2월 국내 광고시장 대형 광고주 광고비 증가할 듯

2월 국내 광고경기는 1월 대비 소폭 증가세가 전망된다.

한국방송광고진흥공사(이후 KOBACO)는 국내 600대 기업을 대상으로 광고경기예측지수(KAI:Korea Advertising Index)를 조사한 결과, 2월 종합 KAI는 108.1을 기록했다고 발표했다.

매체별로는 지상파TV(101.5), 케이블TV(102.2), 라디오(96.7), 신문(98.2), 온라인-모바일(118.8)으로 조사됐다.

업종별로는 금융·보험 및 증권(133.3), 건설·건재 및 부동산(126.3), 수송기기(122.2) 업종에서는 광고비 증가가 예상되는 반면, 컴퓨터 및 정보통신(80.0), 가정용 전기전자(80.0) 업종에서는 광고비 감소가 예상된다.

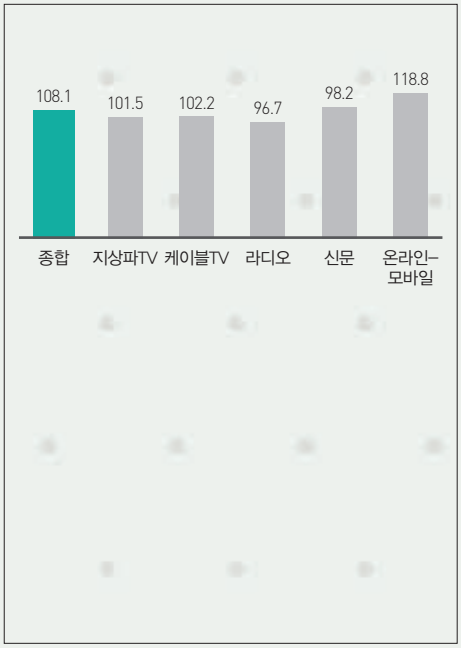
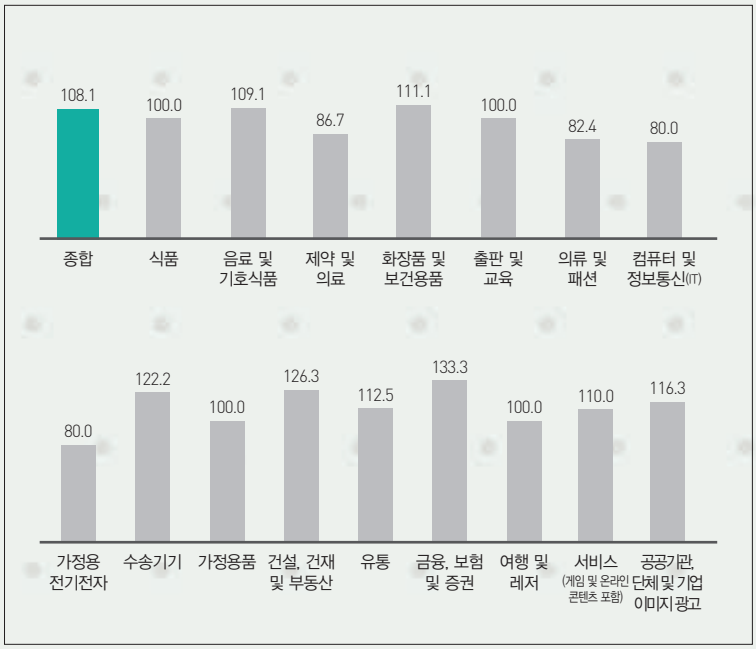
기업규모별 전망지수를 살펴보면, 2월에는 대형광고주 광고비 증가(124.0)가 기대된다. 중형광고주(104.2)와 소형광고주(107.4)의 광고비도 전월 대비 광고비 집행 수준이 소폭 증가할 것으로 조사됐다. 대형광고주는 라디오 매체를 제외한 전매체에서 전반적인 광고비 집행 증가를 예상했고, 중형광고주와 소형광고주 모두 온라인-모바일 매체 위주로 광고비를 집행할 것으로 보인다는 게 KOBACO측의 설명이다.

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

광고경기예측지수조사(KAI)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. KAA

〈표 1〉 매체별 2월 광고경기 전망



〈표 2〉 업종별 2월 광고경기 전망