

# DIGITAL CONTENT

GAME • ANIMATION • CHARACTER + E-BOOK  
2022



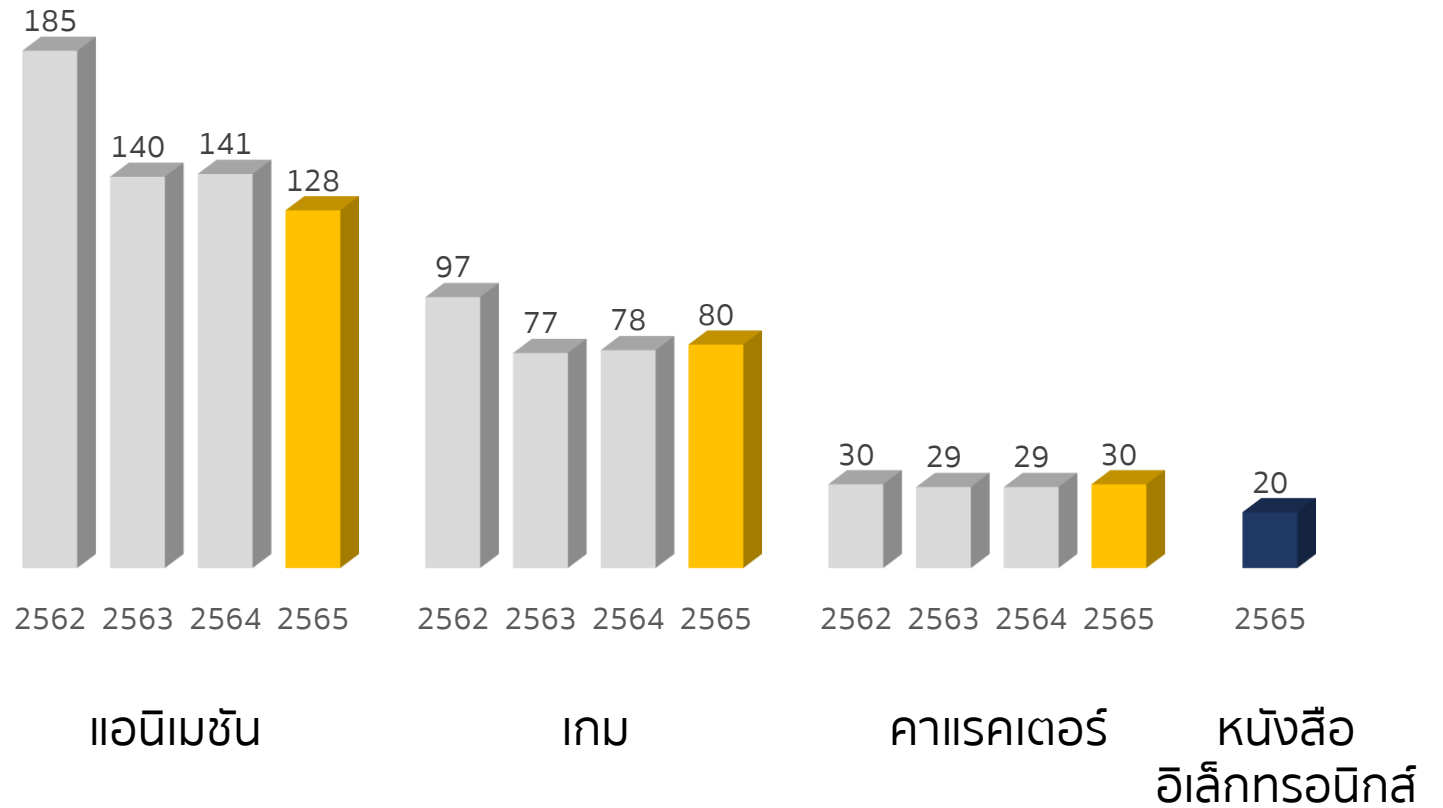
# อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ไทย

## สถานภาพและจำนวนผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการไทยใน  
อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์

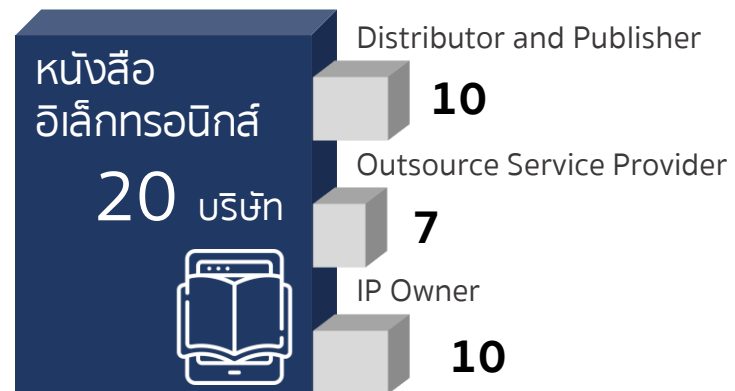
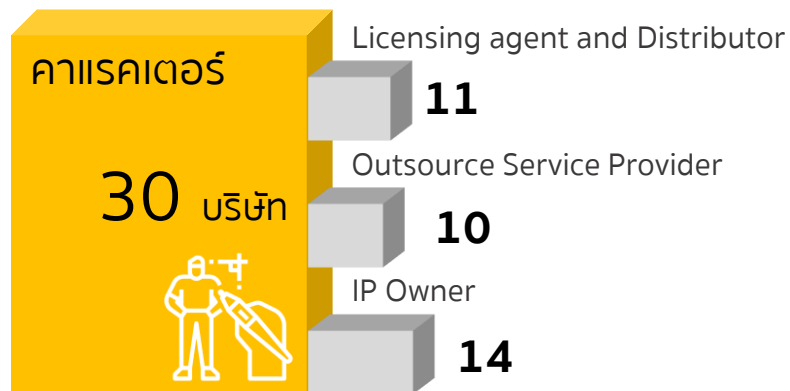
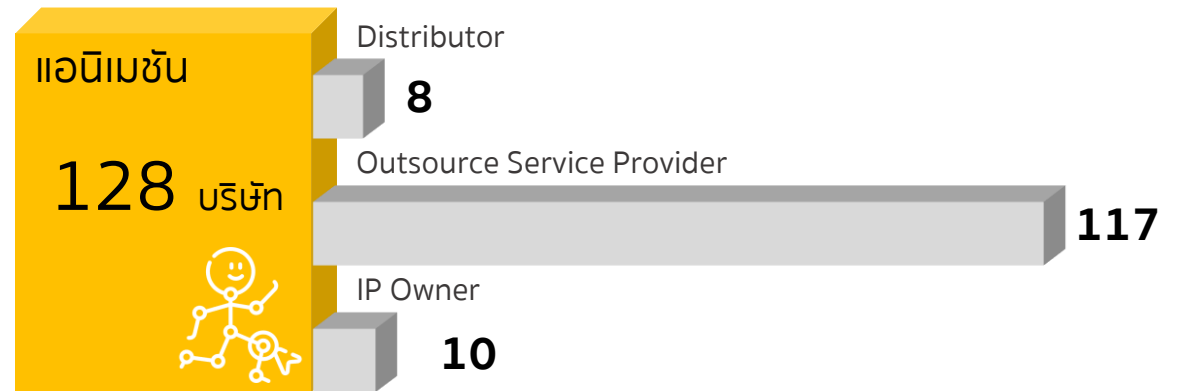
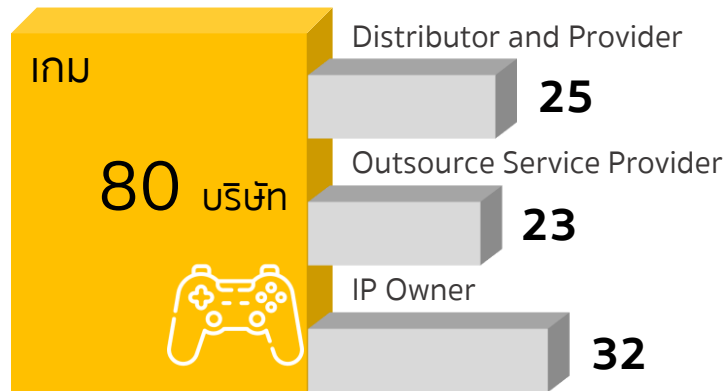
# 258 บริษัท

หากดูจำนวนผู้ประกอบการในช่วงปี 2564 - 2565 จะเห็นได้ว่าจำนวนผู้ประกอบการมีจำนวนผู้ประกอบการลดลงจากภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่แน่นอน ซึ่งหากพิจารณาถึงรายละเอียดลึกลงไปจะพบว่าการปิดกิจการ และเปลี่ยนกิจการไปทำธุรกิจอื่น อยู่ภายในแต่ละอุตสาหกรรม



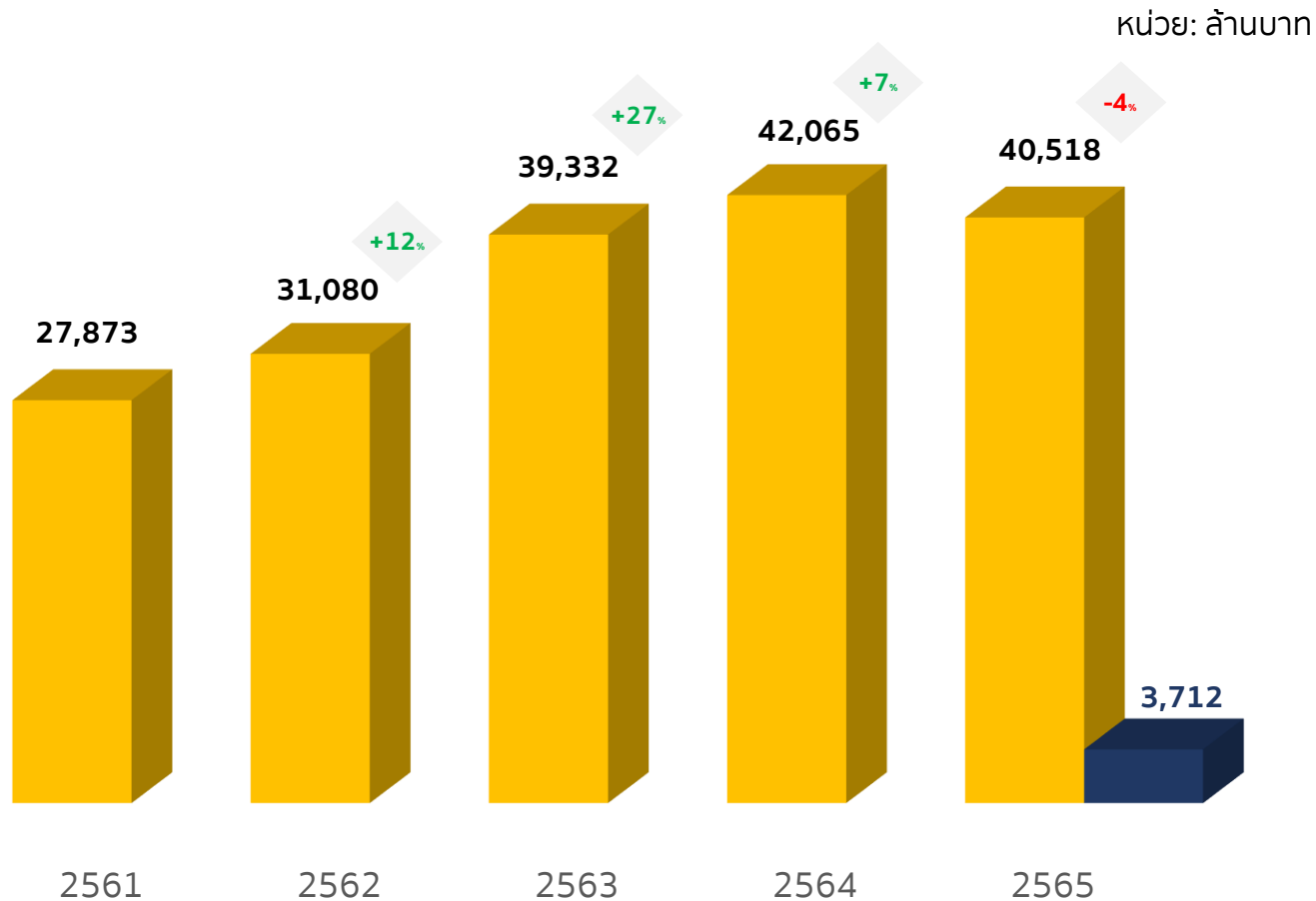
# อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ไทย

## ประเภทของธุรกิจ และจำนวนผู้ประกอบการ

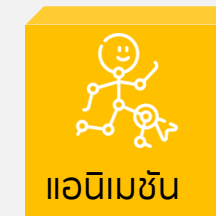
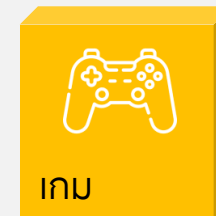


หมายเหตุ จำนวนดังกล่าวมีการนับซ้ำ เมื่อผู้ประกอบการมีการดำเนินธุรกิจมากกว่า 1 ประเภท แต่ในเชิงของการประเมินมูลค่าตลาดจะมีการแบ่งข้อมูลรายได้โดยไม่มีการนับซ้ำข้อมูลรายได้

# มูลค่าอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ไทย



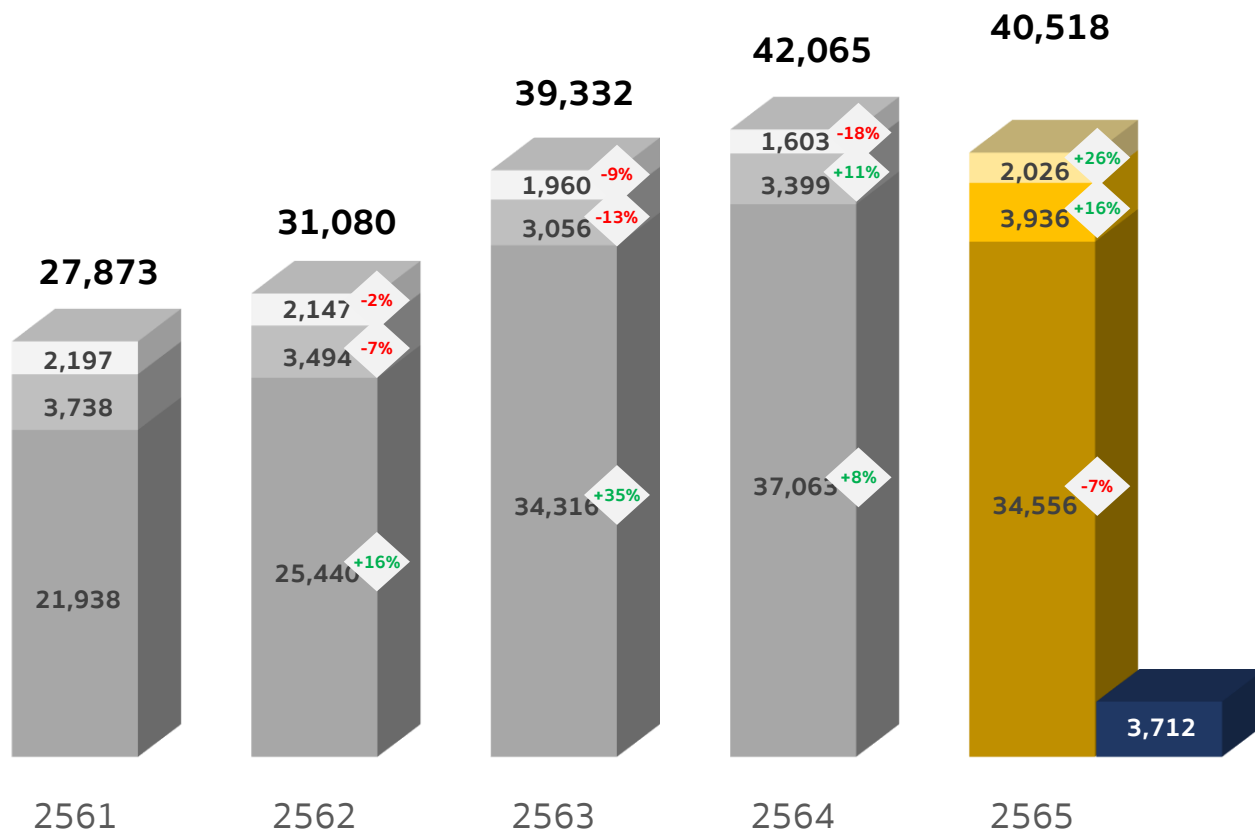
จากการศึกษาในปี 2565 ทางสำนักงานฯ ได้บรรจุ อุตสาหกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เข้าใน อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์จากเดิมประกอบด้วย เกม แอนิเมชัน คาแรคเตอร์ รวมเป็น 4 อุตสาหกรรม



