

12월 광고시장 전월 대비 보합전망



12월 광고시장이 11월과 비교해 보합세를 보일 전망이다. 월별광고경기지수(KAI)가 100을 기준으로 보았을 때 초과는 전체 광고비가 증가할 것이라는 의미이고, 100 미만일 경우 광고비가 감소됨을 예측하는 것이다. 한국방송광고공사가 국내 광고시장의 경기변동을 파악할 수 있도록 매월 발표하고 있는 ‘광고경기 예측지수(KAI; Korea Advertising Index)’에 따르면 12월 예측지수는 101.5로 나타나, 전월인 11월과 비교해 보합세를 보일 전망이다.

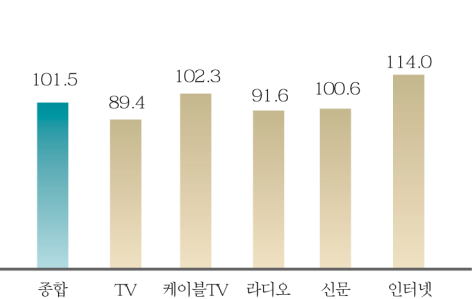
12월의 경우 통상 광고주들이 연간 광고예산 중 미집행된 부분을 연말에 집중 소진하는 등 연말 광고 특수가 있어 왔다. 하지만 올해는 불확실한 대외 경제 여건과 침체된 내수 등의 경제적 요인, 더불어 12월 종편PP의 시장 진입을 앞두고 광고주들의 예산 집행의 관망세를 보이고 있는 요인이 복합적으로 작용하면서 종합 지수가 낮게 나타났다고 분석했다.

매체별로는 지상파TV 89.4, 신문 100.6, 케이블TV 102.3, 라디오 91.6, 인터넷 114.0으로 나타나 지상파TV와 라디오는 다소 부진할 것으로 예상되며, 인터넷은 상승세를 보일 전망이다.

업종별로는 음료 및 기호식품(163.1), 출판(163.2), 컴퓨터 및 정보통신(140.1), 서비스(142.5) 등의 업종에서 두드러진 증가세가 예상되며, 제약 및 의료(39.0), 화장품 및 보건용품(64.0), 패션(70.3), 수송기기(26.1) 등의 업종은 부진이 예상된다.

광고경기예측지수조사(KAI: Korea Advertising Index)는 방송·광고비를 포함한 국내 주요 광고매체의 경기변동을 주기적으로 조사해 광고산업 경기를 진단할 목적으로 매월 한국방송광고공사에서 진행하고 있으며 한국광고주협회와 문화체육관광부가 후원하고 있다. 

<표 1> 매체별 광고경기 전망



<표 2> 업종별 광고경기 전망

