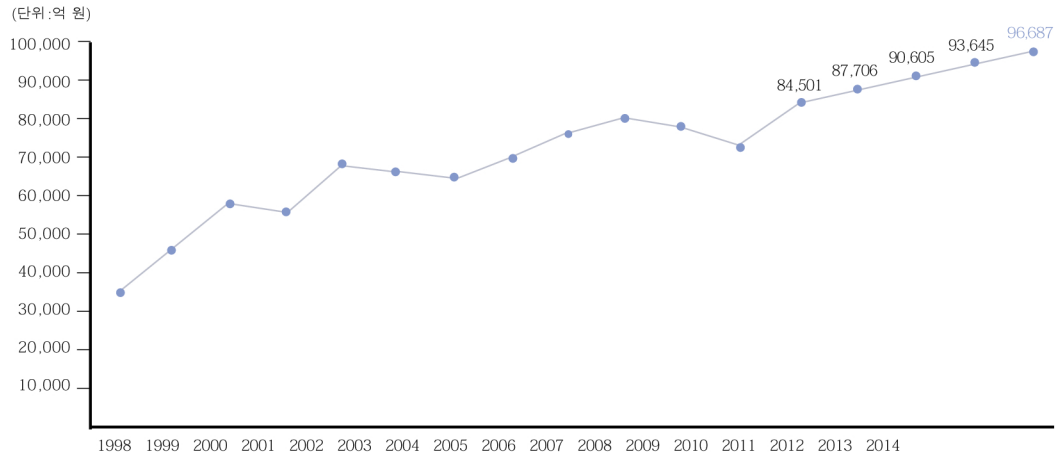


<표 1> 국내 총광고비 변화

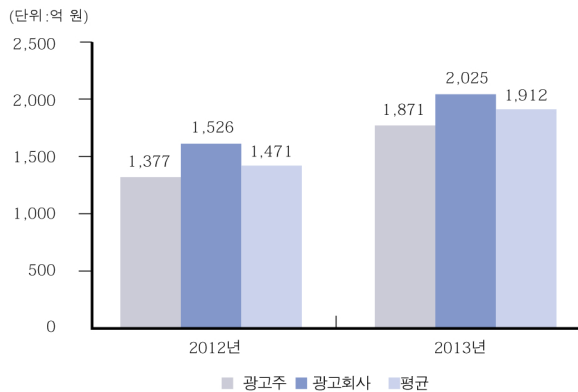


는 한국광고주협회가 실시하였으며, 2011년 5월 13일에서 6월 15일까지 총 33일간 행해졌다.

먼저 중편채널별 예상 광고매출은 광고주가 약 1,370억 원, 광고대행사가 약 1,500억 원으로, 평균 1,471억 원 정도로 예상되었으며, 2013년에는 약 1,912억 원 정도로 증가할 것으로 응답하였다. 예상 광고시청률은 개인을 기준으로 0.57%(현재 지상파 약 2%~2.2% 수준) 정도로 예측되었다.

중편채널 출범 후 다른 매체 광고비 변화를 묻는 질문에는 지상파의 경우 현 상태 유지가 61%로 가장 많았으며, MPP와 지상파PP의 경우 소폭이지만 감소할 것이라는 답변이 44%로, 현 상태를 유지할 것이라는 응답 34%와 증가할 것이라는 응답 22%보다 많았다. 물론 그 감소폭은 약 10% 정도로 크지 않았지만, 중/소PP의 경우에는 69%의 압도적인 응답이 감소를 예상하였으며, 감소폭도 약 20% 대로 적지 않은 광고비 이탈이 예상되었다. 신문의 경우에는 가장 높은 비율로 감소가 예측되었는데, 72%의 응답자가 중편 출범이 신문 광고비를 감소시킬 것으로 예상하였다. 그 폭은 약 17% 정도로 나타나 이제까지도 큰 폭의 하락을 경험한 신문으로서는 더

<표 2> 중편채널(별) 광고비 예측



<표 3> 중편채널(별) 예상 광고시청률

