

■ 해외소식

[중국 최대 규모 구독률 조사 결과 발표]

CVSC(Central Viewer Survey & Consulting Centre)는 중국내 60개 도시 67,000명의 구독자를 대상으로 798개의 신문과 198개 잡지의 구독률 조사 결과를 발표해 마케터들의 귀를 솔깃하게 만들고 있다. 미디어지 최신포에 소개된 중국 최대 규모의 구독률 조사 결과 발표를 소개한다.

- 편집자주 -

중국내 매체 조사 담당자들은 매체사의 동 조사 참여문제 또한 쉽게 풀 수 없는 숙제이긴 하지만 이번 조사가 구독률, 발행부수 측정의 어려움이 있는 중국에서 획기적인 전기가 될 것으로 기대하고 있다.

중국시장내에서 매체사들의 입지에 커다란 위협의 소지를 다분히 갖고 있어 매체사들의 반향 또한 만만하지는 않을 것으로 예상된다.

1. 구독률조사 새로운 전기 마련

중국내 구독률조사(CNRS)에 따르면 중국인의 약 45%가 여가시간을 신문, 잡지 구독으로 보내는 것으로 나타났다. 이 조사에서는 상하이新民석간뉴스(Shanghai's Xinmin Evening News)가 전체 구독자의 74.3%로 최고의 열독률을 나타낸 것으로 나타났다. Jeifang Daily(17.55%), Wenhuibao (12.9%)로 타 신문의 약 4배 높은 것으로 나타났다.

지역별로는 Hangzhou, Zhuhai, Heifei지역의 가정은 하루 열독률이 다른 지역보다 월등한 것으로 나타난 반면, Fuzhou지역의 경우 신문을 거의 읽지 않는 것으로 나타났다.

중국내 포괄적인 조사자료의 부족은 중국 내 매체구매에 있어 블랙홀처럼 인식되어 왔다. 미디어컴의 조사담당 Adrian King 이사는 “조금이라도 있었으면” 이라는 말로 중국내 조사현황의 부족을 단적으로 말해준다.

맥켄에릭슨의 Guangming Beijing 매체 담당이사 Andy Pang씨는 중국에서 매체계획은 직감에 의해서 이루어지거나 때로는 광고주의 선택에 의해 이루어지고 있으며 이번에 실시된 CNRS와 같은 전국단위 대규모 조사는 크로스 체크를 위한 유용한 자료가 될 것으로 기대했다.

중국은 아시아 어느 지역보다도 경제의 성장속도가 빠르며 한국을 포함한 세계 다국적 기업에게 중국 시장은 매력 덩어리 그 자체이다. 4대매체의 경우 매년 배에 가까운 성장률을 보

이고 있어 효율적인 광고비 집행을 원하는 광고주들은 정확한 매체자료를 갈망하고 있다.

구분	광고비		성장률		구성비	
	1997	1998	1997	1998	1997	1998
TV	1,144	1,356	26.0	18.2	50.4	52.1
라디오	106	133	21.2	25.8	4.6	5.1
신문	968	1,044	24.6	7.7	42.6	40.1
잡지	53	71	-9.3	35.2	2.4	2.7
계	2,271	2,604	24.6	14.6	100.0	100.0

2. 중국 광고시장 고속 성장

67,300명의 샘플사이즈를 가진 CNRS는 중국 내에서 최대 규모의 조사로서 올해는 중국 내 90개 도시로 조사 범위가 확대될 예정이다.

또한 인쇄매체만을 한정하지 않고, 라디오, 옥외광고, 인터넷 광고, 영화광고까지 조사범위에 포함시킬 것이다. 위 조사자료는 합동매체조사로서 서비스를 구매하는 매체사, 대행사에 독립적인 정보를 제공함에 목적이 있다.

조사에 있어 가장 문제가 되는 것은 바로 자금부분이었다. Mr King씨는 대행사나 광고주의 자금을 이용하기보다는 자사의 사업평가를 위한 기회비용의 하나로서 매체사에게 그 자금을 제공받아야함을 강조하였다.

날로 치열해지는 경쟁과 정부 보조금이 현격히 줄어들고 있는 상황은 중국 매체사들을 더욱 유연하게 만들고 있다. 북경의 매체사의 경우 전략의 변화가 더욱 두드러지고 있다.

시장경제의 원리에 따라 매체사는 광고주로부터 광고를 얻기 위해서는 명확한 발행부수를 밝혀야 한다는 압력을 지속적으로 받아오고 있다. 진정한

경쟁은 누가 광고를 얼마를 수주하느냐? 뿐만 아니라 매체사가 어떻게 유동적으로 변하고 있으며 기꺼이 여러 가지 서비스를 제공하느냐로 판가름될 것이다.

Advertising 4월호 주요기사



- ▣ 특집/흔들리는 광고계 협력업체
- ▣ 애드레이다/아직도 꺼지지않은 방송계의 불꽃 '중간광고'