

# ASIA AND OCEANIA'S OTT MARKET OVERVIEW

## ภาพรวมสภาพตลาดผู้ให้บริการ OTT ในภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนีย



ภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนียเป็นภูมิภาคที่มีการเติบโตของรายได้ผู้ให้บริการ OTT อย่างรวดเร็ว โดยเมื่อเปรียบเทียบรายได้ในปี 2021 กับปี 2017 พบว่ามีรายได้เพิ่มขึ้นราว 2.87 เท่า หรือเพิ่มขึ้นประมาณ 29,664.31 ล้านเหรียญสหรัฐฯ การเพิ่มขึ้นของรายได้นี้เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้บอกรับสมาชิก (Subscriptions) ของผู้ให้บริการ OTT ประเภท SVoD โดยในปี 2021 มีจำนวนผู้บอกรับสมาชิก จำนวน 884.18 ล้านบัญชี ซึ่งเพิ่มขึ้นจากจำนวนผู้บอกรับสมาชิกในปี 2017 จำนวน 414.32 ล้านบัญชี นอกจากนี้ยังพบว่า ภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนียมีอัตราการเข้าถึงบริการ OTT เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยในปี 2021 มีอัตราการเข้าถึงบริการ OTT ของครัวเรือนอยู่ที่ร้อยละ 24.22 โดยเพิ่มขึ้นประมาณ 10.37 จากปี 2017 ที่มีอัตราการเข้าถึงบริการ OTT เพียงร้อยละ 13.85

### หมายเหตุ:

ภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนีย ประกอบด้วย Australia, Bangladesh, Cambodia, China, Hong Kong, India, Indonesia, Japan, Kazakhstan, Malaysia, Myanmar, Nepal, New Zealand, Pakistan, Philippines, Singapore, South Korea, Sri Lanka, Taiwan, Thailand, Vietnam, Rest of Asia & Oceania และ Rest of Oceania, Eastern & South-Eastern Asia

## OTT REVENUE BY SERVICE

### Digital Rental:

การเก็บค่าบริการเป็นรายครั้งที่รับชม ได้แก่ บริการ Pay-per-view

### Electronics Sell Through (EST):

การให้บริการโดยเก็บค่าบริการเป็นรายเนื้อหารายการ ได้แก่ iTunes

### Subscription Video on Demand (SVoD):

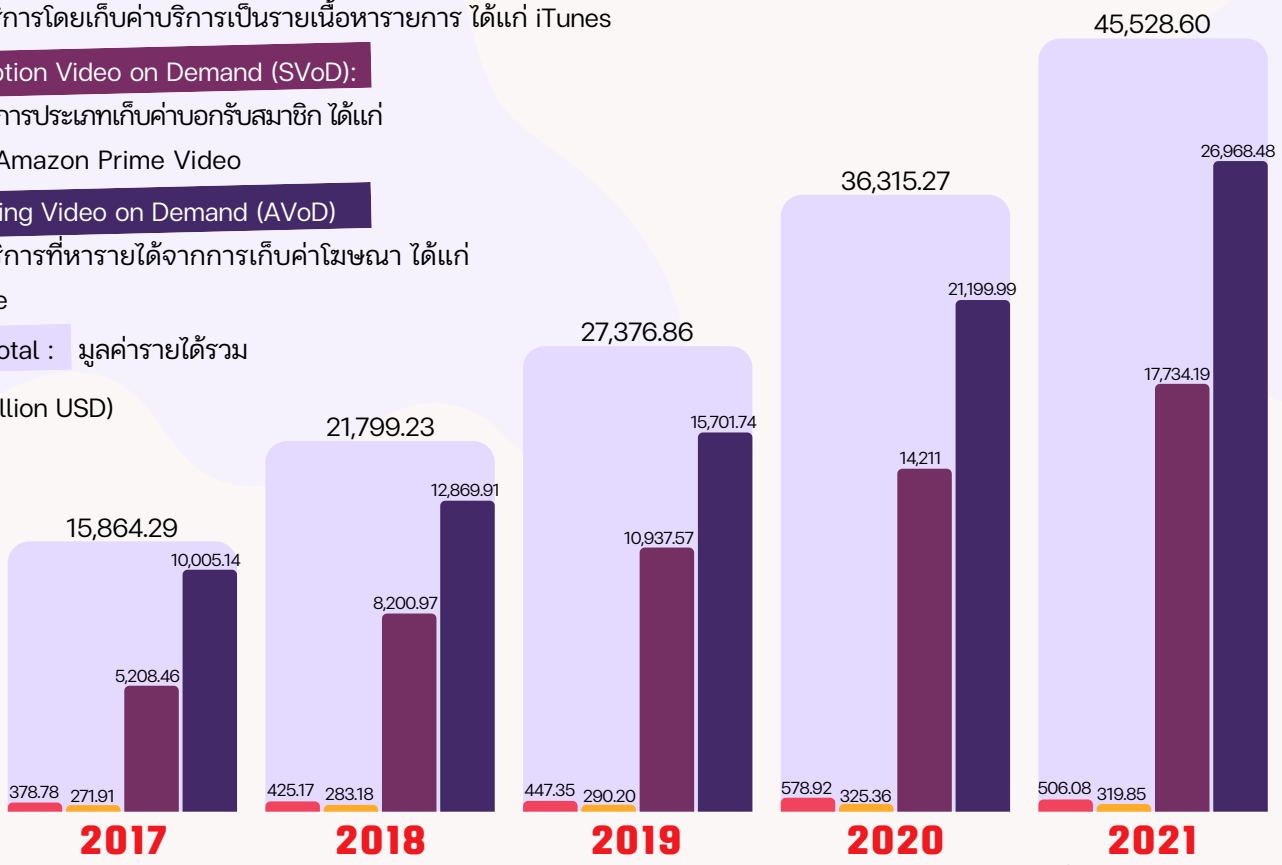
การให้บริการประเภทเก็บค่าบริการสมาชิก ได้แก่ Netflix, Amazon Prime Video

