

2014 온라인광고 시장 규모 조사



TABLE OF CONTENTS

1. 자료 수집 방법
2. 2014 온라인광고 시장
3. 노출형 광고_Display AD
4. 검색 광고_Search AD
5. 모바일 광고_Mobile AD
6. 동영상 광고_Video AD
7. 온라인광고 시장 규모
8. 온라인광고 시장 점유율
9. 광고 카테고리별 추세
10. 요약

자료 수집 방법

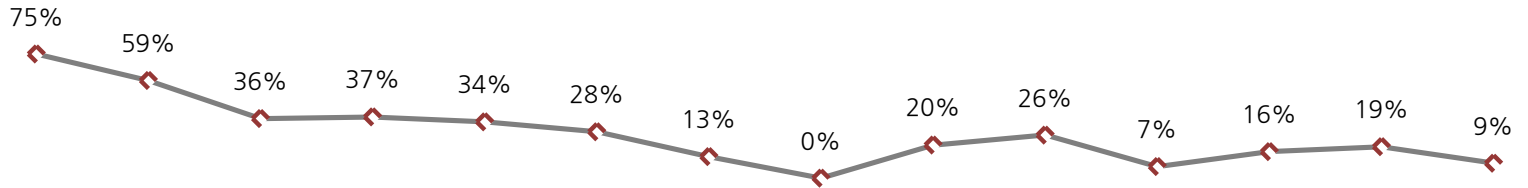


* 자료 수집 기간 : 10월 13일 ~ 11월 28일

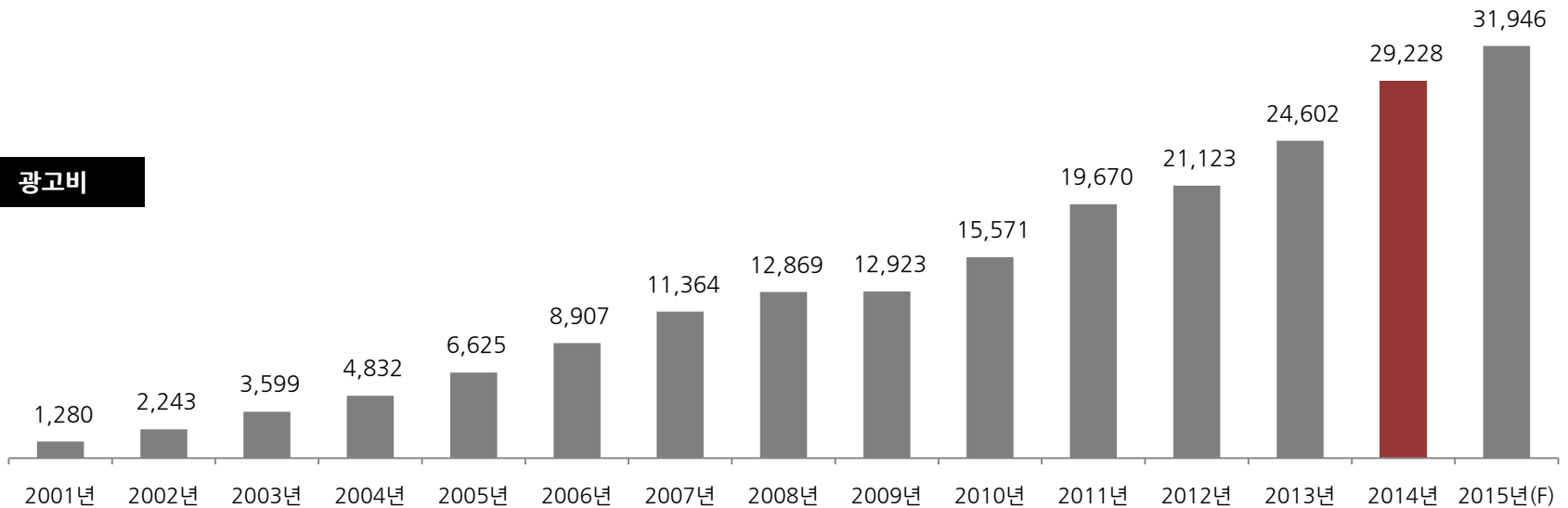
2014 온라인 광고 시장

▶ 2014년은 **19%**의 성장률, 전체 온라인 광고비 **2조 9,228 억 원**

성장률



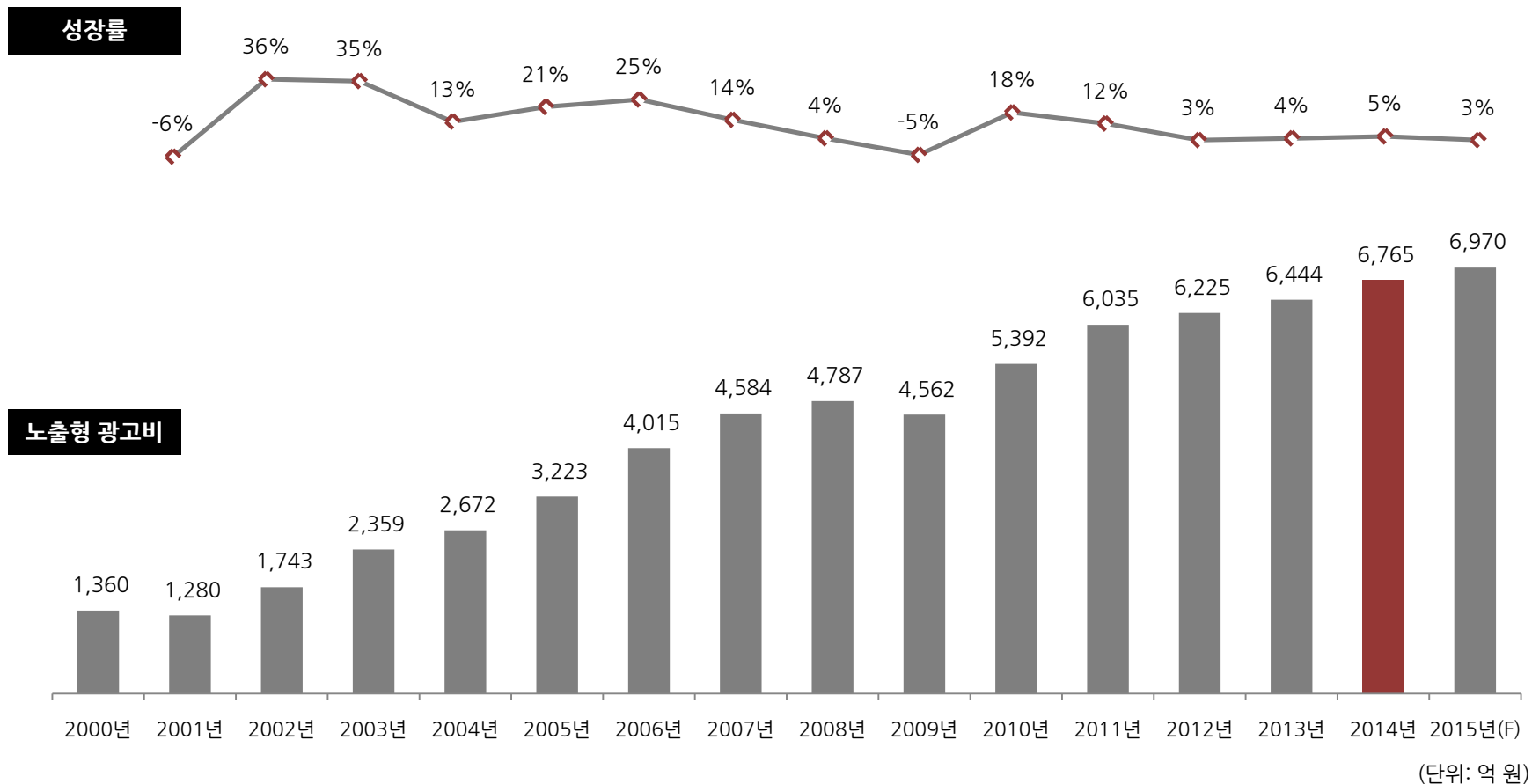
광고비



(단위: 억 원)

