

(8) 광고

멕시코는 중남미에서 두 번째로 큰 옥외 광고시장과 인터넷 광고시장을 가지고 있는데 이러한 광고시장의 크기와 기회 덕분에 2013년의 멕시코 광고시장은 전년대비 5.8% 성장한 55억 100만 달러로 집계되었다. 멕시코의 디지털화된 광고매체와 인터넷 광고가 광고시장의 성장을 주도했으며 전 분야에 걸쳐 고른 성장률을 보여주었다. 향후 5년간 연평균 6.2%의 성장세를 보이며 2018년에는 74억 4,400만 달러에 달할 것으로 전망된다.

[표 5-12] 멕시코 광고시장 규모 및 전망, 2009-2018

[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009	2010	2011	2012	2013p	2014	2015	2016	2017	2018	2013-18 CAGR
디렉토리 광고	330	322	312	318	319	319	319	319	317	314	△0.3
디지털	13	15	18	21	23	26	30	33	37	42	12.6
인쇄	316	307	294	297	296	293	290	285	280	273	△1.6
잡지 광고	243	265	306	327	350	366	386	402	418	435	4.5
디지털	-	3	7	16	20	25	30	36	44	52	20.9
인쇄	243	262	299	311	329	342	356	366	375	383	3
산업잡지 광고	72	82	100	114	127	136	145	151	156	161	5
디지털	-	2	5	13	17	21	25	29	34	40	18.5
인쇄	72	80	94	100	110	115	120	122	122	122	2.1
극장광고	65	39	83	85	86	86	87	87	88	88	0.6
신문 광고	493	538	551	542	559	573	594	618	642	676	3.9
디지털	3	5	8	10	12	15	18	22	27	34	23.1
인쇄	490	533	543	532	547	558	577	596	615	642	3.2
라디오 광고	365	427	473	513	565	614	663	711	759	809	7.4
TV 광고	1,955	2,253	2,322	2,427	2,489	2,629	2,739	2,896	3,034	3,211	5.2
다중 채널	165	198	224	255	286	341	382	417	451	492	11.5
지상파	1,790	2,055	2,097	2,171	2,200	2,282	2,346	2,460	2,556	2,681	4
온라인TV	-	-	1	1	3	6	12	18	27	39	67.6
인터넷 광고	142	243	370	511	641	767	911	1,059	1,219	1,407	17
모바일	1	2	3	5	8	10	13	16	20	25	26.8
유선	141	242	367	506	634	757	898	1,043	1,199	1,382	16.9
옥외 광고	310	342	405	415	429	449	470	490	511	532	4.4
디지털	-	21	28	33	39	47	55	65	77	90	18.1
실물	310	321	377	381	390	403	415	425	435	442	2.5
게임 광고	5	6	8	9	11	12	13	15	16	18	11.5
산술합계 ¹²²⁾	3,980	4,517	4,930	5,261	5,576	5,951	6,327	6,748	7,160	7,651	6.5
합계	3,964	4,492	4,891	5,200	5,501	5,858	6,212	6,610	6,991	7,444	6.2

출처 : PwC(2014)

122) 산술합계에는 디렉토리 광고, 잡지 광고, 산업잡지 광고, 신문 광고의 디지털 광고와 온라인TV 광고, 지상파 라디오 온라인 광고가 인터넷 광고시장 규모에 포함되어 있어 합계에서는 중복되는 부분을 제외함

