

2021년 1분기 인터넷 노출형 광고(PC배너) 결산 보고

본 보고서는 리서치애드의 비회원을 대상으로 한 간략한 내용만으로 이루어져 있습니다.
리서치애드의 회원이 되시면, 좀 더 세부적인 상세 정보를 확인하실 수 있습니다.

2021. 04

135-829 서울특별시 강남구 학동로34길 16 티플러스빌딩 2층

Tel 02-546-9692 Fax 02-546-9694 www.researchad.com

Copyright © Researchad. All rights reserved.

1. 2021년 1분기 인터넷 노출형 광고 현황

표1. 2021년 1분기 인터넷 노출형 광고 현황

(단위: 천원, 개)

항 목	2021 1Q	전년동기대비 증감률	전분기대비 증감률	2020 1Q	2020 4Q
광고금액	181,205,957	14.2%	-5.9%	158,625,369	192,563,189
광고수	73,917	-9.9%	0.5%	81,994	73,570
캠페인수	9,802	20.2%	12.7%	8,152	8,700
광고주수	6,983	20.0%	14.9%	5,818	6,076
품목(브랜드)수	9,519	21.3%	13.2%	7,850	8,406
매체수	110	-2.7%	0.0%	113	110

2021년 1분기 인터넷 노출형 광고 총 집행 금액은 2020년 1분기 대비로는 14.2% 증가하고, 2020년 4분기 대비로는 5.9% 감소한 약 1,812억 원으로 집계되었다.

광고 금액을 포함한 각 지표별 증감 현황은 2020년 1분기 대비 광고수, 매체수를 제외한 전 지표에서 증가하였고, 전분기 대비로는 광고금액을 제외한 전 지표에서 증가를 확인하였다.

2. 업종 현황

표2. 2021년 1분기 업종별 광고 집행 현황

(단위: 천원)

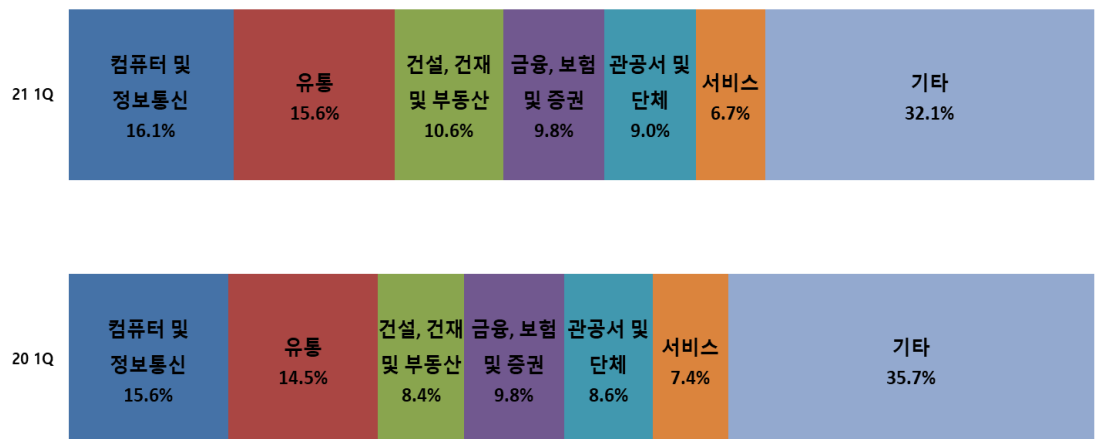
업종 (대)	2021 1Q		증감률		2020 1Q		2020 4Q	
	광고금액	구성비	전년대비	전기대비	광고금액	구성비	광고금액	구성비
가정용 전기전자	7,761,370	4.3%	2.1%	-0.1%	7,598,683	4.8%	7,772,232	4.0%
가정용품	5,776,222	3.2%	46.4%	3.8%	3,945,855	2.5%	5,563,007	2.9%
건설, 건재 및 부동산	19,245,546	10.6%	43.9%	-2.2%	13,373,364	8.4%	19,685,548	10.2%
관공서 및 단체	16,284,409	9.0%	19.0%	-20.1%	13,679,833	8.6%	20,381,268	10.6%
교육 및 복지후생	11,744,486	6.5%	-21.1%	-0.3%	14,885,481	9.4%	11,777,422	6.1%
그룹 및 기업광고	483,719	0.3%	-30.1%	-20.3%	691,881	0.4%	606,900	0.3%
금융, 보험 및 증권	17,777,390	9.8%	14.8%	-8.2%	15,481,065	9.8%	19,364,341	10.1%
기초재/소재/에너지	213,526	0.1%	-17.9%	-57.0%	259,931	0.2%	496,451	0.3%
산업기기	829,298	0.5%	41.6%	-29.0%	585,589	0.4%	1,168,642	0.6%
서비스	12,216,444	6.7%	4.3%	-1.0%	11,707,646	7.4%	12,339,292	6.4%
수송기기	2,484,790	1.4%	-26.5%	-28.9%	3,380,485	2.1%	3,496,597	1.8%
식품	8,378,614	4.6%	49.2%	35.0%	5,614,567	3.5%	6,208,048	3.2%
유통	28,354,806	15.6%	23.1%	-4.3%	23,042,288	14.5%	29,640,645	15.4%
음료 및 기호식품	729,613	0.4%	35.9%	-10.6%	536,845	0.3%	816,320	0.4%
정밀기기 및 사무기기	569,638	0.3%	2.6%	-49.8%	555,070	0.3%	1,135,053	0.6%
제약 및 의료	6,966,566	3.8%	-28.5%	2.4%	9,739,253	6.1%	6,805,987	3.5%
출판	463,221	0.3%	-33.9%	-1.7%	701,196	0.4%	471,278	0.2%
컴퓨터 및 정보통신	29,249,141	16.1%	18.0%	-5.7%	24,783,903	15.6%	31,013,024	16.1%
패션/의류	2,864,363	1.6%	10.8%	-31.3%	2,585,493	1.6%	4,172,321	2.2%
화장품 및 보건용품	8,667,500	4.8%	59.0%	-8.4%	5,451,560	3.4%	9,466,913	4.9%
화학공업	145,295	0.1%	472.5%	-20.1%	25,381	0.0%	181,900	0.1%
합계	181,205,957	100.0%	14.2%	-5.9%	158,625,369	100.0%	192,563,189	100.0%

