<표> '10년 4분기~'11년 4분기 광고산업(상장사별) 매출액 변동

(단위 : 억원, %)

구분	2010년 매출액		2011년 매출액					
	4분기 (전기대비)	2010년 (전년대비)	1분기 (전기대비)	2분기 (전기대비)	3분기 (전기대비)	4분기 (전기대비)	2011년 (전년대비)	4분기 (전년동기)
제일기획	4,215.6	14,497.6	3,086.8	4,256.9	4,525.8	5,712.3	17,581.8	
	8.6%	168.3%	-26.8%	37.9%	6.3%	26.2%	21.3%	35.5%
G2R	906.2	2,628.6	528.4	845.3	912.3	1,149.1	3,435.1	
	31.8%	1580.7%	-41.7%	60.0%	7.9%	26.0%	30.7%	26.8%
휘닉스컴	35.2	253.5	70.0	55.1	33.8	58.2	217.1	
	-45.6%	-25.4%	98.9%	-21.3%	-38.7%	72.2%	-14.4%	65.3%
오리콤	258.1	860.6	179.5	280.0	261.1	262.3	982.9	
	21.3%	12.8%	-30.5%	56.0%	-6.7%	0.5%	14.2%	1.6%
합계	5,415.1	18,240.3	3,864.7	5,437.3	5,733.0	7,181.9	22,216.9	32.6%
	11.7%	173.8%	-28.6%	40.7%	5.4%	25.3%	21.8%	

◉ 광고 '11년 4분기 전년동기대비 매출액은 32.6% 성장했으며 전분기대비 25.3% 상승

– 광고산업은 방송 매출액과의 연관도가 높으면서 탄력적이며 '11년 2분기부터 유럽금융위기 등 대외적인 불안요소에도 불구하고 수출호조를 보이는 대기업들 실적상승이 경기상승에 반영돼('10년 4분기 기준 전년동기대비 GDP 성장률 4.7%, '11년 1분기 4.2%, 2분기 3.4%, 3분기 3.5%, 4분기 3.4%) '11년 1분기 이후 매출 성장세를 지속

– 제일기획은 '11년 4분기 전년동기대비 매출액이 35.5%. G2R은 전년동기대비 26.8% 성장. 휘닉스컴은 전년동기대비 매출액이 65.3%로 다소 높은 성장을 보였으나 오리콤은 전년동기대비 1.6%로 정체를 보임

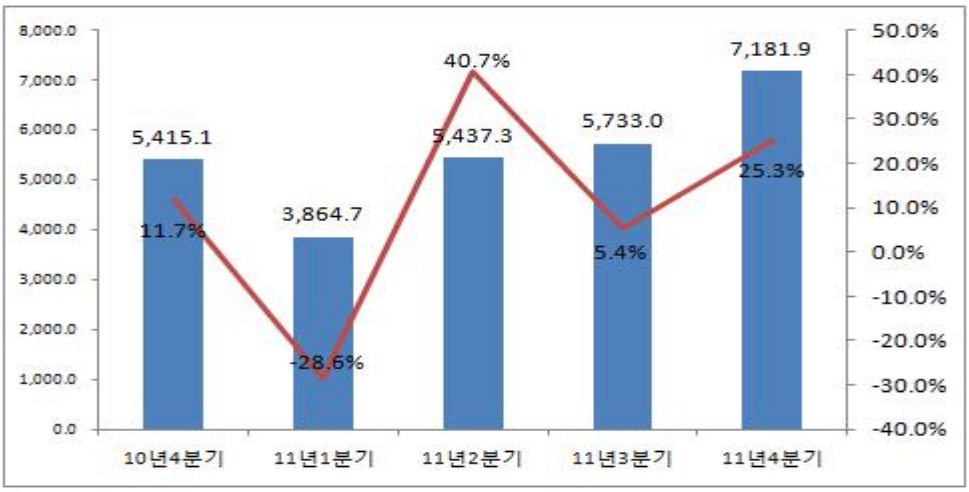
※ 제일기획은 '11년 전체 매출액에서 본사 및 연결대상 종속회사 비중이 41.0%(매체 11.4%, 광고물제작 29.6%) 및 59.0%로 해외 비중이 상대적으로 높으며 이는 글로벌 및 국내 경기 회복에 기인

– '10년에 이어 '11년에도 경기상승세가(GDP 성장률 전기대비 '11년 1분기 1.3%, 2분기 0.9%, 3분기 0.7%, 4분기 0.8%) 일정부분 이어지고 있으며, 해외수출 상승세가 급격한 변화없이 대기업 등의 광고수요 증가로 전이됨에 따라 '11년 4분기 전분기대비 25.3% 상승

※ '11년 4분기 전분기대비 제일기획 26.2%, G2R 26.0% , 휘닉스컴 72.2% 상승한 반면, 오리

콤 0.5%로 정체

※ 광고시장의 경우 국내외 경기상황과 함께 기업 마케팅비용 지출 및 계절 등에 따라 전통적 비·성수기 구분 가능하며, 특히 여름상품출시 및 연말시즌 신상품 출시와 판매가 집중되는 2분기와 4분기를 성수기로 볼 수 있음

<그림> '10년 4분기~'11년 4분기 광고(상장사) 매출액 변동

(단위 : 억원, %)