# มูลค่าอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ไทย

จำแนกตามอุตสาหกรรม

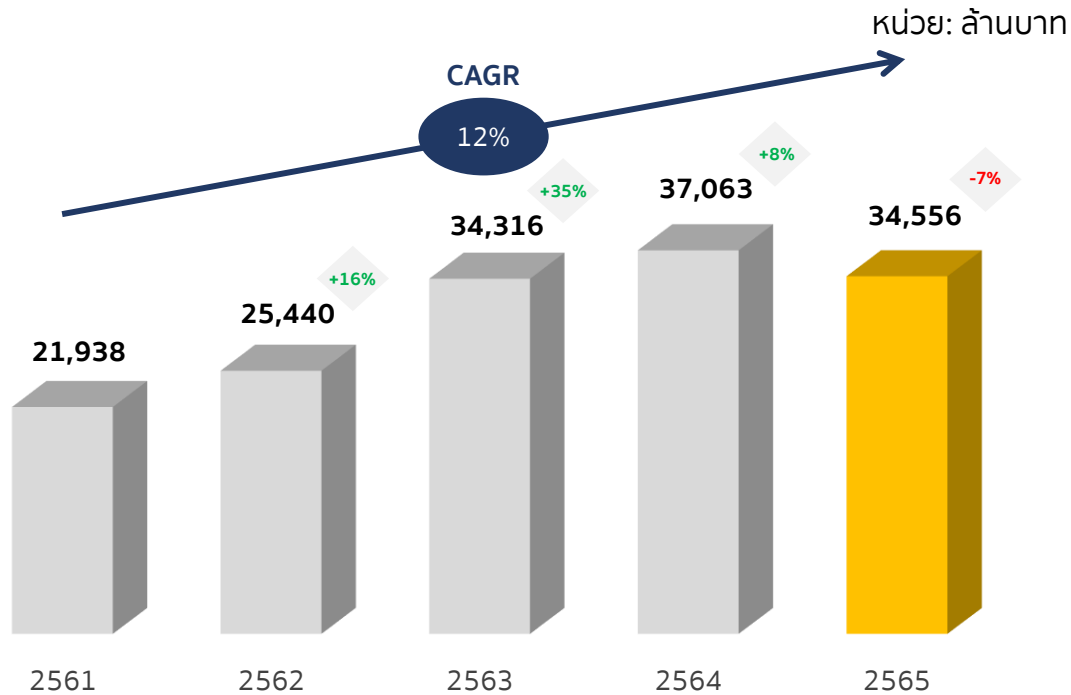
หน่วย: ล้านบาท



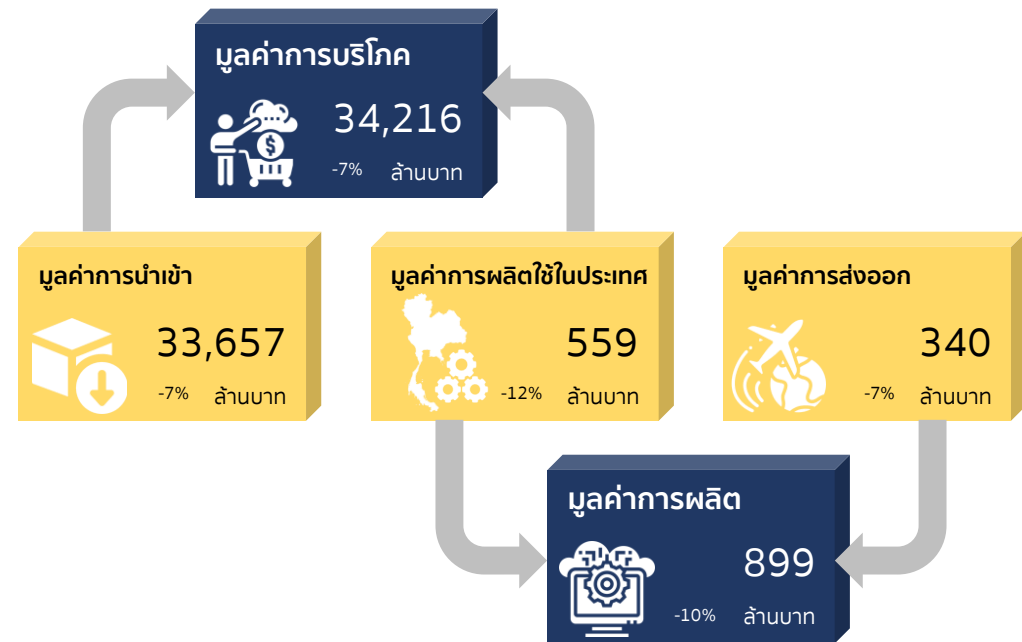
มูลค่าของอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์มี **อัตรา**  
**การเติบโตลดลง** ซึ่งปัจจัยหลักของการลดลงมา  
จากการหดตัวของอุตสาหกรรมเกมที่เป็น  
อุตสาหกรรมหลักของอุตสาหกรรมดิจิทัลคอน  
เทนต์ ซึ่งมีสัดส่วนของมูลค่าถึง 85% จากมูลค่า  
รวมของอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์

# มูลค่าของอุตสาหกรรมเกม

มูลค่ารวมอุตสาหกรรม ในปี 2561 - 2565



มูลค่าการผลิต และการบริโภค ในปี 2565

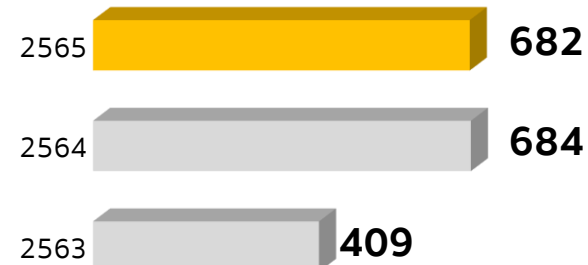
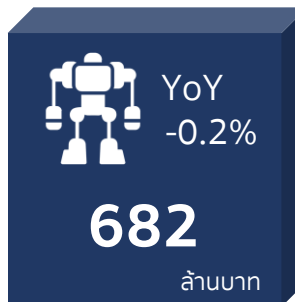


# มูลค่าอุตสาหกรรมเกมจำแนกตามผู้ประกอบการ

หน่วย: ล้านบาท

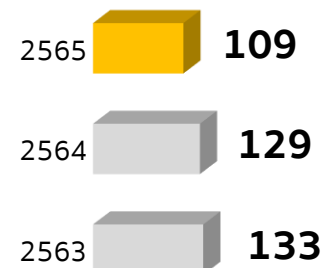
## ธุรกิจการผลิตงานโดยมีทรัพย์สินทางปัญญาของตนเอง (IP Owner)

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่อยู่ในช่วงของการต่อยอดและพัฒนาเกม จากเกมที่ได้มีการให้บริการในช่วงปี 2564 และมีผู้ประกอบการบางส่วนที่กำลังอยู่ในช่วงของการผลิตและพัฒนา IP ของบริษัท เพื่อลงแพลตฟอร์มและให้บริการในปี 2566



## ธุรกิจการรับจ้างผลิตผลงานภายใต้ลิขสิทธิ์ของผู้อื่น (Outsource Service Provider)

ผู้ประกอบการอยู่ในช่วงของการ พัฒนา IP ของตนเอง ทำให้การรับงานรับจ้างผลิตลดลง อีกทั้งกระแสของการจ้างงาน แบบ Freelance ที่มีความความสะดวก ราคาถูก และมีความยืดหยุ่นของการทำงานที่มากกว่าการจ้างงานในรูปแบบบริษัท



## ธุรกิจการจำหน่าย นำเข้าและเป็นตัวแทนจำหน่าย (Distributor and Importer)

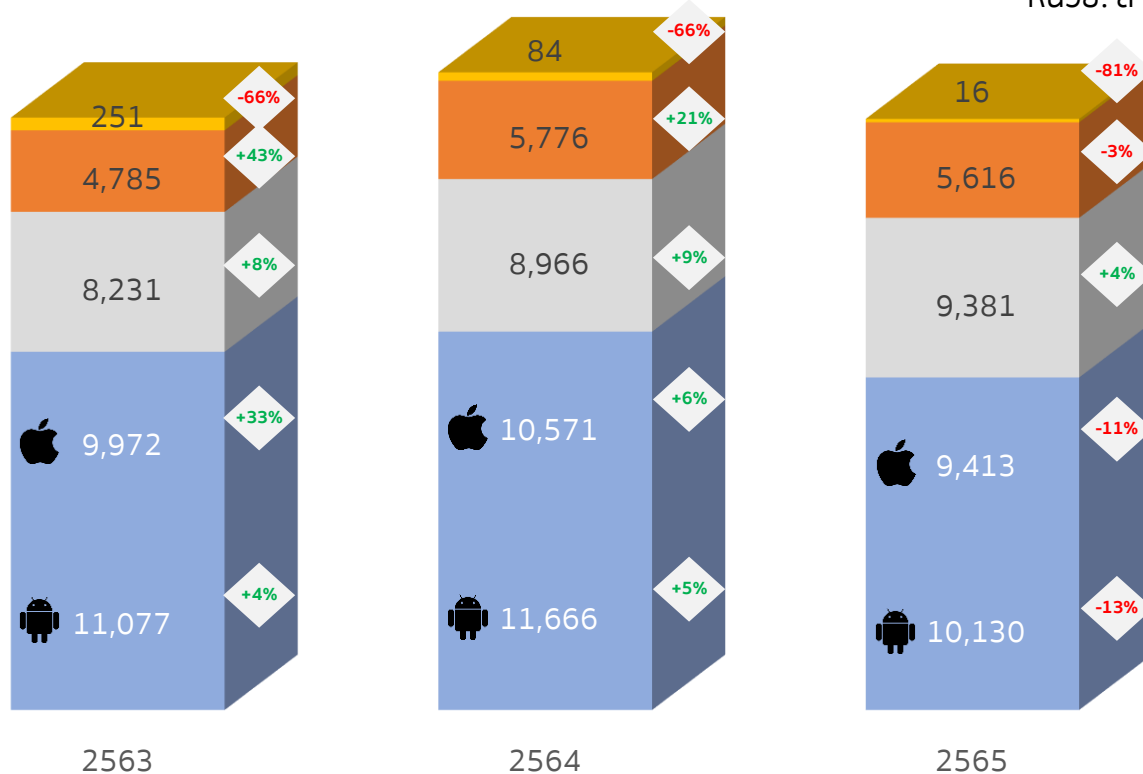

จากสถานการณ์ Covid19 ที่ผ่อนคลายมากขึ้น ผู้คนเริ่มออกมาใช้ชีวิตกันตามปกติ และทำกิจกรรมนอกสถานที่กันมากขึ้น ส่งผลต่อพฤติกรรมมองผู้เล่นใช้เวลากับการเล่นเกมลดลง ซึ่งทำให้ยอดผู้เล่น และการใช้จ่ายภายในเกมลดลงอย่างมีนัยยะ



# มูลค่าอุตสาหกรรมเกมจำแนกตามแพลตฟอร์ม

■ Mobile (Android) ■ Mobile (iOS) ■ PC ■ Console/Handheld ■ Arcade

หน่วย: ล้านบาท





**+4%**

อุปกรณ์ของเครื่อง PC ที่มีราคาลดลง ยังเป็นอีกปัจจัยที่ส่งเสริมให้มีผู้เล่นเกมเพิ่มขึ้น เนื่องจากการเล่นเกมบน PC ที่ได้อรรถสมมากกว่า

**80%**

มูลค่าของเกม PC มากกว่า 80% เป็นมูลค่าจากการ Download บนระบบ Steaming จากกระแสของการเล่นเกม PC ที่เพิ่มขึ้นของเหล่า Steamer และ Youtuber



**-14%**

มูลค่าของเกม Mobile ลดลง 14% เนื่องจากจำนวนผู้เล่นและเวลาที่ใช้ในการเล่นเกมที่ลดลง

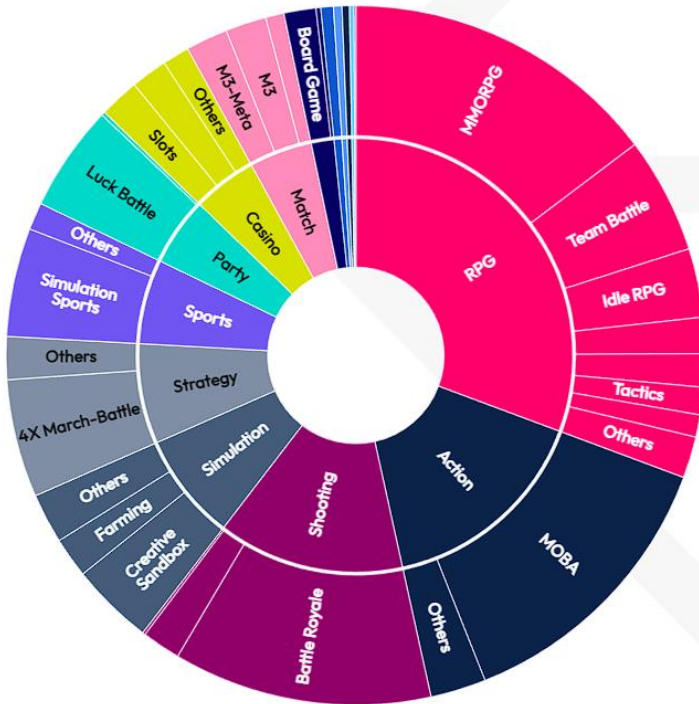
**57%**

มูลค่าของเกม Mobile ยังคงสัดส่วนของตลาดมากกว่า 57% จากมูลค่าตลาดรวม

# อุตสาหกรรมเกมในภาพรวมของประเทศไทย



Thailand



## #1 - RPG

		<b>\$185.6 M in (IAP) Spend</b>
		YoY IAP Spend -23.0%
		YoY Downloads -1.9%
		31% of All IAP Spend
		5% of All Downloads

## #2 - Action

		<b>\$96.0 M in (IAP) Spend</b>
		YoY IAP Spend +38.4%
		YoY Downloads -9.6%
		16% of All IAP Spend
		10% of All Downloads

## #3 - Shooting

		<b>\$84.0 M in (IAP) Spend</b>
		YoY IAP Spend -24.4%
		YoY Downloads -18.1%
		14% of All IAP Spend
		5% of All Downloads

## #4 - Simulation

		<b>\$48.4 M in (IAP) Spend</b>
		YoY IAP Spend -4.6%
		YoY Downloads -2.9%
		8% of All IAP Spend
		18% of All Downloads

## #5 - Strategy

		<b>\$45.0 M in (IAP) Spend</b>
		YoY IAP Spend -22.7%
		YoY Downloads +14.7%
		7% of All IAP Spend
		3% of All Downloads

## #6 - Sports

		<b>\$38.0 M in (IAP) Spend</b>
		YoY IAP Spend -21.6%
		YoY Downloads +2.6%
		6% of All IAP Spend
		3% of All Downloads

## #7 - Party

		<b>\$30.8 M in (IAP) Spend</b>
		YoY IAP Spend -7.4%
		YoY Downloads +5.8%
		5% of All IAP Spend
		2% of All Downloads

## #8 - Casino

		<b>\$29.0 M in (IAP) Spend</b>
		YoY IAP Spend +12.8%
		YoY Downloads +14.3%
		5% of All IAP Spend
		4% of All Downloads

แหล่งที่มา: data.ai

Note: Downloads across iOS, Google Play and third-party Android in China combined; Time spent is Android phones only; Spend is gross - inclusive of any percent taken by the app stores

# อุตสาหกรรมเกมในภาพรวมตลาดโลก และประเทศไทย



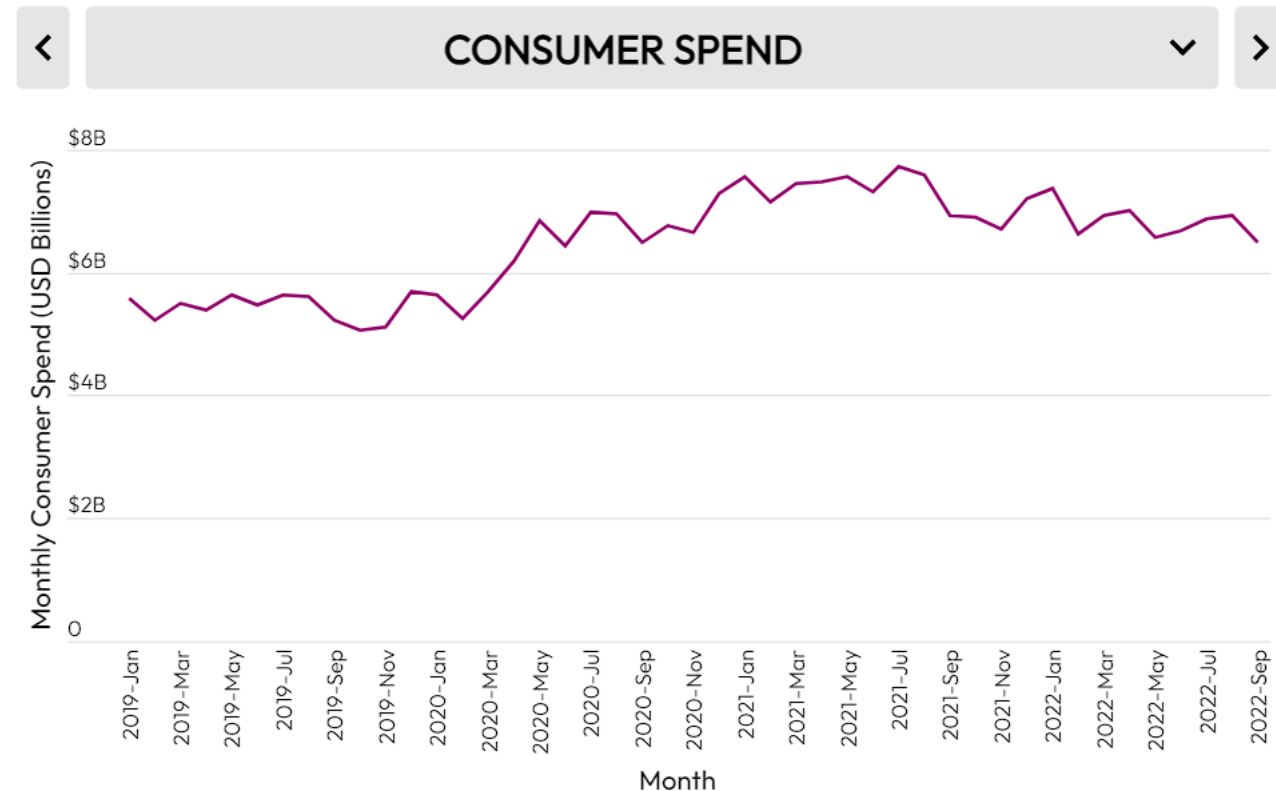
## Bucking the Global Economic Slowdown

After soaring to new heights in 2020 amid a surge in consumer demand for entertainment and escapism, the mobile gaming space was hit by platform privacy changes and an overall decrease in engagement as real-world experiences became viable once more. Nevertheless, the category still represents an impressive 61% of all consumer spending in apps, a figure that would be even larger if accounting for in-app ad revenue.

