

제5절 중남미권 음악 시장 동향 및 전망

2010년 중남미권 음악 시장규모는 4억 200만 달러로 나타났으며, 향후 5년간 연평균 -0.8%의 증가세를 기록하며 2015년에는 3억 8,700만 달러에 이를 것으로 전망된다.

세부 시장별로는 오프라인 음반시장이 3억 900만 달러, 공연권이 2,200만 달러로 나타난다. 인터넷과 모바일 시장의 포함하는 디지털 시장은 7,100만 달러로 예상되며, 인터넷 시장이 3,600달러, 모바일 시장이 3,500만 달러로 예상된다.

2010년부터 2015년까지의 연평균 성장률은 음반 시장의 경우는 연평균 -5.6%의 증가세로 시장규모가 감소될 것으로 전망되며, 공연권은 연평균 6.2%의 증가세가 예상된다. 디지털 시장의 시장규모는 연평균 11.9%의 성장세가 예상되는 가운데, 인터넷 시장은 6.1%, 모바일 시장은 16.9%의 증가세가 전망된다.

<표 III-44> 중남미 음악 시장규모 추이(2005~2015)

(단위: 백만 달러)

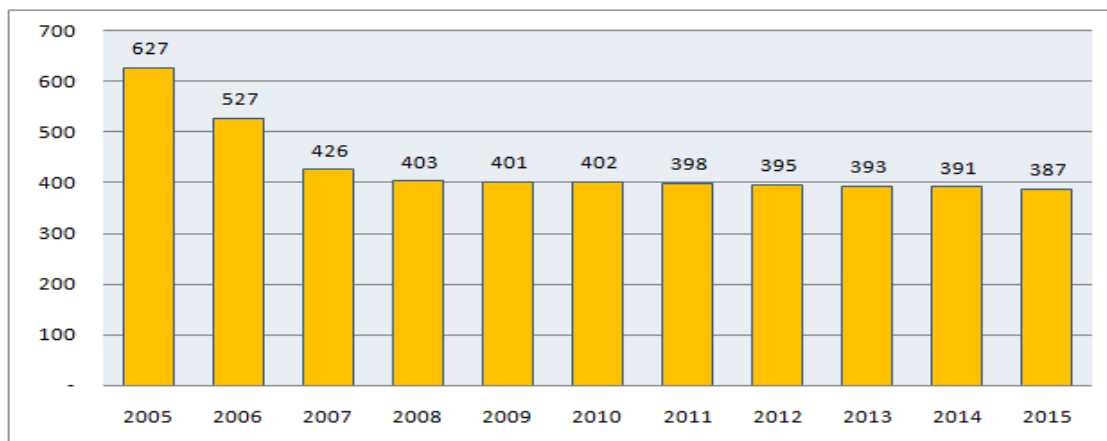
구분	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	10-15 CAGR
음반	613	497	375	335	321	309	293	277	262	249	232	-5.6%
공연권	11	15	16	17	21	22	24	26	27	29	30	6.2%
디지털	2	15	35	51	59	71	82	93	103	114	125	11.9%
인터넷	2	10	22	30	33	36	39	42	44	46	48	6.1%
모바일	1	5	13	22	27	35	43	51	59	67	76	16.9%
합계	627	527	426	403	401	402	398	395	393	391	387	-0.8%
전년대비 성장률		-16.0%	-19.1%	-5.3%	-0.6%	0.3%	-1.0%	-0.8%	-0.6%	-0.3%	-1.2%	

자료원: IFPI(2010c); PWC(2010); eMarketer(2007); Informa(2007); BSA(2010); 삼정KPMG 재구성

중남미권 음악 시장의 규모추이를 살펴보면 2008년을 기점으로 전체적으로 일정한 시장규모를 유지하고 있는 편이다.

