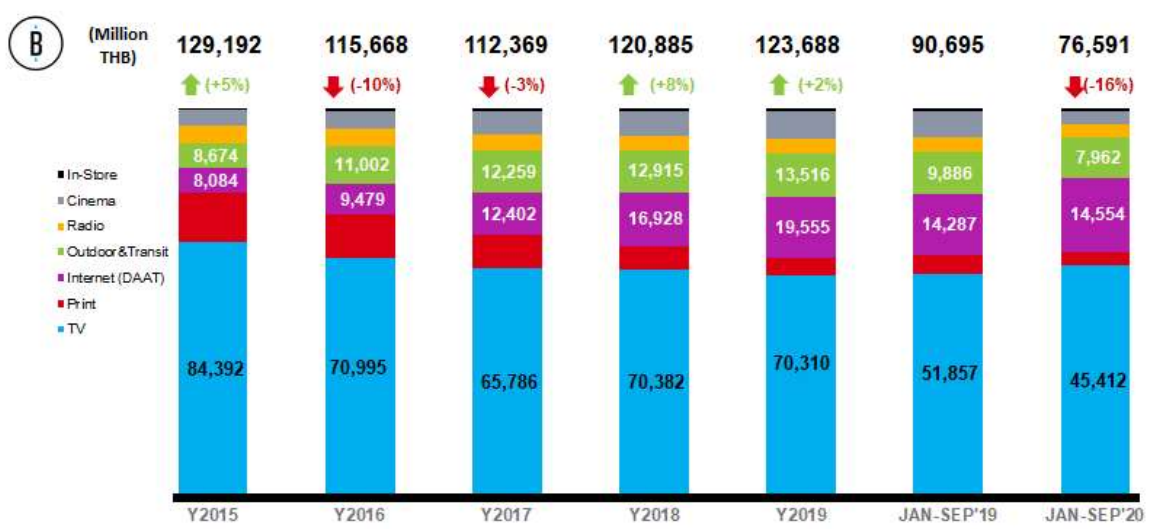


# NIELSEN MEDIA SPENDING

## เม็ดเงินโฆษณาเดือนกันยายนปี 2020

### THAILAND MEDIA SPENDING



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

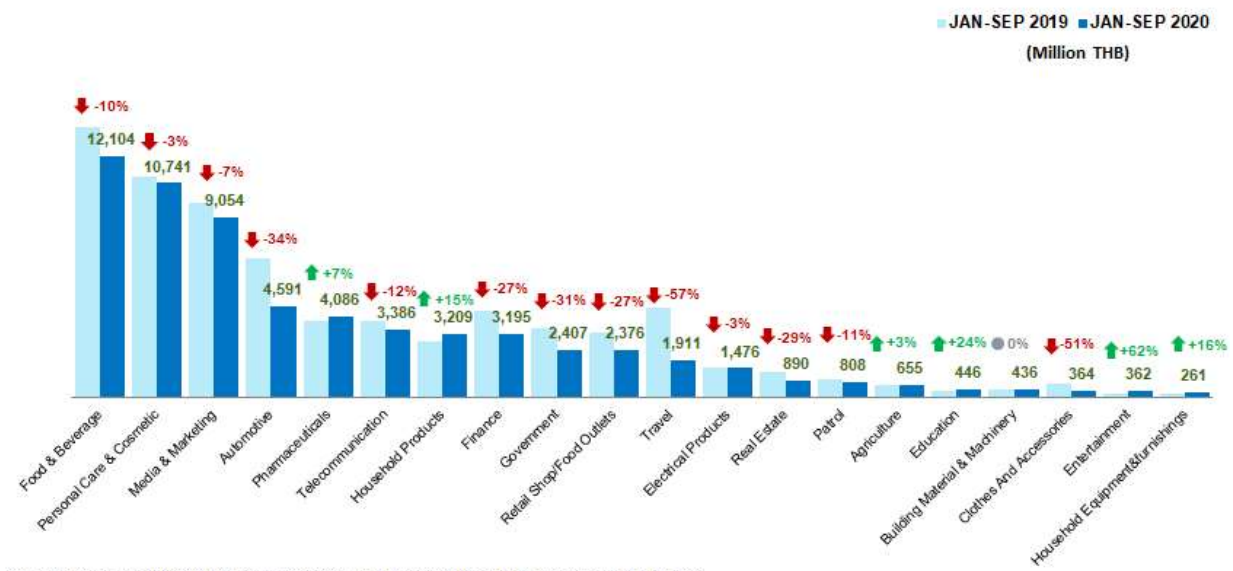
เอจีบี นิลเซ็น ประเทศไทย เปิดเผยมูลค่าเม็ดเงินโฆษณาในช่วงมกราคมถึงกันยายนปี 2020 หดตัวลง-16% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้วโดยมูลค่าอยู่ที่ 76,591 ล้านบาท ซึ่งสื่อที่วิยังคงเป็นสื่อที่มีสัดส่วนของการใช้เม็ดเงินโฆษณาส่งสุดอยู่ที่ 59% ขณะที่ภาพรวมเม็ดเงินโฆษณาในเดือนกันยายนยังคงลดลง -10% จากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว

### THAILAND MEDIA SPENDING

Media spending (Million THB)	Y2015	Y2016	Y2017	Y2018	Y2019	JAN-SEP 2019	JAN-SEP 2020	%Growth JAN-SEP	SEP 2019	SEP 2020	%Growth SEP
TV	84,392	70,995	65,786	70,382	70,310	51,857	45,412	-12%	5,812	5,429	-7%
Internet (DAAT)	8,084	9,479	12,402	16,928	19,555	14,287	14,554	2%	1,756	1,685	-4%
Outdoor & Transit	8,674	11,002	12,259	12,915	13,516	9,886	7,962	-19%	1,166	901	-23%
Cinema	5,133	5,445	6,816	7,383	8,838	6,131	2,786	-55%	645	537	-17%
Print	16,590	12,782	9,684	7,416	5,689	4,310	2,768	-36%	439	340	-23%
Radio	5,675	5,263	4,476	4,802	4,741	3,430	2,654	-23%	419	299	-29%
In-Store	645	703	946	1,060	1,040	794	456	-43%	93	57	-38%
<b>Total</b>	<b>129,192</b>	<b>115,668</b>	<b>112,369</b>	<b>120,885</b>	<b>123,688</b>	<b>90,695</b>	<b>76,591</b>	<b>-16%</b>	<b>10,330</b>	<b>9,249</b>	<b>-10%</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 12,104 ล้านบาท ลดลง -10% รองลงมาคือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลและเครื่องสำอาง (Personal Care & Cosmetic) มูลค่า 10,741 ล้านบาท ลดลง -3% ลำดับที่ 3 คือกลุ่ม Media & Marketing มูลค่า 9,054 ล้านบาท ลดลง -7% และลำดับที่ 4 คือกลุ่มยานยนต์ (Automotive) มูลค่า 4,591 ล้านบาท ลดลง -34% ขณะที่กลุ่มยา (Pharmaceuticals) มูลค่า 4,086 ล้านบาท และ กลุ่มสินค้าครัวเรือนในบ้าน (Household products) มูลค่า 3,209 ล้านบาท ใช้เม็ดเงินโฆษณาเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว +7% และ +15% ตามลำดับ

## TOP 10 ADVERTISER IN JAN-SEP 20



(Million THB)



Source: Nielsen Advertising Information Service

ในส่วนของบริษัทที่ใช้เม็ดเงินโฆษณาสูงสุดของเดือนมกราคมถึงกันยายนปี 2020 โดย 3 ลำดับแรกได้แก่

บริษัท UNILEVER (THAI) HOLDINGS CO.,LTD. มูลค่า 3,165 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว +35% โดยแคมเปญที่ใช้เม็ดเงินโฆษณาสูงสุดในเดือนกันยายนที่ผ่านมาคือ ใหม่ วาสลีน ซุปเปอร์ วิตามิน ทางสื่อทีวีมูลค่า 38 ล้านบาท รองลงมาคือใหม่ โดฟ อินเทนซ์ รีแพร์ทางสื่อทีวีมูลค่า 31 ล้านบาท



## UNILEVER (THAI) HOLDINGS

TOP SPENDING CREATIVES IN SEP 2020

SUPER :LADY:LOT LUEAN JUT DANG DAM 3X:3 SOOT



ใหม่ วาสลีน ซุปเปอร์ วิตามิน

**38 MILLION BAHT**  
TV Spending

PLIAN PACK :K.JUNE:SMART TARGET TECH.:4 PRODUCT



ใหม่ โดฟ อินเทนซ์ รีแพร์

**31 MILLION BAHT**  
TV Spending

Source: Nielsen Advertising Information Service

บริษัท NESTLE(THAI) CO.,LTD. มูลค่า 1,966 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว +38% โดยแคมเปญที่ใช้เม็ดเงินโฆษณาสูงสุดในเดือนกันยายนที่ผ่านมาคือ ใหม่ นมตราหมี ทริปเปิ้ล โปร ทางสื่อทีวีมูลค่า 32 ล้านบาท รองลงมาคือไมโล ก็ฟาคี้อครูชีวิต ทางสื่อทีวีมูลค่า 22 ล้านบาท



## NESTLE(THAI)

TOP SPENDING CREATIVES IN SEP 2020

TRIPLE PRO :3 KIDS&DAD:SOOT MAI/THA MAE YU KHON



ใหม่ นมตราหมี ทริปเปิ้ล โปร

**32 MILLION BAHT**  
TV Spending

KEELA THAM HAI HEN ARAI :BOY PLAY FOOTBALL/KEE



ไมโล ก็ฟาคี้อครูชีวิต

**22 MILLION BAHT**  
TV Spending

Source: Nielsen Advertising Information Service

บริษัท PROCTER & GAMBLE (THAILAND) มูลค่า 1,596 ล้านบาท ซึ่งลดลงจากช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว -19% โดยแคมเปญที่ใช้เม็ดเงินโฆษณาสูงสุดในเดือนกันยายนที่ผ่านมา คือ ดาวนี่ เอสเซนเชียลลอยล์ทางสื่อทีวีมูลค่า 23 ล้านบาท รองลงมาคือใหม่ รีจอยส์ สูตรผสมยาว ดูเรียบลื่น ทางสื่อทีวีมูลค่า 22 ล้านบาท



# PROCTER & GAMBLE (THAILAND)

TOP SPENDING CREATIVES IN SEP 2020

FRESHEST :K.CHOMPOO:100% ESSENTIAL/DOWNY KWAM

LONG & STRAIGHT :K.TAEW&3 LADY:3 PROD./MUEA



ดาวนี่ เอสเซนเชียลลอยล์

**23 MILLION BAHT  
TV Spending**



ใหม่ รีจอยส์ สูตรผสมยาว ดูเรียบลื่น

**22 MILLION BAHT  
TV Spending**

Source: Nielsen Advertising Information Service