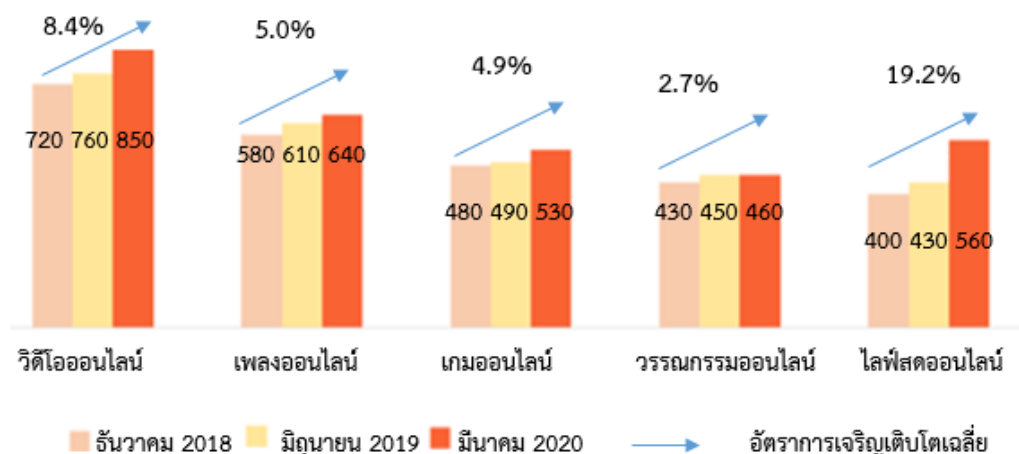


## อุตสาหกรรมความบันเทิงออนไลน์ของจีนในยุคหลังการระบาดของโรค COVID – 19

การระบาดของโรค COVID – 19 ทำให้กิจกรรมต่างๆ ทางออนไลน์มีข้อจำกัด ประกอบกับช่วงเวลากักตัวอยู่ที่บ้านส่งผลให้ความต้องการความบันเทิงออนไลน์เพิ่มขึ้น ซึ่งถือเป็นการกระตุ้นการขยายตัวของรูปแบบความบันเทิงต่างๆ ได้เป็นอย่างดี โดยข้อมูลในช่วงเดือนธันวาคม 2562 - มีนาคม 2563 พบว่าขนาดของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิงในแขนงต่างๆ มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยเฉพาะการถ่ายทอดสดออนไลน์ (Live Streaming) เพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

User scale of online entertainment application in China from 2018.12 to 2020.3 (ล้านคน)



ที่มา : CNNIC, data.iimedia.cn

นอกจากนี้ ผลจากการระบาดของโรค COVID – 19 ทำให้การบริโภคความบันเทิงออนไลน์อย่างอุตสาหกรรมภาพยนตร์และโทรทัศน์ได้รับผลกระทบอย่างหนัก แต่อย่างไรก็ตาม การบริโภคความบันเทิงผ่านช่องทางออนไลน์ อาทิ แพลตฟอร์ม Online video ไลฟ์สด และเกมได้รับผลกระทบน้อยกว่า และยังมีโอกาสที่จะได้รับการพัฒนาให้ขยายตัวมากขึ้นในอนาคตอีกด้วย

