

2012년 12월 광고모델 호감도 TOP 10

순위	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
모델	이승기	김태희	김수현	송중기	싸이	원빈	김연아	수지	손연재	전지현
전월순위	1	3	6	4	2	10	5	11	7	23
호감률 (% MRP)	9.04	6.64	5.29	5.10	3.92	3.30	2.65	2.62	2.34	2.26
호감인구수 (천 명)	3,232	2,376	1,893	1,823	1,404	1,180	948	939	839	807
출연CM	지펠 KB금융그룹 피자헛 창정원 액티비아 KB카드 페리오치약 코오롱스포츠 헤리토리	남양프렌치카페 카페믹스 LG디오스 LG전자 오희 엘라스틴 블랙스미스 토요타캐리 한화 한화생명	프로스펙스 삼성센스 알앤비 뽀띠첼 엔제리너스커피 카스 피죤 비온드 빈스 빈폴아웃도어 뚜레쥬르	스프라이트 롯데리아 센트룸 헤드 후지인스탁스 롯데로스팜	LG유플러스 놀부보쌈 놀부부대찌개 지펠 컨디션 농심신라면블랙 드라이피니시D	뚜레쥬르 올림푸스 K2 맥심티오피 LG인피니아 쿠쿠정수기 쿠쿠	삼성전자하우젠 에어컨 LG사프란 KB금융그룹 퓨어 매일우유 프로스펙스 맥심화이트골드 하이트맥주 티	덴마크드링크요 구르트 리복펍프푸리 티엔 캐리비안베이 도미노피자 캐논EOSM 수미칩 닌텐도DS 빈폴아웃도어	LG화센 썬키스트웨미리 위스퍼 스위첸 힐라골드다운 팬틴 LG싸이언 파스퇴리아이스 크림 파스퇴르래변	드림탑 마시는홍초 SK텔레콤LTE던 리복이지론 도도한나쵸 일리

* 모델 순위는 호감인구수 기준임 (단위: 천 명)

12월 대행사별 광고효과 Top 20

순위	대행사명	집행CM수	반응CM수	전체MRP	편당MRP	CPCM(원)
1	제일기획	51	105	55.89	0.53	1,274
2	이노션월드와이드	38	65	34.32	0.53	2,009
3	HS애드	22	45	23.19	0.52	2,186
4	대홍기획	20	44	19.65	0.45	997
5	TBWA코리아	19	27	17.65	0.65	2,094
6	SK마케팅앤컴퍼니	12	24	15.95	0.66	2,515
7	농심기획	4	8	12.67	1.58	706
8	한컴	3	12	10.50	0.87	1,081
9	오리콤	8	13	10.28	0.79	1,451
10	덴츠코리아	9	23	9.91	0.43	1,009
11	코마코	6	10	7.99	0.80	1,393
12	서울광고기획	8	13	7.41	0.57	1,145
13	레오버넷	9	16	7.01	0.44	1,080
14	금강오길비	7	14	5.53	0.39	1,358
15	웰컴퍼블리시스월드와이드	2	8	5.25	0.66	982
16	엘베스트	1	4	5.08	1.27	795
17	JWT애드벤처	6	14	4.97	0.36	2,039
18	유니버설맥켄코리아	6	9	4.37	0.49	1,864
19	아이에스엠지코리아	4	8	4.19	0.52	1,157
20	중앙유엠에스	2	2	4.10	2.05	1,097

* CPCM은 편당광고비를 편당호감반응인구수로 나누어 산정

* 자료출처 : 한국CM전략연구소

* 집행CM은 당월 광고집행 소재 수이며, 반응CM은 중단된 광고를 포함하여 당월 광고효과가 나타난 소재의 합

12월 PEI (Program Engagement Index : 프로그램몰입도지수) TOP 10

순위	프로그램		PEI	시청률(%)
1	MBC	무한도전	147.8	17.34
2	MBC	무한도전 스페셜	139.5	6.41
3	SBS	그것이 알고 싶다	136.7	11.15
4	MBC	수목미니시리즈 - 보고싶다	132.1	13.09
5	KBS2	음악의 참견	131.7	8.1
6	KBS2	개그콘서트(재)	130.5	6.35
6	MBC	창사특별기획 - 마의	130.5	18.79
8	SBS	SBS스페셜	129.6	7.61
9	SBS	특별기획드라마 - 청담동엘리스	128.7	9.95
10	MBC	우리들의일밤 - 나는가수다2	128.2	6.30

※ 조사기간 : 2012.12.2~12.15(n=13,791), 시청률 자료원 : AGB닐슨 12.1~12.14 수도권 가구시청률 기준

* 자료출처 : 한국방송광고진흥공사

PEI (프로그램몰입도지수 : Program Engagement Index)

PEI는 TV프로그램의 가치를 판단하고 측정하는 지표로, 시청률이 해당 프로그램에 대한 시청규모(quantity)를 조사한 것이라면, PEI는 시청률로는 알 수 없었던 시청자들의 프로그램에 대한 몰입정도(quality)를 조사했다는 점에서 의미가 있다. 100을 기준으로 높을수록 몰입도가 높고, 100보다 낮을수록 몰입도가 낮음을 나타내도록 수치화했다.

PEI는 광고 호감도 및 기업 이미지 등과 상관관계도 높다. 분석 결과, PEI가 높은 그룹은 낮은 그룹보다 광고를 더 잘 기억하며, 광고에 나온 제품이나 서비스의 이용 욕구도 월등하게 높았다.

2012년 12월 PEI지수는 지상파 채널인 KBS-2TV, MBC-TV, SBS-TV의 107개 프로그램에 대해, 전일 해당프로그램을 시청한 만 13~59세 남녀 13,791명을 대상으로 2012년 12월 2일부터 12월 15일까지 온라인 세베이를 통해 조사되었다.

2012년도 IPTV 가입자 현황

(단위: 천 명)

구분	KT	SKB	LGU	계
1월말	2,885	912	886	4,683
2월말	2,977	946	896	4,819
3월말	3,068	987	903	4,958
4월말	3,162	1,031	914	5,107
5월말	3,246	1,075	930	5,251
6월말	3,337	1,121	945	5,403
7월말	3,419	1,167	957	5,543
8월말	3,497	1,208	968	5,673
9월말	3,578	1,252	986	5,816
10월말	3,664	1,298	1,008	5,970
11월말	3,758	1,350	1,035	6,143
12월말	3,847	1,402	1,061	6,310

* 자료출처 : 방송통신위원회