

■ 98년 4대 매체 총광고비

[98년 4대매체 총광고비 25% 감소]

한국광고데이터에 의하면 98년 4대매체 총광고비는 3조 6,256억원으로 전년도에 비해 25.4%가 줄어든 것으로 집계되었다.

이는 광고비 집계 이후 가장 큰 폭의 감소세이다.

▼ 업종별 광고비 현황

순위	업종	98 총광고비	97 총광고비	증감률
1	기초재	49,995,663	72,936,829	-31.6
2	식품,음료	511,075,900	678,422,167	-24.7
3	제약	168,766,297	293,838,699	-42.6
4	화장품,세제	216,219,983	273,039,048	-20.8
5	출판	238,720,695	320,423,836	-25.5
6	의류,섬유	164,933,930	353,443,678	-53.3
7	일반산업기기	29,662,220	41,334,722	-28.2
8	정밀사무기기	34,049,694	54,503,846	-37.5
9	전기,전자	535,308,404	654,235,471	-18.2
10	수송기기	175,488,898	218,847,809	-19.8
11	가정용품	118,851,381	183,814,330	-35.3
12	화학공업	25,009,712	35,225,584	-29.0
13	건설,건축	167,000,134	215,668,191	-22.6
14	유통	157,035,935	230,589,068	-31.9
15	금융보험	145,097,932	127,653,695	13.7
16	서비스,오락	535,668,570	682,250,199	-21.5
17	관광청단체	146,406,573	157,323,548	-6.9
18	의료,교육	136,549,241	141,419,626	-3.4
19	그룹기타	69,956,229	122,617,042	-42.9
합계		3,625,697,389	4,857,587,388	-25.4

업종별로는 금융보험업종을 제외한 전업종의 광고비가 전년도에 비해 줄어들었으며, 특히 의류, 섬유업종(-53.3%)과 그룹기타업종(-42.9%), 제약업종(-42.6%)의 감소세가 눈에 두드러졌다.

다만 다행스러운 것은 4/4분기부터 광고비가 소폭 증가세로 돌아선 것이다.

매체별로는 4대매체가 모두 감소한 가운데 라디오광고가 41.7% 감소한 1,102억원으로 가장 큰 폭으로 광고비가 줄어들었으며, TV광고, 잡지광고, 신문광고의 순으로 광고비가 감소한 것으로 나타났다.

TV는 1조 498억원, 잡지는 1,675억원, 신문은 2조 2,979억원을 기록했다.

광고주별로는 삼성전자가 34.2% 감소한 672억원의 광고비를 지출하여 전년도에 이어 순위

를 기록하였으며, SK텔레콤이 18.2% 증가한 594억원의 광고비를 지출하여 그 뒤를 이었고, 대우자판은 1.5% 감소한 558억원으로 3위를 나타냈다.

▼ 10 광고주 광고비 현황

순위	회 사	98 총광고비	97 총광고비	증 감 륜
1	삼성전자	67,201,058	102,095,389	-34.2
2	SK텔레콤	59,940,198	50,712,008	18.2
3	대우자판	55,886,943	56,736,506	-1.5
4	현대자동차	51,343,987	54,555,790	-5.9
5	태평양	41,512,909	40,794,152	1.8
6	남양유업	37,170,269	36,175,134	2.8
7	LG화학	35,580,249	46,816,881	-24.0
8	농심	33,192,883	25,793,150	28.7
9	한국통신프리텔	31,895,329	17,297,639	84.4
10	신세기통신	29,784,720	19,620,989	51.8

전반적인 감소세에도 불구하고 10위권에 든 광고주 중에는 한국통신프리텔과 신세기통신이 각각 84.4%(318억원), 51.8(297억원)% 증가하여 괄목할만한 신장세를 나타냈으며, 농심 28.7%(331억원), 남양유업 2.8%(371억원), 태평양 1.8%(415억원) 증가하여 대조를 이루었다.

광고주들의 광고비 지출과 관련해 특기할만한 변화는 광고주들의 부침이 심하였다는 사실이다.

주요 음료사의 광고비가 감소세로 돌아서는 가운데도 한국코카콜라는 108.3% 증가한 124억원의 광고비를 지출하여 눈길을 끌었고, 그룹부도로 어려움을 겪었던 해태제과는 4/4분기에 무려 전분기에 비해 472.2% 증가한 광고비를 지출하여 관심을 모았다.

한편 주요 화장품사들이 모두 98년 한해 광고비가 감소세로 돌아섰음에도 불구하고 태평양은 꾸준한 광고비를 지출하였고, 빅딜설로 곤욕을 치렀던 삼성자동차도 전년도에 비해 57.3% 증가한 광고비를 지출하였다.