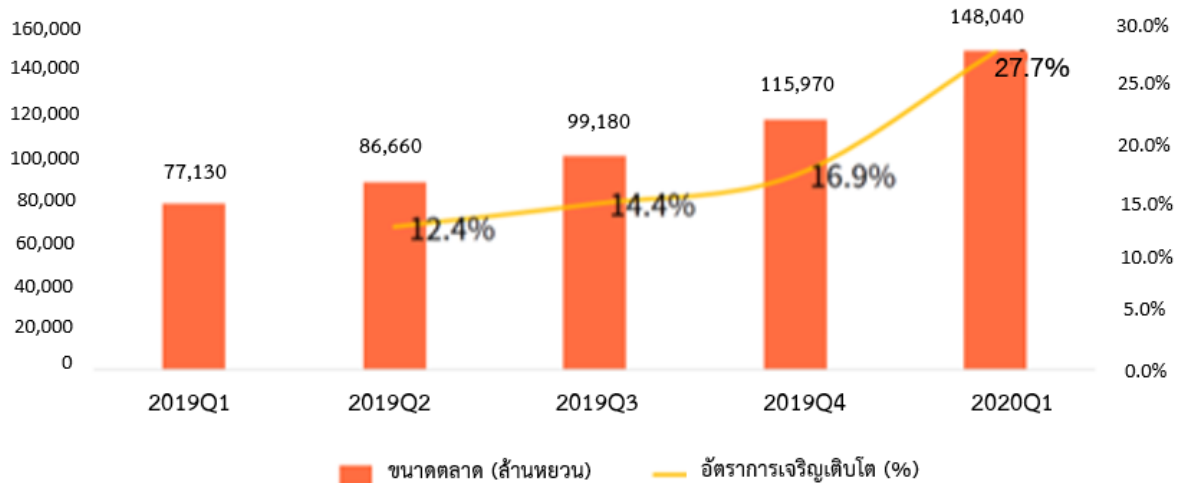
สถิติจากบริษัท iiMedia Research (艾媒咨询 อ้ายเหมยจื่อซุน) บริษัทที่ปรึกษาด้านวิเคราะห์ข้อมูลและการตลาดของจีน เปิดเผยว่า ในช่วงที่มีการระบาดของโรค COVID – 19 และช่วงวันหยุดเทศกาลตรุษจีนปี 2020 ความต้องการของผู้ใช้บริการความบันเทิงออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยในช่วงไตรมาสแรกของปี 2020 ขนาดของตลาดความบันเทิงออนไลน์มีมูลค่า 140,000 ล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 27.7 (YoY) และคาดการณ์ว่าทั้งปี 2020 ขนาดของตลาดความบันเทิงออนไลน์จะมีมูลค่าสูงถึง 500,000 ล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 30 (YoY) ซึ่งบริษัท iiMedia Research ให้ความเห็นว่า ผลกระทบจากการระบาดของโรค COVID – 19 ส่งผลให้อุตสาหกรรมความบันเทิงออนไลน์ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ซึ่งถือเป็นการกระตุ้น

- นโยบายภาครัฐ
- เศรษฐกิจการลงทุน
- แนวโน้มการตลาด
- รายงานสินค้าและบริการ
- อื่นๆ



ให้อุตสาหกรรมเดิบทอ รูปแบบธุรกิจได้รับการยกระดับให้มีความหลากหลาย และมีมูลค่าสูงขึ้น เนื่องจากหลังการระบาดของโรคฯ เริ่มคลี่คลาย พบว่า ตลาดความบันเทิงออนไลน์มีการใช้เทคโนโลยี 5G เชิงพาณิชย์อย่างกว้างขวางมากขึ้น รวมทั้งมีการยกระดับการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ซึ่งถือเป็นรูปแบบใหม่ของนวัตกรรมความบันเทิงออนไลน์ของจีน

Scale of Online entertainment market in China from 2019Q1 to 2020Q1



ที่มา : CNNIC, data.iimedia.cn

นอกจากนี้ยังพบว่า ในปี 2020 แพลตฟอร์มเพลงออนไลน์หลักของจีนก็มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเช่นกัน โดยเฉพาะแพลตฟอร์ม Kugou (酷狗音乐 คู่โก่วยีนเย่ว) Kuwo (酷我音乐 คู่หว่อยีนเย่ว) เดิบทอเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 (YoY) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแพลตฟอร์มเพลงออนไลน์ก็เป็นหนึ่งในช่องทางบันเทิงออนไลน์ที่ผู้บริโภคชาวจีนเลือกใช้บริการในช่วงที่ต้องกักตัวอยู่แต่ในบ้านเช่นกัน

เมื่อพิจารณาถึงความบันเทิงเกมออนไลน์ พบว่า ในช่วงไตรมาสแรกปี 2020 บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์อย่าง Tencent (腾讯 เติ้งซุ่น) NetEase (网易 หว่างอี่) ซึ่งถือเป็นบริษัทที่มีธุรกิจเกมออนไลน์เป็นหนึ่งในธุรกิจหลักล้วนมีรายได้เดิบทอเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 30 ในช่วงที่มีการระบาดของโรคฯ แต่อย่างไรก็ดี คาดการณ์ว่าหลังการระบาดของโรคฯ ผ่านพ้นไป ความกระตือรือร้นในการเล่นเกมนของผู้เล่นอาจจะกลับเข้าสู่ภาวะปกติ ในขณะที่นิสัยและพฤติกรรมการเล่นเกมนจะยังคงมีอยู่ ทำให้เกมใหม่ๆ รวมทั้งเกมที่มีรูปแบบและวิธีการเล่นใหม่ๆ จะมีความต้องการมากขึ้น

- นโยบายภาครัฐ
- เศรษฐกิจการลงทุน
- แนวโน้มการตลาด
- รายงานสินค้าและบริการ
- อื่นๆ