[그림 III-61] 중남미 음악 시장규모 추이(2005~2015)

(단위: 백만 달러)

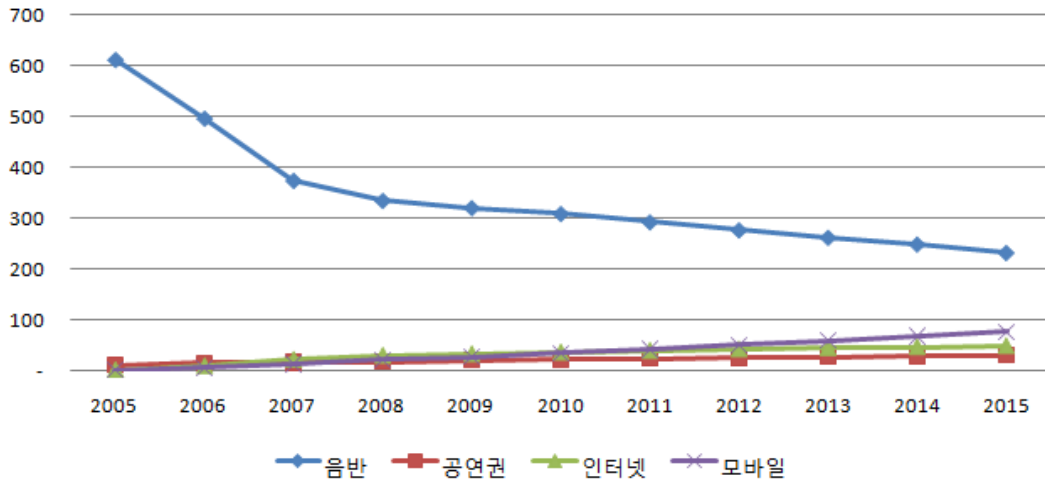


자료원: IFPI(2010c); PWC(2010); eMarketer(2007); Informa(2007); BSA(2010); 삼정KPMG 재구성

분야별 시장규모 추이는 다른 권역의 시장과 동일하게 음반 시장이 차츰 하락하면서 인터넷 및 모바일 시장이 성장하는 추세이다.

[그림 III-62] 중남미 음악 시장 분야별 규모 추이(2005~2015)

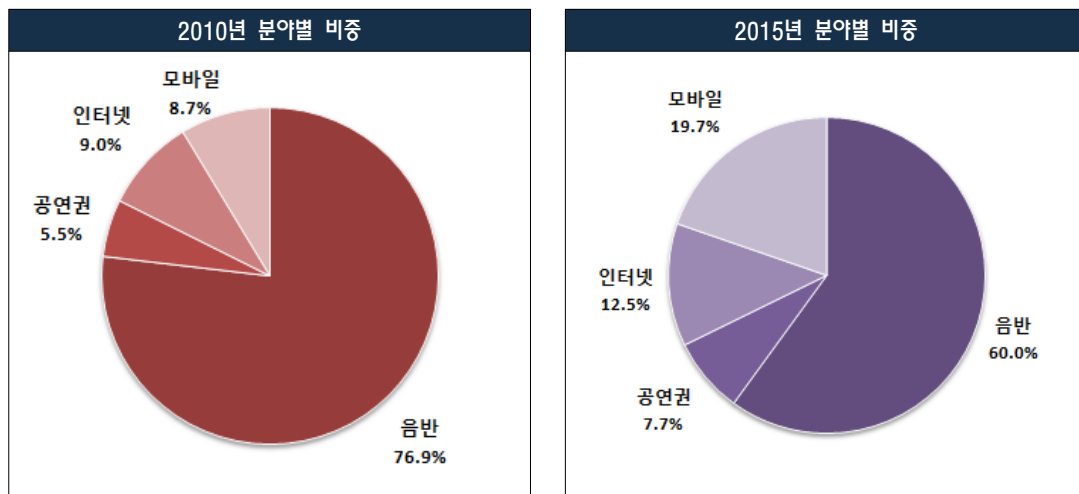
(단위: 백만 달러)



자료원: IFPI(2010c); PWC(2010); eMarketer(2007); Informa(2007); BSA(2010); 삼정KPMG 재구성

분야별 비중은 음반이 76.9%를 차지하고 있는 가운데, 인터넷이 9.0%, 모바일이 8.7%, 공연권이 5.5%인 것으로 나타나고 있다. 2015년에는 온라인이 12.5%, 모바일이 19.7%, 공연권이 7.7%의 비중을 시장에서 차지할 것으로 전망된다. 음반 시장은 76.9% → 60.0%로 변화가 예상된다.

