

<표> '12년 1분기~'13년 1분기 광고산업(상장사별) 매출액 변동

(단위 : 억원, %)

구분	2011년 매출액	2012년 매출액					2013년 매출액	
	2011년 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2012년 (전년대비)	1분기 (전기대비)	1분기 (전년동기)
제일기획	17,581.8	4,207.8	6,150.1	6,073.4	7,218.9	23,650.2	5,639.0	34.0%
	21.3%	-26.3%	46.2%	-1.2%	18.9%	34.5%	-21.9%	
G2R	3,240.8	643.6	888.8	689.0	1,137.1	3,358.5	635.1	-1.3%
	23.3%	-39.9%	38.1%	-22.5%	65.0%	3.6%	-44.1%	
휘닉스컴	217.1	56.4	74.5	37.2	43.6	211.7	23.3	-58.7%
	-14.4%	-3.1%	32.1%	-50.1%	17.2%	-2.5%	-46.6%	
오리콤	982.9	185.3	303.6	269.3	327.5	1,085.7	206.3	11.3%
	14.2%	-29.4%	63.8%	-11.3%	21.6%	10.5%	-37.0%	
합계	22,022.6	5,093.1	7,417.0	7,068.9	8,727.1	28,306.1	6,503.7	27.7%
	20.7%	-28.3%	45.6%	-4.7%	23.5%	28.5%	-25.5%	

● 광고산업의 '13년 1분기 매출액은 약 6,503억원으로 전년동기대비 27.7% 증가했으며 전분기대비 25.5% 하락

- 광고는 '11년에 발생한 유럽재정위기 등 대외리스크에도 불구하고 1) 일부 대기업 중심의 수출확대 2) 종합편성채널 개국 등 매체 다변화에 따른 광고 수요 증대 등으로 매출실적 상승세가 이어지는 상황이나 대기업 계열 대형 광고대행사를 중심으로 다소 편중된 매출액 증가세

- 제일기획의 '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 34.0% 증가했으며 전분기 대비 21.9% 하락

- 오리콤의 '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 11.3% 증가했으며 전분기 대비 37.0% 하락

- G2R의 '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 1.3% 감소했으며 전분기 대비 44.1% 하락

- 휘닉스컴의 '13년 1분기 매출액은 전년동기대비 58.7% 큰 폭 감소했으며 전분기 대비 46.6% 하락

※ 광고시장은 거시적 측면에서 국내외 경기 흐름과 함께 미시적 측면에서 기업 국내외 마케팅 비용 지출 및 계절 등의 요인으로 전통적 비·성수기 구분을 할 수 있으며, 이 중 여름 상품출시와 연말시즌 신상품 출시 및 국내외 판매가 집중되는 2분기와 4분기가 전통적 성수기

※ '10년에 이어 '11년의 경기상승세가(GDP 성장률 전기대비 '11년 1분기 1.3%, 2분기 0.8%,

3분기 0.8%, 4분기 0.4%) 일부 대기업의 해외수출 증가로 광고 매출액 호조를 견인했으나, '12년 들어 국내 경기 하락세가 이어지고(12년 1분기 0.8%, '12년 2분기 0.3%, '12년 3분기 0.0%, '12년 4분기 0.3%) '13년 들어서도 국내 거시경제의 불확실성 확대로 1분기 전분기 대비 25.5% 하락

<그림> '12년 1분기~'13년 1분기 광고(상장사) 매출액 변동

(단위 : 억원, %)