Call Center 1169  
www.ditp.go.th  
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง  
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center - Qingdao  
Unit 2504 Shangri-la Center, Shi Nan  
District, No.9 Xiang Gang Zhong Road,  
Qingdao, 226071

Tel: +86-532-68621206  
E-mail: qingdao@ditp.go.th  
Facebook: @ditpqingdao  
Wechat Official:



China's typical listed game enterprises game revenue scale and growth rate in 2020Q1



ที่มา : CNNIC,data.iimedia.cn

### แนวโน้มการพัฒนาของอุตสาหกรรมบันเทิงออนไลน์ในยุคหลังการระบาดของโรค COVID – 19

มีการคาดการณ์ว่า ภายหลังกการระบาดของโรค COVID – 19 คลี่คลายลง จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความเคยชินในการใช้ความบันเทิงทางออนไลน์ ซึ่งจะส่งผลให้ตลาดความบันเทิงออนไลน์ของจีนจะยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุ 20 – 29 ปี และอายุ 10 – 19 ปี ที่มีสัดส่วนการใช้บริการความบันเทิงออนไลน์มากที่สุด และยังพบว่าตลาดชนบทจะกลายเป็นกลุ่มผู้บริโภครายใหม่ที่สำคัญของแพลตฟอร์มความบันเทิงออนไลน์จีน ทั้งนี้ ความบันเทิงในรูปแบบของ Short video, ไลฟ์สด, การ์ตูนแอนิเมชัน เกม เพลง จะมีความร่วมมือในการพัฒนาให้มีความหลากหลายและน่าสนใจมากขึ้น นอกจากนี้ความบันเทิงกับอีคอมเมิร์ซ การศึกษา และการท่องเที่ยวจะมีความร่วมมือในการพัฒนาเชิงลึก และคาดการณ์ว่าในตลาดความบันเทิงออนไลน์ของจีนจะมีรูปแบบใหม่ของความบันเทิงออนไลน์เพิ่มขึ้นทุกวัน

### ผลกระทบด้านเศรษฐกิจต่อประเทศไทย และแนวทางการปรับตัวของภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการไทย

การขยายตัวของจำนวนผู้ใช้บริการความบันเทิงออนไลน์ของจีนในช่วงที่มีการระบาดของโรค COVID – 19 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคชาวจีนมีความต้องการกิจกรรมความบันเทิงออนไลน์มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง และก่อให้เกิดเป็นความเคยชินในการใช้ความบันเทิงออนไลน์ในชีวิตประจำวันมากขึ้น จึงถือเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทยและผู้พัฒนาคอนเทนต์เกี่ยวกับความบันเทิงออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็น เกมออนไลน์ วิดีโอสั้น/ยาว หรือเพลง ที่สามารถจะพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ความบันเทิงรูปแบบใหม่ โดยใช้นวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์และบริการความบันเทิงออนไลน์ที่มีคุณภาพ และมีความสร้างสรรค์เข้าสู่ตลาดจีน โดยเฉพาะความบันเทิงที่มีลักษณะเด่นเฉพาะตัว มีเอกลักษณ์ของความเป็นไทยสอดแทรกแต่ยังคงมีความทันสมัยและสอดคล้องกับรสนิยมของชาวจีน นอกจากนี้ ยังควรเน้นการเจาะกลุ่มผู้บริโภคที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1990 – 1999 (พ.ศ. 2533 – 2542) และผู้บริโภคที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 2000 – 2009 (พ.ศ. 2543 – 2552) เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีสัดส่วนและมีแนวโน้มในการบริโภคความบันเทิงออนไลน์มากที่สุด รวมถึงให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในตลาดชนบทที่นับวันเริ่มขยายตัวมากขึ้น และเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ถือเป็นตลาดใหม่ของอุตสาหกรรมความบันเทิงออนไลน์ของจีนในปัจจุบันและยังคงมีโอกาขยายตัวมากขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคต

แหล่งที่มา: <https://www.iimedia.cn/c400/72425.html>  
 สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองชิงเต่า

- นโยบายภาครัฐ
- เศรษฐกิจการลงทุน
- แนวโน้มการตลาด
- รายงานสินค้าและบริการ
- อื่นๆ

Call Center 1169  
 www.ditp.go.th  
 www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
 563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง  
 จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center - Qingdao  
 Unit 2504 Shangri-la Center, Shi Nan  
 District, No.9 Xiang Gang Zhong Road,  
 Qingdao, 226071

Tel: +86-532-68621206  
 E-mail: qingdao@ditp.go.th  
 Facebook: @ditpqingdao  
 Wechat Official:

