

8월 광고경기 부진 지속

ASI 96.8 기록, 5월 이후 4개월 연속 부진

홍헌표 | 한국광고주협회 기획조사팀 대리


2 2003년 8월 광고경기가 전월에 비해 부진할 것으로 전망된다. 협회가 업종별 4대매체 기준 300대 광고주를 대상으로 광고경기실사지수(ASI)를 조사한 결과 8월 ASI 전망치가 96.8을 기록했다.

월별 ASI가 100 이상이면 광고경기가 지난달보다 호전될 것으로 생각하는 광고주가 더 많고, 100 이하면 부진할 것으로 생각하는 광고주가 더 많다는 것을 의미한다.

이처럼 8월 광고경기가 부진할 것으로 전망되는 것은 소비심리 악화에 따른 내수 부진에 따라 기업실적 악화에 대한 우려로 광고주들이 마케팅 비용을 줄이고 있기 때문인 것으로 분석된다. 또한 8월이 광고시장의 전형적인 비수기인 것도 또 다른 요인으로 꼽을 수 있다.

체감경기가 갈수록 얼어붙고 있는 가운데 그나마 다행스러운 것은 TV광고가 회복세를 보일 것으로 예상되고, 정부가 특소세 인하 등 내수 진작책을 내놓고 있어, 여름 비수기가 지나고 마케팅이 활발해지는 익월부터는 광고경기가 다소 호전될 수 있을 것으로 전망된다.

매체별로는 TV(110.5), 케이블·위성(116.3), 온라인(101.3)은 호전될 것으로 전망된 반면, 신문(95.0), 잡지(87.9), 라디오(93.7) 등은 부진할 것으로 전망된다.

업종별로는 자동차·타이어·정유(133.8), 가전(131.8), 가정 및 생활용품(119.7), 건설·건재·부동산(110.8) 등은 호전될 것으로 조사된 반면, 음식료품(85.9), 유통(86.8), 금융(87.7), 컴퓨터 및 정보통신(94.9), 출판·서비스·기타(96.3), 패션 및 화장품(96.7), 제약 및 의료(98.8) 등은 부진할 것으로 조사됐다. 

월별 ASI 추이 ① 전망치

년 월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
2001년				116.9	105.2	96.2	91.0	84.8	117.0	90.1	88.5	91.6
2002년	101.0	124.8	134.7	122.8	122.7	97.5	76.9	86.8	119.7	109.9	95.2	95.0
2003년	99.3	124.1	117.6	117.6	95.3	89.5	83.1	96.8				

월별 ASI 추이 ② 실적치

년 월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
2001년			116.8	104.8	102.1	94.3	89.8	84.6	109.7	96.8	82.3	88.1
2002년	101.9	109.1	124.3	117.7	123.3	112.8	70.3	91.9	116.2	85.9	100.4	102.3
2003년	98.4	110.6	110.6	99.1	105.2	79.1	93.7					



하반기 광고시장 부진 예상

광고담당자들, 하반기 경기전망 회의적

홍현표 | 한국광고주협회 기획조사팀 대리


2003년 하반기 광고경기는 부진할 것으로 전망된다. 협회가 업종별 4대매체 기준 300대 광고주를 대상으로 광고경기실사지수(ASI)를 조사한 결과 하반기 ASI 전망치가 78.6으로 나타났다.

이는 내수 위축에 따른 기업실적 부진과 하반기 경기에 대한 회의적인 시각이 지배적이기 때문인 것으로 분석된다.

조사결과 업종별 광고경기 전망이 큰 편차를 보이고 있는 가운데, 하반기 광고경기 전망 가중지수(78.6)가 원지수(91.6)보다 낮은 것으로 조사돼 대형 광고주의 광고활동이 둔화될 것으로 전망된다.

업종별로 살펴보면 7월을 저점으로 내수가 회복될 것으로 전망되는 유통(143.2), 정부의 규제 완화와 신약개

발에 대한 기대감으로 업황이 개선될 것으로 예상되는 제약 및 의료(127.0), 사스 위험이 사라지며 여행경기가 살아나고 대형 블록버스터형 영화가 개봉되는 출판·서비스·기타(120.4), 타 업종 대비 전망이 비교적 밝은 건설·건재·부동산(115.1), 디지털 관련 전자제품, 하이테크 관련 제품에 대한 수요가 커질 것으로 보이는 가전(102.0) 등은 광고경기가 호전될 것으로 전망된다.

반면, 컴퓨터 수요가 늘어나고 IT관련 제품의 수출이 확대될 것이라는 기대감이 커지고 있음에도 불구하고 대형 이동통신회사의 광고활동이 부진할 것으로 전망되는 컴퓨터 및 정보통신(24.1), 보험과 증권을 제외한 은행과 카드업종의 업황이 불안정할 것으로 예상되는 금융(68.3)과 패션 및 화장품(80.0), 음식료품(80.5), 가정 및 생활용품(47.0), 자동차·타이어·정유(95.5) 등은 부진할 것으로 조사됐다. 

▶하반기 광고 전망지수

