

20
17 JAN no. 265

GLOBAL TREND

미디어 동향 및 신규 광고 상품

- ※ 본 보고서는 ZenithOptimedia가 발표한 “Advertising Expenditure Forecasts December 2016”를 인용 정리했습니다.
- ※ 국내시장 현황과는 다소 차이가 있을 수 있음을 밝힙니다.

INDEX

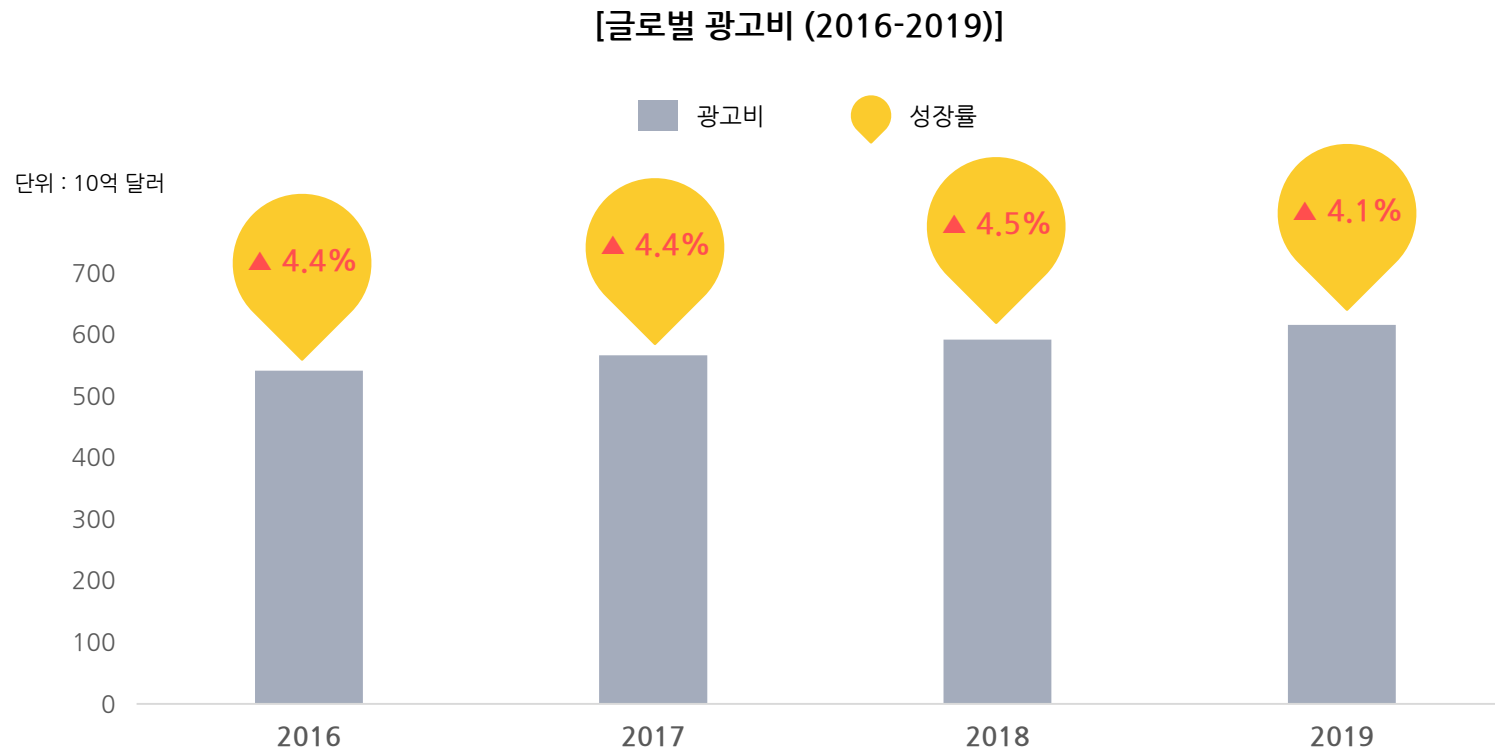
글로벌 주요 이슈

2017년 글로벌 광고비

- A. 2017년 글로벌 광고비
- B. 2017년 디지털 광고비
- C. 유형별 디지털 광고비
- D. 디바이스별 디지털 광고비 비중

A. 2017년 글로벌 광고비

- ZenithOptimedia 발표에 따르면, 2017년 글로벌 광고비는 5천 660억 달러 규모로 2016년 대비 4.4% 성장할 것으로 예상
- 글로벌 광고 시장은 2019년까지 4%대의 성장률을 유지할 것으로 예상

