

(7) 방송

멕시코의 방송시장은 글로벌 금융위기의 여파도 빠른 속도로 극복했다. 방송시장의 전 분야가 성장세를 보이고 있으며 TV 수신료와 라디오시장은 두 자릿수 이상의 성장률을 보이고 있다.

2013년 멕시코 방송시장은 전년대비 약 11.3% 증가한 77억 4,500만 달러로 집계되었다. 향후 방송시장은 연평균 7% 성장세를 보이며 2018년에는 108억 3,900만 달러에 이를 것으로 전망된다.

[그림 5-35] 멕시코 방송시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

[표 5-11] 멕시코 방송시장 규모 및 전망, 2009-2018

[단위 : 백만 달러, %]

구분	2009	2010	2011	2012	2013p	2014	2015	2016	2017	2018	2013-18 CAGR
TV 수신료	2,039	2,739	3,505	4,017	4,691	5,352	5,878	6,274	6,570	6,819	7.8
공영방송	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
유료방송	2,039	2,739	3,505	4,017	4,691	5,352	5,878	6,274	6,570	6,819	7.8
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
온라인			1	1	3	6	12	18	27	39	67.6
라디오	365	427	473	513	565	614	663	711	759	809	7.4
라디오 광고	365	427	473	513	565	614	663	711	759	809	7.4
공영라디오	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
위성라디오	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
합계	4,359	5,419	6,300	6,957	7,745	8,595	9,280	9,881	10,363	10,839	7.0

출처 : PwC(2014)

제1절

1. 미국

2. 캐나다

제2절

1. 브라질

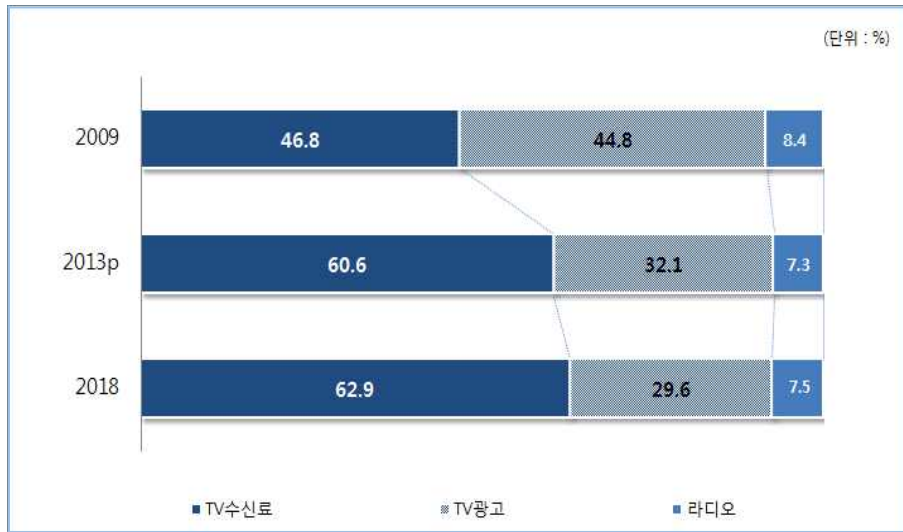
2. 멕시코

3. 아르헨티나

4. 칠레

멕시코 방송시장에서 가장 큰 비중을 차지하는 것은 TV 수신료시장이다. TV 수신료 시장은 2009년 이후 확대되어 왔으며 2018년에는 62.9%의 점유율을 보이며 시장을 주도할 것으로 전망된다. TV 광고시장은 2013년 32.1%에서 2018년 29.6%로 축소될 전망이나, 라디오시장은 7.3%에서 7.5%로 소폭 확대될 것으로 보인다.

[그림 5-36] 멕시코 방송시장 분야별 비중 비교, 2009 vs. 2013 vs. 2018



출처 : PwC(2014)

가. TV 수신료

멕시코의 유료TV시장은 방송 기반이 탄탄하게 확립되어 있어 가입자들도 늘어나는 추세이다. 2013년 유료가입 가구가 1,570만인 것으로 나타났는데 2018년에는 2,160만으로 증가할 것으로 예상되고 있다. 2013년 멕시코 TV 수신료시장은 전년대비 약 16.8% 증가한 46억 9,100만 달러로 나타났다. 이후 TV 수신료시장은 2018년까지 연평균 7.8%의 성장률을 보이며 68억 1,900만 달러에 이를 것으로 전망된다.

