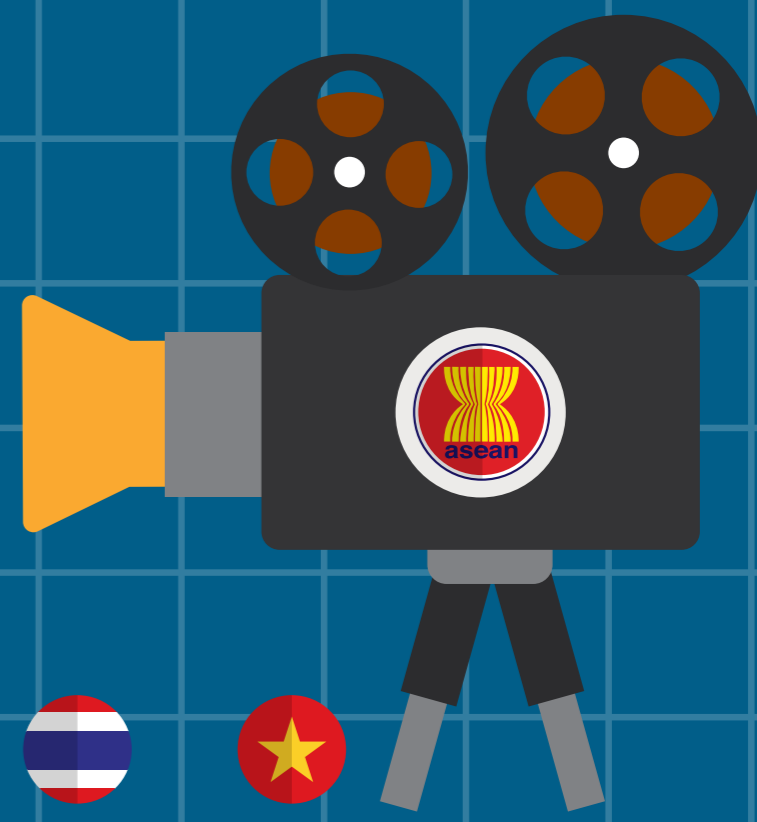
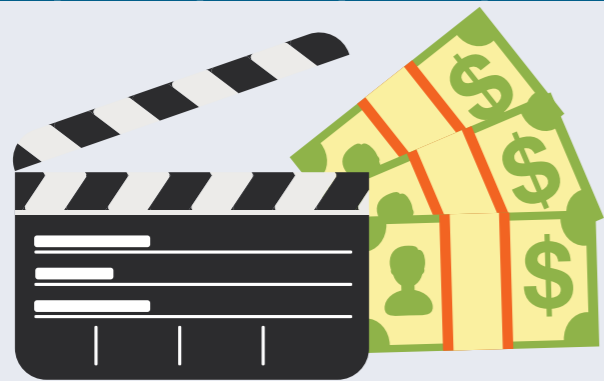


บันเทิงอาเซียน

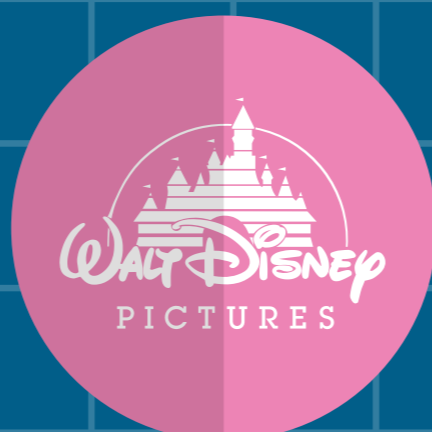


อาเซียนเป็นภูมิภาคที่มีความสำคัญมากขึ้น**สำหรับธุรกิจสื่อทั้งโทรทัศน์ และภาพยนตร์ที่เติบโตอย่างรวดเร็ว** จากการเพิ่มขึ้นของประชากรชนชั้นกลาง ที่มีกำลังซื้อสูง ซึ่งหมายถึงโอกาสในการใช้จ่ายในสื่อบันเทิงที่มีมากเป็นเงาตามตัว



มีการคาดการณ์ว่า การใช้จ่ายสำหรับสื่อบันเทิงในเอเชีย-แปซิฟิก ในปี พ.ศ. 2556 มีจำนวน 44 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ **และจะเพิ่มเป็น 632 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2561 หรือเติบโตเฉลี่ยกว่า 5.8 % ต่อปี**

ความน่าสนใจของภูมิภาคอาเซียน สะท้อนจาก **บริษัทสื่อยักษ์ใหญ่ของโลก ที่ได้เคลื่อนทัพ มาจับจองโอกาสนับสิบปีแล้ว** เช่น การเข้ามาตั้งสำนักงานของเอชบีโอ (HBO), ฟ็อกซ์ (FOX), ดิสนีย์ (DISNEY) ในสิงคโปร์ และรายอื่นที่กำลังจะขยายธุรกิจเข้ามาในภูมิภาคนี้อีกในอนาคต



อาเซียนมีความแข็งแกร่งในเรื่อง**ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม** หลายบริษัทมองเห็นศักยภาพ และเริ่มจะขยับขยายเข้ามาจับโอกาสดังกล่าว ตัวอย่างที่ชัดเจนคือ บริษัทดิสนีย์ (DISNEY) ก็กำลังมองหาบริบทที่น่าสนใจจากภูมิภาคนี้เพิ่มเติม ไม่ว่าจะเป็นในอินโดนีเซีย ไทย ฟิลิปปินส์ เพิ่มเติมจากสิงคโปร์ที่มีการลงทุนอยู่แล้ว โดยเฉพาะการทำงานในกลุ่มแอนิเมชั่นหรือละคร ซึ่งมีเนื้อหาที่เป็นสากล**ทั้งยังเป็นการช่วยเผยแพร่วัฒนธรรม ภาษา และการท่องเที่ยวของประเทศนั้น ๆ ได้อีกด้วย**

ด้วยความแข็งแกร่งของความเป็นอาเซียน จะเป็นอีกปัจจัยที่เสริมศักยภาพให้อุตสาหกรรมสื่อในอาเซียนเติบโต เป็นทั้ง**โอกาสและความท้าทายที่พัวพัน ทั้งในและนอกภูมิภาคต้องรับไว้ด้วย**

ประเทศสิงคโปร์ มีศักยภาพของประเทศและภูมิศาสตร์ที่อยู่ระหว่างซีกโลกตะวันออกและตะวันตก สิงคโปร์จึงดึงดูดการลงทุนจากบริษัทสื่อยักษ์ใหญ่จากตะวันตกให้เข้ามาตั้งฐานรุกรูเอเชีย ขณะเดียวกันสิงคโปร์ก็เป็นช่องทางที่บริษัทสื่อในภูมิภาคเอเชียจะขยายธุรกิจไปยังอีกซีกโลก เมื่อปี พ.ศ. 2555 ประเทศสิงคโปร์มีรายได้จากอุตสาหกรรมสื่อ 8.4 พันล้านดอลลาร์สิงคโปร์ (ประมาณ 210,000 ล้านบาท) และบริษัทสื่อในสิงคโปร์กว่า 7,000 บริษัท ทำรายได้รวมกันกว่า 31.4 พันล้านดอลลาร์สิงคโปร์ (ประมาณ 785,000 ล้านบาท)

พิธีกรรม “พิธีอาเซียน ภาค 5 : The Final Call อาเซียน ถึงสุดท้าย จุดหมายเดียวกัน”
58-06 / No. 04