

6월 국내 광고경기 월드컵 특수에도 포함세



6월 국내 광고경기는 전월 대비 포함세를 이어갈 전망이다. 월드컵 시즌이란 호재에도 불구하고 온라인-모바일을 제외한 전 매체가 주춤한 모양새다.

한국방송광고진흥공사(이하 KOBACO)는 국내 1천개 기업을 대상으로 광고경기에측지수(KAI:Korea Advertising Index)를 조사한 결과, 6월 종합 KAI는 102.4를 기록했다고 발표했다.

매체별로는 지상파TV(96.9), 케이블TV(96.3), 종합편성TV(96.5), 라디오(96.0), 신문(93.4), 온라인-모바일(110.1)로 조사됐다.

업종별로는 통신(175.0), 운송장비(138.5), 주류 및 담배(138.5), 미용-용품 및 관련 서비스(133.3) 업종에서는 광고비를 늘리겠다고 응답한 반면, 의류 및 신발(62.5),

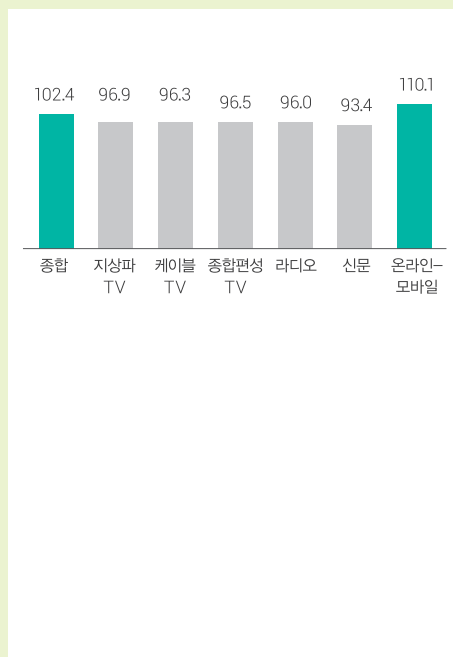
금융 및 보험서비스(76.0) 등의 업종에서는 광고비 감소가 예상됐다.

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

광고경기에측지수조사(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 '광고경기에측지수(KAI)'를 다운받으면 쉽게 검색할 수 있다. **KAA**

〈표 1〉 매체별 6월 광고경기 전망



〈표 2〉 업종별 6월 광고경기 전망