แหล่งที่มา: [data.ai](https://data.ai)

Note: Downloads and Consumer Spend across iOS, Google Play; Spend is gross, so it is inclusive of any percentage taken by the app stores. Worldwide; iOS only for China.

Monthly Global Consumption in Mobile Games  
2019-2022



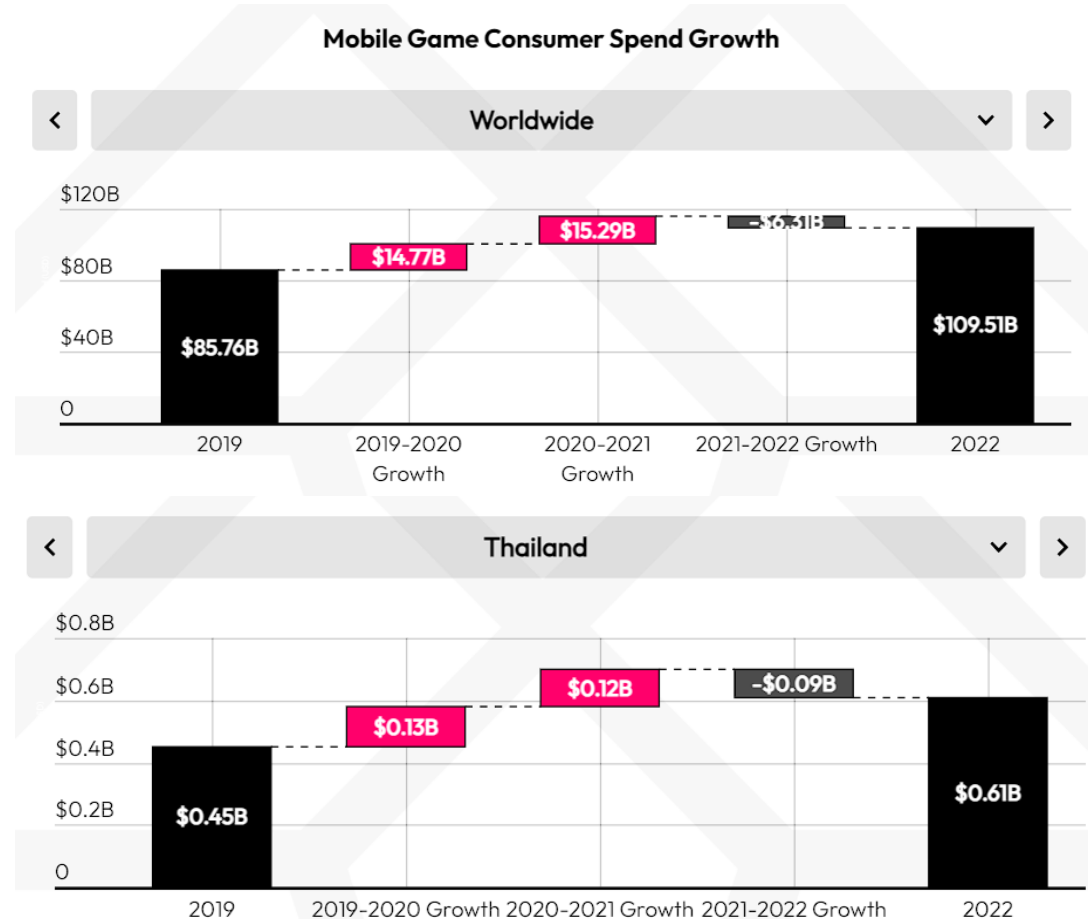
# อุตสาหกรรมเกมในภาพรวมตลาดโลก และประเทศไทย



## Consumer Spend in Mobile Gaming Dropped -5% in 2022 to \$110 Billion

แหล่งที่มา: [data.ai](https://data.ai)

**Note:** Downloads across iOS, Google Play and third-party Android in China combined; Time spent is Android phones only; Spend is gross - inclusive of any percent taken by the app stores

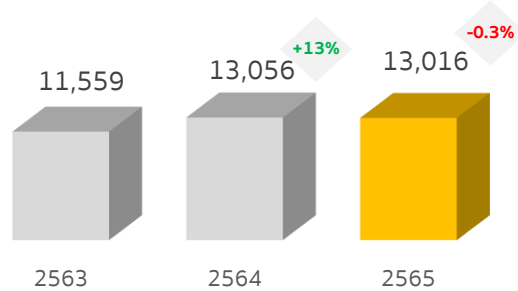


# มูลค่าอุตสาหกรรมเกมจำแนกตามช่องทางรายได้

\* มูลค่าข้างต้นไม่ได้นับรวม มูลค่าของการรับจ้างผลิตผลงานภายใต้ลิขสิทธิ์ของผู้อื่น

## Download and Retail

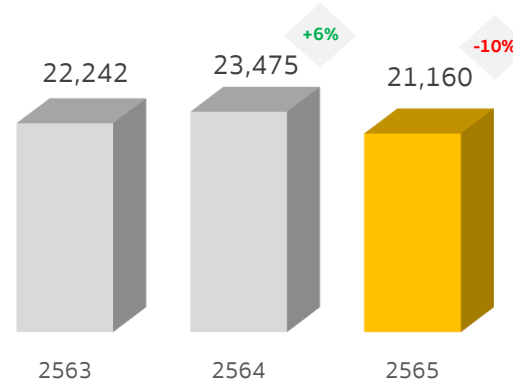
หน่วย: ล้านบาท



รายได้จากการดาวน์โหลดเกม และซื้อกล่องเกม มูลค่ายังคงทรงตัว จากมูลค่าของเกม PC ที่ยังคงมีผู้เล่นเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างต่อเนื่อง

## In-Game Purchase

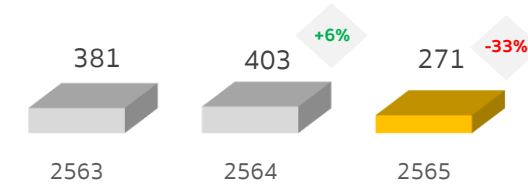
หน่วย: ล้านบาท



รายได้จากการซื้อไอเทม หรือตัวละคร มีอัตราการเติบโตลดลง 10% โดยมูลค่ารวมมากกว่า 90% เป็นมูลค่าจากเกม Mobile ซึ่งเป็นผลมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปเนื่องจากสถานการณ์ Covid-19 ผ่อนคลายขึ้น

## Other

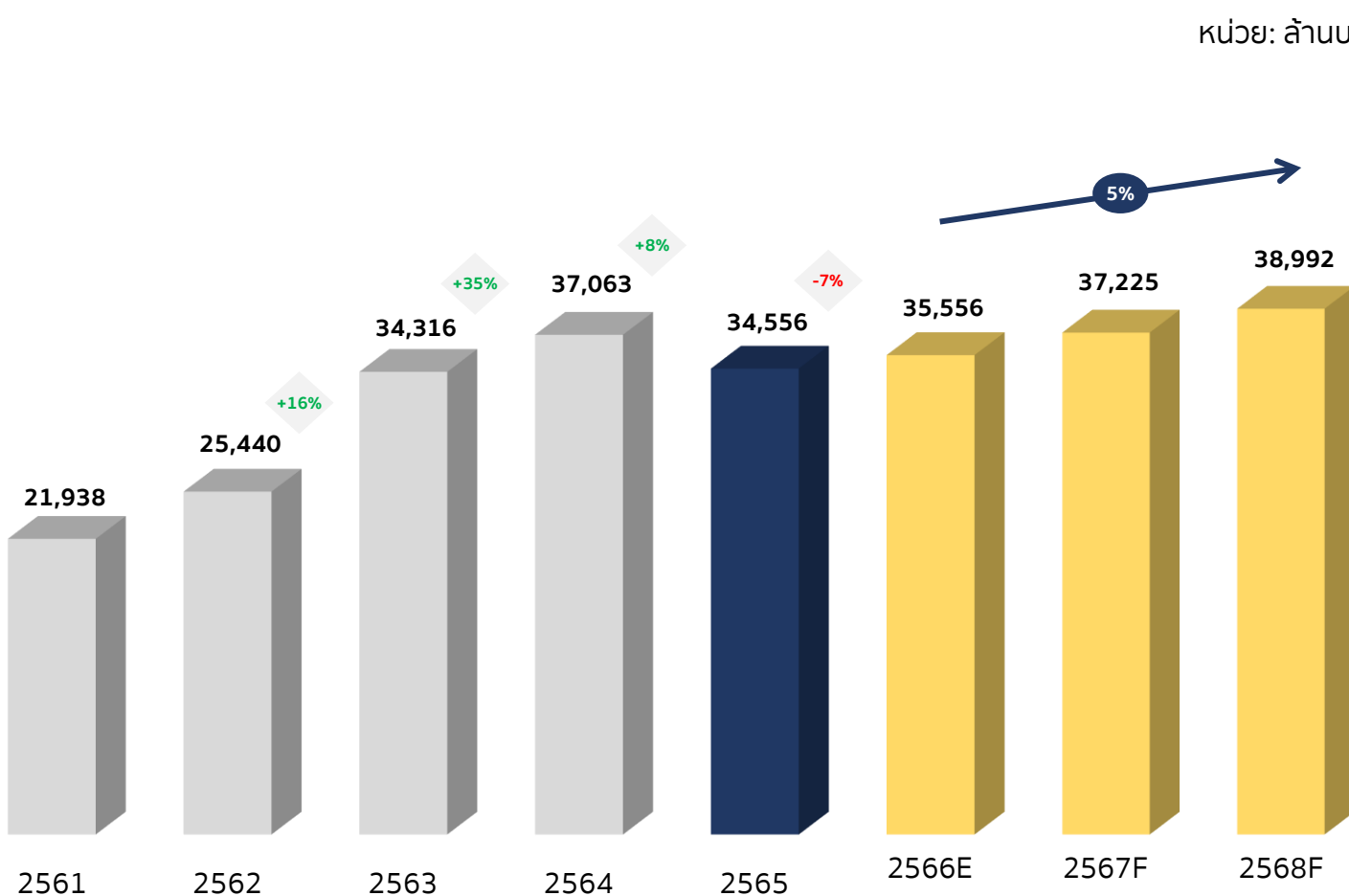
หน่วย: ล้านบาท



รายได้จากการโฆษณา ค่าลิขสิทธิ์ และอื่น ๆ มีอัตราการเพิ่มโตลดลงในภาพรวม แต่รายได้จากการโฆษณากลับมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นจากกลุ่มลูกค้าในประเทศที่ใช้บริการเพิ่มมากขึ้นเพื่อโฆษณาสินค้าของตนเอง

# มูลค่ารวมอุตสาหกรรมเกม ปี 2561 - 2565 และคาดการณ์ แนวโน้มในปี 2566 - 2568

หน่วย: ล้านบาท



การเพิ่มขึ้นของพื้นที่สำหรับประกวดแข่งขันอีเว้นท์ ยังคงเป็นสิ่งสำคัญของอุตสาหกรรมเกมทั้งในแง่ของ การทำการตลาดกับกลุ่มผู้บริโภค และสร้างอาชีพที่เกี่ยวข้องกับเกมเพิ่มมากขึ้นและเม็ดเงินโฆษณาจากการ “tie-in” ของแบรนด์ต่าง ๆ

อุตสาหกรรมเกมเข้าสู่ภาวะปกติ หลังจากในปี 2564 ที่มีเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงสถานการณ์ Covid-19 จะกลับมาเติบโตอีกครั้งในปี 2566 จากการเปิดตัวเกมใหม่จากผู้ให้บริการทั้งในแพลตฟอร์ม PC และ Mobile

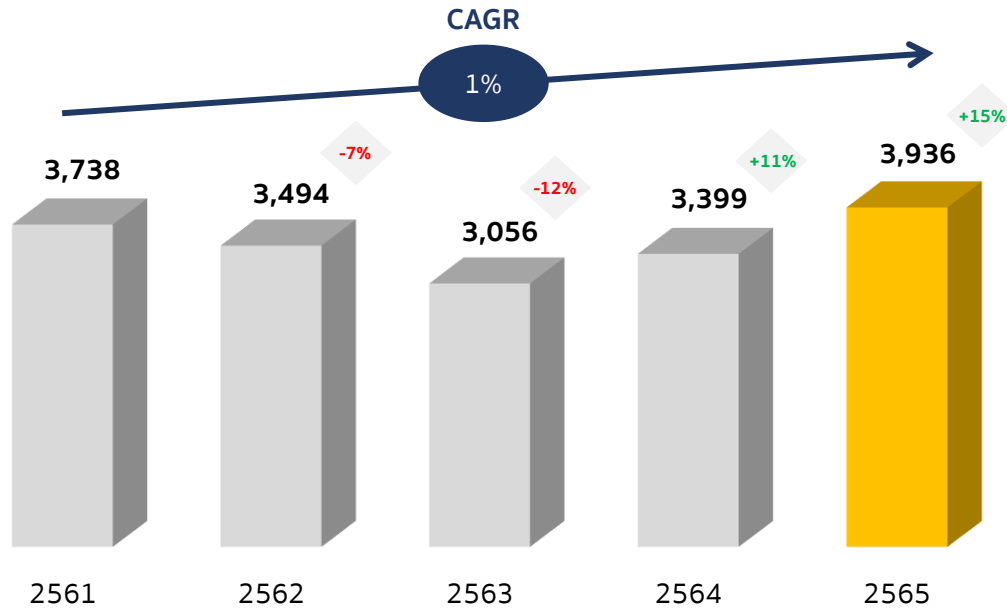
สังคมในวงกว้าง ภาพลักษณ์ของเกมยังคงถูกมองเป็นเพียงสิ่งที่ให้ความบันเทิง เพียงเท่านั้น

แหล่งเงินทุน และการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ ยังคงไม่สอดคล้องกันกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ทั้งในแง่ของปริมาณและความต่อเนื่อง