2021년 1분기 업종별 광고 집행 현황을 '컴퓨터 및 정보통신', '유통', '건설, 건재 및 부동산', '금융, 보험 및 증권', '관공서 및 단체', '서비스' 중심으로 살펴보면, 먼저, 주요 업종 중 구성비가 가장 큰 '컴퓨터 및 정보통신' 업종의 경우, 2020년 1분기 대비 광고 금액이 18.0% 증가하고, 2020년 4분기 대비로는 5.7% 감소한 것으로 확인되었다. 다음으로 '유통' 업종의 경우, 2020년 1분기 대비 23.1% 증가하고, 2020년 4분기 대비로는 4.3% 감소한 것으로 확인되었다.

'건설, 건재 및 부동산' 업종의 경우, 2020년 1분기 대비 43.9% 증가하고, 2020년 4분기 대비로는 2.2% 감소한 것으로 확인되었다.

‘관공서 및 단체’ 업종의 경우, 2020년 1분기 대비 19.0% 증가하고, 2020년 4분기 대비로는 20.1% 감소한 것으로 확인되었으며, 마지막으로 ‘서비스’ 업종의 경우, 2020년 1분기 대비 4.3% 증가하고, 2020년 4분기 대비로는 1.0% 감소한 것으로 확인되었다.

그림1. 2020년 1분기 대비 2021년 1분기 주요 업종 구성비 변화



2020년 1분기 대비 2021년 1분기 주요 업종별 구성비 현황을 살펴보면, ‘컴퓨터 및 정보통신’, ‘유통’, ‘건설, 건재 및 부동산’, ‘금융, 보험 및 증권’, 관공서 및 단체’ 업종은 전년 동분기 대비 증가하고, ‘서비스’ 업종은 전년 동분기 대비 감소하였다. 주요 업종 모두 구성비 증감 현황과 광고 금액 증감 현황이 동일한 것으로 확인되었다.

마지막으로, 전체에서 주요 업종들이 차지하는 비중은 2020년 1분기 64.3%에서 2021년 1분기 67.9%로 소폭 증가한 것으로 확인되었다.

※ 위의 업종 현황에 제시된 업종별 광고 금액 및 구성비 등은 브랜드의 업종간 이동으로 인해 향후 변동성을 가지며, 따라서 이후 작성되는 보고서 및 리서치애드 사이트를 통해 확인된 데이터 내용과 일부 차이가 있을 수 있다.

3. 광고주 현황

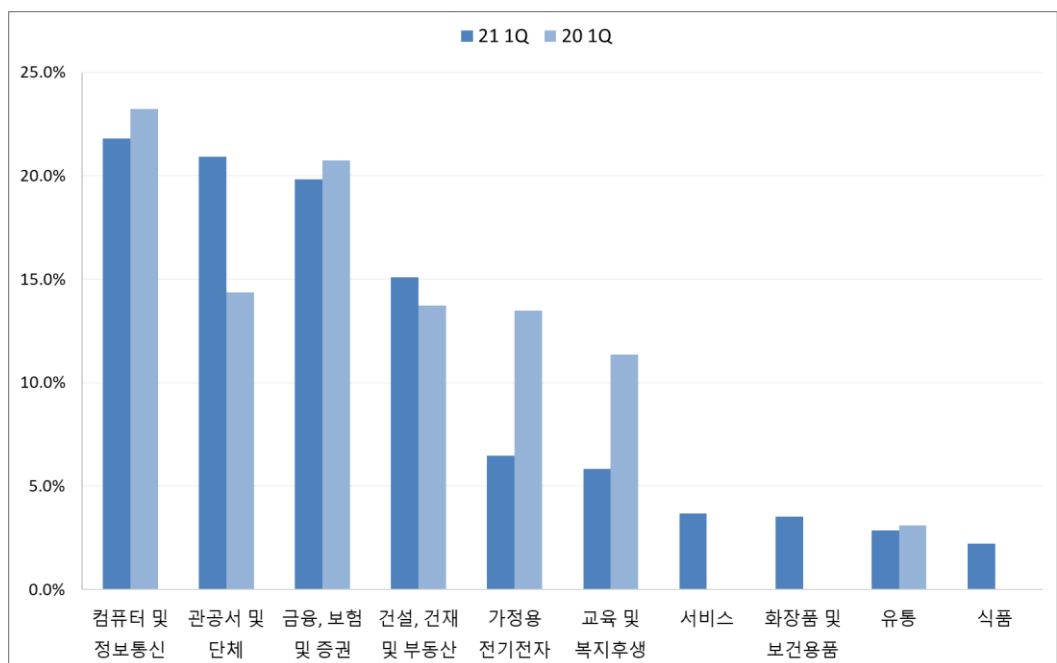
표3. 2021년 1분기 TOP20 광고주 광고 집행 현황

(단위: 천원, 개)

항 목	2021 1Q	전년동기대비 증감률	전기대비 증감률	2020 1Q	2020 4Q
품목(브랜드) 수	55	-31.3%	-55.6%	80	124
캠페인 수	67	-35.0%	-53.5%	103	144
광고 수	2,710	-5.8%	-36.4%	2,876	4,263
매체 수	90	-15.1%	-9.1%	106	99
광고 금액	41,911,105	3.7%	4.2%	40,403,450	40,206,516
점유율(전체광고금액)	23.1%	-	-	25.5%	20.9%

2021년 1분기 광고 금액 기준 상위 20개 광고주로 대상을 좁혀서 광고 집행 현황을 다시 살펴보면, 전체 대비 광고 금액 비중은 23.1%, 품목(브랜드) 수는 0.6%, 캠페인 수는 0.7%, 광고 수는 3.7%로 확인되었다. 그 중, 광고 집행 금액은 약 419억 원으로 2020년 1분기 대비 3.7% 증가하고, 2020년 4분기 대비 4.2% 증가한 것으로 나타났다.