제1절

1. 미국

2. 캐나다

제2절

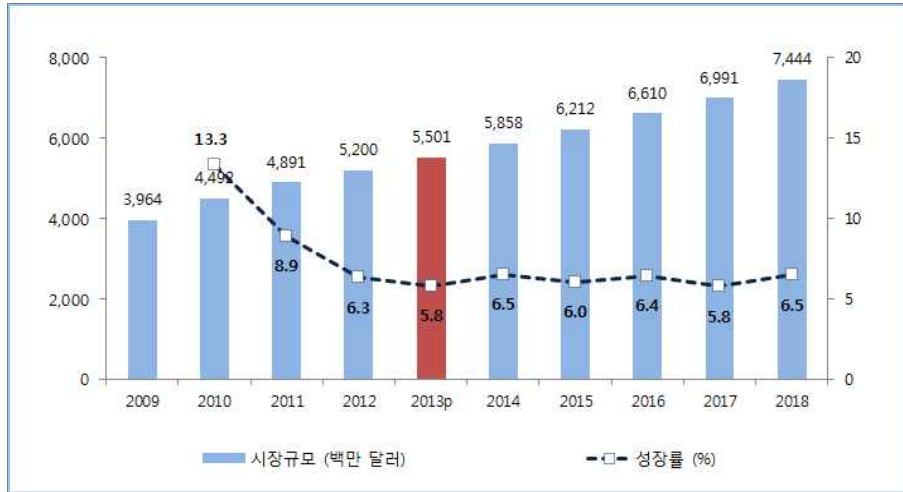
1. 브라질

2. 멕시코

3. 아르헨티나

4. 칠레

[그림 5-40] 멕시코 광고시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

제1절

1. 미국

2. 캐나다

제2절

1. 브라질

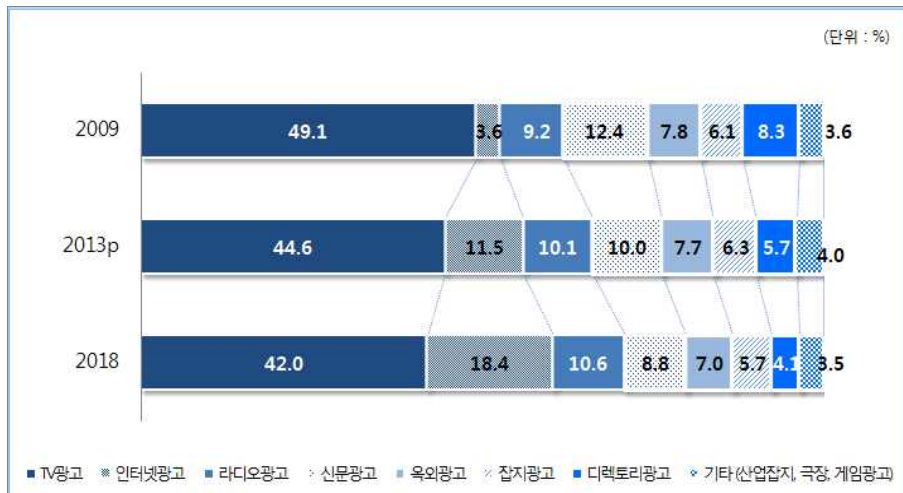
2. 멕시코

3. 아르헨티나

4. 칠레

2013년 멕시코의 광고시장은 TV 광고가 2009년에 비해 규모가 작아졌는데 2018년에도 비중이 감소할 전망이다. 반면 인터넷 광고는 폭발적인 성장세를 보이며 2009년 3.6%였던 시장점유율이 2013년에는 11.5%의 시장점유율을 보여주었고 2018년까지 18.4%로 성장하여 TV 광고 다음으로 큰 광고시장 점유율을 보여줄 것으로 전망된다.

[그림 5-41] 멕시코 광고시장 분야별 비중 비교, 2009 vs. 2013 vs. 2018



출처 : PwC(2014)

