

(8) 광고

2013년 중국 광고시장은 352억 9,200만 달러 규모로 전년대비 14.5% 성장했다. 전통적인 매체 영향력이 지속적으로 하락하면서 인쇄 광고와 옥외, 실물 광고시장이 하락세를 보이고 있다. 반면, 인터넷 발전에 기인한 디지털 광고의 폭발적인 성장에 힘입어 2018년까지 연간 12%의 성장세를 지속하며, 623억 1,500만 달러로 상승세를 유지할 것으로 전망된다.

[표 3-12] 중국 광고시장 규모 및 전망, 2009-2018

[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009	2010	2011	2012	2013p	2014	2015	2016	2017	2018	2013-18 CAGR
디렉토리 광고	396	390	391	409	431	457	484	512	540	568	5.7
디지털	97	127	165	201	241	282	326	369	412	454	13.5
인쇄	299	263	226	208	191	174	158	143	128	114	△9.8
잡지 광고	493	558	769	853	931	994	1,065	1,132	1,181	1,224	5.6
디지털	-	6	17	46	57	70	86	105	125	147	20.7
인쇄	493	552	753	807	873	924	979	1,028	1,057	1,077	4.3
산업잡지 광고	73	84	120	152	174	194	211	224	234	243	6.9
디지털	-	3	9	24	33	44	56	70	84	100	24.5

제1절

1. 일본

2. 중국

3. 인도

4. 호주

5. 대만

6. 태국

7. 베트남

8. 인도네시아

[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009	2010	2011	2012	2013p	2014	2015	2016	2017	2018	2013-18 CAGR
인쇄	73	81	111	127	140	150	155	154	150	143	0.4
극장 광고	43	47	55	63	73	83	94	106	118	133	12.8
신문 광고	5,955	6,133	7,546	7,406	7,873	8,507	9,148	9,813	10,521	11,302	7.5
디지털	268	307	420	446	515	607	711	830	968	1,130	17.0
인쇄	5,687	5,826	7,126	6,960	7,358	7,900	8,437	8,983	9,553	10,172	6.7
라디오 광고	1,268	1,477	1,658	1,802	1,957	2,125	2,308	2,507	2,727	2,967	8.7
TV 광고	4,296	4,886	5,522	5,875	6,228	6,695	7,096	7,664	8,124	8,733	7.0
다중 채널	139	169	199	225	252	286	319	362	402	452	12.4
지상파	4,157	4,718	5,323	5,650	5,975	6,408	6,777	7,302	7,722	8,281	6.7
온라인TV	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
인터넷 광고	2,762	4,594	7,771	10,212	13,442	16,743	20,591	23,838	26,983	30,578	17.9
모바일	210	404	767	1,058	1,513	2,046	2,729	3,423	4,194	5,138	27.7
유선	2,552	4,190	7,004	9,154	11,929	14,697	17,862	20,415	22,789	25,440	16.4
옥외 광고	3,090	4,398	4,488	4,599	4,843	5,269	5,774	6,433	7,202	8,027	10.6
디지털	-	565	800	1,100	1,494	2,010	2,608	3,306	4,071	4,857	26.6
실물	3,090	3,833	3,688	3,499	3,349	3,259	3,166	3,127	3,131	3,170	△1.1
게임 광고	84	110	135	160	186	216	249	285	325	371	14.7
산술합계 ⁸⁷⁾	18,460	22,677	28,455	31,531	36,138	41,283	47,020	52,514	57,955	64,146	12.2
합계	18,095	22,234	27,844	30,814	35,292	40,280	45,841	51,140	56,366	62,315	12.0

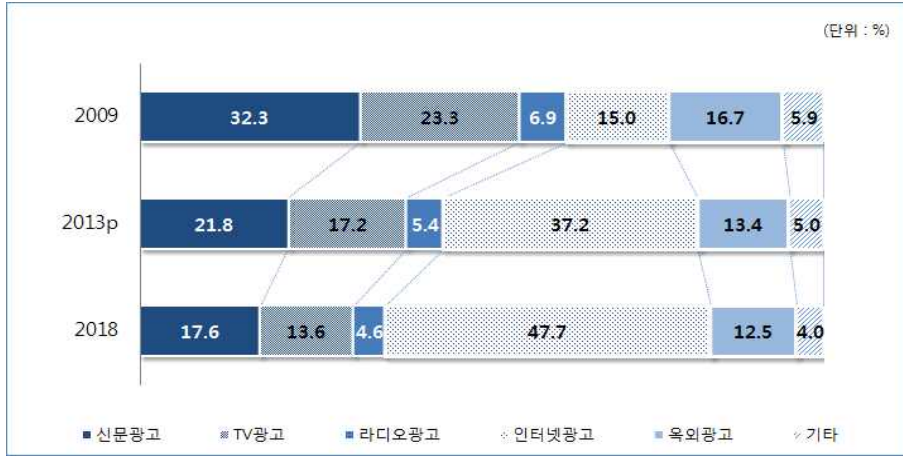
출처 : PwC(2014)

2009년 32.3%의 점유율로 광고시장을 선도하고 있는 신문 광고시장은 2013년 21.8%로 축소되었다. 반면, 인터넷 광고시장은 브로드밴드시장과 모바일 인터넷시장의 높은 성장세에 기인하여 고성장세를 나타내고 있다.

