

Global Market Report

2016 멕시코 소비 시장, 이런 상품이 뜬다.



CONTENTS

목 차

요 약 / 3

I. 멕시코 소비시장 동향 및 특성

- 4 | 1. 멕시코 경제 현황
- 5 | 2. 멕시코 소비시장의 특성

II. 멕시코 소비시장 히트상품 분석

- 9 | 1. 최근 멕시코 히트상품
- 17 | 2. 2016 멕시코 소비시장 유망상품

III. 우리기업의 진출 전략

- 24 | 1. 중산층을 겨냥한 소비유형별 접근 전략
- 26 | 2. 온라인을 활용한 진출
- 29 | 3. 북미통합시장(NAFTA)과 연계한 진출전략
- 30 | 4. 매출량이 증가하는 시기를 겨냥한 시즌 마케팅

요 약

- '15년 멕시코 경제성장률은 2.5%를 기록, 2.3%를 기록했던 '14년에 비해 소폭 상승하였고 더디지만 인근 중남미 국가들에 비해 비교적 안정적인 성장을 이어가고 있음. 멕시코의 중산층 인구비중은 '00년 35.2%에서 '10년 39.2%로 증가하였으며 가구 수 비율로는 38.4%에서 42.4%로 증가함.
- 멕시코의 경제활동가능 인구(20세 ~ 64세)는 지속적으로 늘어나 2030년에는 멕시코 전체 인구의 59%인 8,080만 명에 이를 것으로 전망됨. 또한, 보스턴 컨설팅그룹이 '15년 실시한 설문조사에서 설문에 응한 멕시코 가구 중 77%가 미래 멕시코 경기를 낙관적으로 평가하는 것으로 나타났으며, 인터넷 사용률이 높아지며 전자상거래 시장의 성장세가 두드러지는 것으로 조사됨.
- 멕시코는 최근 인터넷 보급의 확산으로 인해 온라인(Online)을 통한 거래가 증가하고 여성의 사회 참여 확대에 의해 미용(Beauty)에 관심이 많으며, 도시화로 인해 싱글족(Single)을 위한 제품, 소비자들의 개별 수요에 맞는 맞춤형(Customized) 제품이 인기를 얻고 있음. 또한, 치안 시스템의 오랜 부재로 안전(Safety)관련 제품 및 서비스, 소득 증가로 인해 웰빙과 건강(Health)에 초점을 둔 제품들이 인기를 얻는 것으로 나타남.
- 멕시코 소비재시장 진출에 관심 있는 우리 기업들은 위와 같은 멕시코 시장의 트렌드 및 소비자를 분석하여 마케팅 전략을 세워야 함. 또한, 현지 기진출한 대형 유통망을 활용하고 최근 성장 중인 전자상거래시장을 활용하는 등의 진출 전략을 수립해야 함. 그리고 멕시코가 미국과의 교역비중이 높다는 것을 감안하여 미국과 멕시코 수출을 연계하여 소비재시장 진출 전략을 수립해야 함.

I 멕시코 소비시장 동향 및 특성

1. 멕시코 경제 현황

□ 경제 현황

- '15년 멕시코 경제성장률은 2.5%를 기록, 2.3%를 기록했던 '14년에 비해 소폭 상승함.
 - 실업률 4.4%, 물가상승률 2.7%로 전반적으로 멕시코 경제는 더디지만 안정적인 성장을 이어가고 있음.
 - '16년에는 유가하락과 미국달러 강세로 폐소화 가치 하락, 물가상승 예상
 - 이는 멕시코 내의 문제라기보다는 국제유가하락, 폐소화 가치하락, 중국의 경제성장 둔화 등 대외 변수에 의한 것임.

< 멕시코 주요 경제 지표 >

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
GDP 성장률(%)	5.1	4	4	1.3	2.3	2.5
환율 (1달러당 폐소)	12.63	12.43	13.16	12.77	13.3	15.87
물가상승(%)	4.2	3.4	4.1	3.8	4	2.7
총 수출 (백만 달러)	298,473	349,433	370,770	380,015	397,129	380,772
총 수입 (백만 달러)	301,481	350,843	370,752	381,210	399,978	395,232
1인당 가처분소득 (달러)	12,230	12,843	13,277	12,732	12,850	13,085

* 출처 : Euromonitor International, OECD National Accounts at a Glance 2015

- 5,900억 달러 규모의 '14~'18 국가인프라개발 프로그램(PNI)을 통해 경기 진작을 위한 대규모 프로젝트 추진 지속 중
 - 동 프로그램은 에너지, 도시 발전 및 주거지, 교통통신, 수도시설, 관광, 보건 등 6개 부문으로 세분화되어 있으며, 총 743개 인프라 프로젝트로 구성
- 민간 투자 활성화 및 멕시코 석유공사(PEMEX) 운영 효율성 재고를 위한 에너지 개혁 추진 중
 - 유전 개발 계획의 하나인 Round One(Ronda Uno)을 통해 '15 ~ '18년간 85.2억불 규모의 외국인 투자 유치 전망

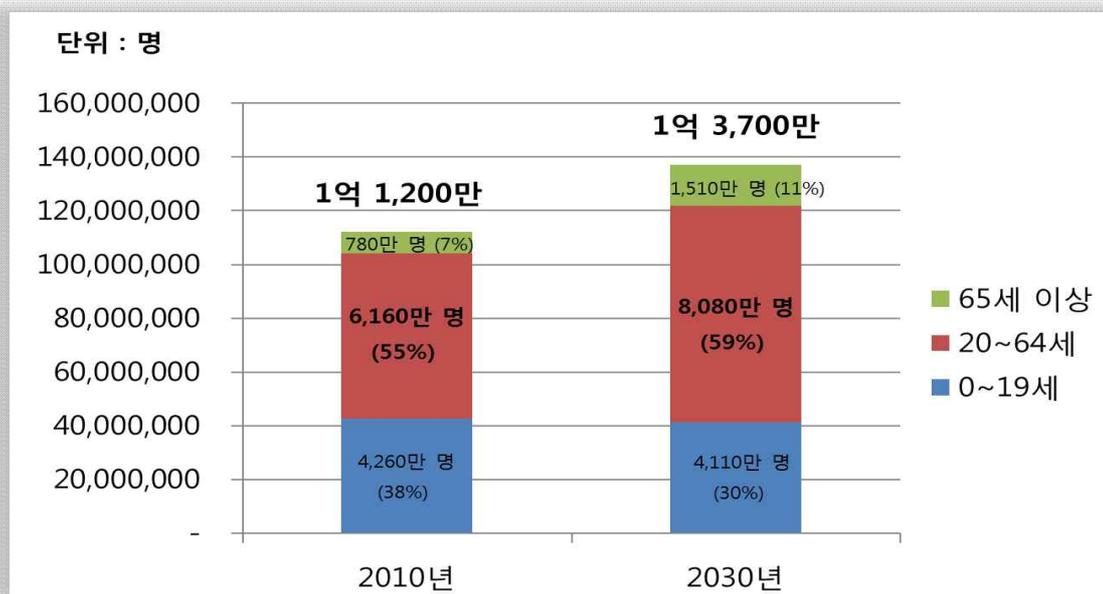
2. 멕시코 소비시장의 특성

- ◆ 최근 안정적인 경제성장을 바탕으로 중산층이 증가하여 멕시코 소비시장은 꾸준히 확대되고 있는 것으로 나타남.
- ◆ 멕시코 통계청에 의하면 '00~'10년 사이 멕시코의 중산층으로 분류되는 인구 비율은 35.2%에서 39.2%로 증가한 것으로 조사됨.

