

TV Digital

โดย ฝ่ายวิเคราะห์หลักทรัพย์
บล.ไอร่า จำกัด (มหาชน)
20 มกราคม 2563

ภาคปี'63 สื่อทีวียังแบ่งชั้นรุนแรง แม้ยังเป็นสื่อหลัก



Advertising Expenditure	2016	2017	2018	2019	
	THB mn	THB mn	THB mn	THB mn	Change
TV	70,995	65,786	70,382	70,298	-0.1%
Radio	5,263	4,476	4,802	4,735	-1.4%
Printing	12,782	9,684	7,416	5,681	-23.4%
Cinema	5,445	6,816	7,383	8,838	19.7%
Outdoor & Transit	11,002	12,256	12,915	13,513	4.6%
In Store	703	946	1,060	1,040	-1.9%
Digital	9,479	12,402	16,928	20,163	19.1%
Total	115,669	112,366	120,886	124,268	2.8%

➤ เม็ดเงินโฆษณาปี'62 เพิ่มขึ้นเล็กน้อย +2.8%YoY โดยทางด้านสื่อวิทยุและสิ่งพิมพ์ยังลดลงต่อเนื่อง ส่วนสื่อที่เติบโตได้ดี คือ สื่อออนไลน์ สื่อโรงพยาบาลศูนย์ สื่อเคลื่อนที่ และสื่อดิจิทัล ด้านสื่อหลักอย่าง “โทรทัศน์” มีเม็ดเงินโฆษณาทรงตัว

➤ ภาคการใช้โฆษณาในสื่อทีวีดิจิทัลยังกดดันในปี'63 จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปนิยมบริโภคสื่อดิจิทัล ส่งผลให้เม็ดเงินโฆษณาถูกใช้ในสื่อดิจิทัล ที่มีต้นทุนถูกกว่ามากขึ้นด้วย ขณะที่แม้ว่าจะมีจำนวนช่องลดลง แต่เม็ดเงินโฆษณาจากช่องที่ปิดตัวดังกล่าวมีจำนวนไม่มากนัก โดยแม้มองว่าทีวีดิจิทัลยังเป็นสื่อหลักของอุตสาหกรรมโฆษณาในปี'63 แต่คาดการณ์ส่วนการใช้โฆษณาต่อสื่ออื่นๆจะลดลง

➤ แนะนำ “Underweight” โดยมองว่า แม้จะได้รับผลดีจากค่าใช้จ่ายที่ลดลงจากมาตรการช่วยเหลือ แต่ด้านรายได้ยังกดดันจากการแข่งขันที่รุนแรง ภายใต้งบโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ที่มองว่ายิงขาดปัจจัยบวกเช่นกัน

เรตติ้งทีวีดิจิทัล 2562 VS 2561							
2562		2561		2562		2561	
อันดับ	เรตติ้ง	อันดับ	เรตติ้ง	อันดับ	เรตติ้ง	อันดับ	เรตติ้ง
1	1.862	1	1.827	13	0.143	13	0.142
2	1.166	2	1.331	14	0.111	14	0.125
3	0.855	3	0.853	15	0.101	15	0.121
4	0.702	4	0.810	16	0.076	16	0.081
5	0.595	5	0.530	17	0.043	17	0.075
6	0.448	6	0.527	18	0.043	18	0.042
7	0.355	7	0.410	19	0.042	19	0.041
8	0.310	8	0.313	20	0.031	20	0.035
9	0.221	9	0.309	21	0.029	21	0.031
10	0.197	10	0.189	22	0.025	22	0.029
11	0.192	11	0.175	23	0.015	23	0.024
12	0.171	12	0.164	24	0.014	24	0.020
				25	0.006	25	0.019

www.tvdigitalwatch.com

@TV Digital Watch

ที่มา : นิลสัน Nationwide 4+ 24ชม.