제1절

1. 미국

2. 캐나다

제2절

1. 브라질

2. 멕시코

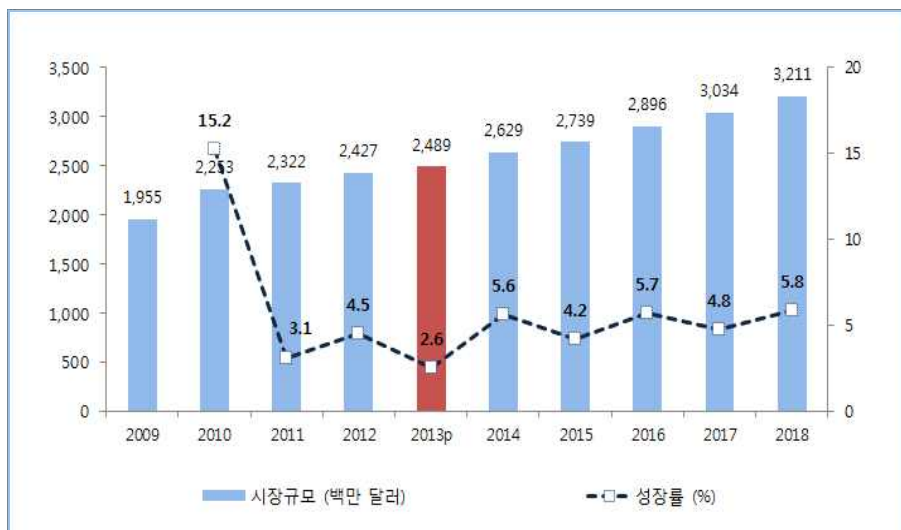
3. 아르헨티나

4. 칠레

가. TV 광고

멕시코의 TV 광고시장은 멕시코에서 가장 큰 비중을 차지하고 있다. 2013년 멕시코의 TV 광고시장은 전년대비 2.6% 성장한 24억 8,900만 달러를 기록하였다. 멕시코의 TV 광고는 특히 다중 채널과 온라인TV에 의해 성장이 주도된 것에 비해 지상파TV 광고는 낮은 성장률을 보여주었다. 향후 멕시코의 TV 광고시장은 연평균 5.2%의 성장률을 보이며 2018년까지 32억 1,100만 달러의 시장으로 성장할 전망이다.

[그림 5-42] 멕시코 TV 광고시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018

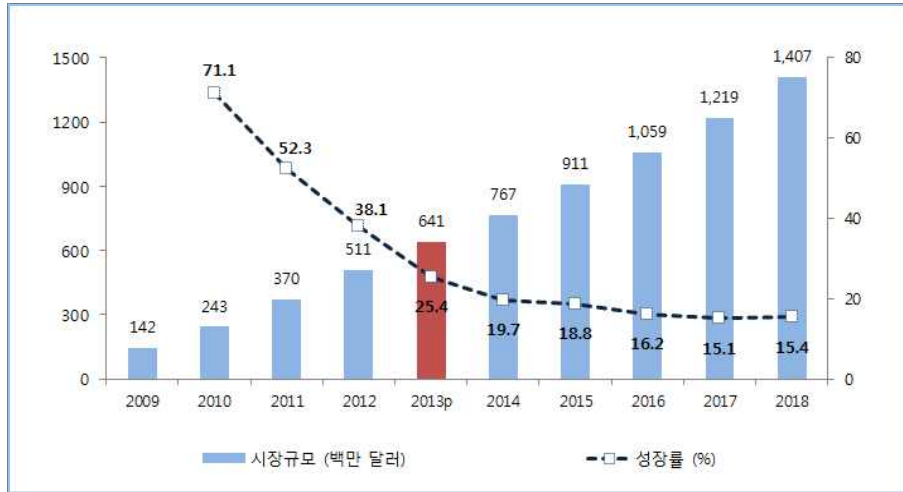


출처 : PwC(2014)

나. 인터넷 광고

중남미에서 두 번째로 큰 규모를 형성하고 있는 멕시코 인터넷 광고시장은 2013년 전년대비 25.4% 성장한 6억 4,100만 달러로 집계되었다. 검색 광고시장은 인터넷 광고시장에서 40%의 점유율을 차지하며 성장을 주도했다. 폭발적인 성장세를 보이는 모바일 광고를 비롯해 디스플레이 광고와 비디오 광고 모두 높은 성장률을 보이고 있어 멕시코 인터넷 광고시장은 향후 5년간 연평균 17%의 성장률을 보이며 2018년까지 14억 700만 달러 규모로 성장할 것으로 보인다.

[그림 5-43] 멕시코 인터넷 광고시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

[표 5-13] 멕시코 인터넷 광고시장 규모 및 전망, 2009-2018

[단위 : 백만 달러, %]