2009년 15%의 점유율을 보이던 인터넷 광고시장은 2013년 37.2%의 비중으로 크게 확대되었다. 이러한 성장세는 지속되어 2018년에는 47.7%의 점유율로 광고시장을 선도할 것으로 전망된다.

87) 산술합계에는 디렉토리 광고, 잡지 광고, 산업잡지 광고, 신문 광고의 디지털 광고와 온라인TV 광고, 지상파 라디오 온라인 광고가 인터넷 광고시장 규모에 포함되어 있어 합계에서는 중복되는 부분을 제외함

[그림 3-37] 중국 광고시장 분야별 비중 비교, 2009 vs. 2013 vs. 2018



출처 : PwC(2014)

제1절

1. 일본

2. 중국

3. 인도

4. 호주

5. 대만

6. 태국

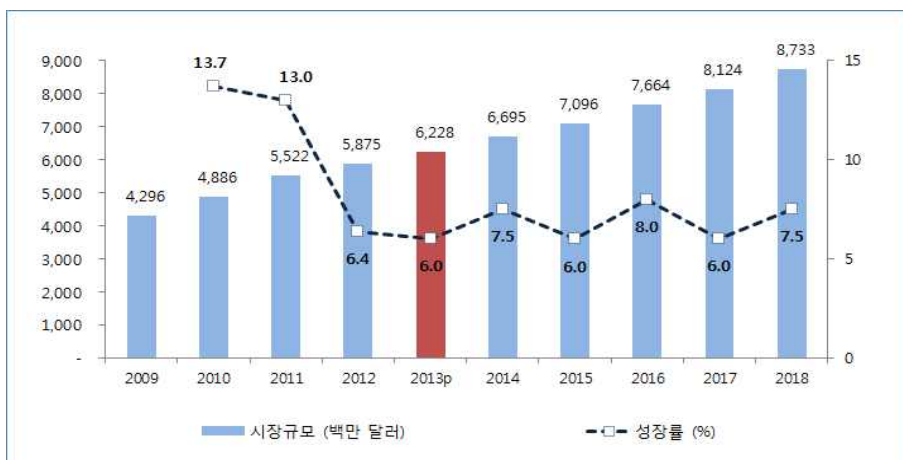
7. 베트남

8. 인도네시아

가. TV 광고

중국 TV 광고시장은 2013년 전년대비 6% 성장한 62억 2,800만 달러 규모로 성장하였다. TV 광고시장은 브로드밴드와 모바일 네트워크의 인프라가 갖춰지기 시작하고 IPTV와 모바일 TV의 성장세와 맞물려 향후에도 지속적인 성장세가 유지될 것으로 예상되고 있다. 이에 따라, 향후 5년간 7%의 연평균 성장률을 기록하며 2018년 87억 3,300만 달러 규모에 도달할 것으로 보인다.

[그림 3-38] 중국 TV 광고시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

제1절

1. 일본

2. 중국

3. 인도

4. 호주

5. 대만

6. 태국

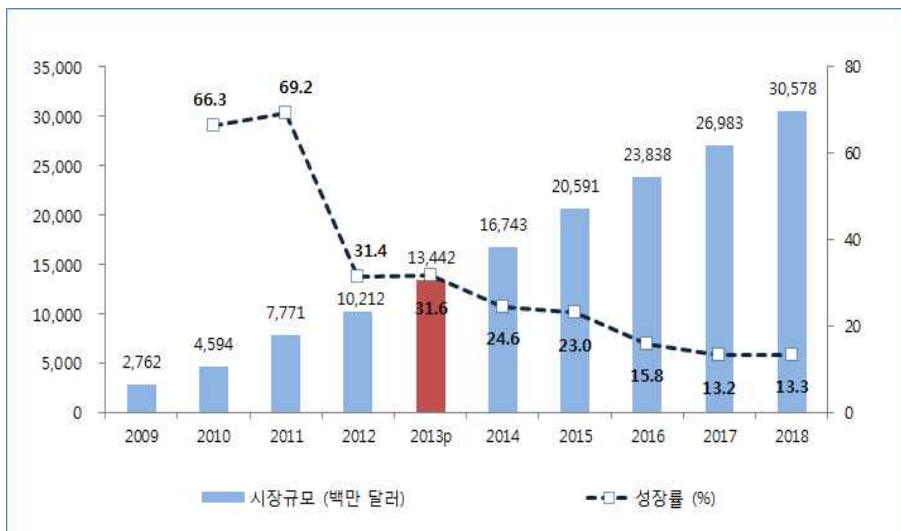
7. 베트남

8. 인도네시아

나. 인터넷 광고

중국은 아시아에서 가장 큰 인터넷 광고시장을 가지고 있으며 미국에 이어 두 번째로 큰 시장이다. 중국의 인터넷 광고시장은 2013년 134억 4,000만 달러로 전년대비 31.6% 성장하였다. 2014년 초, 약 6억 1,800만 명의 인터넷 유저들이 있는 것으로 조사된 중국에서는 신문이나 잡지, 그리고 TV같은 전통 미디어 광고 보다 인터넷 광고가 매력적인 시장으로 성장하였다. 아직도 발전가능성이 높은 중국의 인터넷 광고시장은 연평균 17.9%의 성장률에 힘입어 2018년에는 305억 7,800만 달러에 근접할 것으로 전망된다.