□ 경제활동이 가능한 젊은 인구가 성장하는 시장

- '15년 보스턴 컨설팅 그룹의 조사 결과에 따르면 멕시코 인구의 평균 연령은 약 27세로 브라질이나 중국보다 젊은 것으로 나타남.
- 경제활동가능 인구(20세~64세)는 '10년 전체 인구의 55%인 약 6,160만 명에서 '30년 전체 인구의 59%인 약 8,080만 명으로 성장할 것으로 전망
- 최근 여성의 경제활동이 활발해지며 경제활동가능 인구에서 여성이 차지하는 비중이 증가하는 추세
- 향후 경제활동이 가능한 젊은 인구를 바탕으로 한 소비시장이 활성화 될 것으로 전망

< 멕시코 경제활동가능 인구 변화 추이 >

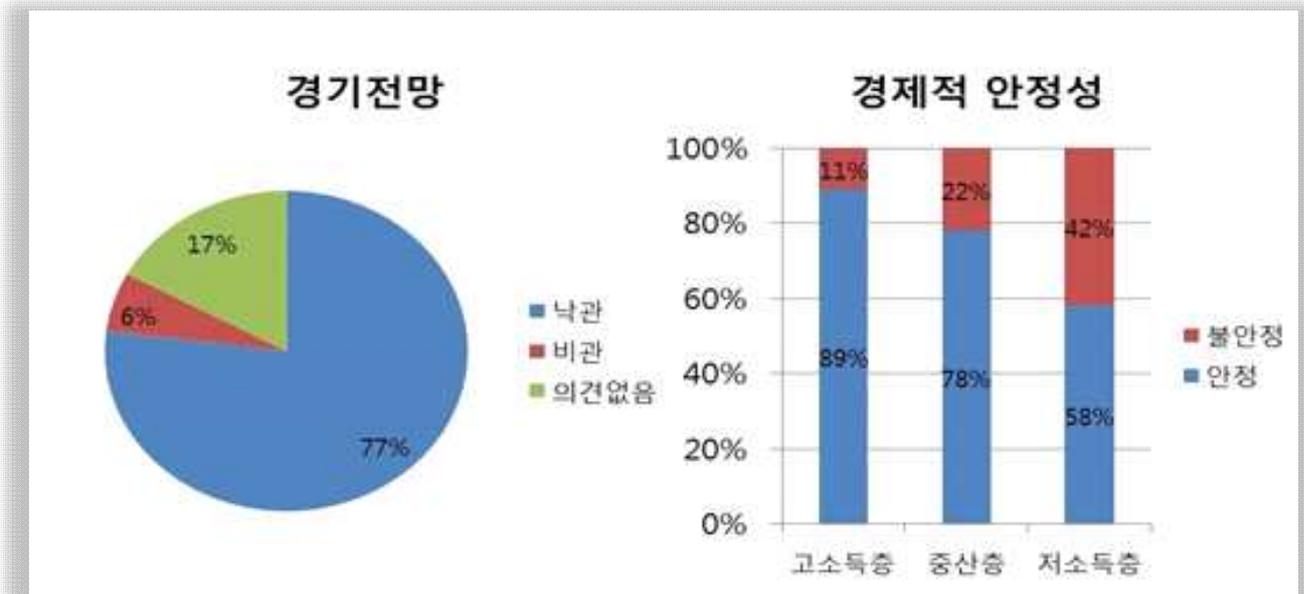


* 출처 : Economist Intelligence Unit, World Bank, Mexico's National Population Council, BCG analysis

□ 자국의 경제 및 스스로의 경제수준을 낙관하는 소비자들이 지배적인 시장

- 멕시코 소비자들은 미래의 자국 경제에 대해 낙관적으로 평가하고 있음.
 - '15년 보스턴 컨설팅그룹은 멕시코 3,000가구를 대상으로 실시한 설문조사 결과 발표
 - 조사에 응한 가구 중 77%는 미래 멕시코 경기를 낙관적으로 평가하는 것으로 나타났으며, 6%의 응답자만이 멕시코 경기를 부정적으로 전망함.
 - 또한 멕시코 고소득층의 89%, 중산층의 78%, 저소득층의 58%가 현재 경제적으로 안정적이라고 설문에 응답함.
 - 최근 글로벌 경기 침체 및 자국 경제성장률 둔화에도 불구하고 멕시코 소비자들은 자국 경제를 낙관적으로 전망하고 경제적으로 안정적으로 느끼는 것으로 나타남.

< 멕시코 소비자 설문조사 >



* 출처 : bcg. perspectives

□ 온라인 거래가 증가하는 시장

- 멕시코 인터넷협회(AMIPCI)에 따르면 멕시코 온라인시장 규모는 미국이나 브라질에서 비해서는 작은 편이나 매년 큰 폭으로 성장하고 있음.
- '13년 시장규모는 약 92억 달러로 전년 대비 42% 성장, '14년 시장규모는 약 122억 달러로 33% 성장

< 멕시코 온라인 시장 현황 >

항목	2012	2013	2014
인터넷사용 인구 (전체 비중)	45.1백만 명(36.8%)	51.2백만 명(41.8%)	53.9백만 명 (45%)
시장규모	85.7억 페소 (약 65억 달러)	121,6 억 페소 (약 92억 달러)	162,1 억 페소 (약 122억 달러)
성장률	57%	42%	33%

* 출처 : 멕시코인터넷협회(AMIPCI)

* 환율 : 13.28페소 = 1USD

- 멕시코 온라인 시장의 경우 오프라인 매장을 갖춘 Walmart, Liverpool, Palacio de Hierro 등이 높은 점유율을 기록하고 있는 것으로 조사됨.
- 아직 멕시코 온라인 및 홈쇼핑 시장은 초기단계로, 소비자들이 기존에 잘 알려진 브랜드가 취급하는 제품을 선호하기 때문인 것으로 분석됨.
- 오프라인 매장을 갖고 있는 업체들은 자사 온라인 쇼핑몰을 매장 내에서 무료로 홍보할 수 있다는 장점을 지니고 있음.
- '15년부터 글로벌 온라인 쇼핑몰인 AMAZON.COM이 멕시코에 진출함.

