

Video Report

FEBRUARY

2019.05

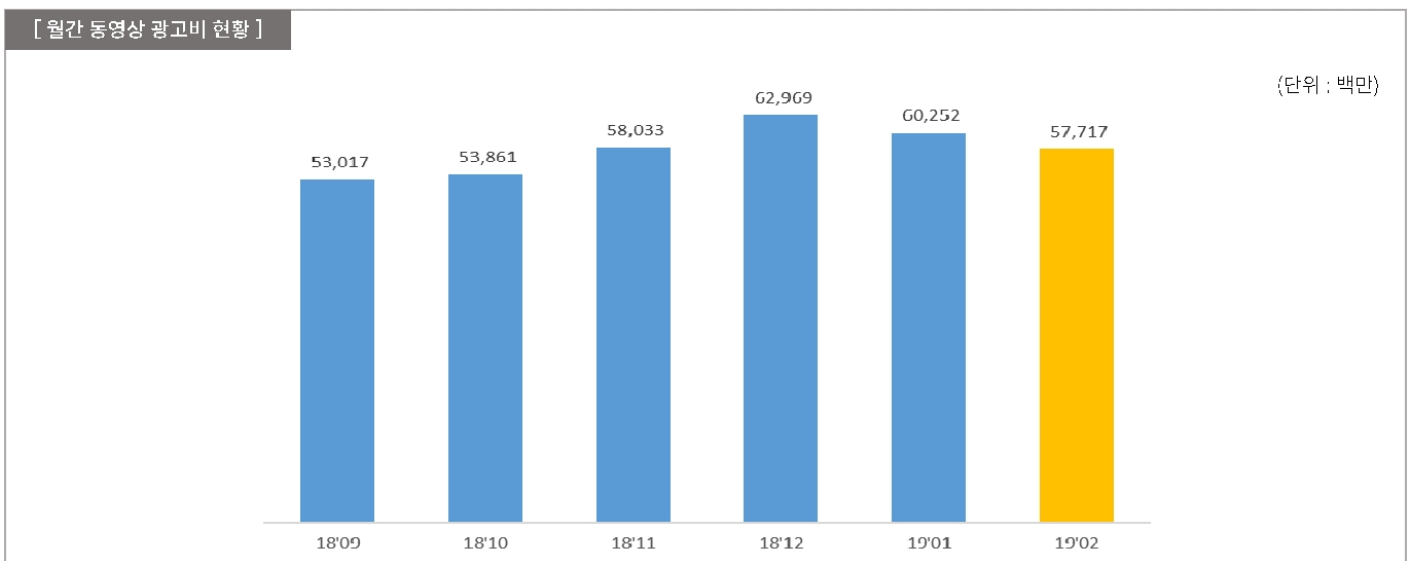
Researchad

<배포용>

A. 동영상 광고 현황

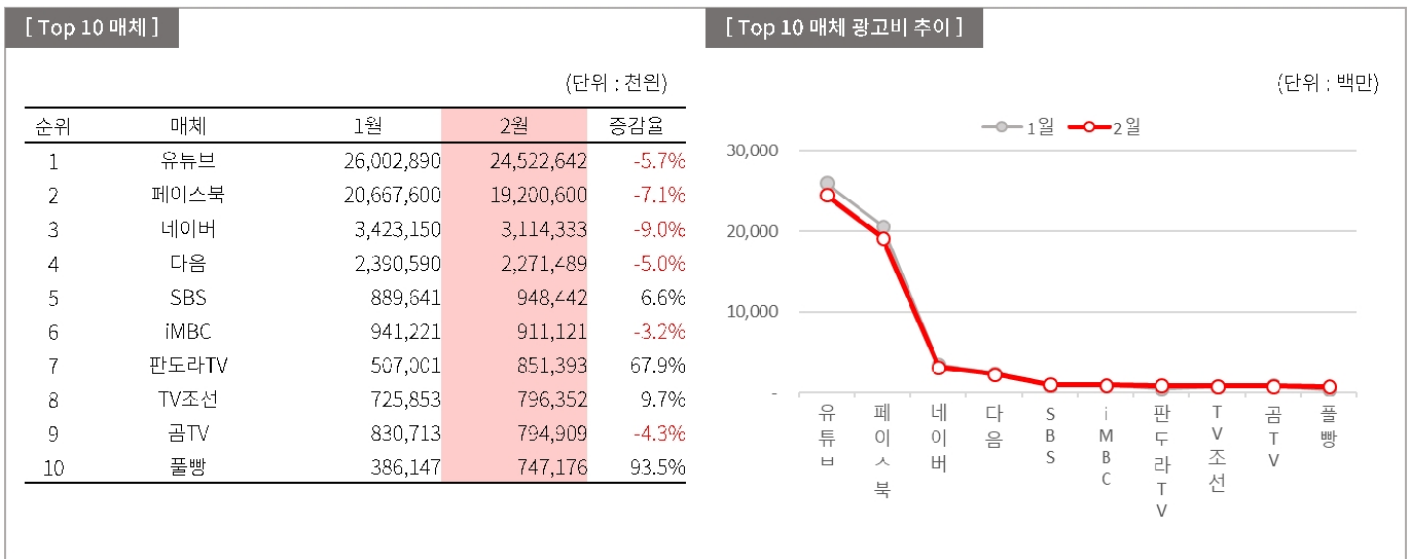
1. 시장 규모

- 2019년 2월, 동영상 광고 집행 금액은 약 577.1억 원으로 집계
