

# 12월 광고경기 전월대비 약보합세 전망


12월 국내 광고경기는 전월인 11월대비 약보합세를 보일 전망이다.

한국방송광고진흥공사(이후 KOBACO)는 국내 400대 기업을 대상으로 광고경기에측지수(KAI)를 조사한 결과 12월 예측지수가 98.1을 기록했다고 발표했다.

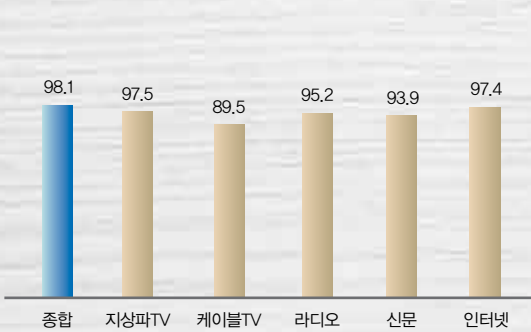
월별 KAI가 100을 넘을 경우 광고비 증가가 예상된다는 의미이고, 100 미만은 광고비 감소가 예측됨을 의미한다.

이 같은 결과는 연말 잔여 광고예산의 소진이 없을 경우 전통적으로 광고시장이 위축되는 계절적 특성이 반영된 것이다. 또한 국내외 경제 여건이 여전히 불안정한 상태에서 대선 등 정치적 상황을 일단 관망하겠다는 광고주들의 심리가 작용하고 있는 것으로 풀이된다고 KOBACO측은 설명했다.

매체별로는 지상파TV(97.5), 케이블TV(89.5), 라디오(95.2), 신문(93.9), 인터넷(97.4)으로 조사됐으며, 업종별로는 음료 및 기호식품(147.4), 서비스(143.4), 출판(136.7), 식품(125.7) 등의 업종에서 광고비 증가가 예상되는 반면, 패션(58.0), 가정용 전기전자(68.1), 가정용품(69.0), 화장품 및 보건용품(74.8) 등의 업종에서는 광고비 감소가 예상된다.

광고경기에측지수조사(KAI :Korea Advertising Index)는 방송광고비를 포함한 국내 주요 광고매체의 경기변동을 주기적으로 조사해 광고산업 경기를 진단할 목적으로 매월 한국방송광고진흥공사에서 진행하고 있으며 한국광고주협회와 문화체육관광부가 후원하고 있다. 

<표 1> 매체별 광고경기 전망



<표 2> 업종별 광고경기 전망