제1절

1. 미국

2. 캐나다

제2절

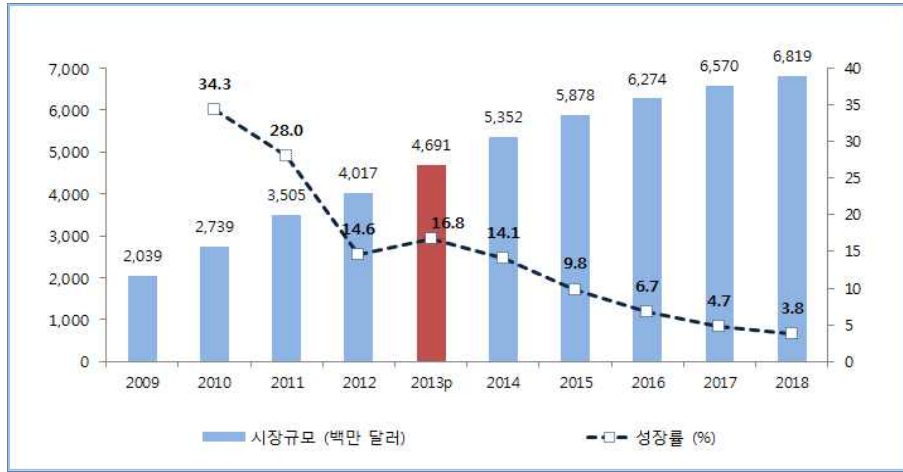
1. 브라질

2. 멕시코

3. 아르헨티나

4. 칠레

[그림 5-37] 멕시코 TV 수신료시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

나. TV 광고

TV 광고는 멕시코 광고 분야에서 가장 큰 시장으로 전체 광고 수익의 60%를 차지하고 있다. 글로벌 금융위기 이후 빠른 회복세를 보이면서 2013년 멕시코의 TV 광고시장은 전년대비 2.6% 증가한 24억 8,900만 달러로 집계되었다. TV 광고시장은 2018년까지 연평균 5.2% 성장하여 32억 1,100만 달러에 이를 것으로 전망된다.

[그림 5-38] 멕시코 TV 광고시장(방송) 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

제1절

1. 미국

2. 캐나다

제2절

1. 브라질

2. 멕시코

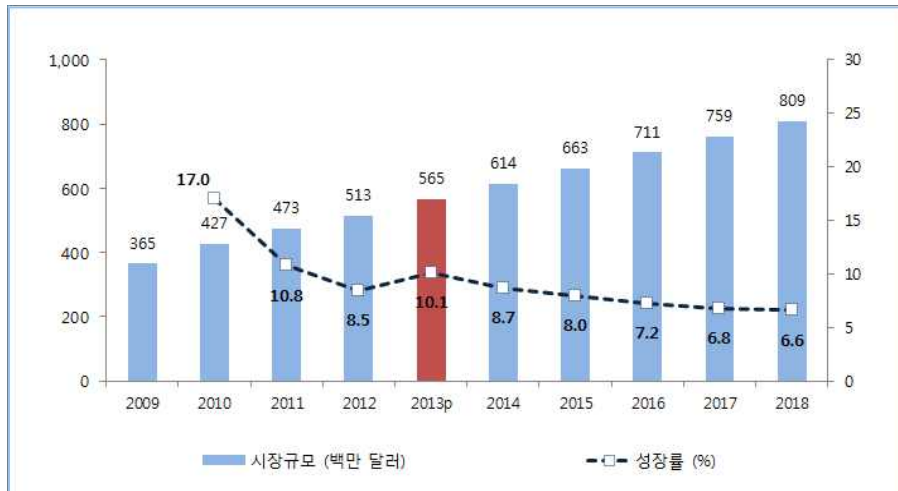
3. 아르헨티나

4. 칠레

다. 라디오

멕시코는 중남미에서 두 번째로 큰 라디오시장으로 수익은 모두 라디오 광고에서 나온다. 2008년 경기침체로 라디오 광고시장은 2009년에는 감소했지만 2010년 성장세로 돌아섰다. 2013년에는 전년대비 10.1% 증가한 5억 6,500만 달러의 규모로 측정되었다. 이 해에 브라질이 5억 7,800만 달러를 기록하면서 멕시코는 중남미에서 최고의 시장 지위를 잃게 되었다. 이후 라디오시장은 2018년까지 연평균 7.4% 성장률을 보이며 8억 900만 달러에 이를 것으로 전망된다.

[그림 5-39] 멕시코 라디오시장 규모 및 성장률, 2009 - 2018



출처 : PwC(2014)

제1절

1. 미국

2. 캐나다

제2절

1. 브라질

2. 멕시코