- 전월(2019년 1월, 602.5억 원) 대비 4.2% 감소



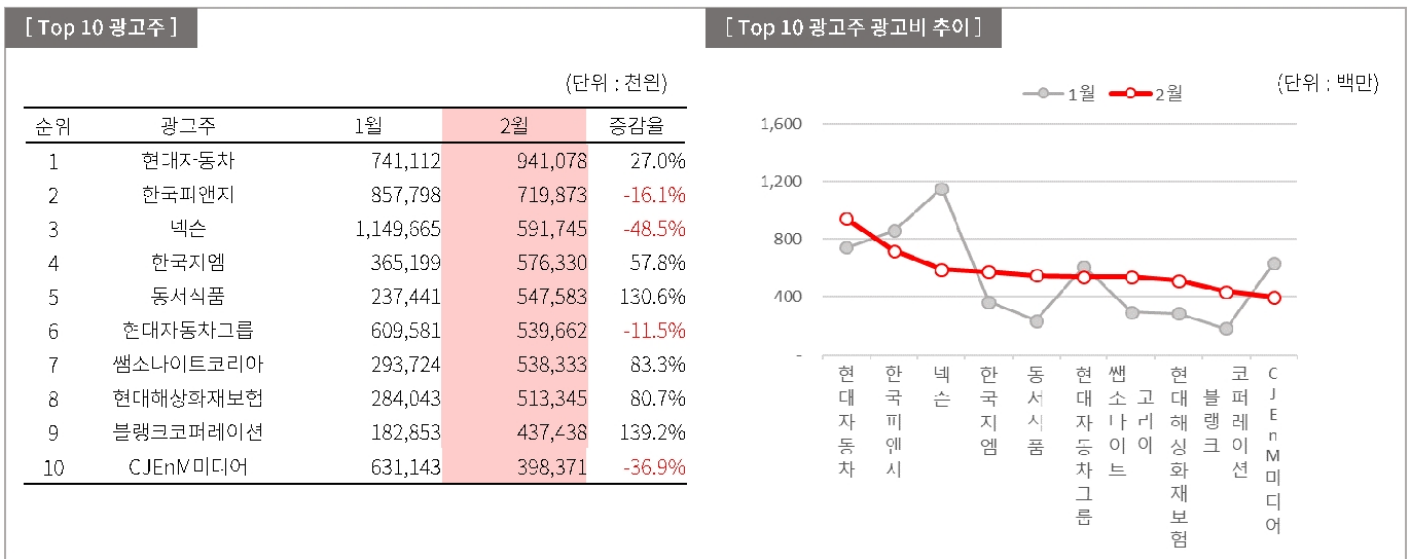
2. 매체 현황

- Top 10 매체 내 'SBS' 포함 4곳을 제외한 전 매체에서 전월 대비 광고비 감소
- '플빵'의 경우, 전월 대비 광고비가 93.5% 증가



