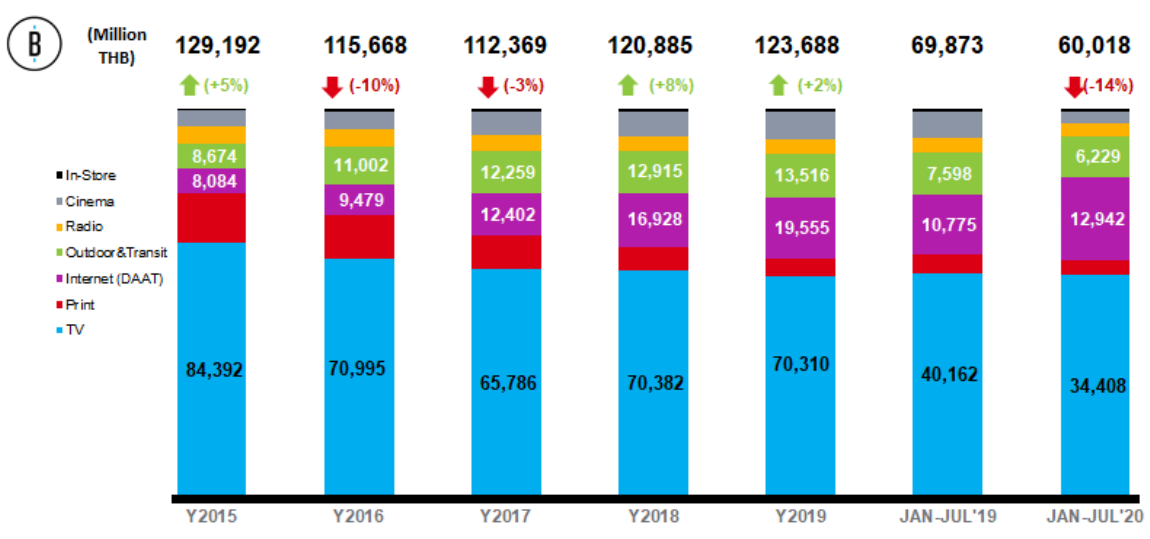


# NIELSEN MEDIA SPENDING

## เม็ดเงินโฆษณาเดือนกรกฎาคมปี 2020

### THAILAND MEDIA SPENDING



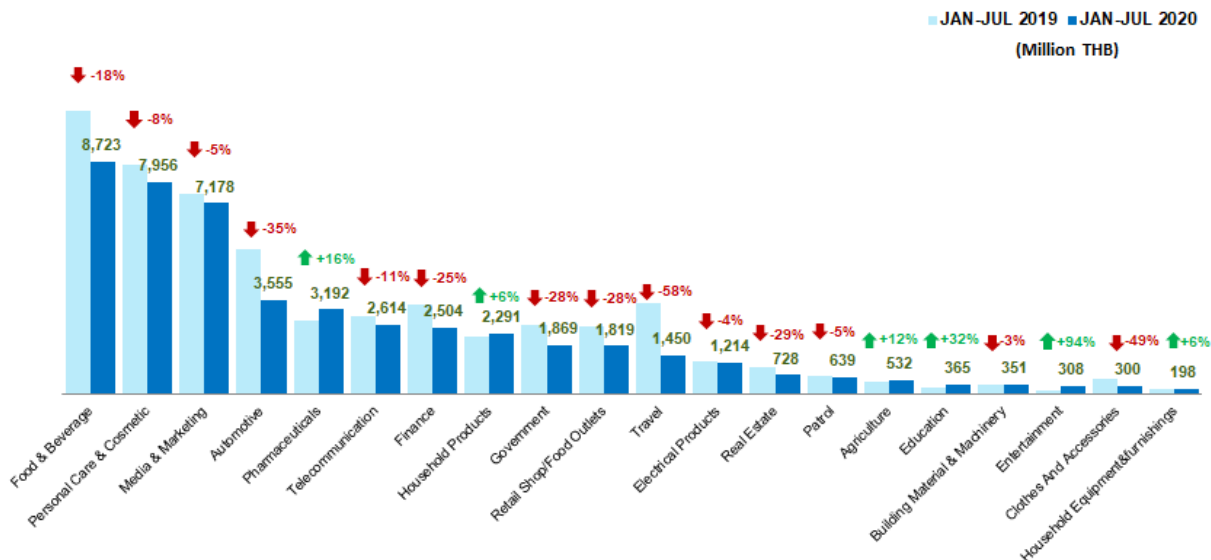
Source: Nielsen Advertising Information Service, DAAT (Digital Advertising Association (Thailand))