그림2. 2020년 1분기 대비 2021년 1분기 20대 광고주의 업종 구성비 변화



2021년 1분기 광고 금액 기준 상위 20위권 광고주만의 업종별 비중을 살펴보면, '컴퓨터 및 정보통신' 업종이 21.8%로 가장 높았고, 다음으로 '관공서 및 단체' 업종이 20.9%, '금융, 보험 및 증권' 업종이 19.8% 등의 순으로 나타났다. 단, 1% 미만의 '수송기기', '가정용품' 업종은 제외되었다.

4. 매체 현황

2021년 1분기, 광고 금액 기준 상위 20개 매체 현황은 아래와 같으며, 전년 동분기 대비 광고 금액 증가 매체는 11개, 광고 금액 감소 매체는 3개, 순위 내 신규 진입 매체는 6개로 집계되었다. 한편, 전분기 대비 광고 금액 증가 매체는 7개, 광고 금액 감소 매체는 10개, 순위 내 신규 진입 매체가 3개로 집계되었다.

표4. 2021년 1분기 TOP20 매체 광고 집행 현황

(단위: 천원, 개)

순위	2020 1Q			증감	2021 1Q			증감	2020 4Q		
	매체	광고수	광고금액		매체	광고수	광고금액		매체	광고수	광고금액
1	네이버	1,103	62,552,823	▲	네이버	1,240	67,804,696	▼	네이버	1,615	79,301,463
2	다음	3,003	28,590,695	▲	다음	4,292	41,906,357	▲	다음	4,386	39,801,367
3	네이트	2,001	10,913,687	▲	네이트	1,993	11,675,705	▼	네이트	2,289	13,326,640
4	페이스북	6,678	4,826,399	▲	페이스북	9,646	4,874,095	▲	조인스	6,455	3,638,677
5	조인스	6,834	3,323,666	▲	유튜브	960	4,025,181	▲	페이스북	5,675	3,581,786
6	유튜브	3,748	3,163,509	▼	조인스	6,599	3,263,266	▼	유튜브	1,558	3,297,305
7	곰TV	2,677	1,985,382	▲	줌	2,179	2,117,529	▲	연합뉴스	3,432	2,640,799
8	엠군	3,006	1,966,508	▲	루리웹	2,394	2,089,431	▼	루리웹	2,701	2,216,601
9	서울신문	4,178	1,935,071	▲	G마켓	627	1,866,121	▲	인벤	836	1,841,644
10	연합뉴스	2,962	1,829,919	▼	연합뉴스	2,543	1,776,297	▼	TV조선	4,426	1,721,629
11	인벤	682	1,587,503	Ⓜ	11번가	643	1,601,208	Ⓜ	동아일보	4,171	1,699,918
12	조선일보	3,377	1,457,855	▲	인벤	707	1,590,592	▼	한국아이닷컴	4,501	1,597,106
13	줌	759	1,431,797	▲	TV조선	4,213	1,520,157	▼	줌	1,346	1,576,933
14	G마켓	494	1,400,620	Ⓜ	맥스무비	4,118	1,471,756	Ⓜ	국민일보	3,237	1,532,600
15	TV조선	4,672	1,360,162	Ⓜ	채널A	2,420	1,471,647	▲	전자신문	2,983	1,481,557
16	루리웹	1,948	1,351,965	▲	동아일보	3,695	1,444,072	▼	G마켓	541	1,397,154
17	풀빵닷컴	3,376	1,343,750	Ⓜ	옥션	451	1,355,910	▲	채널A	2,289	1,321,306
18	한국아이닷컴	4,603	1,337,415	▼	한국아이닷컴	3,980	1,234,506	▼	서울신문	2,501	1,307,220
19	판도라TV	2,135	1,330,091	Ⓜ	국민일보	2,375	1,226,228	▼	옥션	477	1,259,257
20	동아일보	3,786	1,259,291	Ⓜ	스포츠서울	2,655	1,144,293	Ⓜ	판도라TV	1,142	1,175,917

※ 첫 번째 '증감'은 전년 동분기 대비, 두 번째 '증감'은 전분기 대비 (▲: 광고 집행 금액 증가 ▼: 광고 집행 금액 감소 Ⓜ: 순위 내 신규 진입)

광고 금액의 증감 현황은 2020년 1분기 대비 상위 20개 매체는 15.2% 증가하였고, 3대 매체는 18.9% 광고 금액 증가를 확인하였다. 2020년 4분기 대비 상위 20개 매체는 6.2% 감소하였고, 3대 매체는 8.3% 광고 금액 감소를 확인하였다.

