

한국 광고시장 세계 6위, 모바일 영향력 지속 상승

2015년 한국 광고시장은 113억 6천만 달러 규모로 2018년에도 변함없이 세계 6위 자리를 차지할 것으로 전망됐다. 1위는 미국으로 이어 중국, 일본, 영국, 독일 순이다.

퍼블리시스그룹의 매체전문 대행사 제니스가 최근 내놓은 보고서를 보면, 2015년 광고시장 상위 10개국의 순위가 2018년에도 거의 변동이 없을 것으로 예상됐다. 한국은 2018년 121억 4천만 달러로 2015년과 다름없이 6위를 유지할 것으로 보인다.

미국이 2018년 2천48억 6천만 달러로 1위, 중국이 925억 6천만 달러로 2위다. 일본, 영국, 독일이 3~5위이며, 한국 다음으로는 프랑스, 호주, 인도네시아, 브라질 등이 10위 안에 들었다.

2015~2018년 글로벌 광고 지출은 730억 달러 증가하는데, 미국이 30%, 중국은 26%, 인도네시아와 영국이 각각 6%와 5%를 차지할 것으로 예상됐다.

2018년까지 중국을 중심으로 인도, 인도네시아, 말레이시아 등 9개국을 묶은 '패스트트랙 아시아'의 광고시장 성장률 전망치가 9.2%로 가장 높았다. 한국과 호주, 뉴질랜드, 홍콩, 싱가포르 등 선진 아시아 5개국은 지난해 5.3% 성장한 것으로 추산되며, 2018년까지는 성장률이 연평균 2.3%로 둔화할 것으로 보인다.

플랫폼별로는 데스크톱 광고가 2015~2018년 연평균 4% 감소할 것이라면서, 소비자들이 모바일로 이동하고 광고주들도 이를 따라갈 것이라고 제니스는 분석했다. 모바일 분야는 2018년에 인터넷광고의 60.3%, 전체 광고시장의 23.3%로 점유율이 급증할 것으로 예상됐다.

글로벌 모바일 광고 지출은 2017년에 데스크톱을 제친 이후 2018년에는 1천340억 달러(약 151조원) 규모로 늘어나며, 데스크톱은 880억 달러(99조원)에 그칠 것으로 전망했다.

데스크톱은 전체 광고 지출에서 차지하는 몫이 2015년 19.5%에서 2018년 15.3%로 줄어들 것으로 보인다. 인터넷은 모바일에 힘입어 2017년에 텔레비전을 제치고 최대의 광고매체로 자리 잡은 이후 2018년에는 38.6%의 점유율을 차지할 것이라고 제니스는 전망했다.

인터넷광고에서 온라인 비디오와 구글, 페이스북을 중심으로 한 소셜 미디어가 급성장하고 있다. 반면 모바일 광고로 빠르게 이행한 결과 전통적인 배너 광고는 퇴조하고 있다. 배너 광고는 데스크톱에서보다 모바일 기기에서 효과가 한층 떨어지며 모바일에서는 훨씬 거슬리기 때문이라고 제니스는 분석했다.

아직까지 지배적인 광고매체인 TV는 2012년 39.5%의 점유율로 정점을 찍은 후 2015년 36.9%, 2018년 33.8%로 점점 위상이 약해지고 있다.

지난 10년간 인터넷광고는 점유율이 6%에서 30%로 성장했지만, 같은 기간 인쇄매체는 쇠락을 피하지 못했다. 신문의 점유율은 29%에서 13%로, 잡지는 13%에서 7%로 추락했다. 신문과 잡지는 2018년까지도 연평균 5%씩 감소해 9%와 5%에 그칠 것으로 보인다. **KAA**

Top ten ad markets					
US\$m, current prices. Currency conversion at 2015 average rates.					
2015		Adspend	2018		Adspend
1	USA	182,615	1	USA	204,861
2	China	73,601	2	China	92,562
3	Japen	36,590	3	Japen	38,181
4	UK	24,901	4	UK	28,268
5	Germany	21,412	5	Germany	23,058
6	south Korea	11,364	6	south Korea	12,137
7	France	11,278	7	France	11,544
8	Australia	10,634	8	Australia	11,528
9	Brazil	10,146	9	Indonesia	10,529
10	Canada	8,768	10	Brazil	10,272

*Source: Zenith

이명진 기자 sozoro01@hanmail.net