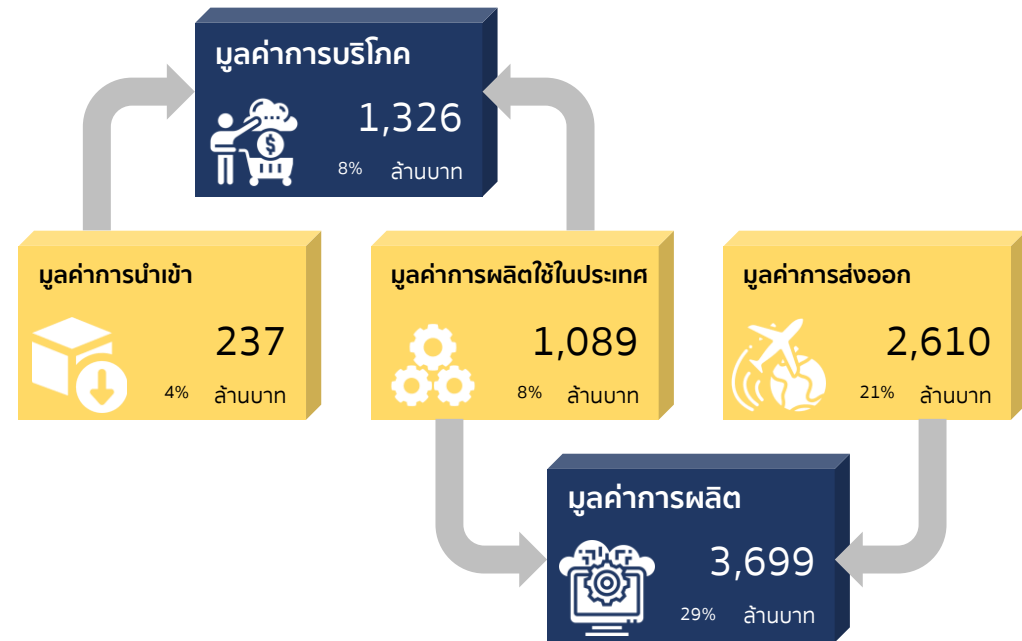
# มูลค่าของอุตสาหกรรมแอนิเมชัน

มูลค่ารวมอุตสาหกรรม ปี 2561 - 2565

หน่วย: ล้านบาท



มูลค่าการผลิต และการบริโภค ในปี 2565

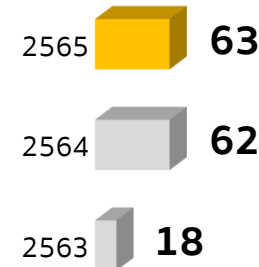
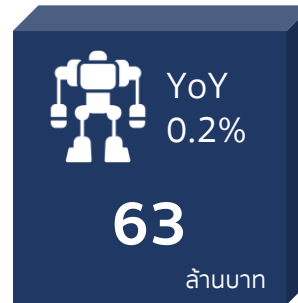


# มูลค่าอุตสาหกรรมแอนิเมชันจำแนกตามผู้ประกอบการ

หน่วย: ล้านบาท

## ธุรกิจการผลิตงานโดยมีทรัพย์สินทางปัญญาของตนเอง (IP Owner)

ผู้ประกอบการยังคงมีรายได้จากมูลค่าคอนเทนต์แอนิเมชันที่นำออกมาเผยแพร่ และขายบนแพลตฟอร์ม อีกทั้งภาวะเศรษฐกิจของประเทศที่เริ่มฟื้นตัวก็เป็นอีกแรงเสริมที่ทำให้มูลค่าในส่วนนี้มีแนวโน้มที่ดีขึ้น



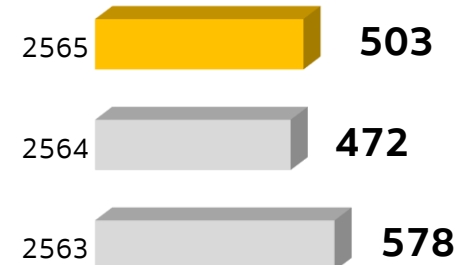
## ธุรกิจการรับจ้างผลิตผลงานภายใต้ลิขสิทธิ์ของผู้อื่น (Outsource Service Provider)

งานรับจ้างผลิตจากต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นจาก ศักยภาพของผู้ประกอบการไทย ที่เป็นที่ยอมรับทั้งในส่วนของงาน Animation และ งาน CG / VFX รวมถึงสถานการณ์ของค่าเงินบาทอ่อนค่าที่ส่งผลให้มูลค่าจากการแลกเปลี่ยนเงินบาทมีส่วนต่างเพิ่มมากขึ้น



## ธุรกิจการจำหน่าย นำเข้าและเป็นตัวแทนจำหน่าย (Distributor and Importer)

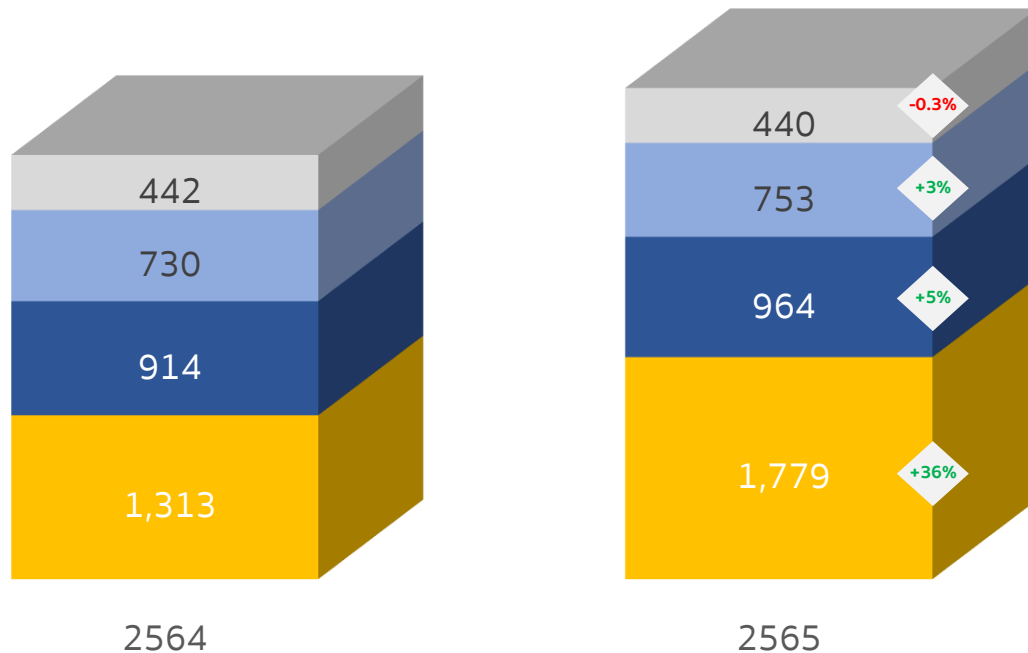
การที่โรงภาพยนตร์กลับมาให้บริการได้ตามปกติ ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีการนำเข้าภาพยนตร์ และจำนวนรอบการฉายที่เพิ่มขึ้น ส่งผลกับมูลค่าของการจำหน่ายตัวที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญ



# มูลค่าอุตสาหกรรมแอนิเมชันจำแนกตามรูป และแบบเนื้อหา

■ CG/VFX   
 ■ Animation 3D   
 ■ Animation 2D   
 ■ Motion Graphics

หน่วย: ล้านบาท






## +36%

มูลค่าของบริการ CG/VFX มีอัตราการเติบโตมากที่สุดที่ 36% จากการจ้างงานจากต่างประเทศ

ลูกค้าต่างประเทศของงาน CGI/VFX และ Motion Graphics จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ยุโรป อเมริกา ฮองกง สิงคโปร์ ทัมพูชา เวียดนาม แคนาดา

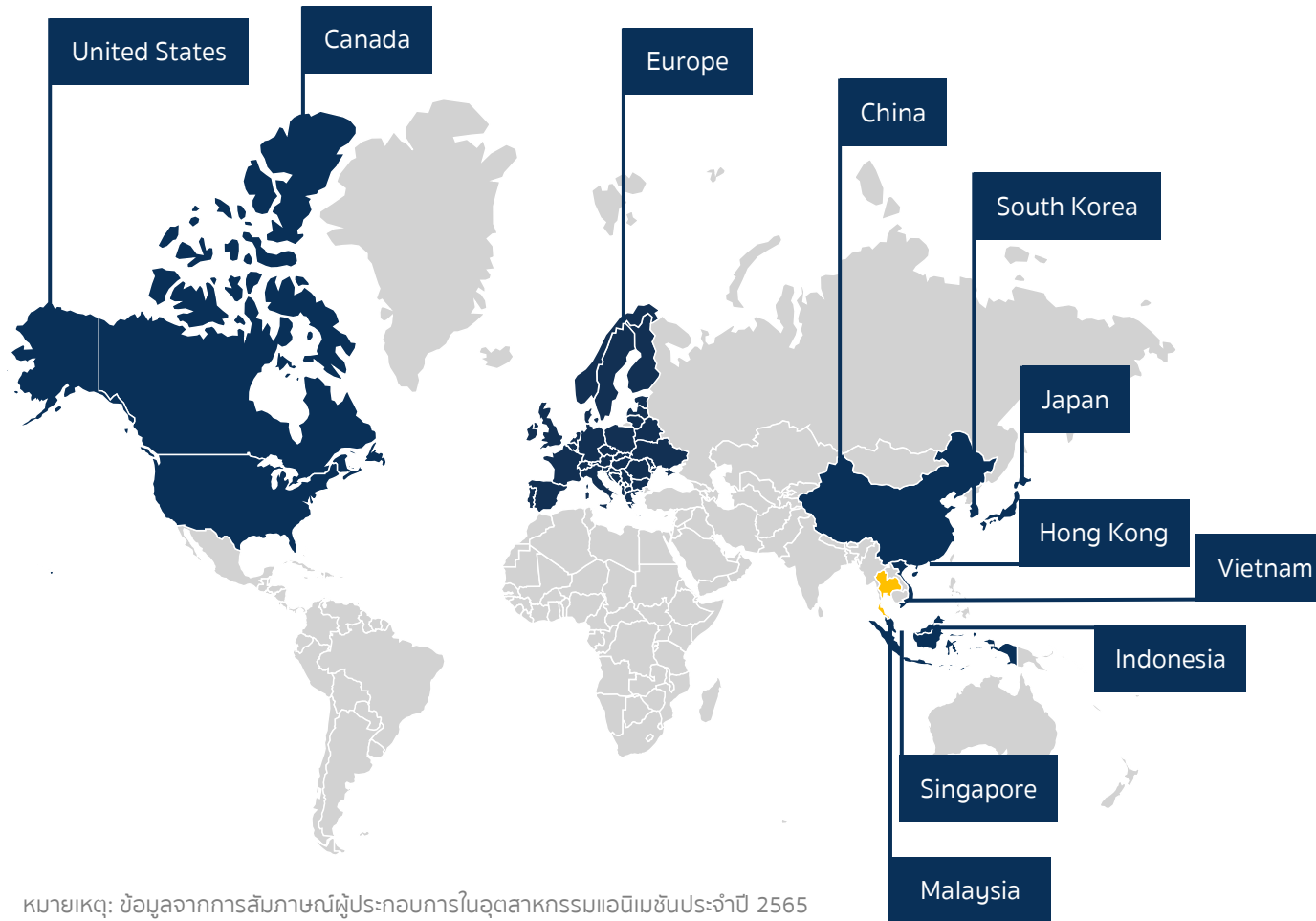


## +4%

งาน Animation 2D และ Animation 3D มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น จากการจ้างงานจากต่างประเทศ

ลูกค้าต่างประเทศของงาน Animation จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ยุโรป อเมริกา

# ประเทศผู้จ้างงานแอนิเมชันและ CG/VFX ของไทย



ประเทศไทยถือเป็นอีกแหล่งรับจ้างสำคัญของงาน Animation และงาน CG / VFX โดยกลุ่มประเทศที่เป็นผู้ว่าจ้างหลักคือ **จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ยุโรป อเมริกา ออสเตรเลีย สิงคโปร์ ฮ่องกง เวียดนาม แคนาดา** โดยมีมูลค่าการส่งออกในปี 2565 มากถึง 2,610 ล้านบาท และมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องที่ 10% ,32% และ 21% ในช่วงปี 2563 ถึง 2565

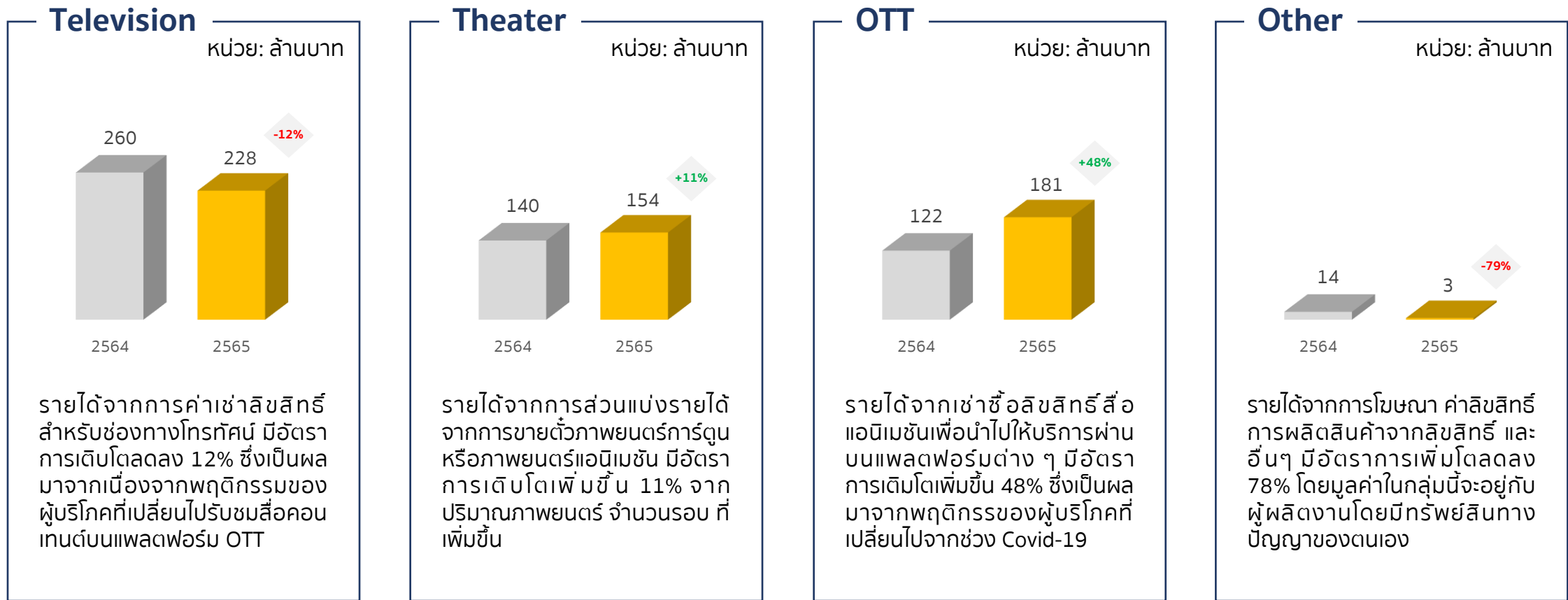
โดยจุดแข็งที่สำคัญของไทยที่ทำให้งาน Animation และงาน CG/VFX เป็นที่ยอมรับมาจากบุคลากรที่มีทักษะความเชี่ยวชาญระดับสูงทั้งในด้านเทคนิคและฝีมือ ความคิดสร้างสรรค์ และราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของงาน

ถึงแม้ในปัจจุบันจะมีผู้เล่นหน้าใหม่เข้ามาในตลาดรับจ้าง แต่ไทยเองก็ยังถือเป็นผู้เล่นนสำคัญที่ยังคงเป็นตัวเลือกแรก ๆ ในการพิจารณาอยู่เสมอ

หมายเหตุ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมแอนิเมชันประจำปี 2565

# มูลค่าอุตสาหกรรมแอนิเมชันจำแนกตามช่องทางรายได้

\* มูลค่าข้างต้นไม่ได้นับรวม มูลค่าของการรับจ้างผลิตผลงานภายใต้ลิขสิทธิ์ของผู้อื่น



รายได้จากการค่าเช่าลิขสิทธิ์ สำหรับช่องทางโทรทัศน์ มีอัตราการเติบโตลดลง 12% ซึ่งเป็นผลมาจากเนื่องมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปรับชมสื่อคอนเทนต์บนแพลตฟอร์ม OTT

รายได้จากการส่วนแบ่งรายได้จากการขายตัวภาพยนตร์การ์ตูนหรือภาพยนตร์แอนิเมชัน มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น 11% จากปริมาณภาพยนตร์ จำนวนรอบ ที่เพิ่มขึ้น

รายได้จากการเช่าชื่อลิขสิทธิ์สื่อแอนิเมชันเพื่อนำไปให้บริการผ่านบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น 48% ซึ่งเป็นผลมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปจากช่วง Covid-19

รายได้จากการโฆษณา ค่าลิขสิทธิ์การผลิตสินค้าจากลิขสิทธิ์ และอื่นๆ มีอัตราการเพิ่มลดลง 78% โดยมูลค่าในกลุ่มนี้จะอยู่กับผู้ผลิตงานโดยมีทรัพย์สินทางปัญญาของตนเอง

# ภาพยนตร์แอนิเมชันที่เข้าฉาย ในปี 2565



**Sing 2**  
4.1 ล้านบาท



**Jujutsu Kaisen 0**  
53.6 ล้านบาท



**One Piece Film: RED**  
121.0 ล้านบาท



**Strange World**  
5.5 ล้านบาท



**Detective Conan: The Bride of Halloween**  
14.2 ล้านบาท



**Minions: Rise of Gru**  
46.8 ล้านบาท



**Dragon Ball Super: Super Hero**  
4.2 ล้านบาท



**Sword Art Online Progressive: Scherzo of Deep Night**  
5.7 ล้านบาท



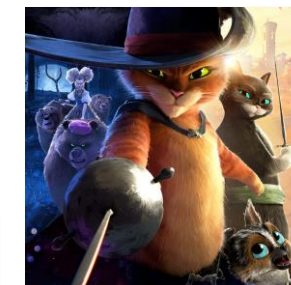
**Lightyear**  
22.1 ล้านบาท



**DC League of Super-Pets**  
3.4 ล้านบาท



**Doraemon the Movie - Nobita's Little Star Wars**  
18.9 ล้านบาท



**Puss in Boots: The Last Wish**  
9.1 ล้านบาท

แหล่งที่มา: [Box Office Mojo](#) และ [Thailand Box Office](#)