표5. 2021년 1분기 주요 매체별 업종별 광고 집행 현황

(단위: 천원)

번호	업종	네이버	다음	네이트
1	가정용 전기전자	3,535,503	1,158,315	327,756
2	가정용품	1,082,186	2,454,677	17,320
3	건설, 건재 및 부동산	13,932,417	2,055,354	19,874
4	관공서 및 단체	11,088,995	1,272,174	1,396,361
5	교육 및 복지후생	4,182,679	2,145,002	926,318
6	그룹 및 기업광고	53,415	18,927	-
7	금융, 보험 및 증권	6,515,803	1,436,399	3,925,676
8	기초재/소재/에너지	-	129,731	285
9	산업기기	-	541,044	1,327
10	서비스	2,712,005	3,733,529	111,224
11	수송기기	1,283,515	784,244	738
12	식품	715,395	3,452,119	881,956
13	유통	3,109,239	14,119,897	2,763,530
14	음료 및 기호식품	162,683	227,350	1,120
15	정밀기기 및 사무기기	-	297,751	1,684
16	제약 및 의료	541,049	2,547,910	185,113
17	출판	51,402	65,141	120
18	컴퓨터 및 정보통신	15,671,578	1,854,968	339,778
19	패션/의류	655,385	977,465	7,820
20	화장품 및 보건용품	2,506,756	2,521,780	767,705
21	화학공업	4,691	112,580	-
합 계		67,804,696	41,906,357	11,675,705

2021년 1분기 주요 매체별, 업종별 광고 집행 현황을 살펴보면, '네이버'는 '컴퓨터 및 정보통신' 업종에서, '다음'은 '유통' 업종, '네이트'는 '금융, 보험 및 증권' 업종에서 각각 높은 광고 금액을 나타냈다.

※ 위의 매체 현황에 제시된 매체별 광고 금액은 내부 정책에 따라 동영상 데이터의 독립 및 분리로 인해 이전 작성된 보고서 및 리서치애드 사이트를 통해 확인된 데이터 내용과 차이가 있을 수 있다.

5. 데이터 베이스 현황

표6. 2021년 1분기 월별 분류 및 통계 대상 인터넷 노출형 광고 파일

(단위: 개)

기간	분류 대상 파일	분류 광고 파일	분류 제외 파일 (자사 광고)	분류 제외 파일 (보류 광고)
21' 01	83,171	58,666	2,988	21,110
21' 02	76,904	51,948	2,929	21,642
21' 03	108,030	71,374	3,509	32,353
합 계	268,105	181,988	9,426	75,105

이상의 통계는 리서치애드가 2021년 1월 1일부터 2021년 3월 31일까지 국내 인터넷 웹사이트 중 인터넷 광고 매체로 유의미한 112개 웹사이트로부터 클리핑 엔진을 통하여 총 268,105개의 노출형 광고 파일을 클리핑하여, 자사 광고 등 분류 대상에서 제외된 84,531개 파일을 제외한 181,988개 파일을 분류 및 통계 처리하여 그 결과를 발췌한 것이다.

2021년 1분기 클리핑 광고 파일 수 268,105개는 전년 동분기 대비 55,921개 감소한 수치이고, 직전 분기 대비로도 37,205개 감소한 수치이다.

본 보고서의 내용은 기계적으로 클리핑, 분류 및 통계 처리 된 자료로 실제 광고 집행 금액과는 차이가 있을 수 있습니다. 다만, 인터넷 상에 게재된 광고를 금액 가치로 환산한 자료로 그 활용 가치가 있습니다.

내용 중 문의 사항이나 보다 상세한 정보가 필요하신 경우 아래로 연락 주시면 자세히 안내해 드리겠습니다.

[관련문의]

TEL : 02-546-9692

E-mail : mkt@researchad.com