.

업종별로는 종합적으로 전월 대비 광고비가 비슷하거나 소폭 감소한 수준일 것으로 보인다. 음료 및 기호식품(109.1), 화장품 및 보건용품(111.1), 출판 및 교육(126.5) 업종에서는 광고비 증가가 예상되는 반면, 가정용품(72.7), 의류 및 패션(75.0) 업종에서는 광고비 감소가 예상된다.

기업규모별로는 상위광고주의 광고비 감소가 뚜렷할

것(79.2)으로 예측된다. 중위광고주(101.4)와 하위광고주(100.0)의 광고비는 전월 대비 광고비 집행 수준이 유사할 것으로 보인다는 게 KOBACO측의 설명이다.

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

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.

<표 1> 매체별 12월 광고경기 전망



<표 2> 업종별 12월 광고경기 전망