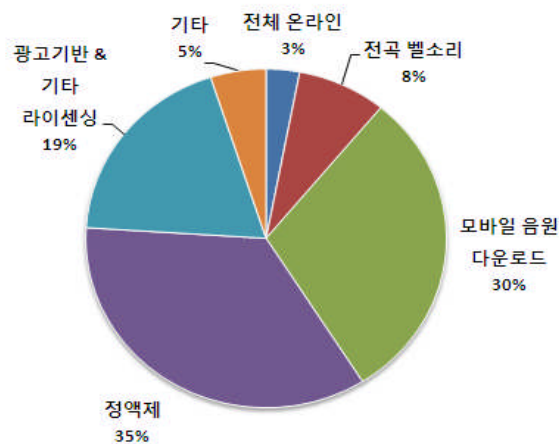
[그림 III-63] 2010년과 2015년 남미권 음악 시장 분야별 비중



자료원: IFPI(2010c); PWC(2010); eMarketer(2007); Informa(2007); BSA(2010); 삼정KPMG 재구성

중남미권 국가중 브라질과 멕시코의 디지털 음악 판매 현황을 살펴보면 다음과 같다. 브라질의 디지털 음악 판매 현황은 정액제 이용 비중이 35%로 가장 높게 나타나고 있으며, 다음으로 모바일 음원 다운로드가 30%를 차지하고 있는 것으로 조사되었다. 인터넷 또는 온라인을 통한 다운로드 판매 비중이 작게 나타나는 것이 특징이며, 광고기반 & 기타 라이선싱이 19%로 높게 나타나, 중국 시장과 비슷한 형태를 보이고 있다. 불법복제로 다운로드 시장이 붕괴된 지역에서 광고기반 무료 음악 서비스 사이트가 최근 각광을 받고 있음을 확인할 수 있다.

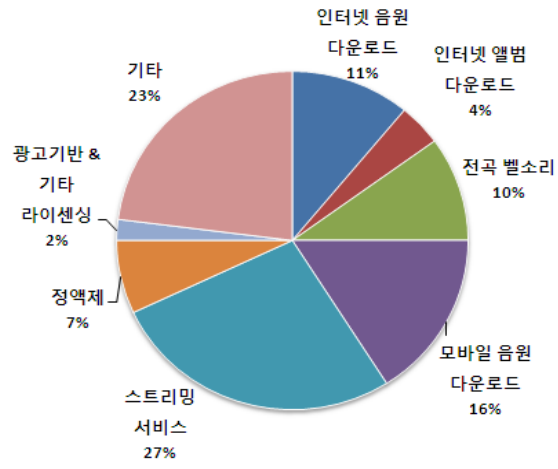
[그림 III-64] 브라질의 디지털 음악 판매 현황



자료원: IFPI(2010c)

멕시코의 디지털 음악 판매는 브라질과 달리 매우 다양한 분포를 보이고 있는 것이 특징이다. 가장 큰 비중을 차지하고 있는 소비행태는 스트리밍 서비스로 27%이다. 다음으로 모바일 음원 다운로드가 16%, 인터넷 음원 다운로드가 11%, 전곡 벨소리 10%, 정액제 7% 순으로 나타나고 있다. 또한 앨범 전체의 다운로드 보다는 개별 음원을 다운로드 하는 비중이 2배 이상 크게 집계되고 있다.

[그림 III-65] 멕시코의 디지털 음악 판매 현황



자료원: IFPI(2010c)