# คาดการณ์มูลค่าตลาดอุตสาหกรรมแอนิเมชันทั่วโลก

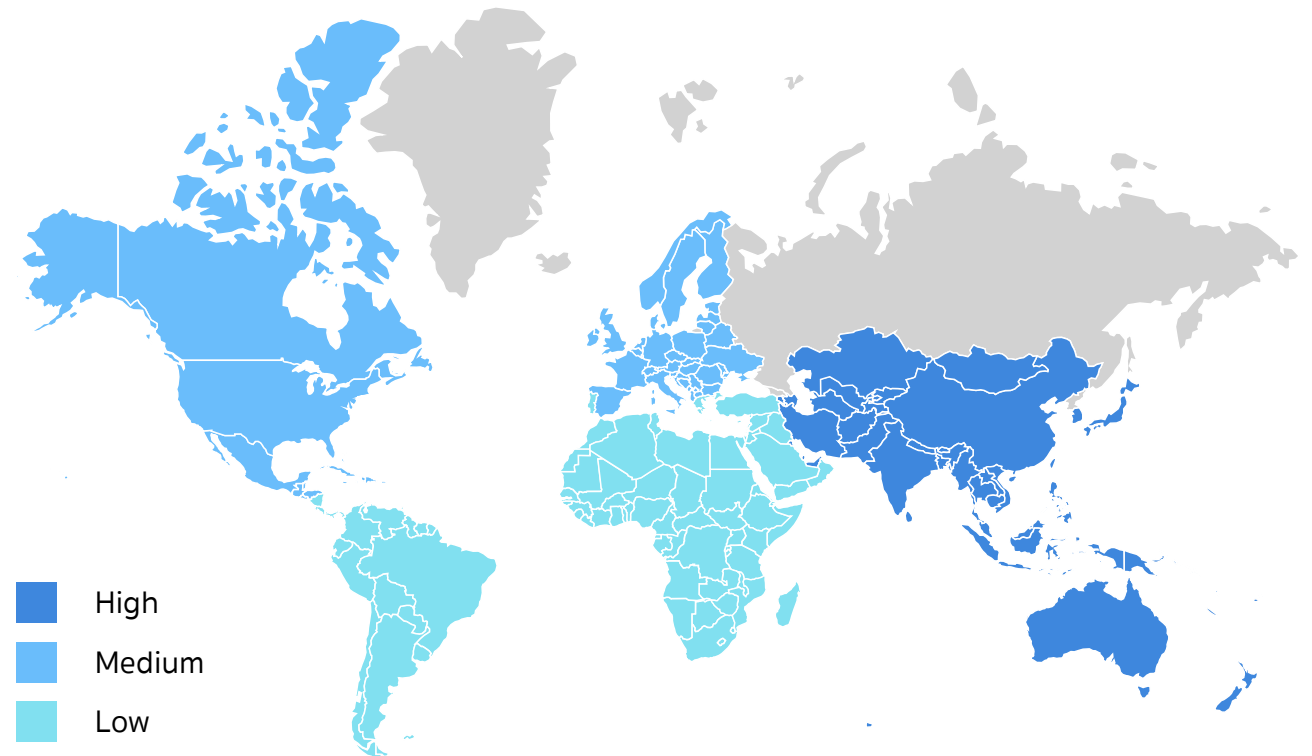


## Global Animation and VFX Market Growth Rate by Region

### Asia Pacific to Register the Fastest Growth During the Forecast Period

The Asia-Pacific region is anticipated to witness the highest CAGR. The region has highly emphasized formalizing professional services across animation and VFX to support the ever-growing media and entertainment industry. New Zealand and Singapore emerged as a hub for VFX artists. These countries have an ecosystem for animation and VFX schools that offer advanced education in various streams.

The application of simulation technology across the country's well-established anime business resulted in a considerable revenue share for the Japanese market within the region. Furthermore, the Asia-Pacific region's abundant qualified workforce leads to a low cost of production, propelling regional market expansion.



แหล่งที่มา: [Mordor Intelligence](#)

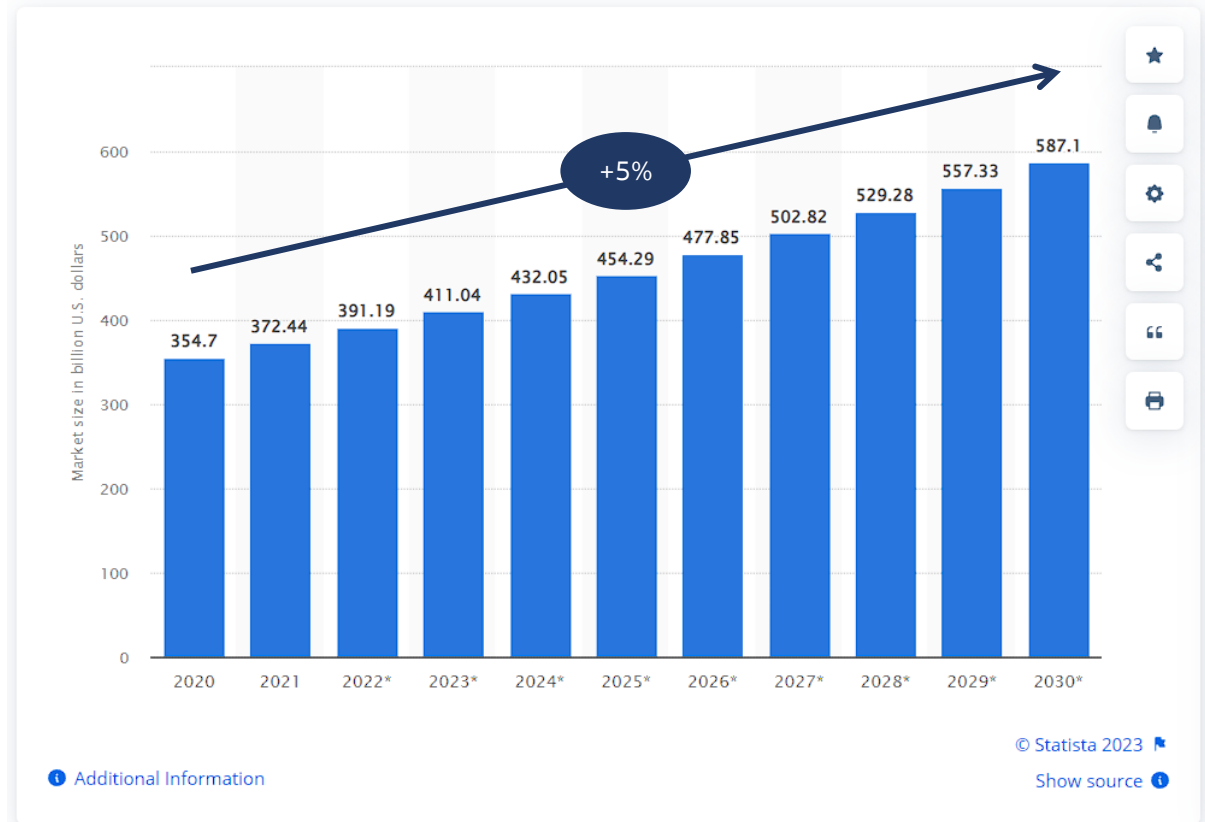
# คาดการณ์มูลค่าตลาดอุตสาหกรรมแอนิเมชันทั่วโลก



## Animation market size worldwide 2020-2030

The source estimated that, in 2022, the value of the global animation market would amount to over 391 billion U.S. dollars, up five percent from 372.4 billion dollars a year earlier. The annual figure was forecast to continue to grow throughout the decade, surpassing 587 billion dollars by 2030.

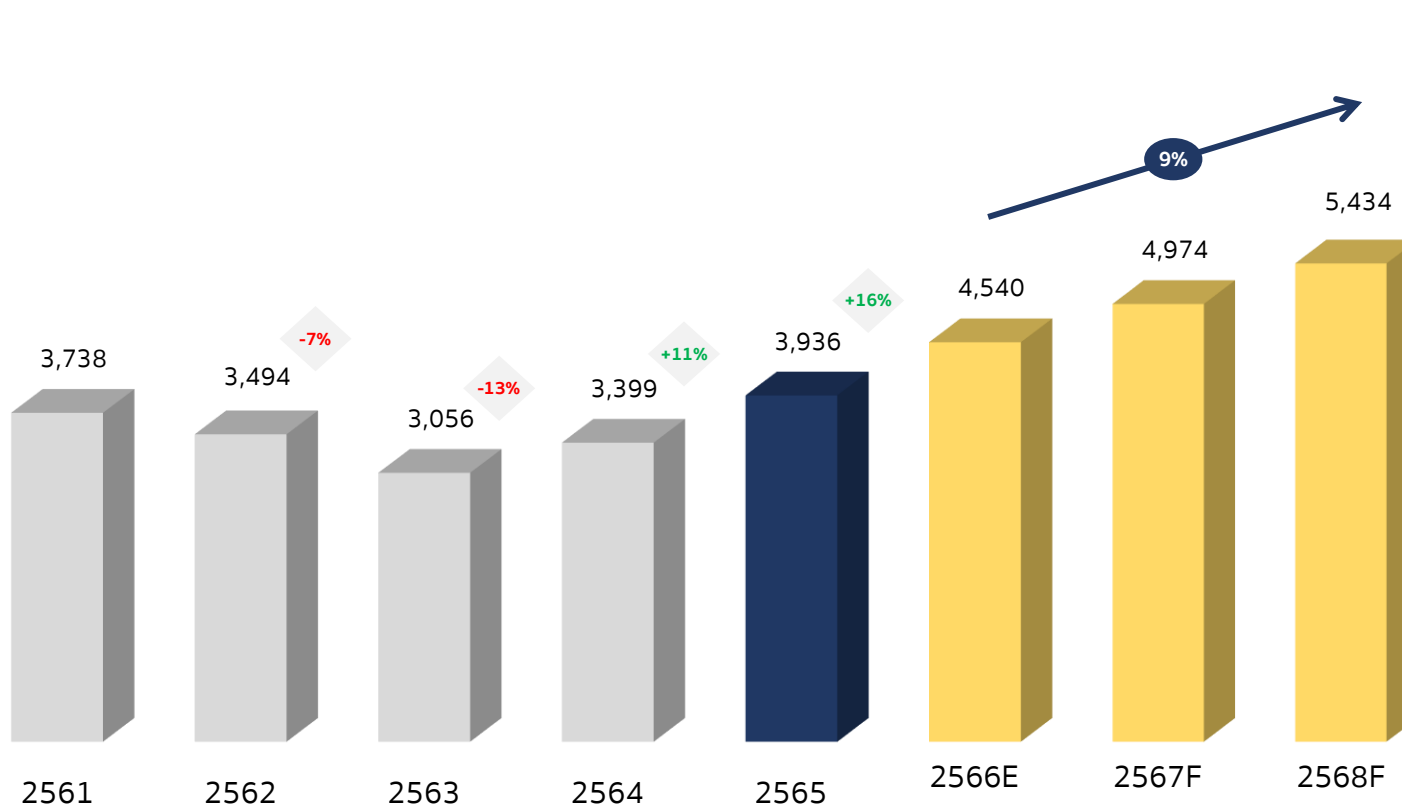
Size of the animation market worldwide from 2020 to 2030  
(in billion U.S. dollars)



แหล่งที่มา: Statista

# มูลค่ารวมอุตสาหกรรมแอนิเมชัน ปี 2561 - 2565 และ คาดการณ์แนวโน้มในปี 2566 - 2568

หน่วย: ล้านบาท



อุตสาหกรรมแอนิเมชันยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องเนื่องจาก **มูลค่าการรับจ้างผลิตผลงานภายใต้ลิขสิทธิ์ของผู้อื่น** โดยถือเป็นแหล่งรับจ้างที่สำคัญของอุตสาหกรรมของภูมิภาค

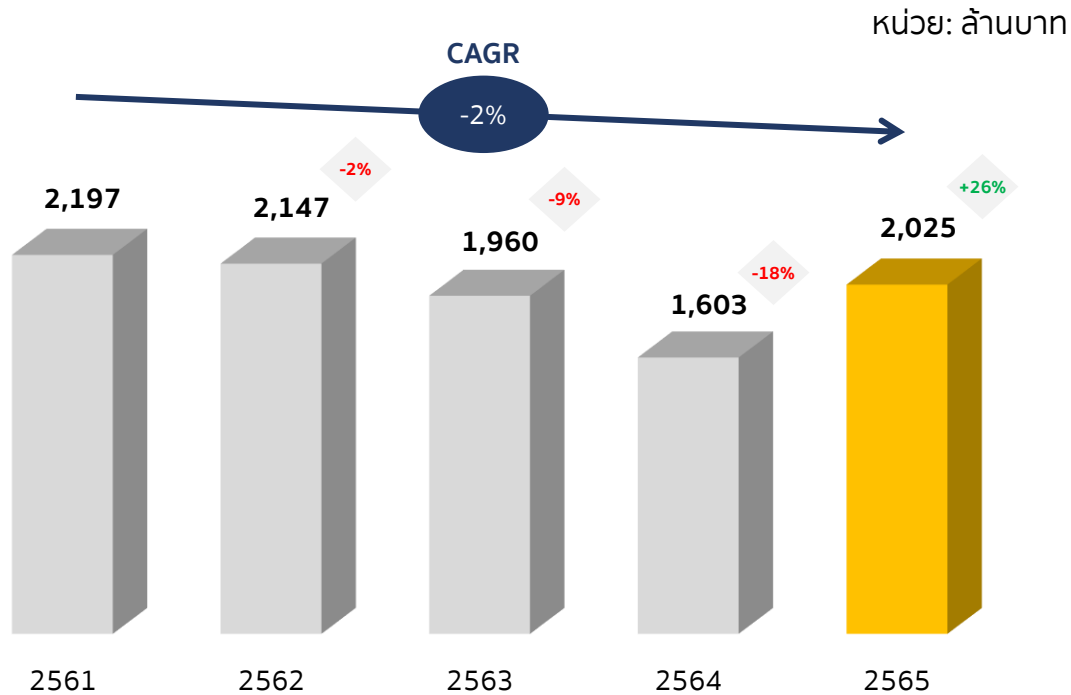
การกลับมาของภาพยนตร์การ์ตูนหรือภาพยนตร์แอนิเมชัน หลังจากช่วง Covid-19 ที่ทำส่งผลให้ในช่วงปี 2565 และ 2566 มี **จำนวนภาพยนตร์เพิ่มขึ้น** อย่างมีนัยยะ

การเติบโตของแพลตฟอร์มดิจิทัลนอกจากจะส่งผลดีในด้านการเผยแพร่คอนเทนต์ของไทย แต่ก็ทำให้ **การแข่งขันไร้พรมแดน** ยิ่งขึ้นมากด้วยเช่นกัน

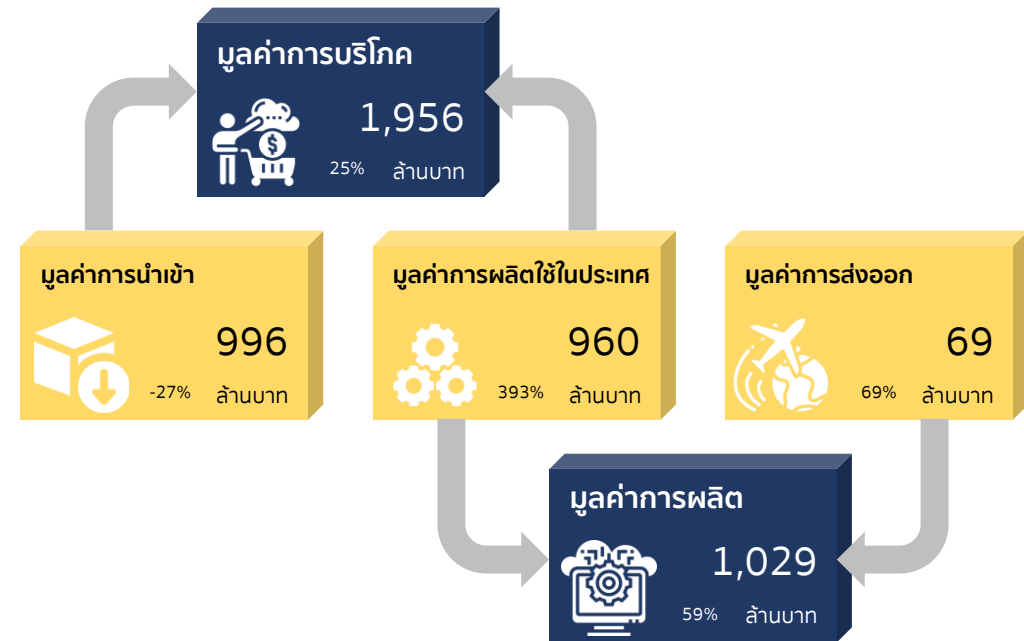
ผู้ประกอบการยัง **ขาดการส่งเสริม และการเข้าถึงแหล่งเงินทุน** เพื่อพัฒนา และสร้างทรัพย์สินทางปัญญาของตนเอง

