

สนค. ชี้ “ซีรีส์แนวตั้ง” โอกาสดิจิทัลคอนเทนต์ไทย ต่อยอดความเป็นไทยสู่ตลาดโลก

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ชี้ “ซีรีส์แนวตั้ง” หรือ Vertical Series กำลังเป็นหนึ่งในรูปแบบคอนเทนต์ที่เติบโตอย่างรวดเร็วในตลาดโลก สอดรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัลที่นิยมชมคอนเทนต์สั้น กระชับ เข้าถึงง่าย และสามารถรับชมได้ทุกที่ทุกเวลา ผ่านสมาร์ทโฟนและแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย สะท้อนโอกาสสำคัญของอุตสาหกรรมคอนเทนต์ไทยในการพัฒนารูปแบบธุรกิจใหม่ และต่อยอดเอกลักษณ์ไทยสู่ตลาดต่างประเทศ

นายันทพพงษ์ จิระเลิศพงษ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (ผอ.สนค.) เปิดเผยถึงกระแสความนิยมซีรีส์แนวตั้งที่เพิ่มขึ้นว่า **ซีรีส์แนวตั้ง (Vertical Series)** คือ ละครสั้น (Micro-Drama) ที่แสดงภาพแนวตั้ง ในสัดส่วนภาพ 9:16 สำหรับรองรับการรับชมบนสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตโดยเฉพาะ โดยทั่วไปมีความยาวตอนละ 1-2 นาที เน้นการดำเนินเรื่องที่รวดเร็ว เข้าใจง่าย มีประเด็นให้น่าติดตาม และสร้างจุดหักมุมหรือปมขัดแย้งเป็นระยะ เพื่อดึงดูดให้ผู้ชมติดตามอย่างต่อเนื่อง ลักษณะดังกล่าวจึงทำให้ซีรีส์แนวตั้งสามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ ที่มีเวลาจำกัดและต้องการคอนเทนต์ที่รับชมได้ทันที

ผอ.สนค. ให้ข้อมูลว่า ซีรีส์แนวตั้งกำลังเป็นที่นิยมทั่วโลก โดยตลาดจีนครองส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด จากรายงานนวัตกรรมและการพัฒนาละครสั้นที่ขับเคลื่อนด้วย AI ที่จัดทำโดยศูนย์วิจัยพัฒนา ภายใต้สำนักงานบริหารวิทยุและโทรทัศน์แห่งรัฐ ของประเทศจีน ร่วมกับภาคเอกชน ระบุว่า ในปี 2568 ตลาดละครสั้นทั่วโลกมีมูลค่าเกือบ 1.8 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่ตลาดละครสั้นของจีนมีมูลค่า 1.4 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 77.78 ของตลาดละครสั้นทั้งหมด และตลาดอื่นรวมกันมีมูลค่า 3.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งตลาดละครสั้นในหลายประเทศก็มีแนวโน้มเติบโตอย่างมากเช่นกัน อาทิ ตลาดละครสั้นของเกาหลีใต้มีมูลค่าถึง 490 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2567 และคาดว่าจะมีมูลค่ามากกว่า 1.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2572 และในปี 2569 ตลาดละครสั้นของอินเดีย จะมีมูลค่าถึง 1.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และในช่วงปี 2569 – 2573 จะเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 31 ต่อปี จนมีมูลค่า 4.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2573