< 멕시코 소비시장 주요 유통채널 >

상호 및 홈페이지	매출 (2014 기준)		주요 품목
	오프라인	온라인	
	375,944백만 페소 (28,394백만 달러)	2,255백만 페소 (170백만 달러)	잡화, 가정용품, 가구
	72,123 백만 페소 (5,447 백만 달러)	479 백만 페소 (36 백만 달러)	여성 및 남성 의류, 백색가전, 향수
	14,856 백만 페소 (1,122백만 달러)	335 백만 페소 (25백만 달러)	핸드폰, 과자, 담배, 청소용품
	22,701백만 페소(1,714달러)	239백만 페소 (18백만 달러)	구두, 화장품, 백색가전

□ “멕시코 시장을 장악하라!” 수입업체들 간의 치열한 경쟁 시장

- 멕시코 소비시장은 유럽, 미국, 중국 등 글로벌 브랜드들이 경쟁을 치열하게 펼치는 시장
 - 의류산업은 Zara, Bershka, Duttì 등의 브랜드를 보유한 스페인의 인디텍스 그룹을 포함하여 GAP, Forever 21, H&M 등 다수의 글로벌 브랜드들이 진출함.
 - 스마트 폰 시장엔 한국의 삼성과 엘지, 중국 브랜드인 Lenovo, Huawei, Xiaomi 등의 진출이 이어지고 있으며 가전분야에서는 Vizio, Ativo, Speler 등이 진출함
 - 멕시코 내 화장품 및 스킨케어 시장에는 다양한 해외 브랜드가 존재하고 있으며 80% 이상의 제품들이 소매상을 통해 판매되고 있음.
 - 자동차 시장의 경우 현대, 기아 닛산, 혼다, 폭스바겐 등 다양한 다국적 기업들이 진출해 있으며 잇따라 신규모델을 출시하는 등 경쟁이 치열해지고 있음.

□ 대미 의존도가 높은 시장

- 멕시코 교역에서 미국이 차지하는 비중은 수출 약 80%, 수입 약 50%로 멕시코는 높은 대미 의존도를 보임.
 - 멕시코는 북미와의 NAFTA 체결로 인해 미국 직구 활용률이 높은 편임.
 - 멕시코 소비자가 미국 직구 홈페이지를 활용하여 주문하는 평균 금액이 미국 내 히스패닉 소비자를 앞지름(2015, MotionPoint)
 - 미국의 500여개 스페인어 쇼핑몰 분석 결과, 멕시코 소비자의 접속량이 전체 트래픽 중 40%를 차지함.
- 미국에서 유행한 서비스 및 제품은 시간차를 두고 멕시코에서 유행하는 경우가 많음.
 - ‘12년 9월 The Washington Post에 따르면 멕시코의 중상류층들은 가격이 조금 더 비싸더라도 미국산 제품을 선호하는 것으로 분석
 - 말린치스모(Malinchismo)라고 불리는 멕시코 중상류층들 사이에 외국 상품을 선호하는 분위기가 뚜렷하고 그 중 미국 상품을 가장 선호
 - 멕시코 중상류층들은 미국문화 및 할리우드 배우들에 관심이 많으며 미국 문화에 동화되는 성향이 강하게 나타남.

2 멕시코 소비시장 히트상품

- ◆ 멕시코 소비시장은 소비자들의 요구가 다양해짐에 따라 기존의 획일화된 제품이 아닌 개인의 개별 수요에 맞는 맞춤형 제품이 인기를 얻는 것이 특징임.
- ◆ 최근 인터넷 사용인구가 증가함에 따라 온라인 콘텐츠 및 서비스가 인기를 얻고 있으며, 태블릿 PC 또는 그와 관련된 부속품이 인기를 얻고 있음.
- ◆ 멕시코의 치안 문제에 해결책을 제시할 수 있는 안전 서비스 및 건강을 생각하는 웰빙 및 유기농 제품이 인기를 얻고 있는 것으로 나타남.

1. 최근 히트상품

□ 최근 히트상품 리스트 (2014년 ~ 2015년)

가. IT/가전 산업

1) 상품명 : Lenovo TAB2 A7

	상품종류	태블릿 PC
	가격대	USD 79.9 ~ USD 95.6
	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 쿼드코어 CPU 탑재로 원활한 멀티태스킹 지원 - 빠른 속도의 WiFi 효율성
	히트요인	<ul style="list-style-type: none"> - 7인치 화면으로 태블릿 치고는 작은 크기와 가벼운 무게로 휴대가 편리 - 100USD 이내의 저렴한 가격 - 장소에 구애받지 않고 원하는 콘텐츠를 볼 수 있다는 장점이 있음.

나. 미용/패션/악세사리/뷰티

1) 상품명 : Mascarillas Embellé GOLD

	상품종류	스킨케어 제품
	가격대	10장당 약 USD 53
	특징	- 콜라겐 성분을 기반으로 꿀, 오이, 알로에 성분 등 오가닉 성분을 첨가한 제품
	히트요인	- 최근 멕시코의 웰빙 열풍으로 인해 과일 섬유질로 이루어진 천연성분 사용으로 인기를 끄. - 여성 소비자들의 구매력 증가로 인해 뷰티 관련 제품의 판매가 늘어남. - 또한 대도시 중심으로 미용에 관심을 갖는 남성인구가 증가하는 추세

2) 상품명 : JERGENS社 PERFECTING SKIN CREAM

	상품종류	비비크림
	가격대	USD 8.44 ~ USD 12.99
	특징	- 수분 공급, 탄력개선, 피부보정, 라이트닝 등의 기능도 포함한 기능성 제품 - 피부색에 맞게 피부톤을 균일하게 보정할 수 있는 크림
	히트요인	- 밝은 톤의 제품에만 편중되어 있던 BB크림 시장에서 중간 피부톤과 어두운 피부톤을 가진 소비자들을 겨냥해 제품 출시 - 다양한 피부톤을 지닌 멕시코 소비자들을 위한 맞춤형 제품으로 인기를 얻음.

3) 상품명 : AVON社 Anew Anti-aging 시리즈

	상품종류	안티에이징 화장품
	가격대	USD 28 ~ USD 38
	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 연령대에 따라 제품 성분을 차별화 해 구매 시 선택의 폭을 넓힘 - 수분공급, 탄력개선, 피부보정, 라이트닝 기능 등 다양한 효과
	히트요인	<ul style="list-style-type: none"> - 25세 이하, 35세 이하, 45세 이하, 60세 이상으로 연령대를 구분하여 제품을 출시 - 다양한 연령대의 소비자들이 안티에이징 제품을 사용할 수 있도록 유도함.