노출형 광고_Display AD

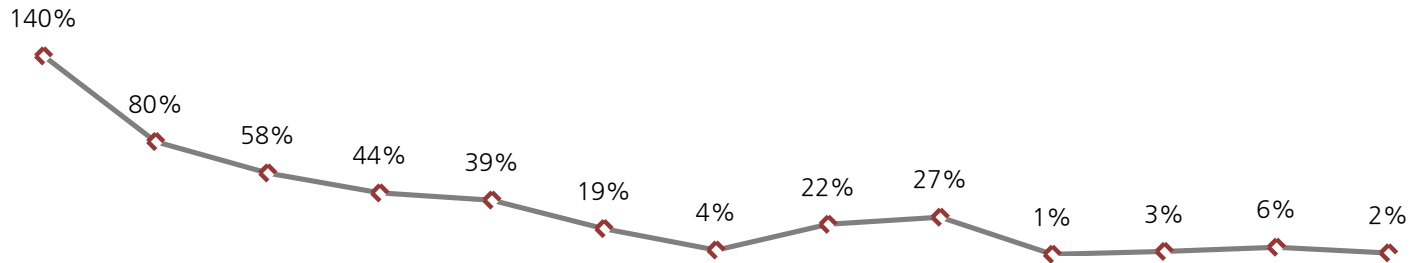
▶ 2014년 노출형 광고 집행 추정치 : 6,765억 원, 약 5% 성장



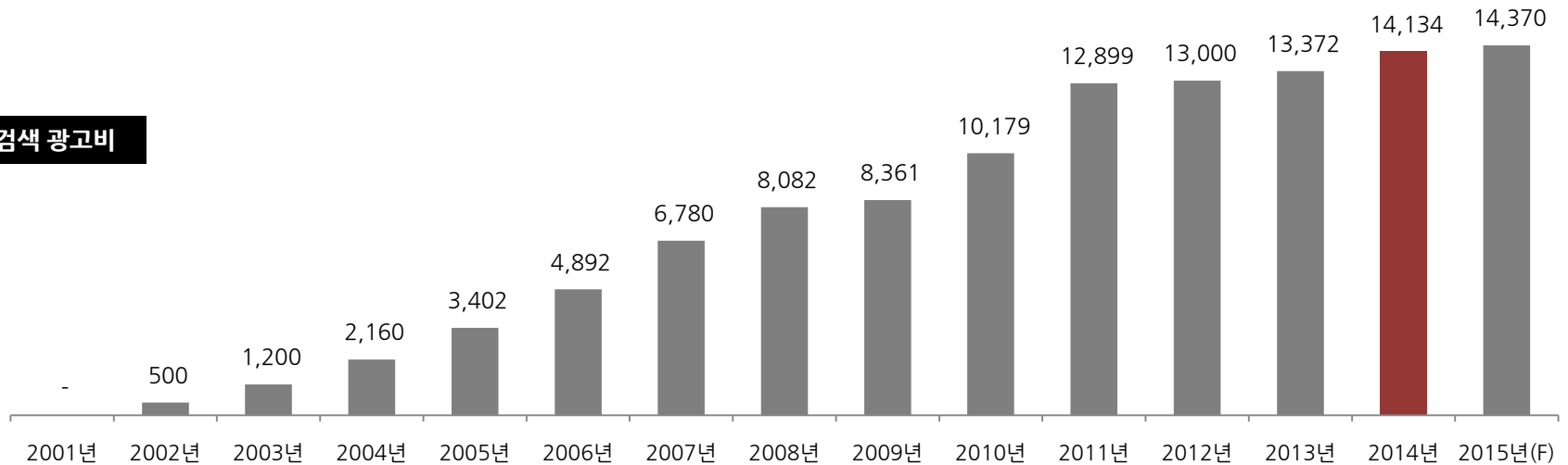
검색 광고_Search AD

▶ 2014년 검색 광고 집행 추정치 : 1조 4,134억 원, 약 6% 성장

성장률



검색 광고비

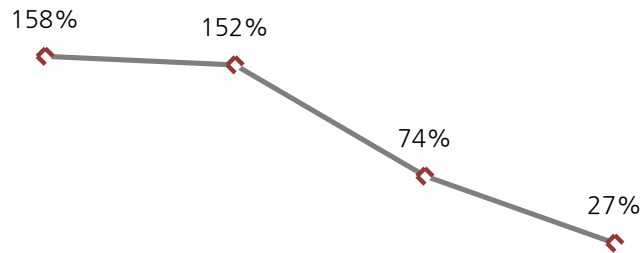


(단위: 억 원)