# มูลค่าของอุตสาหกรรมคาแรคเตอร์

มูลค่ารวมอุตสาหกรรม ปี 2561 - 2565



มูลค่าการผลิต และการบริโภค ในปี 2565

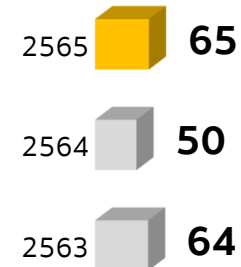
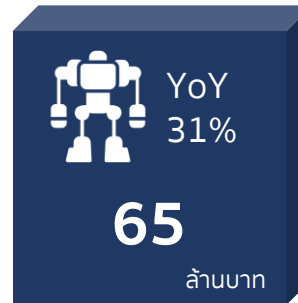


# มูลค่าอุตสาหกรรมค่าแรงแคเตอร์จำแนกตามผู้ประกอบการ

หน่วย: ล้านบาท

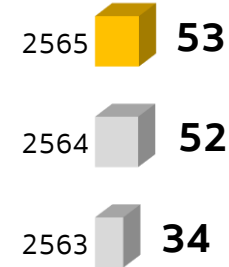
## ธุรกิจการผลิตงานโดยมีทรัพย์สินทางปัญญาของตนเอง (IP Owner)

มูลค่าการบริโภคกำลังกลับมาจากปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบัน และสภาพเศรษฐกิจที่เริ่มฟื้นตัว



## ธุรกิจการรับจ้างผลิตผลงานภายใต้ลิขสิทธิ์ของผู้อื่น (Outsource Service Provider)

มูลค่าจากการว่าจ้างยังคงมีปริมาณงานเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากการใช้ค่าแรงแคเตอร์ในการสื่อสารกับผู้บริโภคมากขึ้น โดยกลุ่มผู้จ้างงานส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการในประเทศไทย



## ธุรกิจการดูแลลิขสิทธิ์ นำเข้าและเป็นตัวแทนจำหน่าย (Licensing agent and Distributor)

จากสถานการณ์ Covid-19 ที่ผ่อนคลายขึ้น ส่งผลให้มีการเช่าลิขสิทธิ์เพื่อนำไปผลิตสินค้าเพิ่มขึ้น และกระแสของสินค้าในกลุ่ม Toy และ Hobby ที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง

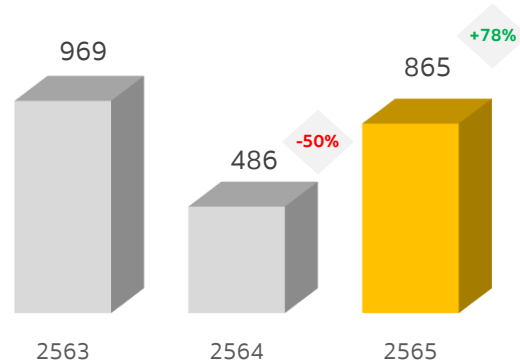


# มูลค่าอุตสาหกรรมค่าแครเตอร์จำแนกตามช่องทางรายได้

\* มูลค่าข้างต้นไม่ได้นับรวม มูลค่าของการรับจ้างผลิตผลงานภายใต้ลิขสิทธิ์ของผู้อื่น

## Traditional License

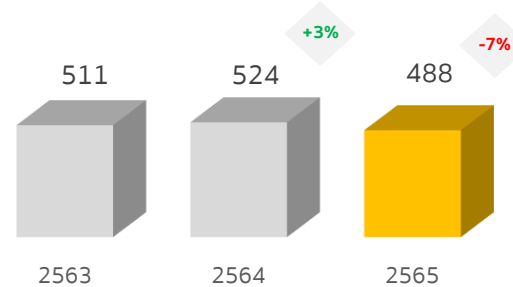
หน่วย: ล้านบาท



รายได้จากการขายหรือเช่าค่าแครเตอร์แบบดั้งเดิม มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น 78% ตัดตัวกลับมาหลังจากสถานการณ์ Covid-19 โดยมูลค่าหลักมาจากการเช่าลิขสิทธิ์เพื่อนำไปผลิตสินค้าจากผู้ผลิตในประเทศ

## Digital License

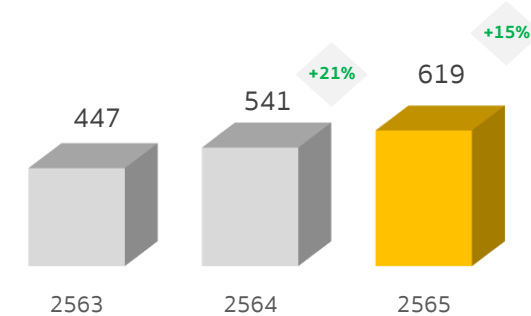
หน่วย: ล้านบาท



รายได้จากการขายหรือเช่าค่าแครเตอร์แบบดิจิทัล มีอัตราการเติบโตลดลง 7% โดยมูลค่ามากกว่า 98% เป็นมูลค่าจากการเช่า/ซื้อลิขสิทธิ์ภายในประเทศไทย

## Character Merchandising

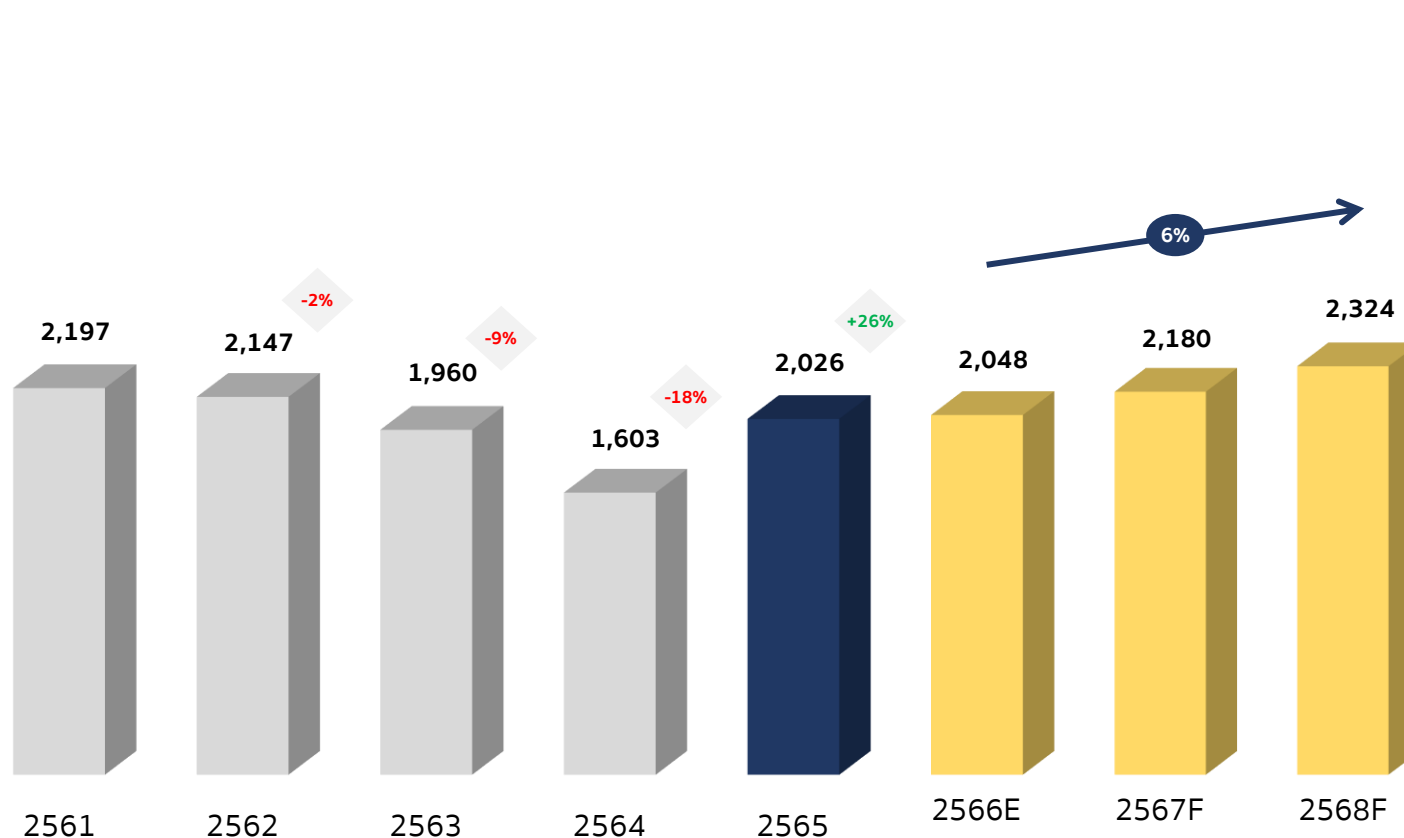
หน่วย: ล้านบาท



รายได้จากการผลิตสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบสินค้าดั้งเดิม และสินค้าในรูปแบบดิจิทัลจากผู้ที่เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ของค่าแครเตอร์ มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น 15% จากสินค้าในกลุ่ม Toy และ Hobby ของกลุ่มลูกค้าจากต่างประเทศที่เพิ่มมากขึ้น

# มูลค่ารวมอุตสาหกรรมคาแรคเตอร์ ปี 2561 - 2565 และ คาดการณ์แนวโน้มในปี 2566 - 2568

หน่วย: ล้านบาท



อุตสาหกรรมคาแรคเตอร์กำลังฟื้นตัว  
หลังจากสถานการณ์ Covid-19 โดยปัจจัย  
หลักมาจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น และ  
สภาพคล่องทางเศรษฐกิจของผู้บริโภค

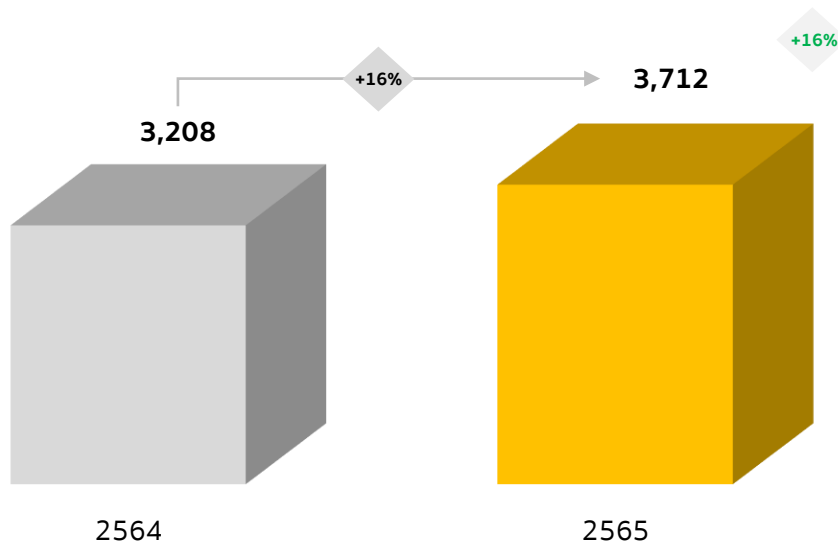
ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ที่ยังคงเป็นปัญหาที่  
ยากต่อการแก้ไขและปราบปราม

อุตสาหกรรมคาแรคเตอร์ยังคงขาดการสร้าง  
ความตระหนักรู้เกี่ยวกับเรื่องของทรัพย์สินทาง  
ปัญญา และการละเมิดลิขสิทธิ์

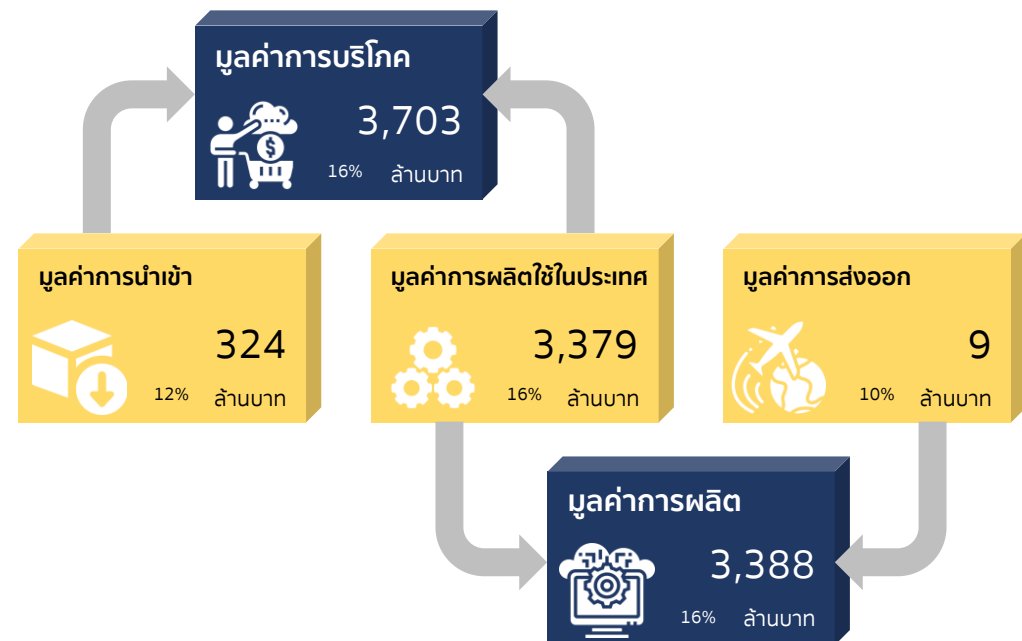
# มูลค่าของอุตสาหกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์

มูลค่ารวมอุตสาหกรรม ปี 2564 - 2565

หน่วย: ล้านบาท



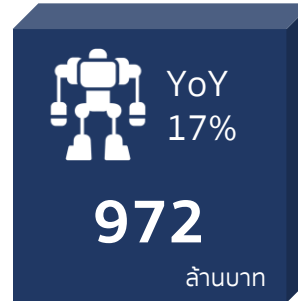
มูลค่าการผลิต และการบริโภค ในปี 2565



# มูลค่าอุตสาหกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์จำแนกตามผู้ประกอบการ

## ธุรกิจการผลิตงานโดยมีทรัพย์สินทางปัญญาของตนเอง (IP Owner)

มูลค่าการบริโภคจากความสะดวกในการใช้งานเนื่องจากสามารถใช้งานเพื่ออ่านเนื้อหาที่ต้องการได้ทุกที่ทุกเวลา โดยไม่ต้องพกหนังสือ หรือตัวเล่ม



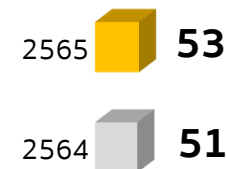
## ธุรกิจการดูแลลิขสิทธิ์ นำเข้าและเป็นตัวแทนจำหน่าย (Licensing agent and Distributor)

การใช้แพลตฟอร์มบนมือถือในการให้บริการ ยังคงส่งผลต่ออัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากความสะดวกในการใช้งาน และการประมวลผลจากการใช้งานของผู้บริโภค เพื่อคัดเลือกสื่อที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค



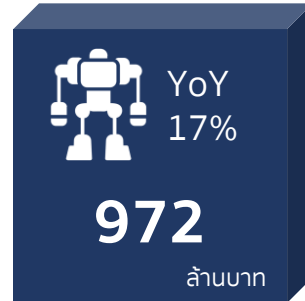
## ธุรกิจการรับจ้างผลิตผลงานภายใต้ลิขสิทธิ์ของผู้อื่น (Outsource Service Provider)

มูลค่าของการให้บริการรับจ้างผลิตกำลังเริ่มเติบโตจากทั้งฝั่งของเจ้าของลิขสิทธิ์และตัวแทนในการจัดจำหน่ายที่เข้ามาใช้บริการ โดยบริการหลักจะเป็นการแปลงไฟล์เนื้อหาให้อยู่ในรูปแบบของไฟล์ e-book



# นิยามอุตสาหกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์จำแนกตามผู้ประกอบการ

ธุรกิจการผลิตงานโดยมีทรัพย์สินทาง  
ปัญญาของตนเอง  
(IP Owner)



ธุรกิจการดูแลลิขสิทธิ์ นำเข้าและเป็น  
ตัวแทนจำหน่าย  
(Licensing agent and Distributor)



ธุรกิจการรับจ้างผลิตผลงานภายใต้  
ลิขสิทธิ์ของผู้อื่น  
(Outsource Service Provider)