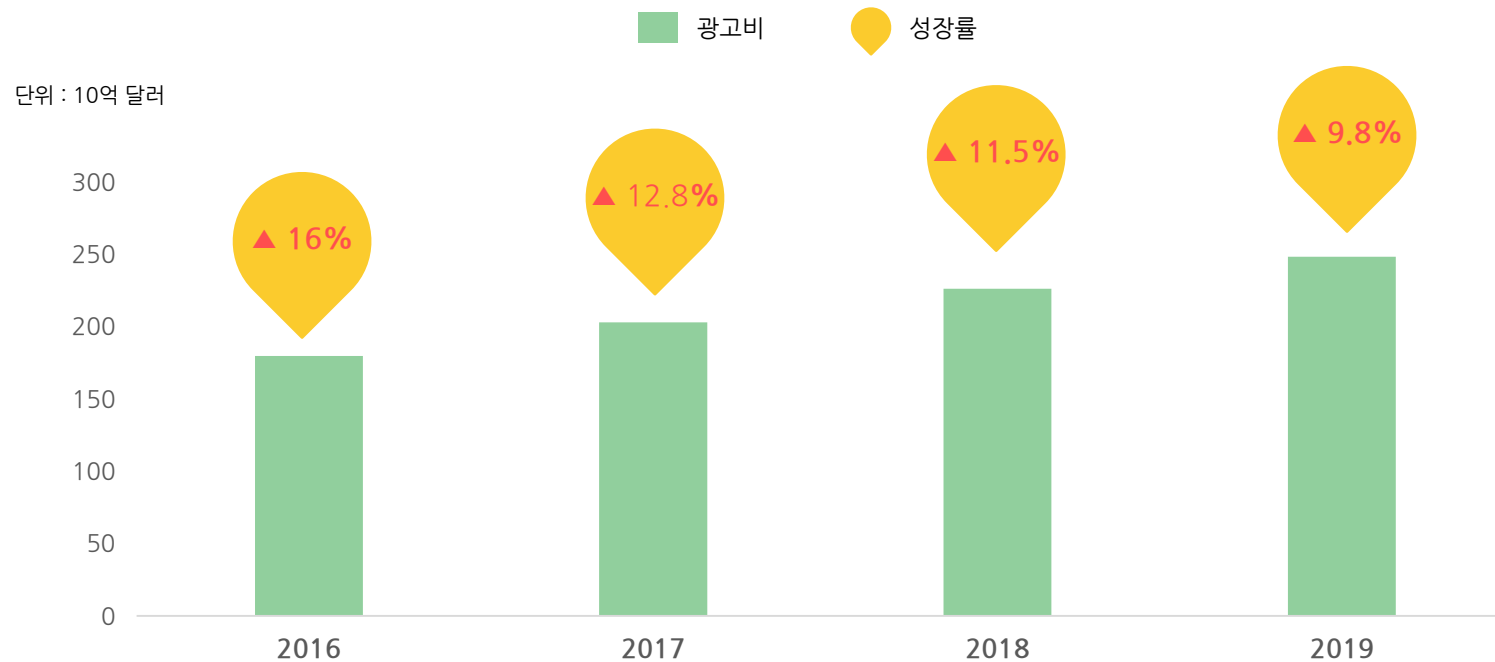


* 출처 : Advertising Expenditure Forecasts December 2016, ZenithOptimedia

B. 2017년 디지털 광고비

- 2017년 디지털 광고비(PC+Mobile)는 2천 30억 달러 규모로 2016년 대비 12.8% 성장
- 2017년 디지털 광고비는 전체 광고 시장의 36% 비중을 차지하며, TV 광고비를 넘어설 것으로 예상
- 2019년에는 2천 485억 달러 규모로 확대, 전체 광고 시장의 41.4% 점유 예상