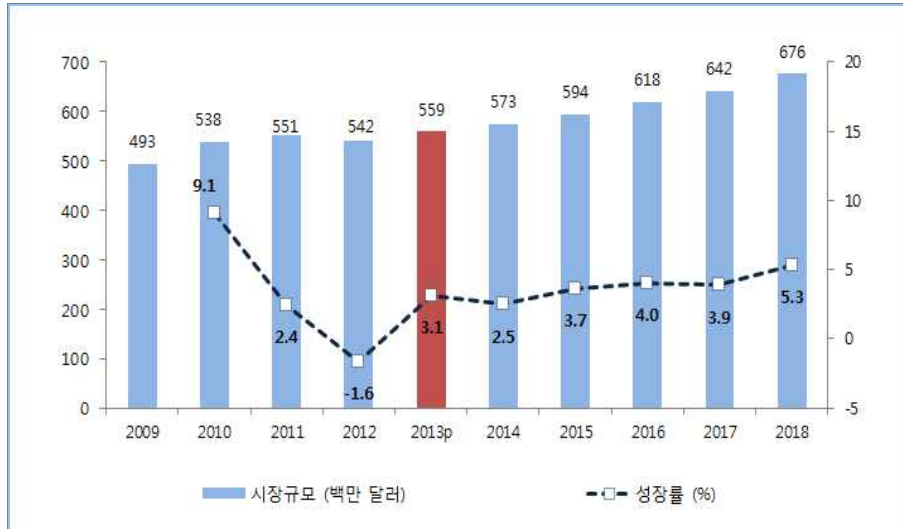
구분	2009	2010	2011	2012	2013p	2014	2015	2016	2017	2018	2013-18 CAGR
모바일	1	2	3	5	8	10	13	16	20	25	26.8
유선	141	242	367	506	634	757	898	1,043	1,199	1,382	16.9
안내광고	39	57	75	112	141	163	191	226	267	315	17.4
디스플레이 광고	38	66	116	154	186	214	244	273	302	333	12.3
비디오	3	5	8	16	33	61	93	126	162	208	44.9
유료검색	61	114	167	224	274	319	369	419	469	526	14.0
합계	142	243	370	511	641	767	911	1,059	1,219	1,407	17.0

출처 : PwC(2014)

다. 신문 광고

멕시코 신문 광고시장은 500여 개가 넘는 신문사들이 경쟁을 하고 있어서 규모로 볼 때 매력적인 시장이라고 할 수 있다. 2013년 멕시코의 신문 광고시장은 전년대비 3.1% 성장한 5억 5,900만 달러로 집계되었다. 향후 신문 광고시장은 향후 5년간 3.9%의 성장세를 바탕으로 2018년까지 6억 7,600만 달러에 이를 전망이다.

[그림 5-44] 멕시코 신문 광고시장 규모 및 성장률, 2009-2018



출처 : PwC(2014)

라. 옥외 광고

2013년 멕시코의 옥외 광고시장은 전년대비 3.4% 증가한 4억 2,900만 달러 규모를 기록하였다. 옥외 광고시장의 성장세는 멕시코의 경제성장과 실질 GDP에도 큰 영향을 미칠 것으로 예상되는데 약 10년 후면 멕시코의 옥외 광고시장은 전 세계에서 가장 큰 규모가 될 것으로 전망되고 있다. 디지털 옥외 광고 역시 큰 폭의 성장이 예상되고 있어, 전체 옥외 광고시장은 연평균 4.4%의 성장률로 2018년까지 5억 3,200만 달러 규모로 성장할 것으로 전망된다.

제1절

1. 미국

2. 캐나다

제2절

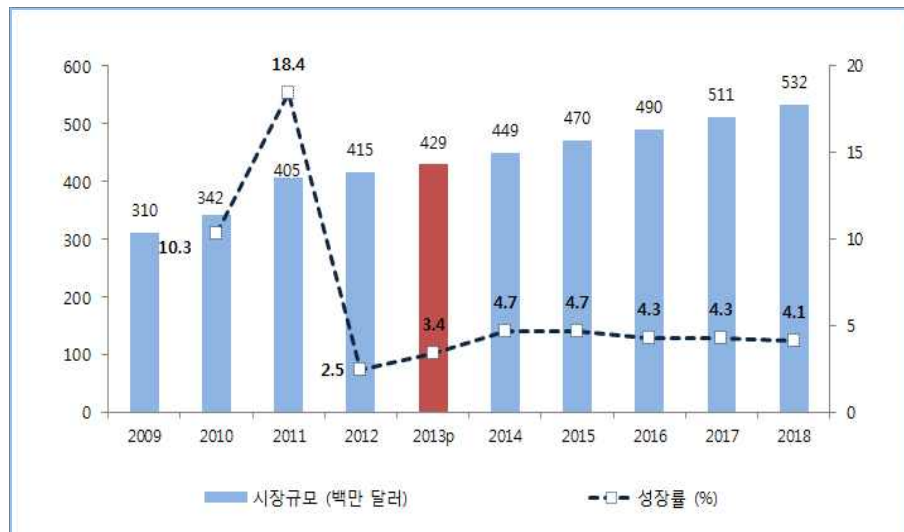
1. 브라질

2. 멕시코

3. 아르헨티나

4. 칠레

[그림 5-45] 멕시코 옥외 광고시장 규모 및 성장률, 2009-2018



출처 : PwC(2014)