



4월 국내 광고시장 '봄기운'

4월 광고시장에 봄기운이 완연할 전망이다. 4월은 전통적인 광고 성수기이며, 특히 프리미엄 스마트폰 본격 출시가 예정돼 있어 광고경기에 호재로 작용할 것으로 예상된다.

한국방송광고진흥공사(KOBACO)는 국내 광고시장의 경기변동을 파악하기 위해 매월 조사, 발표하는 '광고경기 예측지수(KAI)' 결과, 4월 종합 KAI는 128.6으로 증가세가 예상된다

매체별 KAI 지수는 지상파TV 110.0, 케이블TV 115.4, 라디오 103.9, 신문 103.9, 온라인·모바일 133.6으로 조사됐다.

기업규모별 전망지수를 살펴보면, 4월에는 중형광고주 광고비 증가(143.4) 전망이 뚜렷하다. 대형광고주(133.3)와 소형광고주(122.0)의 광고비도 전월 대비 광고비 집행 수준이 증가할 것으로 조사됐다. 특히 중형광고주는 지상파TV(125.0)와 케이블TV(128.9) 중심으로 광고비 집행 증가를 응답했다.

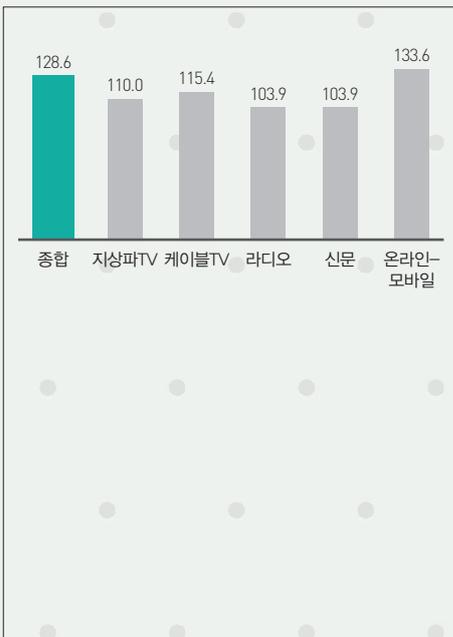
업종별로는 제약 및 의료(152.6), 수송기기(142.9), 금융, 보험 및 증권(141.9), 건설, 건재 및 부동산(138.5) 업종의 전체적인 광고비 집행이 증가할 것으로 조사됐다. 특히, 온라인·모바일 매체는 제약 및 의료(157.9), 식품(150.0), 의류 및 패션(150.0)을 비롯해 대부분의 업종에서 광고비를 늘릴 것으로 응답했다.

월별 KAI가 100을 넘을 경우 광고비 증가가 예상된다라는 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. **KAI**

〈표 1〉 매체별 4월 광고경기 전망



〈표 2〉 업종별 4월 광고경기 전망