[디지털 광고비 (2016-2019)]

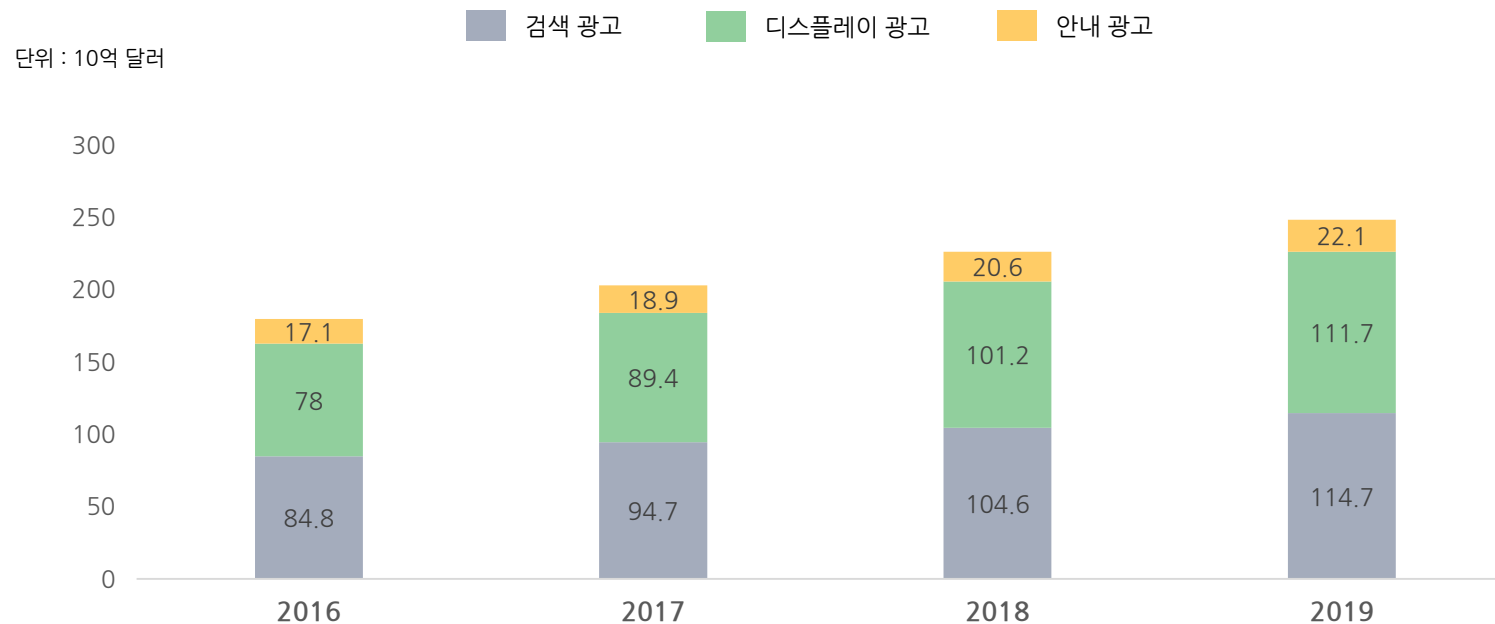


* 출처 : Advertising Expenditure Forecasts December 2016, ZenithOptimedia

C. 유형별 디지털 광고비

- 2017년 검색과 디스플레이 광고비는 각 947억 달러, 894억 달러 규모로 디지털 광고 시장 내 47%와 44% 비중 차지
- 2019년 디스플레이 광고비는 1천 117억 달러 규모로 증가할 것으로 예상되며, 소셜미디어와 동영상 이 디스플레이 광고 성장을 주도
- 2019년 소셜 미디어 광고는 500억 달러 규모로 전체 디지털 광고비의 20% 점유, 동영상 광고는 354억 달러 규모로 14% 점유 예상

[유형별 디지털 광고비(2016-2019)]



