

<표> '10년 3분기~'11년 3분기 광고산업(상장사별) 매출액 변동

(단위 : 억원, %)

구분	2010년 매출액				2011년 매출액				
	3분기 (전기대비)	3분기누적 (전년동기)	4분기 (전기대비)	2010년 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	3분기 (전년동기)	3분기누적 (전년동기)
제일기획	1,422.1	4,340.3	1,805.7	6,146.0	3,086.8	4,256.9	4,525.8	218.2%	11,869.5
	-12.8%	20.7%	27.0%	13.8%	70.9%	37.9%	6.3%		173.5%
G2R	711.6	1,802.0	895.9	2,697.9	528.4	845.3	912.3	28.2%	2,286.0
	11.6%	1,744.4%	25.9%	1,625.0%	-41.0%	60.0%	7.9%		26.9%
휘닉스컴	64.7	218.4	35.1	253.5	70.0	55.1	33.8	-47.8%	158.9
	-20.4%	-17.2%	-45.7%	-25.4%	99.4%	-21.3%	-38.7%		-27.2%
오리콤	212.8	602.5	258.1	860.6	179.5	280.0	261.1	22.7%	720.6
	-8.6%	15.5%	21.3%	12.8%	-30.4%	56.0%	-6.7%		19.6%
합계	2,411.2	6,963.3	2,994.7	9,958.0	3,864.7	5,437.3	5,733.0	137.8%	15,035.0
	-6.7%	55.5%	24.2%	49.5%	29.0%	40.7%	5.4%		115.9%

● 광고 '11년 3분기 및 3분기누적 전년동기대비 매출액은 137.8%, 115.9% 성장했으며 전분기대비 5.4% 상승

- 광고산업은 방송 매출액과의 연관도가 높을 뿐 아니라 탄력적이며 또한 '11년 2분부터의 대외적인 불안요소가 있음에도 대기업을 중심으로 수출호조 등 경기상승이 지속돼('10년 4분기 기준 전년동기대비 GDP 성장률 4.7%, '11년 1분기 4.2%, 2분기 3.4%, 3분기 3.4%) '11년 1분기 이후 성장세

- 제일기획은 '11년 3분기 및 3분기누적 전년동기대비 매출액이 218.2%, 173.5% 성장. G2R은 전년동기대비 각각 28.2%, 26.9% 성장. 오리콤은 전년동기대비 22.7%, 19.6% 성장. 휘닉스컴은 전년동기대비 -47.8%, -27.2% 감소

※ 제일기획은 '11년 3분기누적 본사 및 연결대상 종속회사 비중이 40.1%(매체 10.9%, 광고 물제작 29.2%) 및 59.9%로 해외 비중이 상대적으로 높음

- '10년에 이어 '11년에도 경기상승세가(GDP 성장률 전기대비 '11년 1분기 1.3%, 2분기 0.9%, 0.7%) 다소 주춤한 양상을 보이고 있지만, 대기업 등 광고수요 감소요인이 낮아 '11년 3분기 전분기대비 5.4% 상승

※ '11년 3분기 전분기대비 제일기획 6.3%, G2R 7.9% 상승한 반면, 오리콤 -6.7% 휘닉스컴은 -38.7% 하락

※ 광고시장의 계절 등 전통적 성수기는 국내외 경기상황과 함께 기업 마케팅비용 지출과 상관성이 높으며 여름상품출시 및 연말시즌 신상품 출시 및 판매가 집중되는 2분기와 4분기로

볼 수 있음

<그림> '10년 3분기~'11년 3분기 광고(상장사) 매출액 변동

(단위 : 억원, %)

