

## Content Provider อันดับ 1 ใน Digital Platform และ Social Media ยอดนิยม

จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ ประกาศความเป็นผู้นำด้าน Content Provider หลังสร้างสถิติอันดับ 1 ใน Digital Platform และ Social ยอดนิยมทั้งหมด พร้อมเดินแผนเชิงรุกปี 2559 ในทุกช่องทาง โซเชียลมีเดียอย่างเต็มรูปแบบ เพื่อขยายฐานให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าในวงกว้าง และเพื่อเพิ่มช่องทาง รายได้ใหม่ที่มีศักยภาพและยังมีโอกาสเติบโตอีกมาก

นายไพฑูลย์ ดำรงชัยธรรม ประธานกรรมการ บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า ในปี 2559 บริษัทฯ เตรียมรุกเข้าสู่ Digital Platform อย่างเต็มรูปแบบ หลังจากที่ก้าวสู่การเป็นผู้นำด้าน Content Provider ในโลกออนไลน์ โดยติดอันดับ 1 ใน Social Media และ Digital Platform ไม่ว่าจะเป็น YouTube LINE TV Facebook Instagram รวมถึง Google เว็บไซต์ที่ให้บริการค้นข้อมูลที่ได้รับ ความนิยมสูงสุดในโลกอินเทอร์เน็ต ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงจุดแข็งของบริษัทฯที่สามารถนำเสนอ Content ที่โดนใจผู้บริโภค อีกทั้งยังเป็น Trendsetter ในการจุดกระแสความนิยมให้กับอุตสาหกรรมบันเทิง และที่สำคัญบริษัทฯ สามารถนำพา Content ให้เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างหลากหลายช่องทาง

นายภาวิต จิตกรร ประธานเจ้าหน้าที่การตลาด บริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ จำกัด (มหาชน) กล่าวเสริมว่า ทุกวันนี้จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ ให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์ Content ไม่เพียงแต่ในด้าน Analog เท่านั้น แต่ยังคำนึงถึงโลก Digital ที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วด้วย โดยเฉพาะการตัดสินใจเลือกสื่อของลูกค้า ที่ปัจจุบันยังพิจารณาไปถึง Viewership, Watch time จำนวน Subscriber หรือ Source ที่เกิดขึ้นใน Social และ Digital Platform ด้วย ดังนั้นการสร้างความแข็งแกร่งในโลกออนไลน์ จะทำให้บริษัทฯ มีแต้มต่อในการ เลือกพิจารณาสื่อจากลูกค้าเป็นอันดับต้นๆด้วย

นอกจากนี้ ด้วยวิสัยทัศน์ของ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ ที่จะเป็ผู้นำทางด้านสื่อและธุรกิจบันเทิงอย่างครบวงจร ด้วยการสร้างสรรค์ Content และ Platform ที่สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้บริโภคในทุกช่องทางอย่างไร้ขีดจำกัด ดังนั้นยุทธศาสตร์สำคัญที่บริษัทฯ จะนำมาใช้ก็คือ Total Media Solution ที่เราจะนำเอาความ แข็งแรงทั้ง 3 มิติ ได้แก่ On Ground - On Air - On Line มาสร้างประโยชน์สูงสุดให้กับลูกค้าด้วยความ พร้อมทางด้าน Entertainment Infrastructure ที่มีมากสุดในประเทศ ไม่ว่าจะเป็น ลิขสิทธิ์เพลง, นักร้อง, ศิลปิน, ดีเจ, สถานีวิทยุ 3 คลื่นสถานี และสถานีโทรทัศน์ ช่อง ONE31 และช่อง GMM25 ที่จะสามารถ ตอบโจทย์ของลูกค้าได้ครบทุกความต้องการ



นายภาวิต กล่าวอีกว่า จุดแข็งของจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ ที่สามารถก้าวขึ้นสู่อันดับ 1 ในหลายช่องทางบนโลกดิจิทัลว่า ในช่องทาง YouTube จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ มียอดวิวรวมจากช่องในเครือทั้งหมด จำนวน 17,349 ล้านวิว (คิดเฉพาะช่องในเครือ GMM ที่ติดอันดับ Top 100 ของประเทศ) โดยช่อง GMMGRAMMY OFFICIAL สามารถครองยอดวิวสูงสุดอันดับ 1 ของประเทศ และอันดับ 15 ของโลก ทั้งนี้ คาดว่า ช่อง GMMGRAMMY OFFICIAL มีแนวโน้มที่จะเติบโตเพิ่มขึ้นจากปัจจุบันที่มียอดวิวสะสมกว่า 6,258 ล้านวิว คาดว่าจะเพิ่มเป็น 9,000 ล้านวิวในปีหน้า และ 12,500 ล้านวิวในปีถัดไป (Source: Socialblade.com)

นอกจากนี้ยังพบว่าทั้งยอดวิวและจำนวนเวลาที่มีผู้เข้าชมคอนเทนต์ของจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ ผ่านทาง YouTube มีการเติบโตแบบก้าวกระโดดทุกปี โดยปี 2557 มียอดวิวรวม 3,512 ล้านวิว ปี 2558 มียอดวิวรวม 7,507 ล้านวิว คิดเป็นอัตราการเติบโต 114% ส่วนจำนวนเวลาที่มีผู้เข้าชม ในปี 2557 มีผู้เข้าชม 16,264 ล้านนาทิต์ ปี 2558 เพิ่มขึ้นเป็น 41,230 ล้านนาทิต์ ซึ่งคิดเป็นอัตราการเติบโตสูงถึง 153% โดยกลุ่มคนที่เข้าชมส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 18-34 ปี แบ่งเป็นกลุ่มเพศชายและหญิงพอกัน