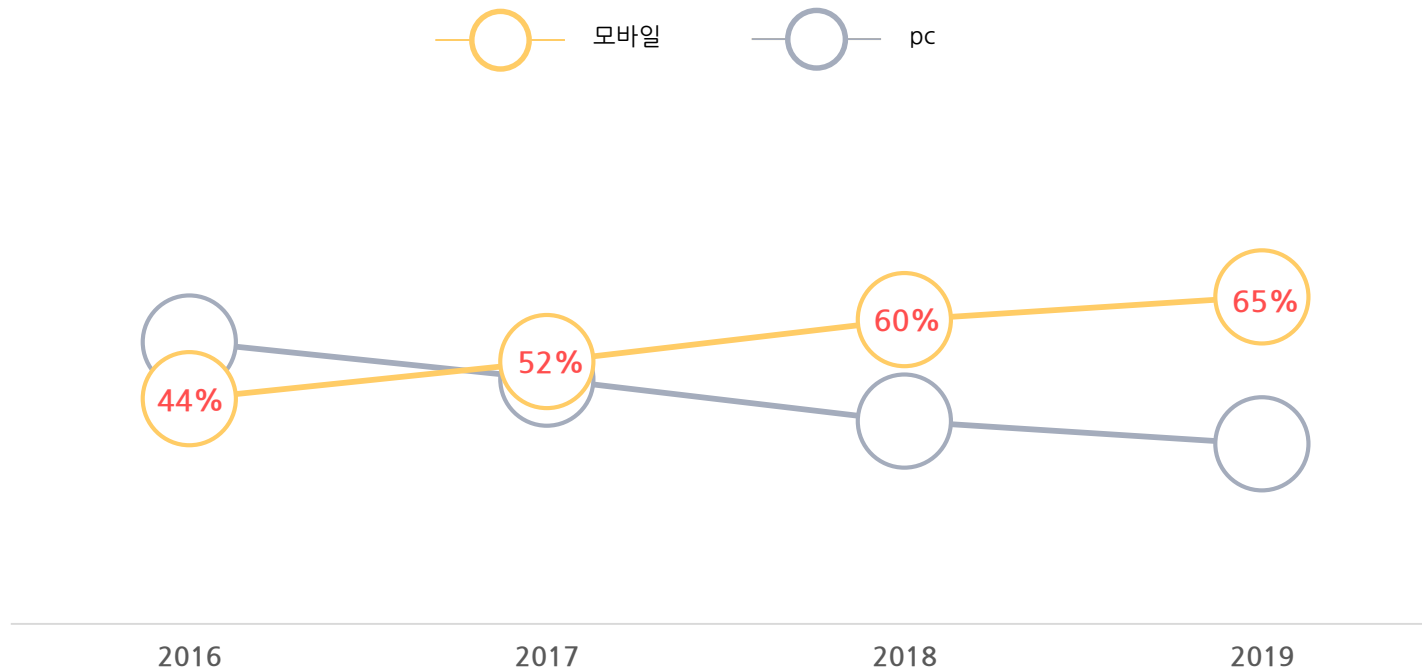
* 디스플레이 광고는 배너 광고/소셜 미디어 광고/온라인 동영상 광고 포함

* 출처 : Advertising Expenditure Forecasts December 2016, ZenithOptimedia

D. 디바이스별 디지털 광고비 비중

- 2017년 모바일 광고는 PC 광고를 넘어서며, 전체 디지털 광고 시장의 52%를 차지할 것으로 예상
- 모바일 광고는 지속적으로 높은 성장률을 유지하며 2019년에는 1천 600억 달러 규모로 확대, 전체 디지털 광고 시장의 65% 점유 예상

[디바이스별 디지털 광고비 비중(2016-2019)]



* 출처 : Advertising Expenditure Forecasts December 2016, ZenithOptimedia

more than expected!

nasmedia

나스미디어의 뉴스레터(나스리포트)를 수신하면
디지털 시장과 트렌드를 분석, 소개하는 다양한 리포트를 정기적으로 받아보실수 있습니다.

- 신청 방법: 나스미디어 홈페이지에서 뉴스레터 신청