4) 상품명 : Adidas社 Stan Smith 운동화

	상품종류	패션 운동화
	가격대	USD 70 ~ USD 89
	특징	<ul style="list-style-type: none"> - '14년 4월 재발매된 상품으로 SNS를 통한 세계적인 유행 - 아디다스 특유의 3선 디자인이 없는 깔끔한 디자인이 특징
	히트요인	<ul style="list-style-type: none"> - 멕시코 젊은 층을 중심으로 확산된 Instagram을 타고 Stan Smith의 열풍이 불었기 때문 - 대학가를 중심으로 한 Stan Smith 유행에는 멕시코 중상류층들의 해외 브랜드 선호와 트렌드를 쫓고자 하는 마음이 반영된 것으로 분석

다. 문화/ 콘텐츠/ 오락 산업

1) 상품명 : UBER 택시

	상품종류	어플리케이션
	가격대	분당 USD0.47 ~ USD2.34
	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 언제 어디에서나 스마트폰 어플리케이션을 이용하여 쉽고 편리하게 이용 가능 - 운전자 및 차량정보가 제공되고 이용 후 서비스에 대한 피드백이 가능하여 택시에 비해 안전
	히트요인	<ul style="list-style-type: none"> - 우버 정책에 의해 차량 연식과 브랜드가 일정 수준을 넘어야만 등록할 수 있어서 일반 택시에 비해 승차감 및 안전감이 월등함. - 자동으로 요금을 책정할 수 있는 시스템, 소비자가 경로를 미리 알고 운전자의 정보를 사전에 알 수 있는 시스템 등 멕시코의 치안문제 해결할 수 있는 서비스로 인식됨.

2) 상품명 : 넷플릭스

	상품종류	스트리밍 웹사이트
	가격대	월 USD8 ~ USD12 (정액제)
	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 세계적인 인터넷 기반 TV 서비스 기업으로 TV, 드라마 등 전문 동영상들을 월정액 서비스로 제공함 - 5,000만 명 이상의 회원을 보유하고 있으며 다양한 독점 콘텐츠 또한 제공
	히트요인	<ul style="list-style-type: none"> - 인터넷 익스플로러 뿐만 아니라 다양한 브라우저에서 호환되며 사용자에게 편리함 제공 - 타 프로그램보다 설치가 간단하며 원하는 동영상을 광고 없이 원하는 시간에 볼 수 있음.

3) 상품명 : Aliada

	상품종류	가사도우미 서비스
	가격대	시간당 USD 3.56 ~ USD 6
	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 믿을 만한 신용을 가진 청소부가 고객이 원하는 시간에 일할 수 있도록 중개 - 청소와 세탁 등을 저렴한 가격으로 다른 사람에게 맡길 수 있음. - 지불과 예약이 모두 인터넷으로 한 번에 가능하며 과정이 매우 간단 - 현지 언론 엑셀시올(Excelsior)에 “2016년 가장 추천하는 스타트업 회사” 중 하나로 등록
히트요인	<ul style="list-style-type: none"> - 치안이 불안한 멕시코 사회 특성상 중상류층들이 믿고 맡길 수 있는 청소 인력을 제공 - 계약서를 쓰거나 복잡한 절차를 온라인을 통해 간편하게 해결할 수 있는 장점이 있음. 	

라. 기타 분야

1) 상품명 : 닛산 알티마

	상품종류	자동차
	가격대	USD18,007 ~ USD437,500
	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 동급 경쟁 차량 중 디자인이 가장 뛰어나다는 평가로 스포티한 외관의 젊은 감각으로 큰 호응을 얻음.
	히트요인	<ul style="list-style-type: none"> - 타 업체에 비해 낮은 선수금 가격으로 구매 장벽을 낮추는 프로모션 실시 - 72개월 할부 등 다양한 금융 지원 서비스를 통해 소비자들이 쉽게 접근할 수 있도록 유도

2) 상품명 : Del Valle Bits

	상품종류 가격대	과일음료 USD1,5 ~ USD3
	특징	<ul style="list-style-type: none"> - 기존의 고칼로리 음료와 다르게 5%의 과즙에 우유를 섞어 색다른 맛을 냄. - 딸기, 망고, 파인애플, 복숭아 4가지 맛의 제품이 있음.
	히트요인	<ul style="list-style-type: none"> - 다양한 과일맛과 우유를 혼합하여 웰빙 이미지를 연출함. - 필수 아미노산 등 영양소를 함유하여 성분을 꼼꼼히 따지는 최근 멕시코 소비자들의 요구에 부합함.

□ 최근 히트상품 속 키워드

- **(Online)** 인터넷의 확산으로 온라인을 활용하여 서비스를 제공받는 인구가 늘고 있음.
 - 기존의 서비스를 온라인 플랫폼을 통해 제공하는 Uber택시, Netflix, Aliada 등이 대표적인 온라인 서비스
 - 기존의 서비스를 온라인을 통해 보다 체계화적으로 받길 희망하는 젊은 층이 증가하는 추세
 - 또한 온라인을 통해 상품 구매 결정하는 인구가 증가하는 추세이므로 향후 온라인 쇼핑을 위한 결제, 배송 등의 시스템도 고도화될 전망
 - * O2O마케팅 : 온라인과 오프라인을 연결한 O2O마케팅을 통한 상품 및 서비스 시장 활성화될 전망

- **(Beauty)** 여성의 사회참여 확대에 따른 소비력 증가, 이로 인해 여성소비자를 타겟으로 한 미용제품들이 인기를 얻음.
 - BB크림은 멕시코 내의 강렬한 햇빛으로 인해 발생하는 기미, 주근깨, 잡티 등을 가리고자 하는 여성 소비자들 증가로 판매율 상승
 - 이밖에도 안티에이징 제품, 마스크팩, 아이라이너, 아이섀도, 마스크라 등의 제품 매출이 증가하고 있음.
 - 또한 외모를 가꾸는 젊은 남성들이 늘어남에 따라 젊은 남성 소비자를 대상으로 한 미용제품의 수요가 늘어나고 있음.
 - * 멕시코 스킨케어 시장은 향후 연평균 1%의 완만한 성장이 예상되며 2019년에는 약 17억 달러 수준으로 성장할 것으로 예상
 - * 남성 미용제품 시장은 '13년 8%의 성장률을 기록하였고, 헤어제품은 13% 상승, 스킨케어 시장은 12% 상승하였음.

- **(Single)** 멕시코시티 등 대도시에서 독신으로 거주하는 인구가 증가하고 있는 추세이며 대도시를 중심으로 싱글족을 위한 제품들이 인기를 얻는 것으로 나타남.
 - 과거와 다르게 인터넷을 활용하여 홀로 즐길 수 있는 취미에 대한 관심이 높아짐에 따라 온라인 콘텐츠 및 게임 등이 인기를 얻음.
 - 이에 따라 스마트 폰, 태블릿 PC의 수요가 증가하고, 이와 관련된 악세사리 제품에 대한 수요도 증가하는 추세
 - 최근 대도시를 중심으로 늘어난 편의점에서도 늘어나는 1인 가구를 겨냥한 식품들이 출시되고 있음.