## Web Novel and Fiction

นิยายหรือบทประพันธ์ที่นักเขียนหรือผู้ประพันธ์นำมาเผยแพร่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ หรือ แอปพลิเคชัน โดยแบ่งเป็นตอน ๆ โดยมีทั้งแบบที่อ่านฟรี และแบบที่ต้องเสียค่าบริการเป็นรายตอนหรือรายเดือน หรืออาจใช้การรับชมโฆษณาแทนค่าบริการ



## E-book and E-Comic

นิยายหรือบทประพันธ์ที่นักเขียนหรือผู้ประพันธ์ได้รวมเล่มและจัดทำเป็นหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อจัดจำหน่ายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยจะต้องใช้งานคู่กับ Soft ware หรือ Device ที่รองรับหรือสามารถทำงานร่วมกับแพลตฟอร์มนั้น ๆ เพื่ออ่านหนังสือ



## Webtoon

คอมิค มังงะ มันทวา หรือ การ์ตูน ที่นักเขียนหรือผู้ประพันธ์นำมาเผยแพร่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ หรือ แอปพลิเคชัน



## Outsource Service

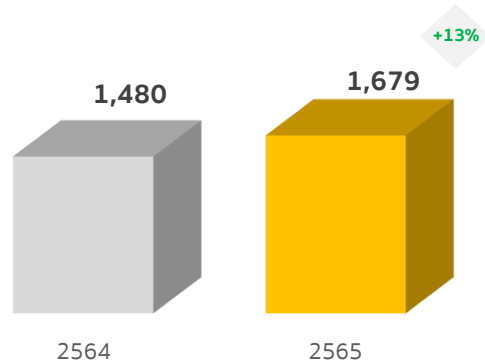
การรับจ้างเพื่อจัดทำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งประกอบด้วย

- Digital Painting / Illustration Service
- Publishing Service
- Translation Service

# มูลค่าอุตสาหกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์จำแนกตามรูปแบบเนื้อหา

## Web Novel and Fiction

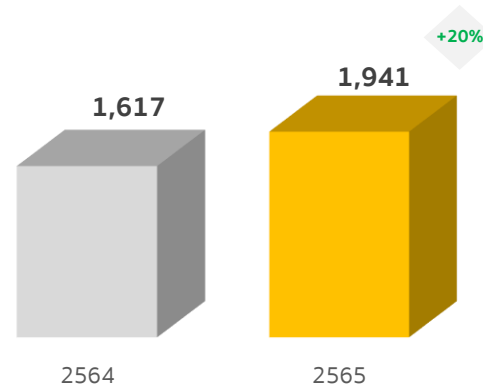
หน่วย: ล้านบาท



นิยายหรือบทประพันธ์ที่นักเขียนหรือผู้ประพันธ์นำมาเผยแพร่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ หรือ แอปพลิเคชัน โดยแบ่งเป็นตอน ๆ โดยมีทั้งแบบที่อ่านฟรี และแบบที่ต้องเสียค่าบริการเป็นรายตอนหรือรายเดือน หรืออาจใช้การรับชมโฆษณาแทนค่าบริการ

## E-book and E-Comic

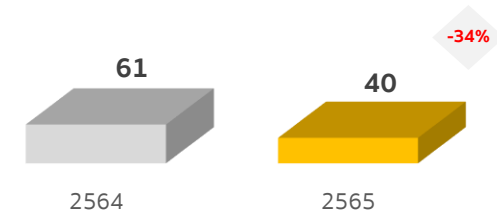
หน่วย: ล้านบาท



นิยายหรือบทประพันธ์ที่นักเขียนหรือผู้ประพันธ์ได้รวมเล่มและจัดทำเป็นหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เพื่อจัดจำหน่ายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยจะต้องใช้งานคู่กับ Software หรือ Device ที่รองรับหรือสามารถทำงานร่วมกับแพลตฟอร์มนั้น ๆ เพื่ออ่านหนังสือ

## Webtoon

หน่วย: ล้านบาท



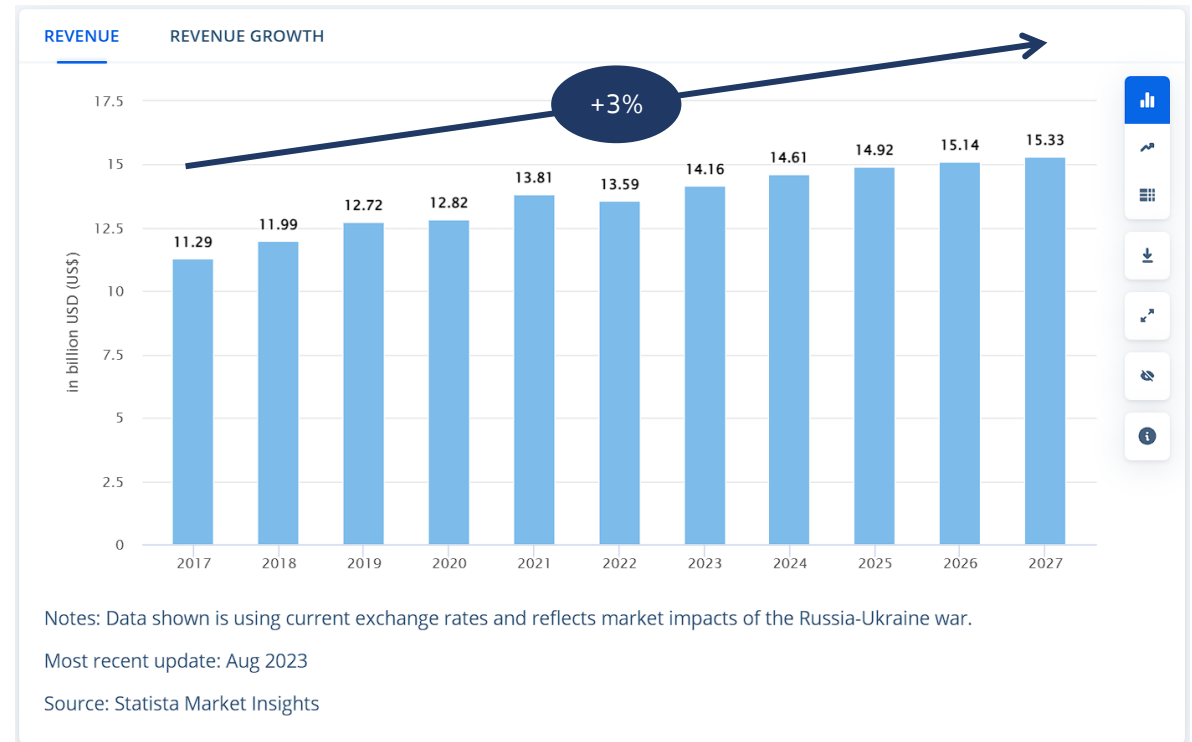
คอมิค มังงะ มินฮวา หรือ การ์ตูน ที่นักเขียนหรือผู้ประพันธ์นำมาเผยแพร่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ หรือ แอปพลิเคชัน

# คาดการณ์มูลค่าอุตสาหกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ทั่วโลก

## eBook market size worldwide 2017-2027

- Revenue in the eBooks market is projected to reach US\$14.16bn in 2023.
- Revenue is expected to show an annual growth rate (CAGR 2023-2027) of 2.00%, resulting in a projected market volume of US\$15.33bn by 2027.
- In the eBooks market, the number of readers is expected to amount to 1.1bn users by 2027.
- User penetration will be 12.8% in 2023 and is expected to hit 14.1% by 2027.
- The average revenue per user (ARPU) is expected to amount to US\$14.41.
- In global comparison, most revenue will be generated in the United States (US\$5,254.00m in 2023).

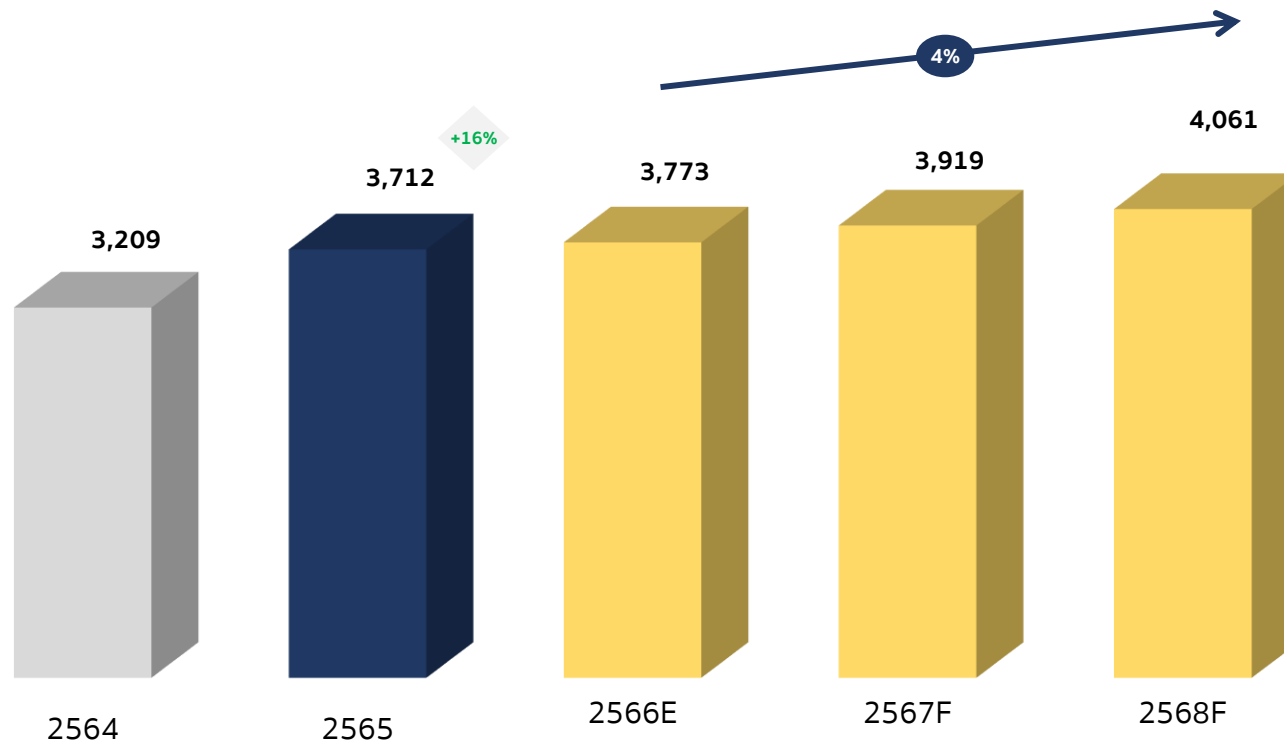
### eBooks - Worldwide Revenue



แหล่งที่มา: Statista

# มูลค่ารวมอุตสาหกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ ปี 2561 - 2565 และคาดการณ์แนวโน้มในปี 2566 - 2568

หน่วย: ล้านบาท



พฤติกรรมของคอนูร์ุ่นใหม่ ที่ **นิยมการสร้าง Content มากขึ้น** และการเผยแพร่บนแพลตฟอร์มออนไลน์

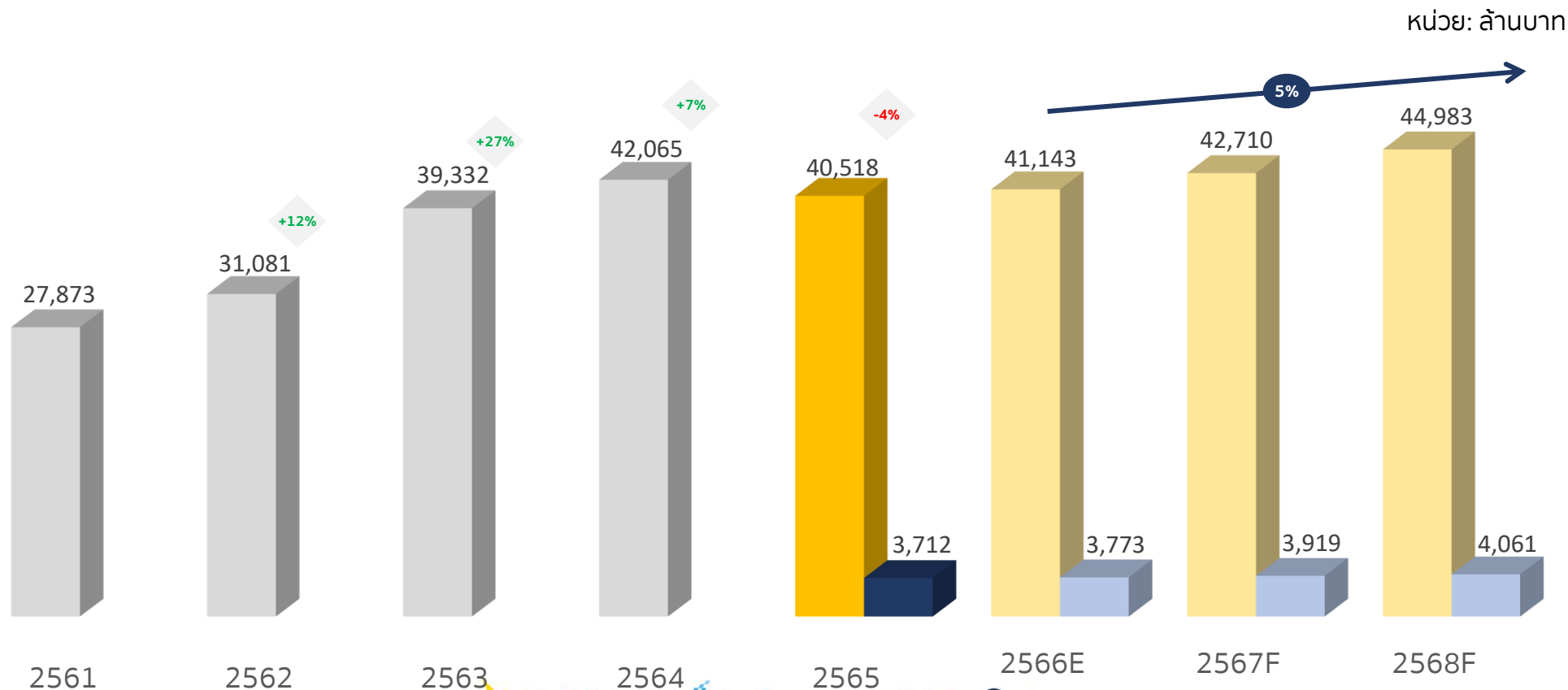
การใช้แพลตฟอร์ม **เก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล** เพื่อคัดเลือกสื่อที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

ความสะดวกในเข้าถึง การพกพา การซื้อ การจัดเก็บ และการบำรุงรักษา จากระบบแพลตฟอร์มที่ให้บริการ

ปัญหา **การละเมิดลิขสิทธิ์** ที่ยังคงเป็นปัญหาที่ยากต่อการแก้ไขและปราบปราม

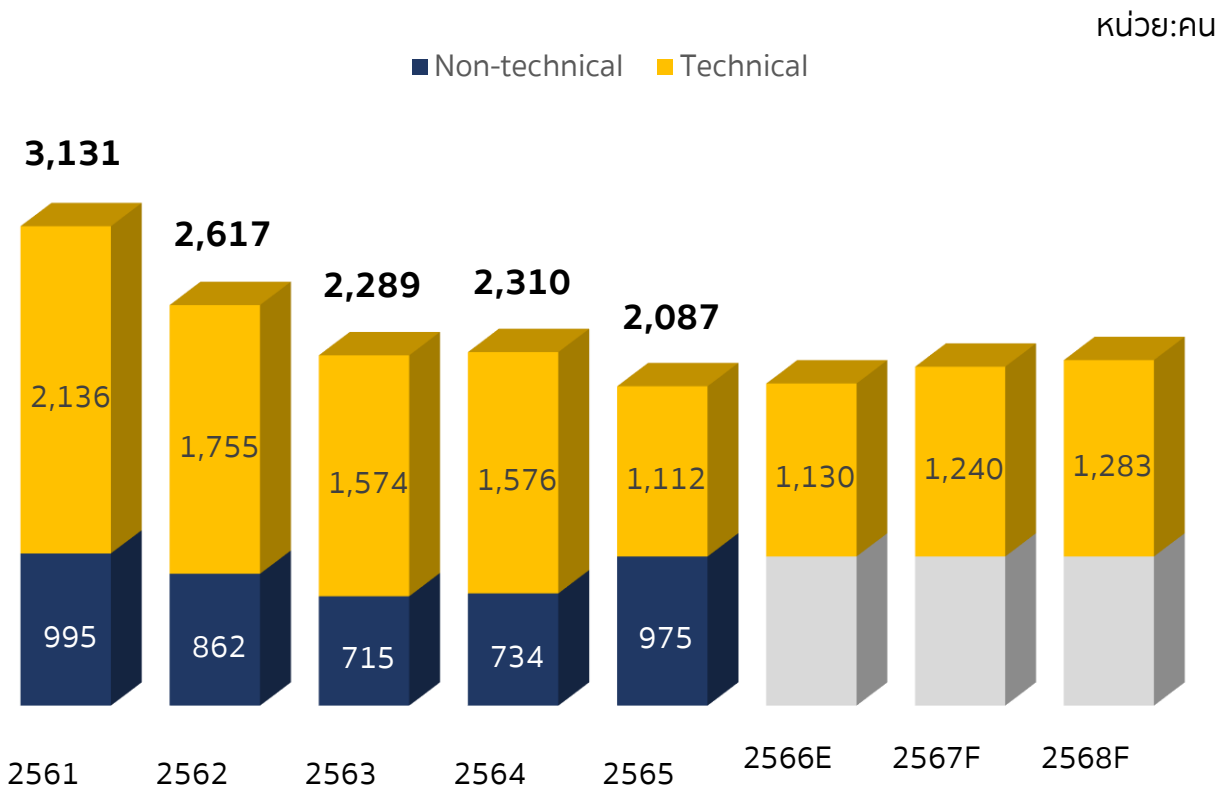
# อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ไทยมีศักยภาพที่จะขยายตัวต่อเนื่อง