ส่วน LINE TV ซึ่งเป็นช่องทางการรับชมทีวีของคนรุ่นใหม่ ปัจจุบันมีผู้ดาวนโหลดแอปพลิเคชันนี้ไปแล้วถึง 8 ล้านยูสเซอร์ ในจำนวนนี้แบ่งเป็นการดาวนโหลดผ่านโทรศัพท์มือถือถึง 80% และผ่านคอมพิวเตอร์ 20% โดยคอนเทนต์ของจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ สามารถครองยอดวิวสูงสุด ด้วยยอดวิวกว่า 1,390 ล้านวิว โดยในปี 2558 มีซีรีส์ดังอย่าง “รักนะเบ็ดเตล็ด” สามารถครองยอดวิวสูงสุดอันดับ 1 ด้วยจำนวน 178 ล้านวิวและซีรีส์ขวัญใจวัยรุ่นอย่าง “ฮอว์มอ 3” จำนวน 173 ล้านวิว ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคอนเทนต์ของจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ สามารถเข้าถึง เข้าใจ และตอบใจത്യพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ได้เป็นอย่างดี

สำหรับช่องทางโซเชียลมีเดียของศิลปินและกลุ่มธุรกิจของจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ ซึ่งมีฐานแฟนคลับที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย โดย Facebook Fanpage ของศิลปินและกลุ่มธุรกิจของจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ มีฐานแฟนคลับรวมกันกว่า 38 ล้านแฟน ในขณะที่จำนวนผู้ใช้ Facebook ทั้งหมดในประเทศไทย มีอยู่ประมาณ 35 ล้านยูสเซอร์ ซึ่งสามารถประมาณการได้ว่าผู้ใช้งาน Facebook ในประเทศไทย Like Fanpage ในเครือจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ อย่างน้อยคนละ 1 page ในขณะที่ยอดผู้ติดตามใน Instagram ของศิลปินแกรมมี่ มียอดรวมกว่า 67 ล้าน Followers ซึ่งแสดงให้เห็นว่าฐานความนิยมทั้งในตัวศิลปินและกลุ่มธุรกิจของจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ ได้รับความนิยมน้อยมากในกลุ่มสังคมออนไลน์ ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ในทันทีทุกที่ทุกเวลา

สำหรับ Google ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการค้นหาข้อมูลที่ใหญ่ที่สุดในโลกอินเทอร์เน็ต พบว่าในปี 2558 คอนเทนต์ของจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ เป็นที่ 1 ของคำค้นยอดฮิต และยังพบว่าคำค้นยอดฮิต 4 อันดับแรกก็เป็นของ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ทั้งหมดเช่นกัน โดยมี “เชือกวิเศษ” ติดอันดับ 1 ในคำที่ถูกค้นหามากที่สุด ตามด้วย “รักนะเบ็ดเตล็ด” “เพื่อนเฮี้ยนโรงเรียนหลอน” และ “ทิ้งไว้กลางทาง” และเมื่อแยกหมวดหมู่คำค้นยัง



พบว่า Top 10 ของคำค้นในกลุ่ม Movie ภาพยนตร์เรื่อง “เมย์ไหนไฟแรงเฟร่อ” ติดอยู่ในอันดับ 5 และถือเป็นคำค้นอันดับ 1 ของภาพยนตร์ไทย ขณะที่คำค้นในหมวด TV SHOW “รักนะเบ็ดเตล็ด” ก็เป็นคำค้นยอดนิยมอันดับ 1 และในหมวด SONG (MUSIC) เพลง “เชือกวิเศษ” ก็เป็นคำค้นยอดนิยมอันดับ 1 ตามด้วยเพลง “ทิ้งไว้กลางทาง” ที่ตามติดมาเป็นอันดับ 2

“จะเห็นได้ว่า Content และ Community เป็นตัวขับเคลื่อนหลักของการใช้งานอินเทอร์เน็ตในปัจจุบัน ขณะที่ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ ซึ่งเป็นเจ้าของคอนเทนต์จำนวนมากและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค ซึ่งหน้าที่นับจากนี้ไปก็คือ การพัฒนา Community ที่มีอยู่ให้เติบโตและแข็งแรงยิ่งขึ้น เพื่อให้คอนเทนต์สามารถเข้าถึงผู้คนได้แบบไร้ขีดจำกัด และเติมเต็มการใช้ชีวิตในยุคดิจิทัลให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น”

นายภาวิต กล่าวอีกว่า ภายใต้แนวรุกของ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ ในปีนี้ ถือเป็น การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญเพื่อรับมือกับความท้าทายทางการตลาดในยุคดิจิทัล ซึ่งเราจะนำเสนอ Product รูปแบบใหม่ที่จะสร้างประโยชน์ต่อขยายให้กับลูกค้าโดยเฉพาะในโลกดิจิทัลที่กำลังตื่นตัวเต็มที่ โดย Product ที่จะเน้นในไตรมาสแรกนี้ได้แก่ Influencer Hub และ Branded Entertainment ซึ่งคาดว่าจะสามารถปรากฏให้เห็นเป็นรูปธรรมได้ในไตรมาสถัดไป

ขอแสดงความนับถือ

ฝ่าย Corporate Affairs, GMM Grammy

ติดต่อ : ธันว์วีดี (ตาล) 085-665-5664 / ธวิกา (ทราย) 082-224-9294 / จุฑิพร (เนย) 089-689-4154