- **(Customized)** 인터넷 보급이 확대되면서 제품에 대한 비교분석이 용이해지고 기업 간 경쟁이 치열해짐에 따라 획일화 된 서비스가 아닌 고객 각자에 맞는 맞춤형 서비스가 인기
 - 넷플릭스(Netflix)는 개인 취향에 따라 각기 다른 콘텐츠 서비스를 제공하여 큰 인기를 얻음.
 - AVON社의 Anew Anti-aging 시리즈의 경우 사용자의 연령대에 따라 각자 다른 제품을 선택할 수 있도록 하여 모든 연령층을 고객으로 확보함.
 - 또한 저겐스(Jergens)社의 Perfecting Skin Cream의 경우 다양한 피부톤을 지닌 멕시코 소비자들이 각자 피부색에 맞게 제품을 선택할 수 있도록 다양한 색상의 제품을 출시하여 인기를 얻음.
 - 넛산 알티마는 젊은 층을 겨냥한 디자인 외에도 선수금을 낮추고 할부 기간을 늘리는 등 소비자 수준에 맞는 다양한 금융지원 서비스를 제공하여 높은 판매 기록

- **(Safety)** 치안 시스템의 오랜 부재로 치안 문제에 해결책을 제시하는 서비스를 선호하는 소비자들이 늘고 있음.
 - 운전자 정보, 주행 경로를 사전에 제공하고 서비스에 대해 평가할 수 있는 UBER서비스가 인기를 얻음.
 - 또한 온라인을 통해 믿을 수 있는 검증된 청소부를 소개해주는 Aliada가 주목받고 있으며 이는 체계적인 서비스와 안전성을 추구하는 멕시코 소비자들의 심리를 잘 공략한 결과로 평가됨.

- **(Green & Health)** 중산층이 증가함에 따라 웰빙을 추구하는 인구가 늘어 건강을 생각하는 제품, 또는 유기농 소재로 만든 제품이 인기를 얻고 있음.
 - 멕시코 음료시장에서도 건강에 대한 관심의 증가로 미네랄, 비타민 등의 성분이 함유된 제품에 대한 수요가 증가하고 있음.
 - 멕시코 정부는 높은 비만율을 해결하기 위해 '14년부터 고칼로리 음료에 대한 특별소비세를 실시함.
 - 상대적으로 설탕 함유량이 낮아 멕시코 부모들이 선택하는 아이들을 위한 음료로 인기를 얻음.
 - 향후 소득수준이 증가함에 따라 소비자들의 건강을 생각하는 프리미엄 시장이 점차 확대될 것으로 전망됨.

2. 2016년 멕시코 소비시장의 유망 상품

- ◆ '16년 멕시코 소비시장도 최근 2년간의 시장 트렌드 및 키워드에 부합하는 상품이 유망할 것으로 전망됨.
- ◆ 미용 관련 제품, IT관련 제품 및 기존의 오프라인 서비스를 대체하는 온라인 서비스가 유망할 것으로 전망되며, 늘어나는 중산층의 건강 및 보안에 대한 관심 증가로 이와 관련한 제품이 유망할 것으로 예상됨.
- ◆ 또한 도시에 거주하는 1인 가구가 증가함에 따라 1인 가구를 겨냥한 제품 및 서비스에 대한 수요가 늘어날 전망

1) 상품명 : 마스크 팩

	상품종류	스킨케어 제품
	예상 가격대	10장당 USD 55 ~ USD 60 (’16년 2월 17일 환율 18.81)
	히트예감 요인	<ul style="list-style-type: none"> - 최근, 여성뿐만 아니라 사회경제적 지위가 높은 남성들 또한 미용에 대한 관심이 높아짐에 따라 스킨케어 제품에 대한 수요 증가 전망 - 멕시코는 기후가 건조한 편이기 때문에 스킨케어 중에서도 특히 피부에 수분을 보충하는 제품의 전망이 밝음

2) 상품명 : 간편 가공식품

	상품종류	포장식품
	예상 가격대	USD 3 ~ USD 7
	히트예감 요인	<ul style="list-style-type: none"> - 최근 대도시를 중심으로 출퇴근 시간이 증가하면서 식사를 간편하게 해결하려는 사람들이 증가함 - 웰빙 및 건강한 먹거리에 대한 관심이 높아지고 있어 곡물이나 견과류 등 저열량 포장식품의 수요가 증가할 것으로 예상

3) 상품명 : 탄산수

	상품종류	건강음료
	예상 가격대	USD 0.5 ~ USD 2
	히트예감 요인	<ul style="list-style-type: none"> - 깨끗한 수돗물의 부재로, 멕시코는 세계에서 식수 판매량이 가장 많은 나라이기 때문에 물보다 맛있게 마실 수 있는 건강음료 및 탄산수의 수요가 점차 증가 - 또한 ‘웰빙(Bienestar)’을 추구하는 멕시코 소비자들이 늘어나며 인삼 음료, 비타민 음료 등 탄산음료를 대체할만한 음료들이 출시되고 있음.

4) 상품명 : 자외선 차단 팩트

	<p>상품종류</p>	<p>미용제품</p>
	<p>예상 가격대</p>	<p>USD 10 ~ USD 25</p>
	<p>히트예감 요인</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 통계에 따르면 멕시코내 파우더 등 화장품의 가치 성장 전망은 (Value Growth) 각각 9.4%, 6.9%로 수요가 크게 증가할 전망 (Euromonitor International) - 고지대에 위치하여 자외선 노출이 심하고 땀이 잘 나는 멕시코 기후 특성상, 보관이 간단하고 자외선 차단기능을 갖춘 휴대용 파우더의 인기 예상

5) 상품명 : 안경

	<p>상품종류</p>	<p>안경</p>
	<p>예상 가격대</p>	<p>USD 40 ~ USD 70</p>
	<p>히트예감 요인</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 멕시코 내 사무직의 비율이 증가하고 학생들 또한 개인 PC를 이용해 수업을 받는 경우가 많아 시력 감퇴로 안경 판매량이 증가할 것으로 전망 - 전자파 차단 및 눈의 피로를 줄이거나, 무게가 가벼운 안경 등 기능성 및 디자인을 강조한 제품들이 인기를 끌 것으로 기대

6) 상품명 : 모바일 게임

	상품종류	게임
	예상 가격대	USD 5 ~ USD 10
	히트예감 요인	<ul style="list-style-type: none"> - 최근 멕시코 내 스마트 폰 보급률이 늘고 있으며, 인터넷 인프라 또한 확충되고 있음. - 페이스 북 등 SNS를 이용해 친구 혹은 직장동료들과 즐길 수 있는 가벼운 게임의 판매량이 증가할 것으로 기대

7) 상품명 : 스마트워치

	상품종류	전자제품
	예상 가격대	USD 50 ~ USD 350
	히트예감 요인	<ul style="list-style-type: none"> - 멕시코 내 한국 전자제품에 대한 신뢰도가 높고 상류층들의 전자제품 수요 또한 세계적 트렌드를 빠르게 따라가는 편 - 인터넷 사용자 중 71%가 스마트워치를 갖고 싶다고 응답함(피트니스 qossem 28%, 스마트 글래스 28%). 이는 중남미 국가들 중 최고수치 (출처: IDC 설문조사 2015)

8) 상품명 : 블루투스 스피커

	<p>상품종류</p>	<p>전자기기</p>
	<p>가격대</p>	<p>USD 30 ~ USD 150</p>
	<p>히트예감 요인</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 블루투스 스피커는 연결장치가 필요하지 않아 간편하게 휴대할 수 있으며 반경 10m내 다양한 전자기기와 호환되어 사용이 편리 - 멕시코 내 스마트폰의 사용이 급격히 늘어나기 시작하면서 보완재로서 블루투스 스피커 또한 주목을 받고 있고, 음악과 춤을 좋아하는 멕시코인들의 특성상 높은 인기를 끌 것으로 전망