ถึงแม้ อุตสาหกรรมเกมจะมีอัตราการเติบโตลดลงจากจำนวนผู้เล่นเกมที่ลดลง แต่ในส่วนของอุตสาหกรรมแอนิเมชันและคาแรคเตอร์เริ่มมีสัญญาณการฟื้นตัวที่ชัดเจนมากขึ้นในปี 2565 และคาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมหนังสืออิเล็กทรอนิกส์จะเป็นอีกกำลังสำคัญในการขยายมูลค่าของอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์

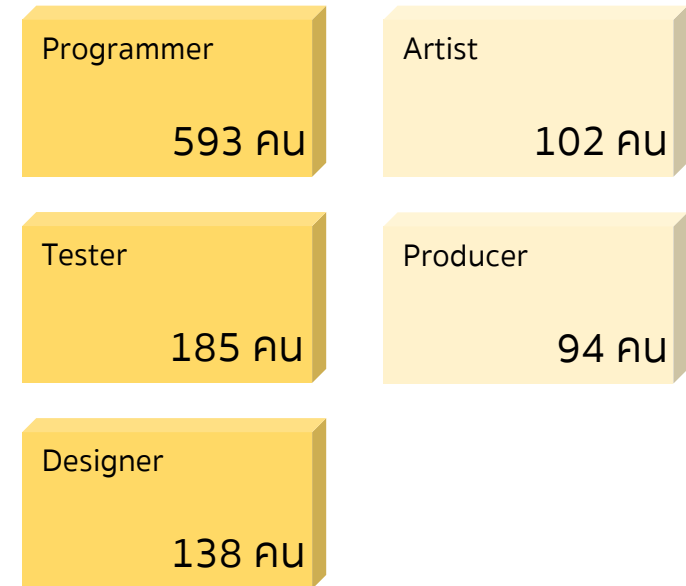


# สถานภาพบุคลากรดิจิทัลของอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมเกม จำแนกตามประเภท ปี 2561 – 2565

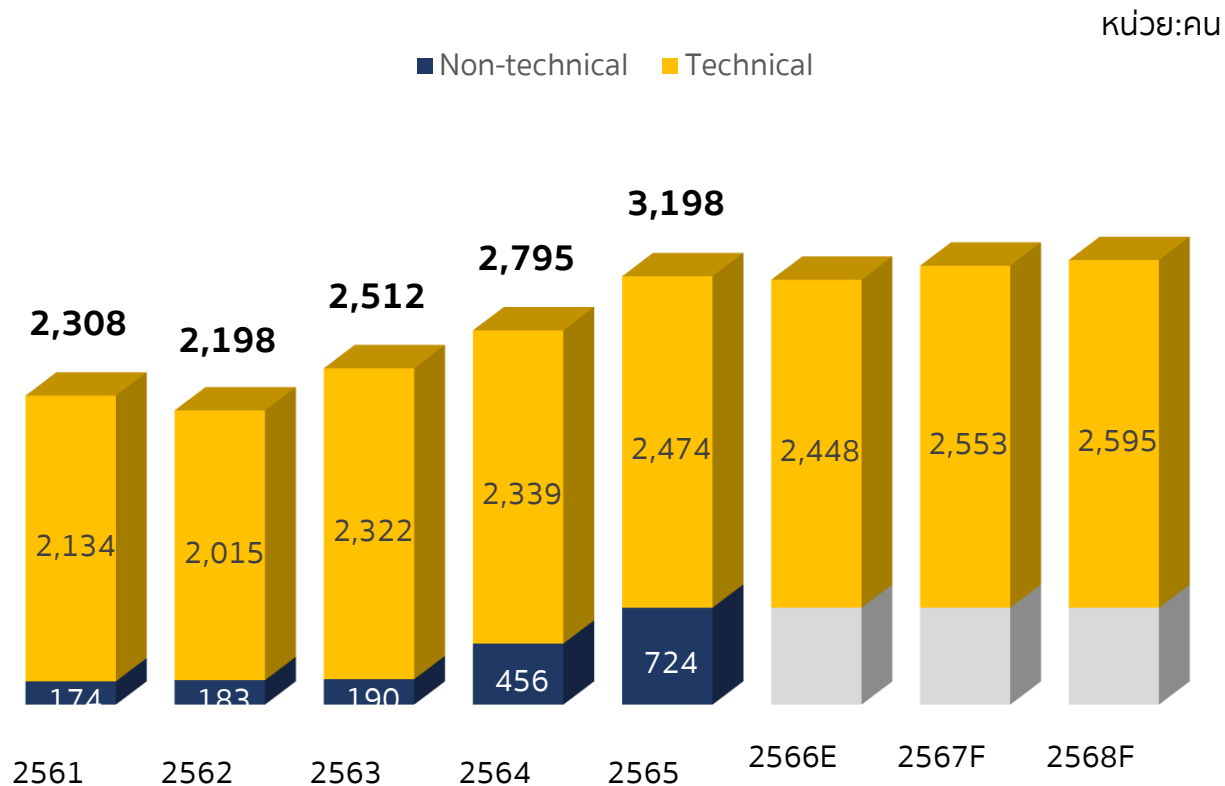


ตำแหน่งงานที่มีความเชี่ยวชาญหรือทักษะเฉพาะ (Technical) ของอุตสาหกรรม ปี 2565



# สถานภาพบุคลากรดิจิทัลของอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมแอนิเมชัน จำแนกตามประเภท ปี 2561 – 2565

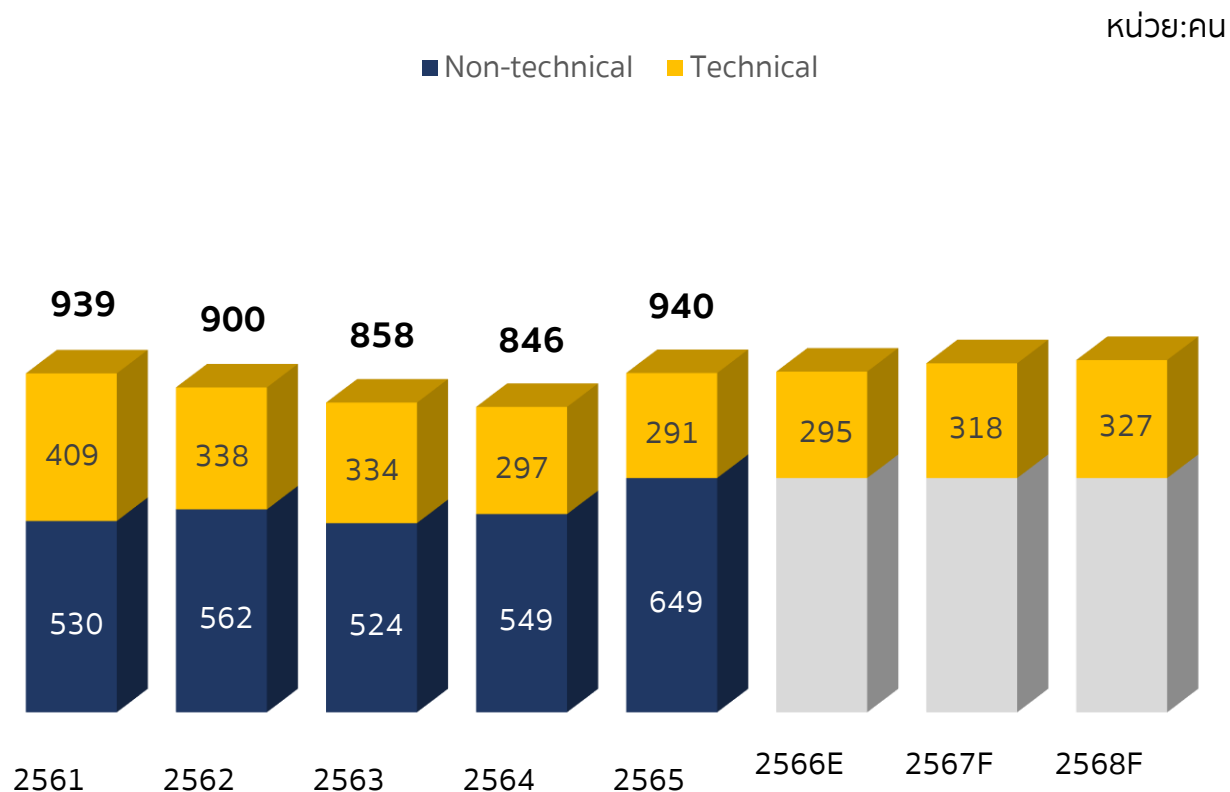


ตำแหน่งงานที่มีความเชี่ยวชาญหรือทักษะเฉพาะ (Technical) ของอุตสาหกรรม ปี 2565

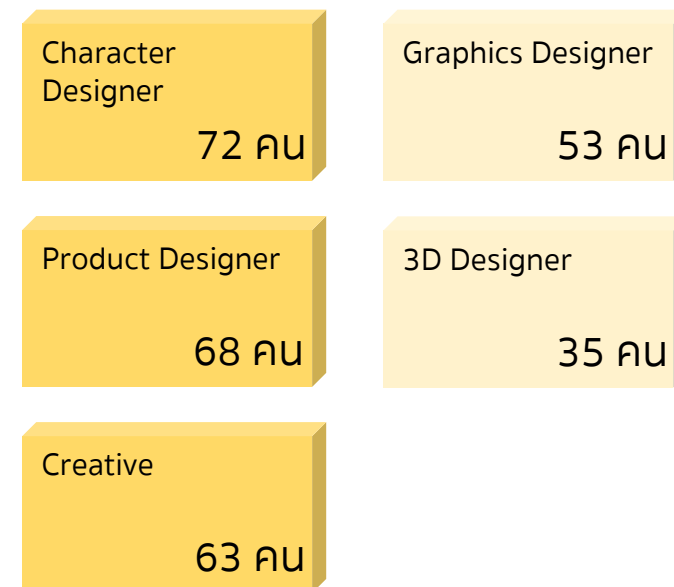
VFX Artist 398 คน	Storyboard Artist 94 คน	Environment Artist 38 คน
3D animator 379 คน	Modeler Modeling Artist 92 คน	Layout Artist 32 คน
2D animator 334 คน	Dynamic Simulation Artist 70 คน	Look Development Artist 31 คน
CG Generalist 257 คน	Art Director 67 คน	Sound Design Engineer 28 คน
Composer 191 คน	Rigger 56 คน	Rotoscope Artist 26 คน
Editor 145 คน	Lighting Artist 45 คน	Music Artist 16 คน
Concept Artist 131 คน	Texture Artist 44 คน	

# สถานภาพบุคลากรดิจิทัลของอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมคาเรเตอร์ จำแนกตามประเภท ปี 2561 – 2565

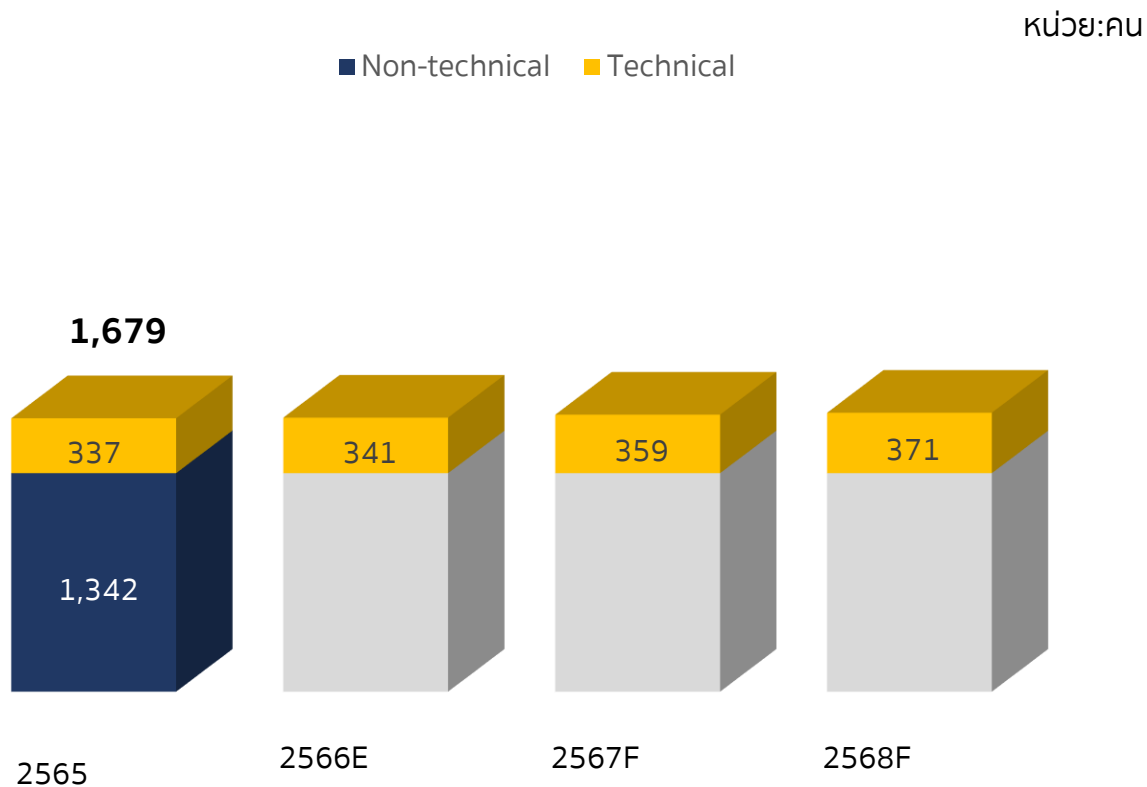


ตำแหน่งงานที่มีความเชี่ยวชาญหรือทักษะเฉพาะ (Technical) ของอุตสาหกรรม ปี 2565

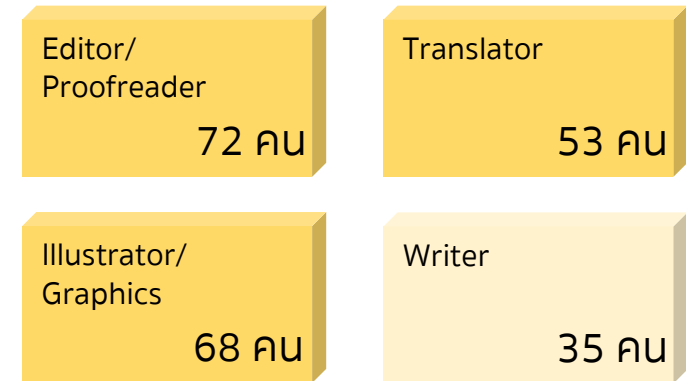


# สถานภาพบุคลากรดิจิทัลของอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมคาเรเตอร์ จำแนกตามประเภท ปี 2561 – 2565



ตำแหน่งงานที่มีความเชี่ยวชาญหรือทักษะเฉพาะ (Technical) ของอุตสาหกรรม ปี 2565





ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

# BACKUP SLIDE

# ส่งเสริมอุตสาหกรรมเกม

ดำเนินการต้นน้ำถึงปลายน้ำ



# Game Industry Promotion

## Game Industry 2020 - ongoing

Target: Public



**Inspiration Clips**  
Build a positive attitude and promote benefits of game as a future career

Target:  
Public / Young Professional



**Online Academy**  
Skill Development courses for interested persons to become professional game developers.

Target: Students / Young Professional /  
Game Developers



**Accelerator Program**  
Capacity building and business matching program to support new entrepreneurs & developers.

Target: Game Companies



**Co-investment**  
In Digital Content & game project in the growth stage

## eSports Projects October 2023 - 2024



eSports  
**in School**

Build a positive attitude and promote benefits of game and E-sports.

eSports  
**Online Academy**

Learning new skills to support new future careers

eSports  
**Accelerator Program**

Develop personnel and matching with the club to become a professional.

eSports  
**Tournament**

- School Tournament
- Influencer Tournament
- National Tournament

eSports  
**Learning Center**

Co-investment

## Collaboration



Embassy of Sweden  
Bangkok