เอจีบี นิลเซ็น ประเทศไทย เปิดเผยมูลค่าเม็ดเงินโฆษณาในช่วงมกราคมถึงกรกฎาคมปี 2020 หดตัวลง-14% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้วโดยมูลค่าอยู่ที่ 60,018 ล้านบาท ซึ่งสื่อทีวียังคงเป็นสื่อที่มีสัดส่วนของการใช้เม็ดเงินโฆษณาสูงสุดอยู่ที่ 57% หลังจากคลายล็อกดาวน์ภาพรวมเม็ดเงินโฆษณาในเดือนกรกฎาคมยังคงได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด19 ต่อเนื่องโดยลดลง -19% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว แต่อย่างไรก็ตามในเดือนกรกฎาคมเม็ดเงินโฆษณาเริ่มกลับมาเพิ่มขึ้นจากช่วงเดือนเมษายนถึงมิถุนายนที่ผ่านมา

THAILAND MEDIA SPENDING											
Media spending (Million THB)	Y2015	Y2016	Y2017	Y2018	Y2019	JAN-JUL 2019	JAN-JUL 2020	%Growth JAN-JUL	JUL 2019	JUL 2020	%Growth JUL
TV	84,392	70,995	65,786	70,382	70,310	40,162	34,408	-14%	5,996	5,215	-13%
Internet (DAAT)	8,084	9,479	12,402	16,928	19,555	10,775	12,942	20%	1,756	1,849	5%
Outdoor & Transit	8,674	11,002	12,259	12,915	13,516	7,598	6,229	-18%	1,091	821	-25%
Cinema	5,133	5,445	6,816	7,383	8,838	4,744	1,943	-59%	1,045	269	-74%
Print	16,590	12,782	9,684	7,416	5,689	3,393	2,076	-39%	484	325	-33%
Radio	5,675	5,263	4,476	4,802	4,741	2,587	2,070	-20%	412	303	-26%
In-Store	645	703	946	1,060	1,040	613	352	-43%	99	40	-60%
<b>Total</b>	<b>129,192</b>	<b>115,668</b>	<b>112,369</b>	<b>120,885</b>	<b>123,688</b>	<b>69,873</b>	<b>60,018</b>	<b>-14%</b>	<b>10,884</b>	<b>8,823</b>	<b>-19%</b>

Source: Nielsen Advertising Information Service, DAAT (Digital Advertising Association (Thailand))

# THAILAND MEDIA SPENDING BY INDUSTRY



Source: Nielsen Advertising Information Service; Total Advertising Expenditure includes all industries

ในปี 2020 นี้ภาพรวมอุตสาหกรรมหลักใช้เม็ดเงินโฆษณาตกลงจากปีที่แล้ว โดย 4 กลุ่มหลักได้แก่ กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม (Food&Beverage) มูลค่า 8,723 ล้านบาท ลดลง -18% รองลงมาคือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลและเครื่องสำอาง (Personal Care & Cosmetic) มูลค่า 7,956 ล้านบาท ลดลง -8% ลำดับที่ 3 คือกลุ่ม Media & Marketing มูลค่า 7,178 ล้านบาท ลดลง -5% และลำดับที่ 4 คือกลุ่มยานยนต์ (Automotive) มูลค่า 3,555 ล้านบาท ลดลง -35% ขณะที่กลุ่มยา (Pharmaceuticals) มูลค่า 3,192 ล้านบาท และ กลุ่มสินค้าครัวเรือนในบ้าน (Household products) มูลค่า 2,291 ล้านบาท ใช้เม็ดเงินโฆษณาเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว +16% และ +6% ตามลำดับ