9) 상품명 : 휴대전화 배터리 충전기

	<p>상품종류</p>	<p>휴대전화 액세서리</p>
	<p>예상 가격대</p>	<p>USD 40 ~ USD 100</p>
	<p>히트예감 요인</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 휴대전화, 특히 배터리 일체형 스마트폰의 수요 증가로 보조기기인 충전기의 수요 또한 증가할 것 (휴대폰 사용시간) - 예쁜 컬러나 영화 캐릭터 등을 활용한 충전기 등 디자인 적인 요소를 강조한 제품의 인기가 높을 것으로 전망

10) 상품명 : 스마트폰용 악세서리

	<p>상품종류</p>	<p>휴대폰 악세서리</p>
	<p>가격대</p>	<p>USD 10 ~ USD 30</p>
	<p>히트예감 요인</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 스마트폰 악세서리 중 특히 휴대폰 케이스는 그 기능과 모양에 따라 (미끄럼 방지, 카드지갑 겸용) 중장년층에게도 인기를 누리며 전 연령이 모두 사용. - 통계에 따르면 멕시코 내 스마트폰 사용자의 비율은 2017년까지 전체 인구의 약 45%에 달할 것으로 예상되며 한국 스마트폰 케이스 산업은 디자인과 품질에서 경쟁력이 있음. (EMarketer)

11) 상품명 : 도어락 및 CCTV

	<p>상품종류</p>	<p>보안관련 상품</p>
	<p>예상 가격대</p>	<p>USD 50 ~ USD 100</p>
	<p>히트예감 요인</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 멕시코의 오랜 치안문제로 경쟁력을 갖춘 보안 상품이 매우 유망함. - 값 싼 중국산 제품에 비해 높은 품질로 평가돼 중산층 증가로 인해 수요가 지속 상승할 전망. - 이외에도 CCTV 등 보안 관련 상품의 수요가 지속적으로 늘어날 전망

12) 상품명 : 의료용 웨어러블 기기

	<p>상품종류</p>	<p>의료기기</p>
	<p>예상 가격대</p>	<p>USD 50 ~ USD 500</p>
	<p>히트예감 요인</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 현재 멕시코 내 웨어러블 산업은 초기단계이나 건강에 대한 관심 및 소득 증대로 수요 증대 예상 - 멕시코는 미국, 캐나다에 이어 세계3위의 의료용 웨어러블 시장이며 치료용, 진단용, 피트니스용 등 다양한 목적의 기기 수요 증대 전망

13) 상품명 : 자동차 타이어

	<p>상품종류</p>	<p>자동차 부품</p>
	<p>예상 가격대</p>	<p>USD 165 ~ USD 270</p>
	<p>히트예감 요인</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 멕시코 내 자동차 판매량이 꾸준히 증가하고 있어 자동차 애프터마켓 시장 또한 성장 중 - 멕시코는 비포장 도로가 많고, 도로가 노후되어 있는 등 도로사정이 좋지 않아 타이어 교체 및 수리 주기가 짧음.

3 우리기업의 진출 전략

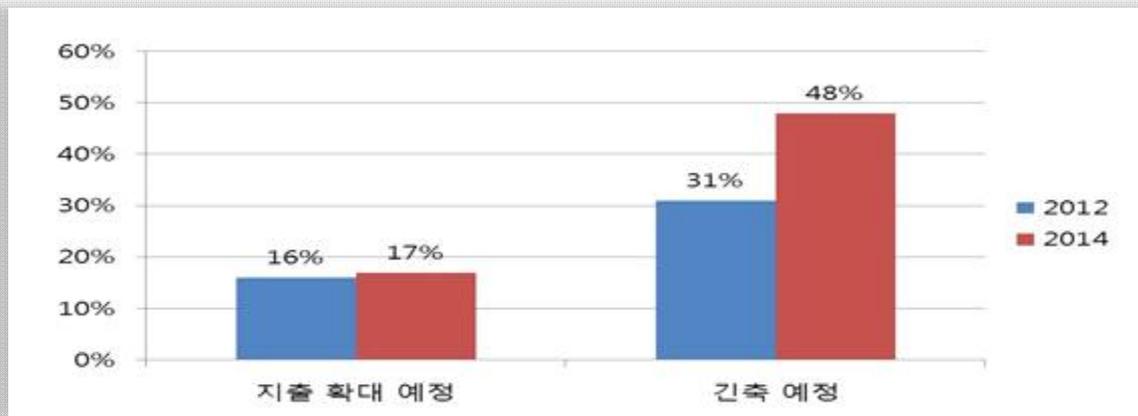
1. 중산층을 겨냥한 소비유형별 접근 전략

□ 가격경쟁력 확보를 통해 가격 가치형 중산층 소비자 공략

- 최근 경제 성장에도 불구하고 멕시코는 전반적으로 품질보다 가격을 우선시하는 가격 가치형 소비시장
 - 보스턴 컨설팅 그룹이 '15년 발표한 설문조사에서 향후 가계지출을 축소(48%) 하겠다는 가구는 지출을 확대(17%) 하겠다는 가구보다 많은 것으로 나타남.
 - 향후 멕시코 소비자들에게 있어서 가격이 구매결정에 큰 요소로 작용할 것으로 전망됨.

* 멕시코 소비자들은 1+1 행사, 상품 증정형식 행사 진행 시 구매 비율이 높음.

< 멕시코 가계 소비성향 >



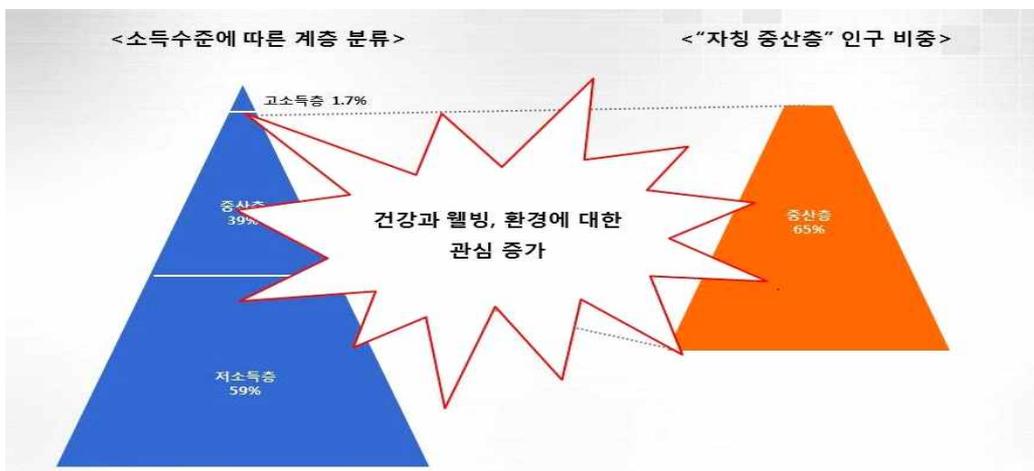
* 출처 : bcg perspectives

- 글로벌 물류기업, 또는 현지 유통기업과의 제휴를 통해 현지 플랫폼 활용, 가격경쟁력 확보
 - 멕시코는 까다로운 통관절차, 복잡한 수입절차로 인해 수출 시 많은 비용과 시간이 소요됨.
 - 현지에 진출한 물류기업, 또는 유통망과 단계적 제휴를 통해 가격경쟁력을 확보하는 시장진출 전략이 요구됨.
- * 아마존은 멕시코에서 물류 제약을 극복하는 방안으로 현지 최대 편의점 체인 OXXO와 제휴하여, 편의점 매장에서 물건을 인도받을 수 있도록 함.
- * CJ IMC 멕시코 : CJ 오쇼핑의 멕시코 현지법인으로, 한국의 중소기업 상품을 포함한 우수 상품을 소싱/공급/수출함.