### Advertising Video on Demand (AVoD)

การให้บริการที่หารายได้จากค่าโฆษณา ได้แก่ YouTube

### Grand Total : มูลค่ารายได้รวม

(Unit: Million USD)

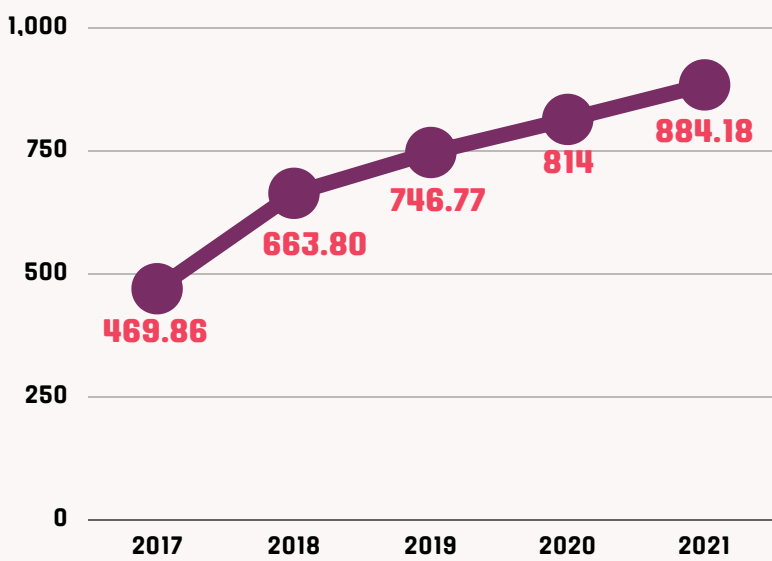


### หมายเหตุ:

นำเสนอข้อมูลตั้งแต่ปี 2017 - 2024 โดยแบ่งเป็น ข้อมูลที่เก็บได้จริง (Actual Data) ตั้งแต่ปี 2017-2020 และข้อมูลจากการพยากรณ์ (Forecasted Data) ในปี 2021

ที่มา: Omdia (2021)

