



## 2월 국내 광고시장 호조 예상

2월 국내 광고경기는 1월 대비 상승세를 보일 것으로 전망된다.

한국방송광고진흥공사(이후 KOBACO)는 국내 400대 기업을 대상으로 광고경기예측지수(KAI)를 조사한 결과 2월 예측지수가 109.4을 기록했다고 발표했다.

이는 새해에도 국내외 경제 여건은 여전히 불안정하지만 삼성전자 등 대표기업들의 실적 호전, 정부 및 국회의 경제 살리기 정책 협조 등으로 경기회복에 대한 분위기가 조성되면서, 광고주들이 시장 회복을 바라는 긍정적 심리가 조사결과에 반영된 것으로 풀이되는 게 KOBACO측의 설명이다.

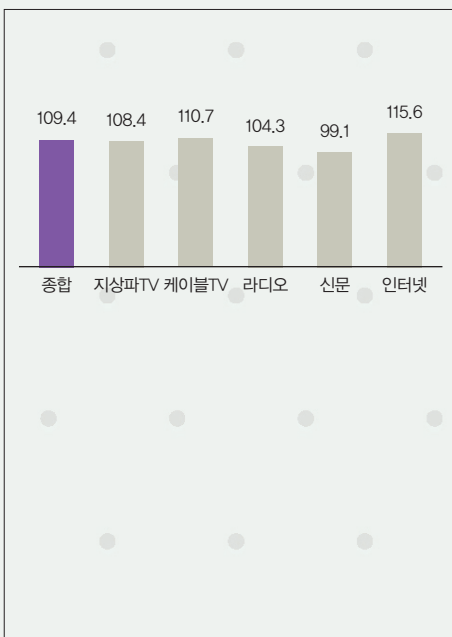
월별 KAI가 100을 넘을 경우 광고비 증가가 예상된다는 의미이고, 100 미만은 광고비 감소가 예측됨을 의미한다.

매체별로는 지상파TV(108.4), 케이블TV(110.7), 라디오(104.3), 신문(99.1), 인터넷(115.6) 등으로 조사됐으며, 업종별로는 서비스(149.3), 음료 및 기호식품(144.1), 화장 및 보건용품(143.8) 등의 업종에서 광고비 증가가 예상되는 반면, 공공기관 단체 및 기업광고(83.4), 수송기기(91.0) 등의 업종에서는 광고비 감소가 예상됐다.

광고경기예측지수조사(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.

광고산업통계정보시스템(<http://adstat.kobaco.co.kr>)이나, 스마트폰에서 '광고경기예측지수(KAI)'를 다운받으면 쉽게 검색할 수 있다. **KAI**

<표 1> 매체별 광고경기 전망



<표 2> 업종별 광고경기 전망

