

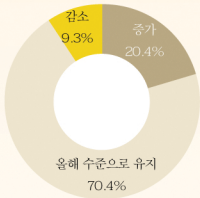
광고주간이설문

광고주 70% 내년 광고비 올해 수준 유지

인터넷, 케이블TV 광고비 늘리고 신문은 줄일 것

한국광고주협회가 2010년 11월 16일부터 23일까지 일주일간, 200여 회원사를 대상으로(54개사 응답) 2011년 광고경기전망을 조사한 결과, 응답자의 70.4%가 광고예산을 올해와 비슷한 수준으로 유지할 것이라고 대답했다. 광고예산을 늘릴 계획이라고 응답한 광고주는 20.4%, 줄일 예정이라고 응답한 광고주는 9.3%로 조사됐다.

<표 1> 2011년 광고예산 증감 현황



광고비를 늘리는 경우는 신제품 출시, 브랜드 빌드업(Build-up)을 위한 공격적 마케팅, 기업이미지 제고 등이 주된 이유였고, 줄이는 이유는 경기 침체에 따른 기업매출 축소 등이었다. 올해와 동일 수준을 유지하겠다는 광고주 중에는 구독률이 지속적으로 하락하는 신문을 줄이고 그 예산을 케이블TV 예산에 편성하겠다고 응답한 경우도 있었다.

지상파, 케이블TV, 신문, 인터넷, 옥외 등 주요 매체에 대한 광고예산 전망을 조사한 결과, 인터넷과 케이블TV는 성장세를 지속할 것으로 나타났으며 신문의 경우 감소폭이 클 것으로 조사되었다. 이수지 기자 susie@kca.or.kr

<표 2> 2011년 각 매체별 광고예산 증감 계획