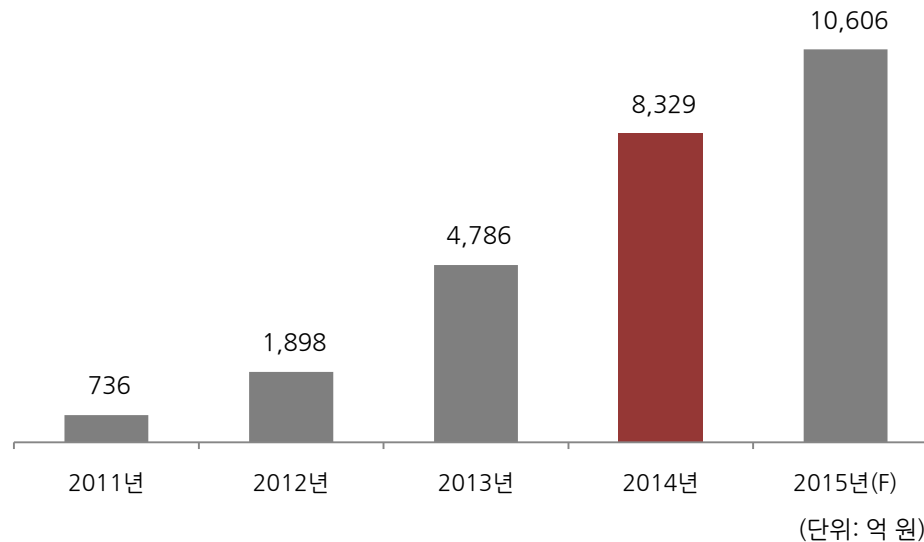
모바일 광고_Mobile AD

▶ 2014년 모바일 광고 집행 추정치 : 8,329억 원, 약 74% 성장

성장률



모바일 광고비

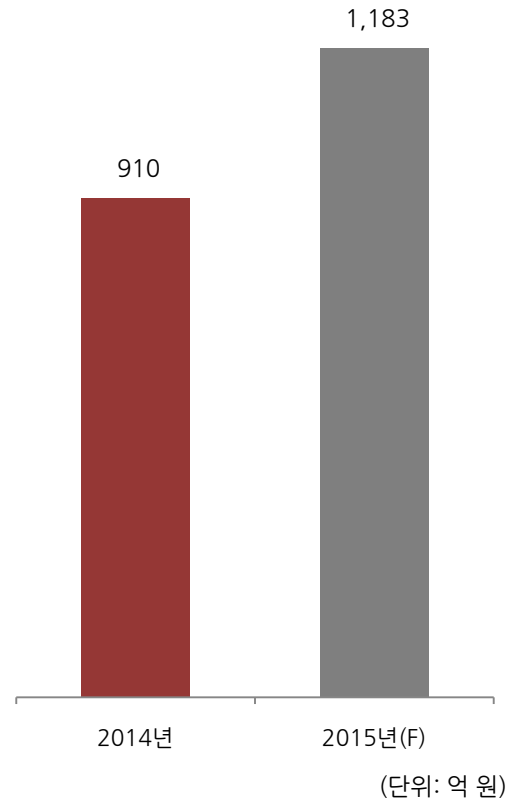


* 참고 : 모바일 광고는 모바일 DA, 모바일 SA 및 기타 유형 포함

동영상 광고_Video AD

▶ 2014년 동영상 광고 집행 추정치 : 910억 원