นอกจากการผลิตและการให้บริการ การใช้งานแอปพลิเคชันซีรีส์แนวตั้งก็เพิ่มขึ้นเช่นกัน สมาคมเน็ตแคสต์แห่งประเทศไทย (China Netcasting Service Association) รายงานว่า ในช่วง 8 เดือนแรก (มกราคม - สิงหาคม) ของปี 2568 ผู้ใช้งานชาวจีนใช้งานแอปพลิเคชันละครสั้นเฉลี่ยวันละ 2 ชั่วโมง เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.9 เมื่อเทียบกับการใช้งานเฉลี่ยในเดือนมกราคมในปีเดียวกัน โดยแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในจีน ได้แก่ Hongguo Short Drama รองลงมา คือ Hippo Theater และ Fanhua Theater ตามลำดับ สำหรับตลาดอื่น สมาคมฯ ระบุว่า ในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2568 มีการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันละครสั้นในต่างประเทศกว่า 730 ล้านครั้ง เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 370.4 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า จากรายงานของ SocialPeta ระบุว่า แอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมมากที่สุดทั่วโลก (ยกเว้นประเทศจีน) คือ Reelshort รองลงมา ได้แก่ DramaBox ShortMax และ GoodsShort ทั้งนี้ รูปแบบหลักที่แพลตฟอร์มใช้ในการสร้างรายได้จากซีรีส์แนวตั้งมี 4 รูปแบบ ได้แก่ (1) ระบบเติมเงินเพื่อปลดล็อกเนื้อหารายตอน โดยแพลตฟอร์มจะให้ผู้บริโภคเข้าถึงเนื้อหา 10 - 15 ตอนแรกโดยไม่มีค่าใช้จ่าย เพื่อดึงดูดให้ผู้ชมซื้อเหรียญดิจิทัล (Coins) สำหรับปลดล็อกเนื้อหาตอนอื่น ๆ (2) ระบบสมาชิกแบบเหมาจ่าย (3) รายได้จากการโฆษณา และ (4) การตลาดแบบพันธมิตร (Affiliate Marketing) โดยแพลตฟอร์มยินยอมให้ผู้จำหน่าย/ผู้ผลิตสินค้าใส่ลิงก์สำหรับสั่งซื้อสินค้าที่ปรากฏในซีรีส์ เพื่อให้ผู้ชมที่สนใจกดสั่งซื้อได้

สำหรับตลาดซีรีส์แนวตั้งของไทย ปัจจุบันยังไม่มีมีการประเมินมูลค่าตลาด แต่ก็เป็ตลาดที่มีศักยภาพ ในภูมิภาค โดยบริษัทวิจัยการตลาด SocialPeta ระบุว่า ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2568 ไทยมีจำนวนการดาวน์โหลด แอปพลิเคชันซีรีส์แนวตั้งมากเป็นอันดับที่ 6 ของโลก ในขณะที่บริษัทวิจัยการตลาดของจีน Diandian คาดว่า ในไตรมาสแรกของปี 2568 รายได้ที่เกิดจากการซื้อในแอปพลิเคชันซีรีส์แนวตั้ง (In-App Purchase) ของไทย มีมูลค่าประมาณ 7.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งมากเป็นอันดับที่ 3 ของตลาดนอกประเทศจีน (รองจากสหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น) นอกจากนี้ ตลาดไทยยังมีแนวโน้มเติบโต เห็นได้จากพฤติกรรมของผู้บริโภคและการปรับรูปแบบ การดำเนินธุรกิจ อาทิ ในปี 2568 มีผู้ใช้บริการบริษัท แอดวานซ์ อินโฟร์ เซอร์วิส จำกัด (มหาชน) ดาวน์โหลด แอปพลิเคชันซีรีส์แนวตั้งเพิ่มขึ้นกว่า 3 ล้านราย เพิ่มขึ้นร้อยละ 56 จากปีก่อนหน้า ทำให้ในปัจจุบันมีผู้ใช้งาน แอปพลิเคชันซีรีส์แนวตั้งประมาณ 9 ล้านรายต่อเดือน บริษัทฯ จึงขยายรูปแบบการให้บริการเพื่อรองรับตลาดซีรีส์ แนวตั้งได้มากขึ้น ในขณะที่ผู้ผลิตละครไทยหลายราย อาทิ กันตนา อมรินทร์ทีวี Mi Group oneD และทรูไอดี ได้ปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ โดยเพิ่มการผลิตซีรีส์แนวตั้งมากขึ้น