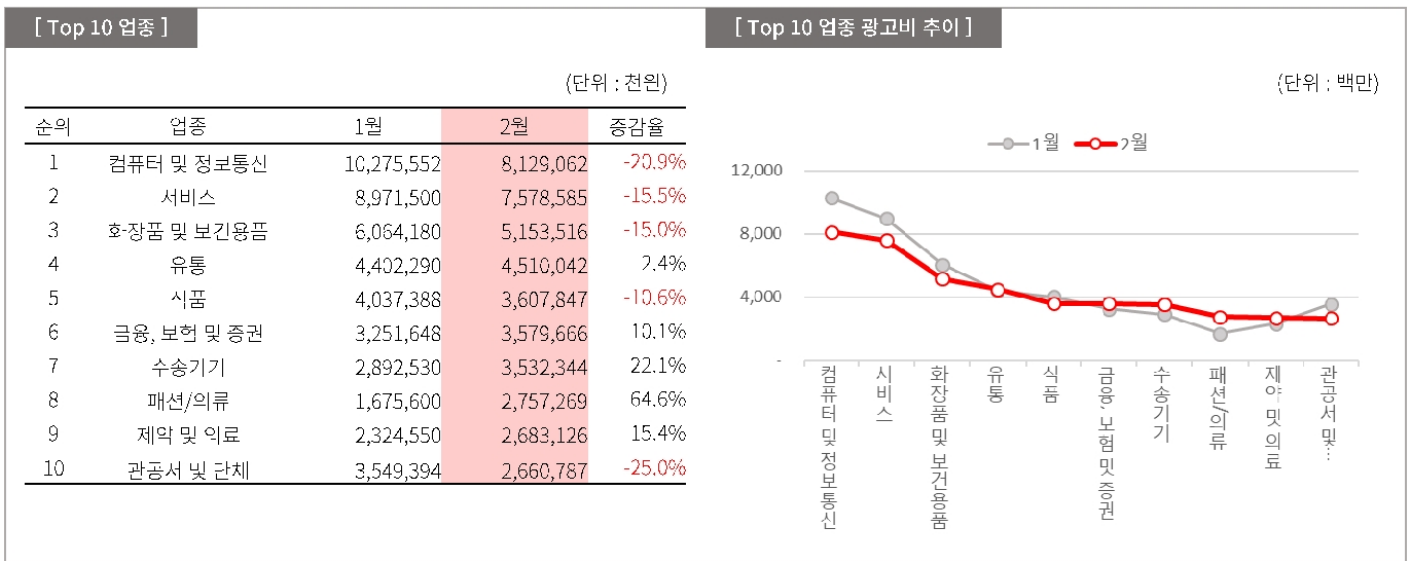
3. 광고주 현황

- Top 10 광고주 내 ‘한국피앤지’ 포함 총 4곳을 제외한 전 광고주에서 전월 대비 광고비 증가
- ‘블랭크코퍼레이션’은 전월 대비 기존 브랜드 캠페인의 광고비 증가, 신규 캠페인 추가로 인하여 Top 10 내 가장 높은 증가율 기록



4. 업종 현황

- Top 10 업종 내 ‘컴퓨터 및 정보통신’ 포함 총 5곳을 제외한 전 업종에서 전월 대비 광고비 증가
- ‘패션/의류’는 전월 대비 증가율이 64.6%로 가장 높은 것으로 확인



Search! All of your ways for digital marketing

본 보고서의 내용은 리서치애드 자체 개발 수집 엔진인 AD collector를 통해 매체의 시청권 광고 (SMR을 포함한 다양한 동영상 플랫폼 광고)를 수집하여 분류 및 통계 시스템을 거쳐 산출된 내용으로 이는 실제 집행 금액과 차이가 있을 수 있습니다.
다만, 인터넷상에서 게재된 광고를 금액 가치로 환산한 자료로 그 활용가치가 있습니다.

리서치애드 전략운영본부
mkt@researchad.com

Researchad

Copyright © 2019Researchad Corp. All Right Reserved