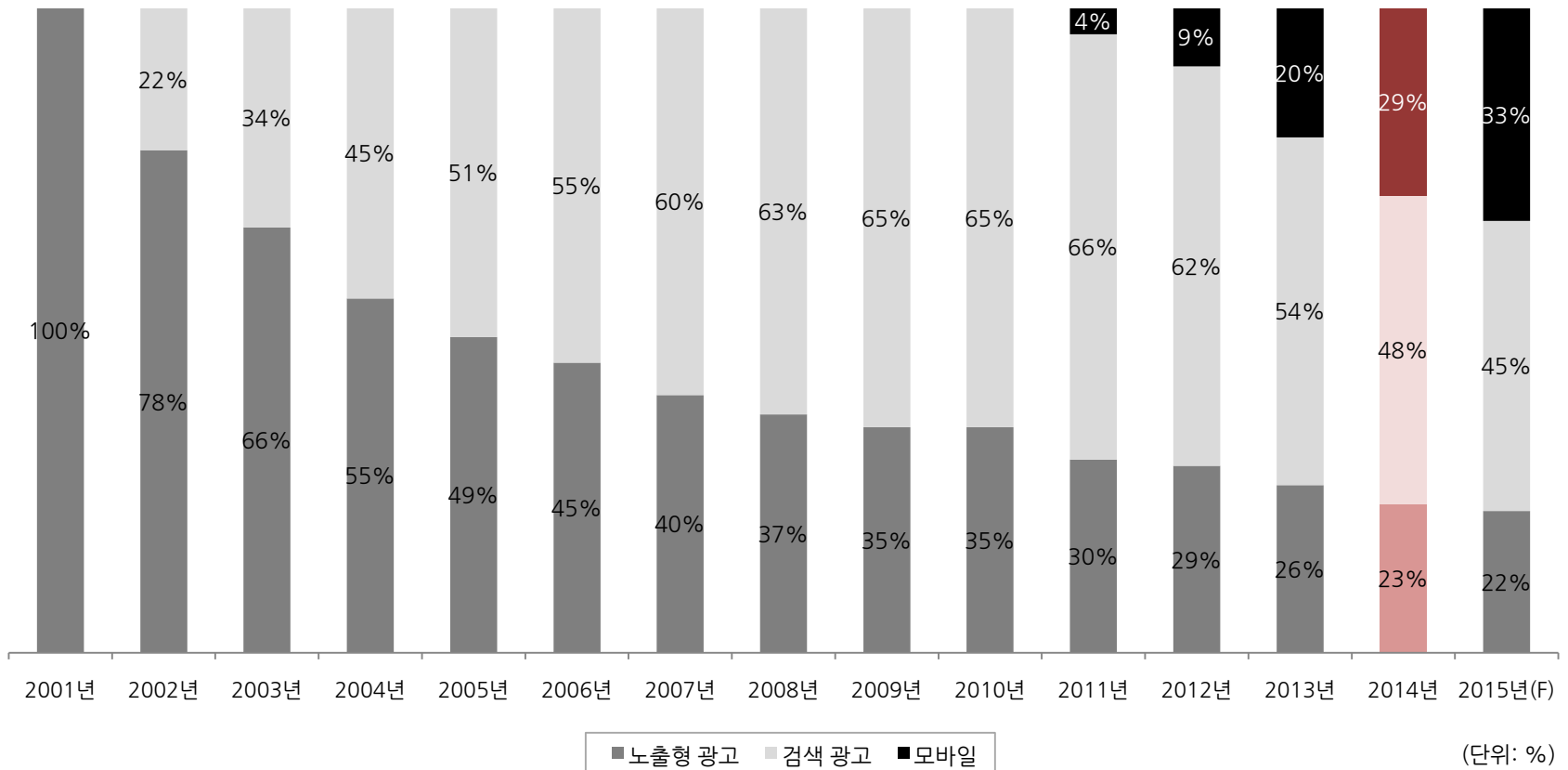
동영상 광고비



* 참고 : 동영상 광고는 모바일과 웹을 모두 포함

온라인광고 상품별 점유율

▶ 2014 전체 온라인 광고 시장에서 검색 광고 48%, 노출형 광고 23%, 모바일 광고 29% 차지



온라인광고 시장 규모

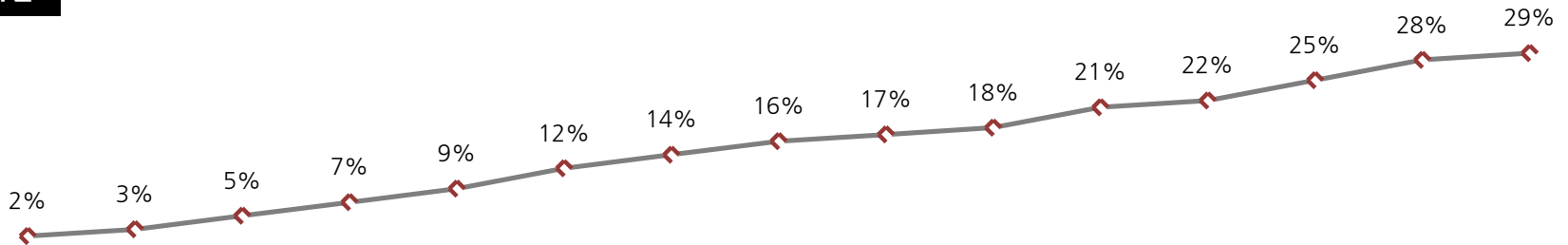
▶ 2014년 전체 온라인 광고비는 약 2조 9,228억 원, 전년 대비 약 19% 성장