ผอ.สนค. ระบุว่า แนวโน้มของซีรีส์แนวตั้งดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงโอกาสของอุตสาหกรรมดิจิทัล คอนเทนต์ ที่สามารถต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ความเป็นไทย อีกทั้งยังเป็นโอกาสของ อุตสาหกรรมและบริการหลากหลายอื่น ๆ อาทิ วรรณกรรม การเขียนบท การผลิตสื่อวีดิทัศน์ ดนตรี แฟชั่นและ ความงาม การพากย์เสียง การแปลภาษา การตลาดดิจิทัล ตลอดจนการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา ในการเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมซีรีส์แนวตั้ง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและขยายสู่ตลาดต่างประเทศได้อย่างรวดเร็วผ่าน ช่องทางดิจิทัล

การผลักดันซีรีส์แนวตั้งของไทยให้สามารถแข่งขันได้ทั้งในตลาดไทยและตลาดโลก จำเป็นต้องให้ ความสำคัญกับ 4 ประเด็นหลัก ได้แก่ (1) การพัฒนาเนื้อเรื่องที่สอดแทรกเอกลักษณ์ความเป็นไทย สามารถเข้าใจ ได้ง่าย (2) การยกระดับทักษะผู้ผลิตให้สอดคล้องกับรูปแบบของซีรีส์แนวตั้ง อาทิ การเล่าเรื่องที่กระชับ การจัด องค์ประกอบภาพให้เหมาะสมกับแสดงบนหน้าจอสมาร์ตโฟน และการใช้ข้อมูลจากแพลตฟอร์มสำหรับนำมา ปรับปรุงกลยุทธ์ธุรกิจและการผลิตคอนเทนต์ (3) การส่งเสริมอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง อาทิ การแปลคำบรรยาย การพากย์เสียง และการทำตลาดในต่างประเทศ เพื่อขยายฐานผู้ชมไปยังตลาดศักยภาพเพิ่มมากขึ้น เช่น จีน อินเดีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ รวมถึงสหรัฐอเมริกา และยุโรป และ (4) การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และการส่งเสริม การใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา

ผอ.สนค. กล่าวทิ้งท้ายว่า กระแสความนิยมของซีรีส์แนวตั้งเป็นสัญญาณที่แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงของ อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ และความต้องการของผู้บริโภคทั่วโลก ผู้ประกอบการไทยควรเร่งพัฒนาคอนเทนต์ ให้มีเอกลักษณ์ และนำเสนอความเป็นไทยอย่างสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มบทบาทของไทยในตลาดดิจิทัลคอนเทนต์โลก รวมถึงสร้างโอกาสในการเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง ขณะที่กระทรวงพาณิชย์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถมีบทบาทในการส่งเสริมผู้ประกอบการไทย ทั้งพัฒนาทักษะและความรู้ด้านการผลิต การตลาด การดำเนิน ธุรกิจ และทรัพย์สินทางปัญญา จัดทำข้อมูลของตลาดเป้าหมาย ตลอดจนสนับสนุนผู้ผลิตดิจิทัลคอนเทนต์ไทยและ อุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องให้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ ซึ่งจะช่วยผลักดันเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย ให้เติบโตอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

<https://www.tvoao.com/a/223956.aspx>

<https://www.lumikai.com/post/india-s-interactive-media-economy-state-of-interactive-media-report-2025>

https://www.khaosod.co.th/economics/news_10221661

<https://www.thaipr.net/entertain/3636074>

http://www.cnsa.cn/art/2025/11/11/art_1955_47836.html

<https://www.businessofapps.com/insights/the-2025-short-drama-report/>

<https://knowledge.antom.com/streamings-next-frontier-capitalising-on-the-rise-of-short-dramas-in-the-south-korea-market>

<https://ellethailand.com/5-things-about-micro-drama/>

<https://www.facebook.com/share/p/14gJn7SnxeH/>