## TOP 10 ADVERTISER IN JAN-JUL 20



(Million THB)



Source: Nielsen Advertising Information Service

ในส่วนของบริษัทที่ใช้เม็ดเงินโฆษณาสูงสุดของเดือนมกราคมถึงกรกฎาคมปี 2020 โดย 3 ลำดับแรกได้แก่

บริษัท UNILEVER (THAI) HOLDINGS CO.,LTD. มูลค่า 2,107 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว +20% โดยแคมเปญที่ใช้เม็ดเงินโฆษณาสูงสุดในเดือนกรกฎาคมที่ผ่านมาคือใหม่ วาสลีนสบูล้างมือ,ครีมอาบน้ำ ช่วยป้องกันพร้อมดูแลผิว ทางสื่อทีวีมูลค่า 25 ล้านบาท รองลงมาคือ เรโซนา motionsense กระจายความหอมยาวนาน 24 ชั่วโมง ทางสื่อทีวีมูลค่า 22 ล้านบาท



## UNILEVER (THAI) HOLDINGS CO.,LTD.

TOP SPENDING CREATIVES IN JUL 2020

CARE :LADY:PHALANG ANTI-BAC:HAND WASH&SOAP LIQUID

PHISUT :K.BAIFERN:MOTIONSENSE:24 HR./KHUAT NAI



ใหม่ วาสลีน ช่วยป้องกันพร้อมดูแลผิว

**25 MILLION BAHT**  
TV Spending



เรโซนา motionsense กระจายความหอมยาวนาน

**22 MILLION BAHT**  
TV Spending

Source: Nielsen Advertising Information Service

บริษัท TV DIRECT PUBLIC CO.,LTD. มูลค่า 1,387 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว +36% โดยแคมเปญที่ใช้เม็ดเงินโฆษณาสูงสุดในเดือนกรกฎาคมที่ผ่านมา คือ เครื่องบดสับบีน ซีโอ 1 แกรม 1ทางสื่อทีวีมูลค่า 17 ล้านบาท รองลงมาคือบันไดอเนกประสงค์ Zuper LADDER ทางสื่อทีวีมูลค่า 15 ล้านบาท



## TV DIRECT PUBLIC CO.,LTD.

TOP SPENDING CREATIVES IN JUL 2020

SKG BLENDERS :DIS.990 B.&FR.BOWL

SUPER LADDER :DIS.2990 BAHT&FR.:9555:KAN&:LOGO



เครื่องบดสับบีน ซีโอ 1 แกรม 1

**17 MILLION BAHT**  
TV Spending



บันไดอเนกประสงค์

**15 MILLION BAHT**  
TV Spending

Source: Nielsen Advertising Information Service

บริษัท NESTLE(THAI) CO.,LTD. มูลค่า 1,332 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว +8% โดยแคมเปญที่ใช้  
 เม็ดเงินโฆษณาสูงสุดในเดือนกรกฎาคมที่ผ่านมาคือ Nescafe Blend&Brew แจกทอง 100 วัน 1,000 เส้น ทางสื่อทีวีมูลค่า 43  
 ล้านบาท รองลงมาคือ Nescafe Blend&Brew เข้มข้น นุ่มลงตัว ทางสื่อทีวีมูลค่า 41 ล้านบาท



**Nestlé** **NESTLE(THAI) LTD**  
 TOP SPENDING CREATIVES IN JUL 2020

SONG SING DAEN THONG :LUN THONG



Nescafe แจกทอง 100 วัน 1,000 เส้น

**43 MILLION BAHT  
 TV Spending**

KHAO KAN :K.JAMES&K.POPE PLAY GUITAR/PHIANG



Nescafe Blend&Brew เข้มข้น นุ่มลงตัว

**41 MILLION BAHT  
 TV Spending**

Source: Nielsen Advertising Information Service