[그림 3-39] 중국 인터넷 광고시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

[표 3-13] 중국 인터넷 광고시장 규모 및 전망, 2009-2018

[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009	2010	2011	2012	2013p	2014	2015	2016	2017	2018	2013-18 CAGR
모바일	210	404	767	1,058	1,513	2,046	2,729	3,423	4,194	5,138	27.7
유선	2,552	4,190	7,004	9,154	11,929	14,697	17,862	20,415	22,789	25,440	16.4
안내광고	679	1,046	1,654	1,822	2,359	2,873	3,452	3,911	4,330	4,793	15.2
디스플레이 광고	789	1,332	2,147	2,950	3,843	4,738	5,768	6,609	7,404	8,295	16.6

[단위 : 백만 달러, %]

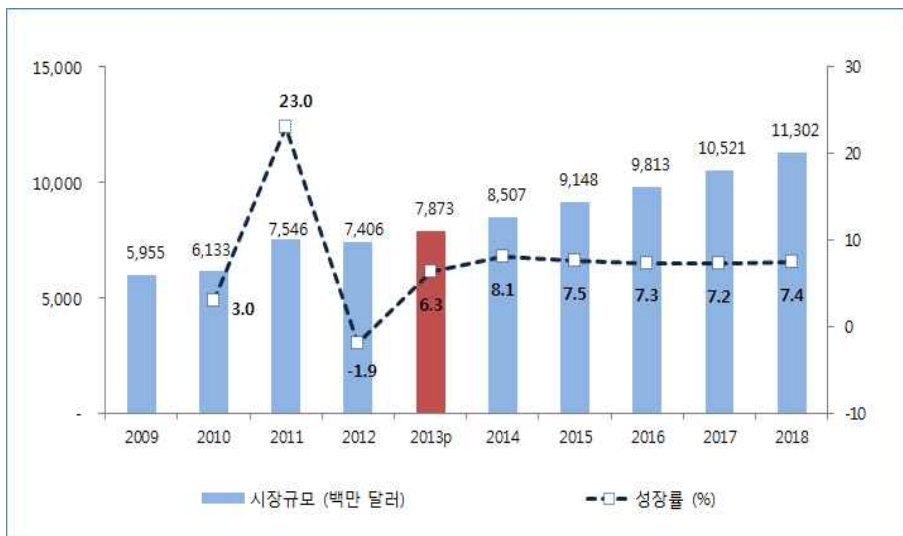
구분	2009	2010	2011	2012	2013p	2014	2015	2016	2017	2018	2013-18 CAGR
비디오	141	172	213	297	414	550	703	818	909	1,011	19.5
유료검색	944	1,639	2,990	4,085	5,312	6,535	7,939	9,077	10,146	11,341	16.4
합계	2,762	4,594	7,771	10,212	13,442	16,743	20,591	23,838	26,983	30,578	17.9

출처 : PwC(2014)

다. 신문 광고

중국의 신문 광고시장은 여전히 성장세를 보이고 있다. 2013년 중국의 신문 광고시장은 전년대비 6.3% 성장한 78억 7,300만 달러를 기록했다. 중국의 신문 광고 역시 디지털 플랫폼으로 이동하는 추세이다. 2013년 디지털 신문 광고시장은 5억 1,500만 달러 규모이지만 2018년에는 두 배로 성장하여 11억 3,020만 달러 규모로 확장될 전망이다.

[그림 3-40] 중국 신문 광고시장 규모 및 성장률, 2009-2018



출처 : PwC(2014)

이에 따라 신문사들도 디지털 플랫폼을 활용한 BM구축에 매진하고 있는데, 실제로 서던 메트로폴리스 데일리(Southern Metropolis Daily)의 경우 태블릿 이용자들에게 기존 인쇄 신문 콘텐츠의 HD 버전을 전용 앱을 통해 무료로 제공하고 있으며, 웨이보(Weibo)나 위챗(WeChat) 등의

소셜 계정을 이용하고자 하는 시도도 이어지고 있다. 현재 이들 채널은 젊은 세대에게는 뉴스를 접하는 메인 플랫폼으로 자리 잡았을 뿐 아니라 인쇄 신문 이상의 광고 매출을 달성하는 광고 플랫폼으로서의 역할도 수행하고 있다. 그러나 기존의 인쇄 광고시장도 연평균 6.7%의 성장률을 보이며 확대될 것으로 보여 중국의 신문 광고시장은 2018년까지 연평균 7.5%씩 성장하며 113억 200만 달러 시장 규모를 기록할 것으로 전망된다.