

# AMERICA'S OTT MARKET OVERVIEW



## ภาพรวมสภาพตลาดผู้ให้บริการ OTT ในภูมิภาคอเมริกา

ภูมิภาคอเมริกาเป็นภูมิภาคที่มีการเติบโตของรายได้ผู้ให้บริการ OTT อย่างต่อเนื่อง และเป็นภูมิภาคที่มีมูลค่ารวมของรายได้ผู้ให้บริการ OTT สูงสุดเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่นๆ โดยเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ในปี 2021 ซึ่งมีมูลค่ารวมสูงถึง 114,432.68 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ กับปี 2017 พบว่ามีรายได้เพิ่มขึ้นราว 2.4 เท่า หรือเพิ่มขึ้นประมาณ 67,689.87 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ การเพิ่มขึ้นของรายได้ดังกล่าวเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้บอกรับสมาชิก (Subscriptions) ของผู้ให้บริการ OTT ประเภท SVoD โดยในปี 2021 มีจำนวนผู้บอกรับสมาชิกจำนวน 397.13 ล้านบัญชี ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2017 จำนวน 106.97 ล้านบัญชี นอกจากนี้ ยังพบว่า ในปี 2021 ภูมิภาคอเมริกามีอัตราการเข้าถึงบริการ OTT ของครัวเรือนอยู่ที่ร้อยละ 42.20 นับเป็นภูมิภาคที่มีอัตราการเข้าถึงบริการ OTT สูงที่สุดในโลก

### หมายเหตุ:

ภูมิภาคอเมริกา ประกอบด้วย Argentina, Bolivia, Brazil, Canada, Chile, Colombia, Cuba, Dominican Republic, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Jamaica, Mexico, Nicaragua, Panama, Paraguay, Peru, Puerto Rico, Uruguay, USA และ Rest of Latin America & the Caribbean

## OTT REVENUE BY SERVICE

### Digital Rental:

การเก็บค่าบริการเป็นรายครั้งที่รับชม ได้แก่ บริการ Pay-per-view

### Electronics Sell Through (EST):

การให้บริการโดยเก็บค่าบริการเป็นรายเนื้อหารายการ ได้แก่ iTunes

### Subscription Video on Demand (SVoD):

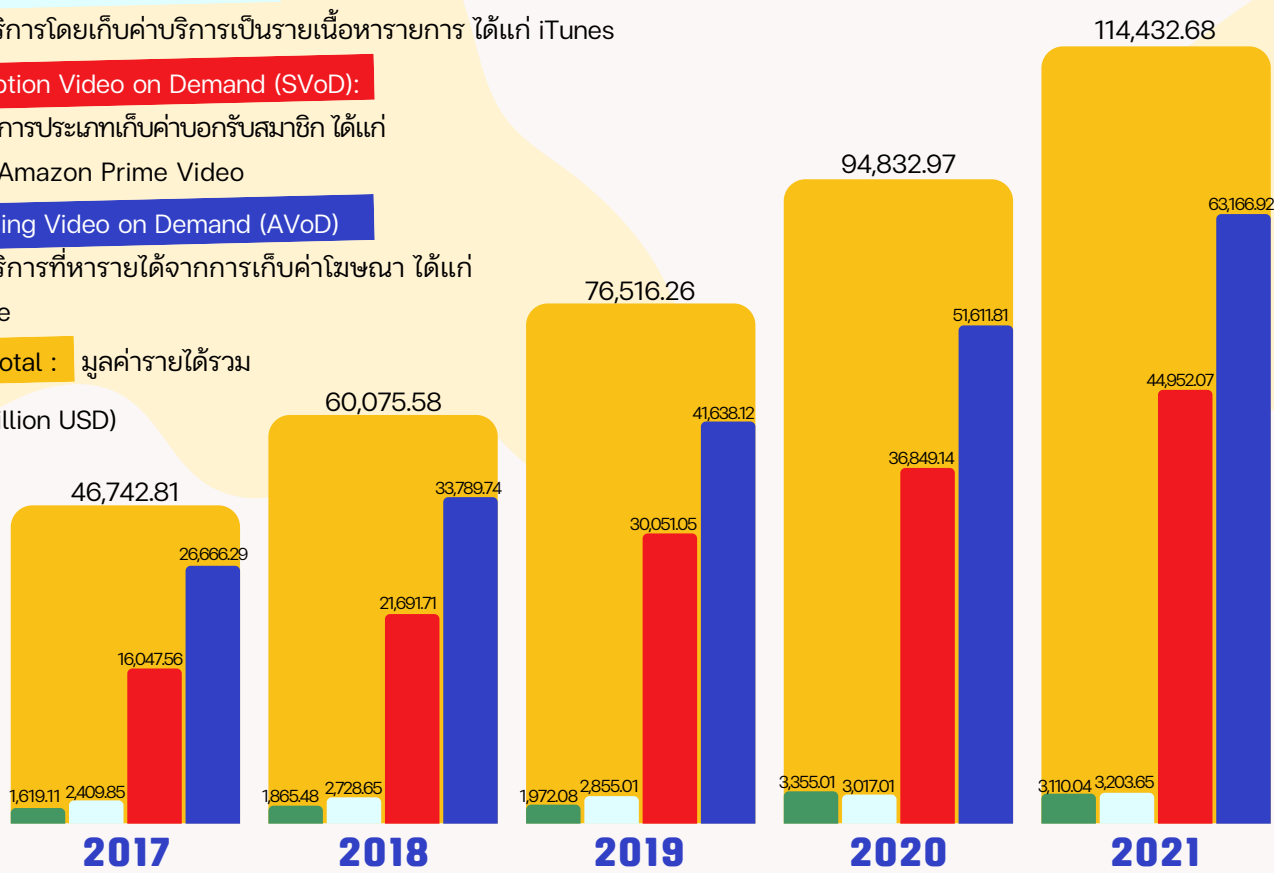
การให้บริการประเภทเก็บค่าบริการสมาชิก ได้แก่ Netflix, Amazon Prime Video

