

2월 광고경기 전월대비 강보합세 전망

2월 국내 광고경기는 전월인 1월대비 강보합세를 보일 전망이다.

한국방송광고진흥공사(이후 KOBACO)는 국내 400대 기업을 대상으로 광고경기예측지수(KAI)를 조사한 결과 2월 예측지수가 106.3을 기록했다고 발표했다.

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

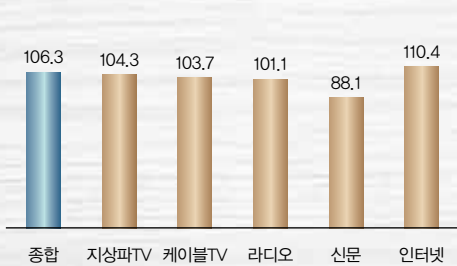
이 같은 결과는 국내의 경제 여건이 여전히 불안정하지만, 1월 광고예산 편성을 마무리하고 2월부터 일정 수준의 광고활동을 시작하려는 광고주의 긍정적 심리가 반영된 것으로 풀이된다고 KOBACO측은 설명했다.

매체별로는 지상파TV(104.3), 케이블TV(103.7), 라디오(101.1), 신문(88.1), 인터넷(110.4) 등으로 조사됐으며, 업종별로는 수송기기(149.9), 제약 및 의료(128.7), 패션(110.6) 등의 업종에서 광고비 증가가 예상되는 반면, 건설, 건재 및 부동산(80.2), 관공서 및 단체(81.3), 서비스(93.2), 컴퓨터 및 정보통신(93.3) 등의 업종에서는 광고비 감소가 예상됐다.

한편 KOBACO측에 따르면 “작년 12월 ‘광고산업 활성화와 광고경기예측지수(KAI) 세미나’에서 보았듯이 지상파TV, 케이블TV, 라디오, 신문 등의 KAI는 실제 광고비 증감률과 상관성이 높게 나타났으나 인터넷은 그렇지 않았다. 그 이유는 KAI 조사가 국내 주요 광고주 대상이어서 인터넷 KAI 지수가 검색광고와 관련한 소규모 광고주의 비중이 높은 인터넷 광고비의 실제 집행 실적과는 차이가 있기 때문”이라고 밝혔다.

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

〈표 1〉 매체별 광고경기 전망



〈표 2〉 업종별 광고경기 전망