□ 젊은 그린슈머(Greensumer)를 겨냥한 사회 가치적 마케팅 활용

- 멕시코 통계청에 따르면 실제 중산층은 멕시코 인구의 약 39%로 집계되나 스스로 중산층이라고 응답한 인구는 약 65%로 실제와 상이하게 나타남.
- 자신의 경제 수준을 실제보다 상향하여 평가하는 젊은 인구가 많은 것으로 조사되었으며, 이들의 건강과 웰빙, 친환경 제품에 대한 관심이 증가하는 추세

< 멕시코 중산층 비교 >



* 출처 : 멕시코 통계청/ Jorge Buendia 설문조사

- 친환경 및 웰빙을 강조하는 젊은 멕시코 중산층 그린슈머(Greensumer)를 타겟으로 사회가치적 마케팅 전략 필요
 - 현재 '웰빙(Bienestar)' 트렌드로 젊은 멕시코 중산층들 사이에서 유기농 제품이나 공정무역, 지속가능한 성장에 대한 관심이 점차 증대하고 있음.
 - 멕시코 건축 마감재 시장에서는 친환경을 강조한 태양광 패널, 절연램프 제품들이 인기를 끌고 있으며 음료시장에서는 방부제, 설탕 등이 들어간 음료 대신 웰빙차, 건강음료의 매출이 늘어나는 것으로 나타남.
 - 따라서 중산층을 상대로 웰빙 및 친환경 제품을 개발하여 시장을 공략할 수 있는 기회 존재
- * 대표적 자연주의 브랜드인 The Body Shop은 환경보호를 모토로 멕시코에서 약 34개의 매장을 운영하고 있으며 Liverpool 백화점과 계약하는 등 현지 유통망 적극 활용

2. 온라인을 활용한 진출

□ 현지 대형 유통업체의 온라인 유통망을 활용한 옴니채널(Omni-Channel) 구성

- 멕시코 온라인 시장은 아직 초기 단계이나 빠른 성장세를 보이고 있는 부문으로 시장 잠재력이 매우 높음.
 - 현재 멕시코의 온라인 판매는 1%로 인근 타국(미국 10%, 브라질 4%)에 비하면 미미한 수준이나 이 격차는 빠르게 좁혀지고 있음.
 - 멕시코 온라인 쇼핑몰 조사결과에 따르면 온라인 쇼핑에 만족한다는 소비자는 85%에 달함
 - 멕시코 온라인 시장의 경우 기존의 오프라인 유통망을 가진 대형 업체들이 온라인 시장을 지배하는 것이 특징

< 멕시코의 주요 온라인 업체 >

상호 및 홈페이지 (국적)	방문자수	매출	주요 품목
 (미국)	161,700	191 백만 페소 (11백만 달러)	서적, 소프트웨어, 비디오 게임
 (스페인)	646,800	767 백만 페소 (45백만 달러)	여성/남성/ 아동 의류, 가정용품
 (멕시코)	444,675	527 백만 페소 (31백만 달러)	핸드폰, 태블릿, 가전제품
 (브라질)	404,250	479 백만 페소 (28백만 달러)	스포츠 용품, 구두, 향수

- 현지에 온·오프라인 매장을 구비한 현지 유통업체를 대상으로 제품을 납품하여 옴니채널 구성
 - 중남미에서는 신용과 보안을 이유로 대형 유통업체가 운영하는 온라인 마켓 사이트를 선호
 - 옴니채널은 최근 인터넷의 발달로 많은 정보를 보유한 소비자들의 요구 수준이 높아진 상황에서 소비자 유치 및 확보를 위해 매우 유용
 - 대형 유통망에 납품 시 슥인슥 형태의 오프라인 체험매장 확보 가능
 - 온라인을 통한 제품 판매는 중간마진을 줄일 수 있어 제품의 가격경쟁력 확보에도 매우 유용할 전망

□ SNS를 활용하여 제품 및 서비스 홍보

- 멕시코 인터넷 사용자, SNS 광고를 통한 제품 구매에 호의적인 것으로 나타남.
 - '14년 멕시코 인터넷협회(AMPCI)가 실시한 설문조사에 따르면 조사에 응한 5,103명 중 99.3%가 1개 이상의 SNS 아이디를 가지고 있는 것으로 응답함.
 - 또한 조사에 응한 사람 중 약 46.6%가 SNS에서 광고를 접한 후 실제로 물품을 구매했다고 응답함.
 - 소비자들이 많이 본 SNS 광고는 여행상품 및 비행기 티켓 광고, 전자제품 및 백색가전 광고, 이동통신 및 핸드폰 광고, 의류 및 약세서리 순으로 나타남.
- 전자제품을 제외하면 멕시코 내 한국제품에 대한 인지도가 낮아 이를 만회하기 위해 할인행사 등 적극적인 홍보 전략이 필요함.
 - 멕시코 내 인터넷 및 SNS 사용자 수는 당분간 증가할 것으로 전망됨.
 - 특히 페이스북은 검색엔진인 구글 다음으로 사용자들이 많이 접속하는 인터넷 사이트로 조사됨.
 - 스타벅스, 월마트 등 멕시코 내 주요기업들은 트위터, 페이스북 등을 통해 자사제품을 홍보하고 있음.
 - 진출 품목별로 효과적인 SNS를 선택하여 홍보하는 것이 중요하며, 메신저를 통해 고객의 요구에 빠르게 대응하여 차별화된 서비스를 제공할 필요가 있음.
 - * 화장품 업체 Jafri의 경우 고객들이 페이스북 메신저로 전달한 문의사항을 평균 1시간 이내에 처리해 소비자들과의 소통을 강조함.
 - * 한국 화장품 업체인 Tony moly(토니모리)는 멕시코 1호점 개점 시 페이스북을 통해 소비자들에게 할인쿠폰을 지급, 개점당일 약 1만 불의 매출을 달성함.

