

LG화학, 불황에도 광고비 32% 확대

SK 714억6900만원에 LG화학 223억원 ... 호남석유화학 7500만원 불과

극심한 불경기에도 불구하고 상반기 중 상장기업들의 광고선전비가 증가한 것으로 나타났다.

상장기업들이 판매 부진을 공격적으로 해결하고 불경기를 이용해 시장점유율을 높이기 위한 전략에 따른 것으로 풀이된다.

특히, S-Oil과 SK의 광고선전비 증가율 각각 318%, 55%에 이르러 관심을 모았다.

금융감독원 공시에 따르면, 2003년과 비교가 가능한 시가총액 상위 상장기업 50사의 사업보고서상 광고선전비는 2004년 1-6월 모두 1조248억9000만원으로 전년동기 9828억4000만원보다 4.28% 증가했다.

그러나 매출액에서 광고선전비가 차지하는 비중은 0.75%에서 0.69%로 0.06%p 떨어졌다.

분석대상 기업 가운데 S-Oil의 광고선전비는 91억9800만원으로 2003년 상반기의 22억원보다 318.09% 늘어났다.

S-Oil은 “기업 인지도가 너무 떨어져 있다는 지적이 많아 2003년 말부터 TV 광고를 시작했기 때문에 광고선전비가 급증했다”고 밝혔다.

LG석유화학은 700만원에서 5억3300만원으로 76배로 불었고 동국제강은 1억6600만원에서 5억9500만원으로 257.64%의 증가율을 나타냈다.

대림산업의 상반기 광고선전비는 99억7400만원으로 전년동기 45억5800만원보다 118.84% 늘었고 현대모비스는 75.50% 증가한 126억6900만원, SK는 55.33% 늘어난 714억6900만원이었다.

시가총액 상위 상장 화학기업의 광고선전비 현황

(단위: 100만원, %)

회사명	광고선전비		매출액 대비 광고선전비 비율(2004.1-6)
	2004.1-6	증감률	
S-Oil	9,198	318.09	0.19
S K	71,469	55.33	0.90
LG화학	22,300	32.42	0.66
태평양	67,665	▽1.31	11.24
한국타이어	17,679	43.14	1.94
호남석유화학	75	87.34	0.01
KCC	16,997	▽6.48	1.90
LG석유화학	553	7,110.75	0.07
한화석유화학	1,081	31.66	0.12
제일모직	8,716	▽11.36	0.74

또 태평양의 매출액은 621억5200만원인 반면 광고선전비는 676억6500만원에 이르러 매출액 대비 광고선전비의 비율이 11.24%로 가장 높았다.

또 하이트맥주의 광고선전비는 353억5400만원으로 매출액 4127억2700만원의 8.57%를 차지했다.

광고선전비 절대액수가 작은 기업은 호남석유화학 7500만원, 하이닉스 2억5400만원, LG석유화학 5억3300만원, 동국제강 5억9천500만원 등이었다.

<화학저널 2004/09/10>