### Advertising Video on Demand (AVoD)

การให้บริการที่หารายได้จากค่าโฆษณา ได้แก่ YouTube

### Grand Total : มูลค่ารายได้รวม

(Unit: Million USD)

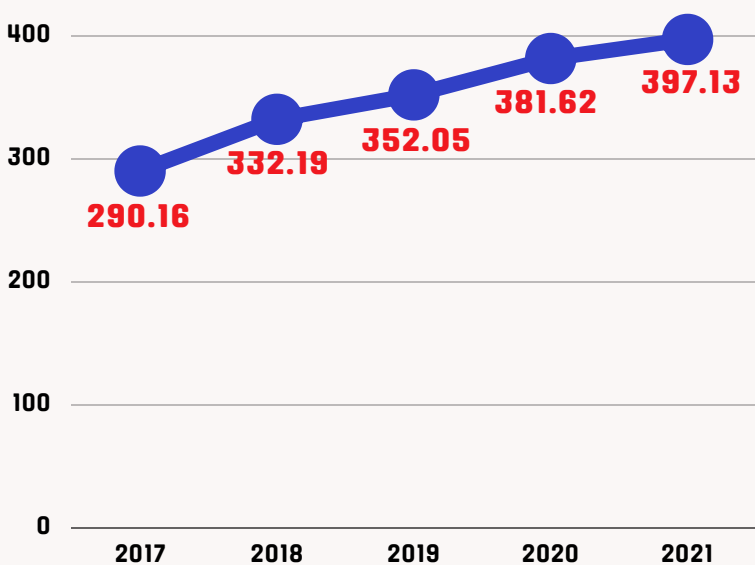


### หมายเหตุ:

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

ที่มา: Omdia (2021)

## OTT SUBSCRIPTIONS



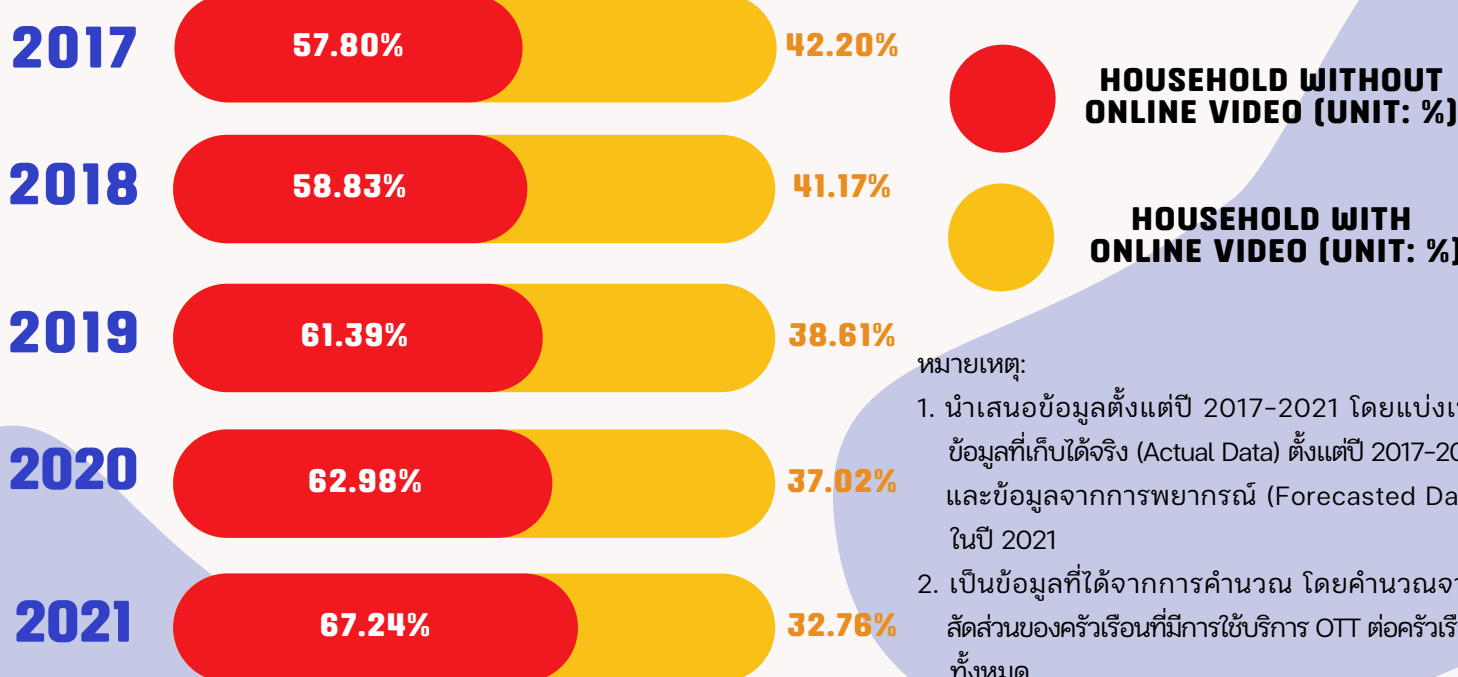
หน่วย: ล้านบัญชี

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