< 멕시코 진출 주요 기업의 SNS활용 사례 >

기업	기업 설명	활용 사례
	<p>강력한 파워 브랜드 파워와 저렴한 가격의 제품을 바탕으로 유통업계 1위 자리에 오름</p>	<ul style="list-style-type: none"> - '15년 11월 기준 약 500만 명이 월마트 페이스북 페이지 구독 중 - 자사 내 판매되고 있는 요리기구 및 재료를 기본으로 한 요리 동영상 게시 - 신규 개점 소식, 할인 이벤트 등을 페이스북에 게시
	<p>멕시코 기업으로, 중상류층을 위한 백화점 업체</p>	<ul style="list-style-type: none"> - '09년 부터 트위터를 이용한 자사 홍보 시작, '15년 11월 기준 약 45만 명의 팔로워 보유 - 주로 퍼레이드, 콘서트 등 자사가 주관하는 문화행사 게시, 자사가 단순히 물건을 판매하는 곳이 아니라 복합 문화공간이라는 것을 강조 - 주류, 게임기기, 스포츠용품, 전자제품 등 다양한 상품 정보 및 해당 품목의 할인행사를 게시함. - 소비자에게 할인행사에 대한 정보를 실시간으로 전달하여 “행사종료 2시간 전” 등의 게시물로 소비심리를 자극함.
	<p>멕시코에는 세계에서 5번째로 많은 스타벅스 매장이 진출해 있음</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 현재 스타벅스 인스타그램 계정은 약 3만 명의 팔로워를 보유 중임. - 할인행사, 제품에 관한 설명을 게시하는 것보다 음료 사진을 게시해 제품의 고급 이미지를 확보하는데 주력함. - 음료를 만드는 과정, 커피 보관소 사진 등을 게시해 제품에 대한 신뢰감을 심어줌.
	<p>브라질 온라인 쇼핑몰로 주로 의류, 신발 및 악세서리를 판매하고 있음</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 현재 핀터레스트 계정에 3만2,000여 명이 팔로잉 하고 있으며 각각의 보드들에 쇼핑몰에서 판매되는 의류, 신발 등이 소개됨. - 제품의 코디 방법을 추천하고 유명인사 연예인이 착용한 제품 사진을 게시해 구매 욕구를 자극함.

3. 북미 통합시장(NAFTA)과 연계한 진출 전략

□ 미국 시장 내 한국 소비재 점유율 상승세를 활용하여 연계 수출 방안 수립

- '15년 11월까지 한국의 대미 소비재 수출은 약 271억 달러로 전년 동기 대비 12.3% 상승, 미국의 소비재 수입 증가율(6.9%)을 크게 상회
 - 한국의 총 대미 수출 대비 소비재 비중은 '12년 32.9%에서 '15년 39.5%로 꾸준히 늘고 있음.

< 미국 주요 직구 홈페이지 리스트 >

번호	회사명	주소	설명
1	아이허브 멕시코	http://mx.iherb.com	스페인어 서비스를 제공하며, 멕시코로 배송할 수 있는 직구 사이트
2	이베이	www.ebay.com	
2	아마존 멕시코	www.amazon.com.mx	
3	샵밥	www.shopbop.com	아마존의 자회사, 패션과 디자이너브랜드 전문 직구 사이트
4	메이시스	www.macys.com	미국 맨하탄 Macy's 백화점 온라인 사이트로 멕시코로 배송이 가능한 해외 직구 사이트

* 출처 : KOTRA 내부 자료

- 멕시코에 유통망을 보유한 미국 대형 유통회사에 제품을 납품, 미국과 멕시코를 연계하여 진출하는 방안 수립
 - 멕시코는 지리적 인접성 및 관세 혜택(NAFTA)으로 미국 직구 이용률이 매우 높음.
 - 미국의 유통업체와의 제휴를 통해 미국시장은 물론 멕시코 시장에 진출하는 방안 수립 필요

□ 멕시코를 해외시장 진출을 위한 발판으로

- '94년 1월 1일 북미자유무역협정(NAFTA) 발효
 - '14년 기준으로 NAFTA 발효 후 멕시코, 미국, 캐나다 3국의 교역은 '94년 3,026억 달러에서 9,509억 달러로 약 3배 가까이 증가함.
 - NAFTA 체결 후 무관세와 저렴한 노동력, 북미시장의 접근성을 바탕으로 완성차 및 자동차 부품업체들이 멕시코에 투자를 늘렸음.
 - '16년부터 멕시코에 진출한 기아자동차 및 자동차 부품업체들의 수출

증가가 기대됨

- '15년 10월 5일 환태평양경제동반자협정(TPP) 최종 타결
 - 미국, 일본, 멕시코 등이 참여한 메가 FTA로 전세계 GDP의 37%, 교역의 약 25%를 차지하는 세계최대의 무역동맹
 - 향후 TPP가 발효되면 멕시코에서 수출되는 상품이 북미 시장은 물론, 베트남, 칠레, 뉴질랜드 등에 무관세로 수출할 수 있게 됨.
 - TPP 타결로 멕시코 내 외국인 직접투자 등이 증가할 것으로 기대되며, 멕시코 제조업은 더욱더 성장할 것으로 예측됨.

4. 매출량이 증가하는 시기를 겨냥한 시즌 마케팅

□ 크리스마스가 있는 12월 및 명절에 매출량이 크게 증가

- 온라인 거래의 경우 크리스마스가 있는 12월이 이용량이 전체의 20%를 차지하는 것으로 조사됨.
 - 그 밖의 주요 명절인 죽은 자의 날, 발렌타인데이, 어머니의 날에도 매출량이 크게 증가하는 것으로 조사됨.
 - 미국의 Black Friday를 모방한 할인 행사인 Buen Fin기간에도 매출량이 크게 증가하는 것으로 나타남.
 - 멕시코 소비재시장에 진출을 희망하는 기업들은 판매량이 극대화 되는 현지 명절을 겨냥하여 현지 시장에서의 인지도를 높일 필요가 있음.
- * 유망품목 : 화장품, 스마트기기 악세서리, 전자제품, 스포츠용품, 가공식품, 주방용품 등

< 멕시코의 주요 명절 >

명절	날짜
어린이 날	(4월 30일)
어머니 날	5월 10일
연인의 날	(2월 14일)
아버지 날	(6월 셋째 일요일)
죽은 자의 날	10월 31일
성탄절	12월 25일
온라인 쇼핑 할인이벤트	Hot Sale (2015.5.29.-6.30) Buen Fin (2015.11.13.-15) Cyber Monday



작성자

- ◆ 구미팀 백승원 대리
- ◆ 멕시코무역관 민희정 차장



Global Market Report 16-018

2016 멕시코 소비시장,
이런 상품이 뜬다.

발행인 | 김재홍
발행처 | KOTRA
발행일 | 2016년 3월 30일
주소 | 서울시 서초구 현릉로 13
(06792)
전화 | 02) 1600-7119(대표)
홈페이지 | www.kotra.or.kr

ISBN : 978-89-87219-21-7

Copyright © 2016 by KOTRA. All rights reserved.
이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.
저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는
저작물이므로 무단전재와 무단복제를 금합니다.

Global Market Report

2016 멕시코 소비시장,
이런 상품이 뜬다.
