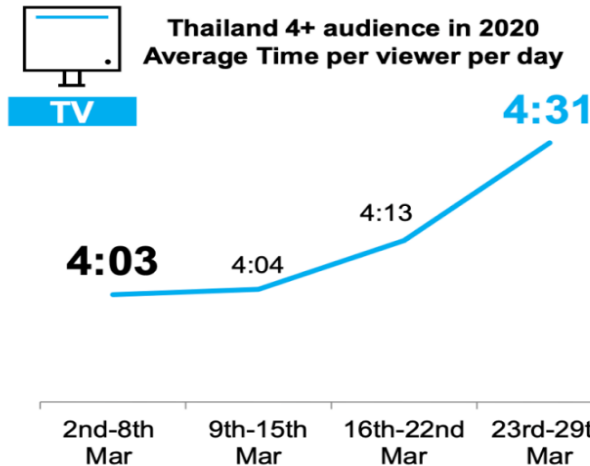
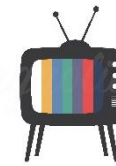


WFH หนุนคนดูทีวีมากขึ้น แต่ “การใช้โฆษณาลดลง”



Source: Nielsen Television Audience Measurement

เรตติ้งทีวีดิจิทัล			ประจำสัปดาห์ 13-19 เม.ย. 63		
อันดับ	ช่อง	เรตติ้ง	อันดับ	ช่อง	เรตติ้ง
1	7 HD	2.257	11	MCOT HD 30	0.190
2	3 HD	1.283	12	PTV HD 36	0.175
3	NO 29	1.130	13	True HD	0.109
4	เอก 31	0.668	14	true 4U 24	0.068
5	ไทยทีวี 32	0.663	15	NRT	0.050
6	Workpoint	0.637	16	TNN 16	0.039
7	AMARIN 34 HD	0.507	16	NEW 18	0.030
8	8	0.297	18	TV 3	0.015
9	N	0.261			
10	GMM 25	0.232			

@TV Digital Watch
www.tvdigitalwatch.com
ที่มา : Nielsen Nationwide 4+ 24ชม.

➡ นีลสัน มีเดีย ประเทศไทย เปิดเผยว่าประเทศไทยมีการบริโภคสื่อโทรทัศน์เพิ่มขึ้นในช่วงของการระบาดของ Covid-19 ซึ่งส่งผลให้ประชาชนใช้เวลาอยู่ที่บ้านมากขึ้น โดยระยะเวลาในการดูโทรทัศน์เฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 4 ชั่วโมง 3 นาที เป็น 4 ชั่วโมง 31 นาที เมื่อเปรียบเทียบระหว่างช่วงต้นเดือนและปลายเดือนมีนาคม ขณะที่กลุ่มนักเรียนและพนักงานออฟฟิศ ใช้เวลาดูโทรทัศน์เพิ่มขึ้น 40 นาที และ 46 นาทีตามลำดับ

➡ อย่างไรก็ตาม ในส่วนของการใช้เม็ดเงินโฆษณาในเดือนมี.ค. กลับลดลง 5% และคาดว่าจะลดลงมากขึ้นในเดือนเม.ย. ตามผลกระทบที่มากขึ้นจาก Covid-19 ซึ่งมองว่ายังเป็นปัจจัยที่กดดันกลุ่มทีวีดิจิทัล และยังมีผลกระทบจากการเลื่อนจัดงาน Event และ Concert ต่างๆออกไปอีกด้วย ขณะที่สมาคมมีเดียเอเยนซีและธุรกิจสื่อแห่งประเทศไทย (MAAT) เองก็ปรับลดอัตราการเติบโตของเม็ดเงินโฆษณาในปี'63 จากเพิ่มขึ้น 2.4% เป็นหดตัวลง 4.4%

➡ มองราคาหุ้นที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็นผลจากการคาดหวังการฟื้นตัวของเม็ดเงินโฆษณา หากธุรกิจต่างๆสามารถกลับมาทำงานได้เร็วกว่าที่คาดไว้หลังการผ่อนปรนมาตรการป้องกันต่างๆ อย่างไรก็ตาม เรายังคงมุมมองเชิงลบจากเม็ดเงินโฆษณาที่ลดลง และคาดว่าจะส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของกลุ่ม TV Digital ใน 1Q63-2Q63 เป็นอย่างน้อย จึงคงคำแนะนำ "Underweight"