## OTT SUBSCRIPTIONS



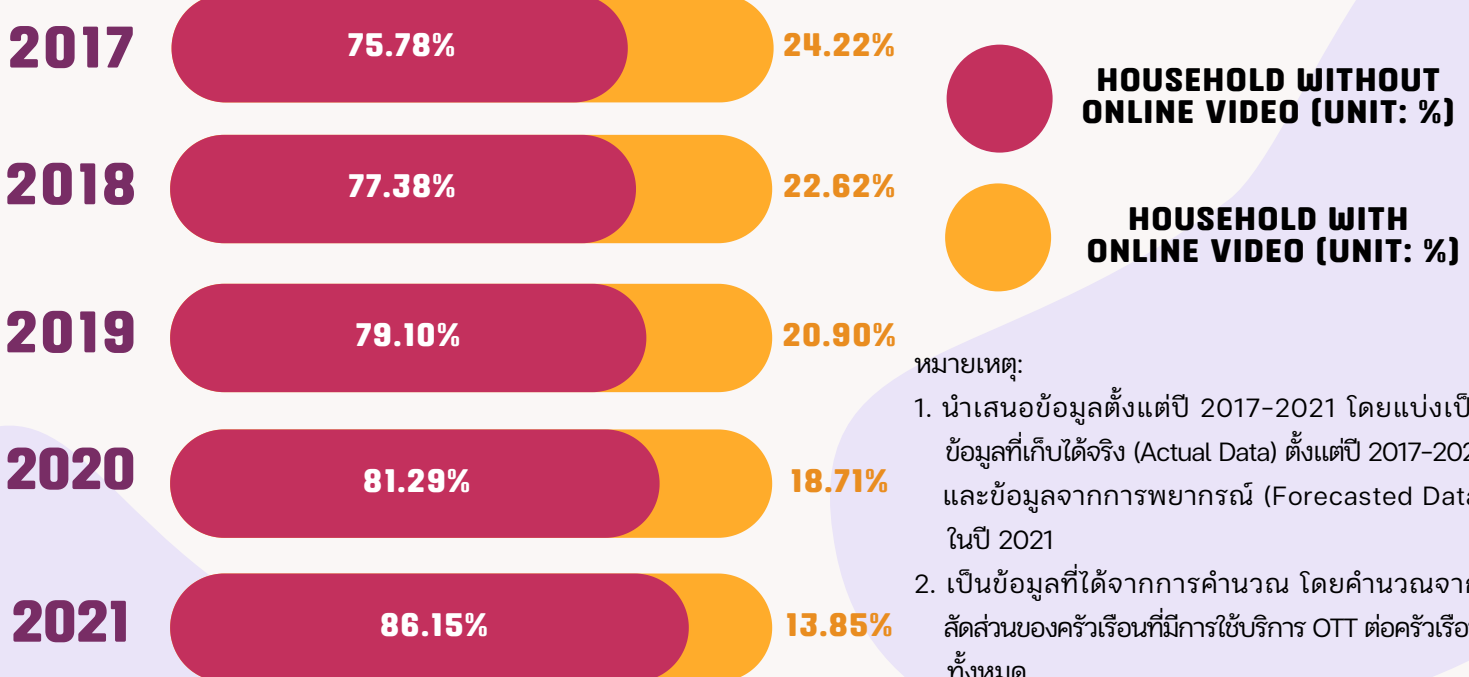
หน่วย: ล้านบัญชี

ที่มา: Omdia (2021)

### หมายเหตุ:

- จำนวนผู้รับบริการแบบบอกรับสมาชิกของผู้ให้บริการ OTT Service ประเภท SVoD จากผู้ให้บริการต่างๆ ที่ถูกเก็บข้อมูลในฐานข้อมูลของ Omdia ซึ่งไม่นับรวมผู้ใช้บริการประเภททดลองใช้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย (Free Trialists)
- นำเสนอข้อมูลตั้งแต่ปี 2017 - 2021 โดยแบ่งเป็นข้อมูลที่เก็บได้จริง (Actual Data) ตั้งแต่ปี 2017-2020 และข้อมูลจากการพยากรณ์ (Forecasted Data) ในปี 2021

## OTT HOUSEHOLD PENETRATION



### หมายเหตุ:

- นำเสนอข้อมูลตั้งแต่ปี 2017-2021 โดยแบ่งเป็นข้อมูลที่เก็บได้จริง (Actual Data) ตั้งแต่ปี 2017-2020 และข้อมูลจากการพยากรณ์ (Forecasted Data) ในปี 2021
- เป็นข้อมูลที่ได้จากการคำนวณ โดยคำนวณจากสัดส่วนของครัวเรือนที่มีการใช้บริการ OTT ต่อครัวเรือนทั้งหมด