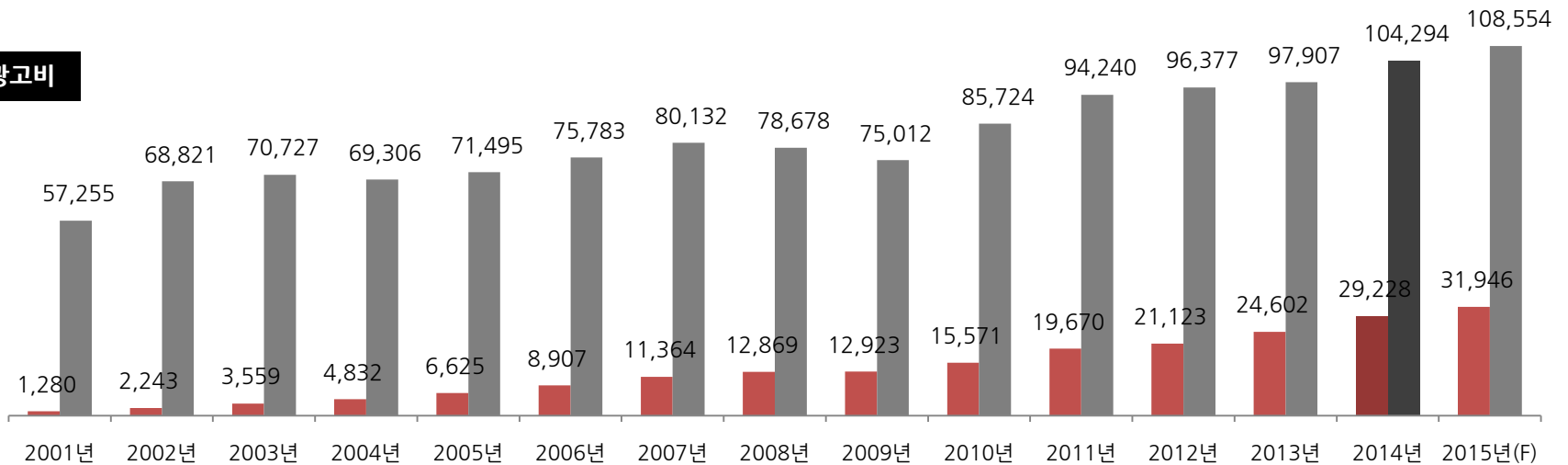
온라인광고 시장 점유율

▶ 2014년 온라인광고 시장 점유율은 전체 광고 시장 10조 4,294 억 원 중 약 28% 차지

점유율



광고비

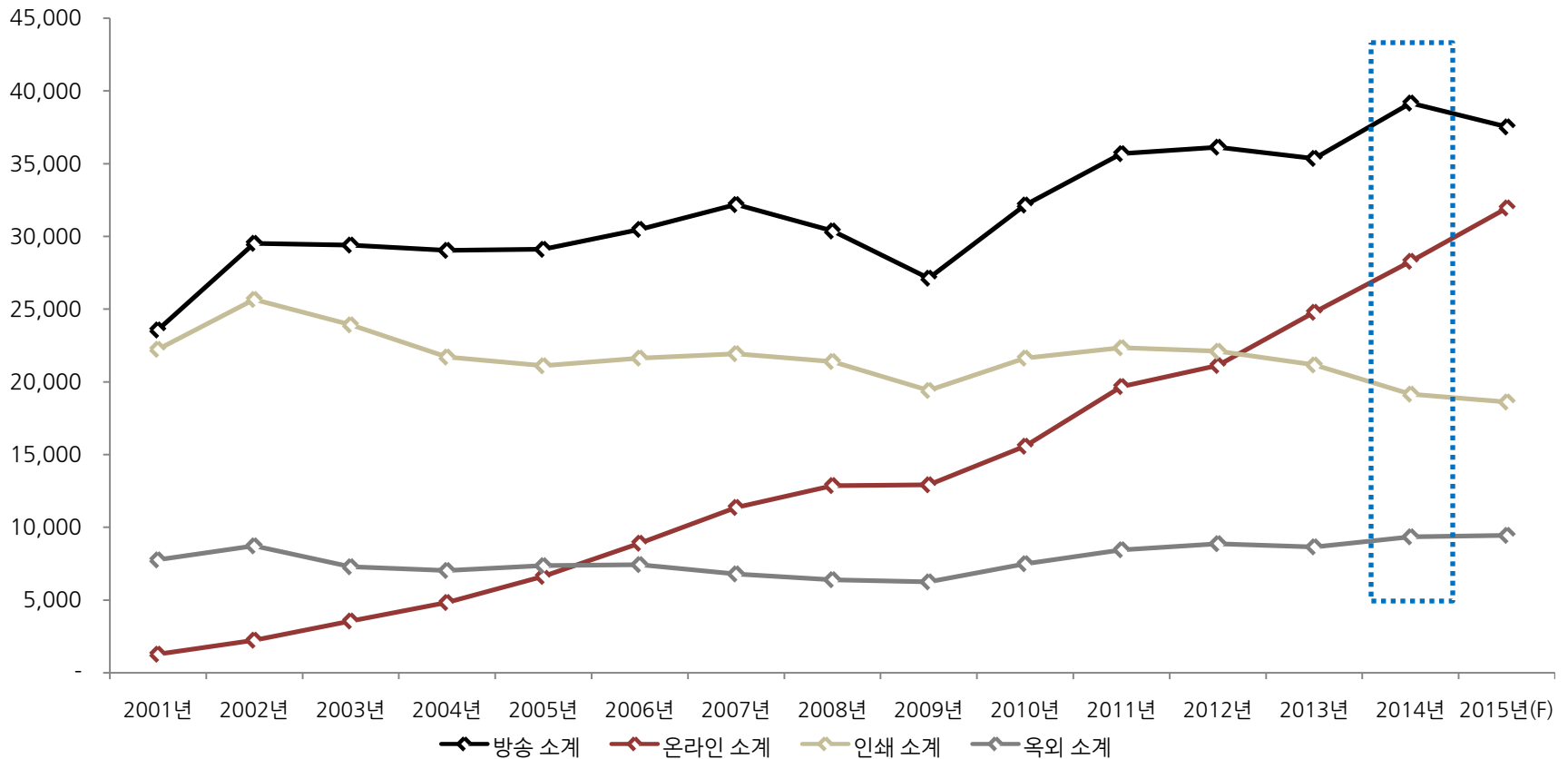


(단위: 억 원)

* 자료 출처 : (전체 광고량 - 제일기획(2012년까지) / (온라인 광고량 : 한국온라인광고협회) / (2015년 예상치 - 한국온라인광고협회)

광고 카테고리별 추세

▶ 2014년 방송 소계 35,355 억 원, 온라인 소계 29,228 억 원, 인쇄 소계 19,350 억 원



- IPTV의 VOD광고는 온라인광고이나 자료 집계 편의상, 방송으로 분류

- 자료 출처 : (전체 광고량: 제일기획(2014년까지)/ (온라인 광고량: 한국온라인광고협회)

- 방송 소계 : TV, 케이블TV, 위성방송, IPTV, 라디오, DMB

- 인쇄 소계 : 신문, 잡지

- 온라인 소계 : 디스플레이, 검색광고 모바일

2014 온라인광고 시장 요약

- ▶ PC 기반 (Web) 광고 성장 정체
- ▶ 모바일 광고(Mobile Ad) 성장 지속
- ▶ 동영상(Video Ad) 광고 성장 기대
- ▶ 프로그래매틱 바이잉(Programmatic Buying) 플랫폼의 국내 도입 증가
DSP, SSP, DMP와 RTB 서비스의 등장으로 광고 거래 방식 변화 시작

감사합니다.



www.onlinead.or.kr