



올해 전세계 광고시장, 3.5% 성장 예상

글로벌 광고회사인 WFP의 GroupM에 따르면 올해 전세계 광고시장 규모는 4,510억 달러에 달해 작년 대비 약 3.5% 증가할 것으로 내다봤다. 이같은 성장세의 대부분은 중국의 성장에서 비롯될 것으로 봤다.

GroupM은 전세계 70개국의 자료를 수집해 이같은 결과를 발표했다. 미국의 경우, 올 광고비 예상 규모는 1,450억 달러로 작년 대비 1.3% 하락하고 2008년에 비해서는 무려 7% 하락한 수치이다. 미국 내채시장의 경우 올해 확실히 바닥을 찍을 것으로 보고 있다. 내년에는 GDP 증가와 함께 견고한 성장세를 보일 것으로 기대한다"고 GroupM의 CIO인 리노 스킨조니씨는 말했다. TV와 온라인이 광고 회복세를 주도해 그 성장세가 다른 미디어를 압도할 것으로 보인다"고 덧붙였다.

2011년의 경우, 전세계적으로 4~5%정도 광고시장이 성장하는데, 특히 온라인 분야의 광고 성장세가 두드러질 것으로 내다봤다. 인터넷 광고의 경우 2011년 전체 광고시장의 16%를 차지할 것으로 전망했다.

한편 월드컵을 치른 남아공의 경우, GroupM은 작년달에 내놓았던 전망치(3%)보다 두 배가 넘는 6.5%의 성장세를 보일 것으로 전망했다. GroupM의 담당 임원은 월드컵은 광고시장 전망에 있어 너무 뻔한 국제 스포츠임에도 불구하고, TV광고시장이 비정상적으로 유난히 큰 남아공의 경우, TV광고의 폭발적인 증가로 기존 예상치의 두배를 넘는 성장세를 이루어 냈다고 밝혔다.

한편 몇 년만에 중국이 WFP의 세 번째로 큰 시장이 될 것으로 본다고 WFP의 CEO가 말했다. 이 회사는 중국, 대만, 홍콩 지역에서 10억 달러의 매출을 기대해 본다고 말했지만 언제쯤이 될지는 밝히지 않았다. 현재 WFP의 4대 시장은 미국, 영국, 프랑스와 독일이라고 덧붙였다. 하지만 기업들의 중국시장에 대한 적극적인 투자와 중국의 GDP 성장률을 감안할 때 3년째로 큰 시장이 될 것이라고 말했다. **▶▶▶**

미국 모바일 디스플레이 광고, 2015년이면 12억 달러

미국 모바일 디스플레이 광고가 향후 5년내 현재의 4배 규모에 달할 것으로 보인다. ABI 리서치의 보고서에 따르면 미국내 모바일 인터넷 사용자도 급격하게 늘어날 것으로 보인다.

미국의 모바일 디스플레이 광고는 올해 313만 달러에서 2015년 12억 달러로 늘어나는데 이는 모바일 광고 분야에서 검색광고, 문자메시지 광고, 그리고 어플리케이션 광고 등과 함께 가파른 상승세를 보이는 것 중 하나가 될 전망이다.

이같은 급격한 성장은 스마트폰의 대량 보급 덕분인데, 현재 미국 인구의 20%가 스마트폰을 사용하고 있다. 그리고 사용자의 28% 이상이 매일 모바일 인터넷에 접속하고 있다. 한편 전세계 스마트폰 사용자는 연말까지 5천만명에 달할 것으로 전망되었는데, 주로 아시아와 아프리카가 성장세를 주도할 것으로 보인다.

또 다른 조사에서는 미국 성인의 38%가 모바일 기기를 이용해 인터넷에 접속하는 것으로 드러났다. 2009년 4월 조사에서는 그 비율이 25%였다. 전체적으로 미국 성인남녀 인구 중 82%가 모바일 기기를 소유하고 있고, 11%는 상품구매에 모바일 기기를 활용, 23%는 소셜 네트워크를 이용, 20%는 동영상 시청, 11%는 기부에 사용한 적이 있다고 답했다.

[일동제약] 아로나민씨플러스로 지키는 건강미



일동제약의 아로나민씨플러스가 건강미인 옥주현을 통해 안티에이징 건강 비결을 보여준다. 특히 옥주현이 직접 부른 '안티에이징 Song'과 함께 오가, 트램펄린 등을 즐기는 건강한 모습을 통해 아로나민씨플러스가 활성비타민B군과 비타민C, E, 셀레늄 등 항산화 성분을 보강한 비타민 시장의 대표브랜드란 메시지를 전하고 있다. 또 이번 광고에서는 여성뿐만 아니라 남성들에게도 '아로나민씨플러스'를 알리는데 초점을 맞추고 있다

[동서식품] 맥심 새광고 진한 여운



동서식품 맥심 새광고가 총무로의 두 스타 임수정과 정우성을 통해 깊고 진한 여운을 주고 있다.

샌프란시스코에서 진행된 이번 맥심 광고는 헤어친 두 남녀가 세월이 지나 길에서 우연히 마주치면서 옛사랑에 대한 아련함과 사랑했던 추억을 되새긴다는 내용이다.

광고 전반에 흐르고 있는 문안머리가 맥심의 깊고 진한 여운을 그대로 살리면서 브랜드 이미지를 잘 살려주고 있다는 평이다.

[LG전자] 휘센 에어컨 팬퀸댄스 화제



브랜드의 의지를 잘 담아내고 있다.

LG전자 휘센 에어컨 광고에서 한예슬과 송승헌이 귀여운 팬퀸댄스로 눈길을 끌고 있다.

이번 휘센 에어컨 광고에서는 '휘센 징글벨'과 함께 팬퀸의 동작을 본따 만든 팬퀸댄스를 통해 광고에 대한 인지도를 높이는 동시에 시원하고 깨끗한 남극과 같은 바람을 전해줄것다는 휘센

[코카콜라] 코카콜라 제로 'Wild Health' 광고 눈길



코카콜라가 일본 최고의 여가수 '아무로 나미에'를 모델로 '코카콜라 제로' 광고를 새롭게 선보였다. 코카콜라의 짜릿함은 즐기면서도 실랑과 칼로리가 없는 '코카콜라 제로'의 'Wild Health' 광고는 일본에서 폭발적인 인기를 끌면서 한국 및 아시아 지역에도 선보이

[GS건설] 에너지 자동관리 그린홈 기술 선보여



GS건설이 에너지를 자동으로 관리하는 그린홈 기술 '자이 - EMS (Energy Management System)'를 적용한 '그린스마트-자이'를 소재로 한 신규광고를 통해 소비자의 호응을 얻고 있다. GS건설은 광고에서 전속모델인 이영애를 통해 자이의 세련된 내부 인테리어를 보여주면서 브랜드의 고급스러운 이미지 한껏 보여주고 있다. 또 집안의 전등과 주방 후드 등이 자동으로 멈추는 모습