



















25 เม.ย. 2559 – “ช่องวัน31” บริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ตอกย้ำความเป็น Premium Mass ครัวเรตติ้งอันดับ 5 และก้าวขึ้นเป็นอันดับ 3 ของกลุ่มผู้ชมที่เป็นผู้หญิงทั่วประเทศในแพลตฟอร์มทีวีดิจิทัล ชูสลดคอนเทนต์คุณภาพลงผังรายการในช่วงเวลาซูปเปอร์ไพรม์ไทม์ พร้อมเดินทางกลยุทธ์ Total Media Solution ออนไลน์ ออนไลน์ ออนกราวด์ เต็มสูบ ในไตรมาสแรกของปี 2559 ช่องวัน 31 มีอัตราการเติบโตของเรตติ้ง 19% และสัดส่วนของรายได้แต่ละเดือนโตขึ้นมากกว่า 50%

นายถกลเกียรติ วีรวรรณ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร “ช่องวัน31” บริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด เปิดเผยว่า หลังจากที่มีมุ่งมั่นและปรับผังรายการทำให้มีความแข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะช่วงเวลาซูปเปอร์ไพรม์ไทม์ ตั้งแต่เวลา 18:00 - 22:00 น. อาทิ 4 ต่อ 4 แฟมิลี่เกมส์, คีทวันดวลเพลง, ข้าวเด่น, ละครดัง รวมถึงช่วงกลางวันเสาร์และอาทิตย์ เพื่อดึงให้ผู้ชมอยู่ที่ช่องมากที่สุด ส่งผลทำให้เรตติ้งในไตรมาสแรกของช่องวัน31 มีการเติบโตแบบก้าวกระโดดคิดเป็น 19% อยู่อันดับ 3 ในช่วงไพรม์ไทม์ละครและในกลุ่มผู้ชมที่เป็นผู้หญิงทั่วประเทศ

จากการที่บริษัท เดอะ วัน เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ดำเนินงานด้านการผลิตคอนเทนต์คุณภาพ ขึ้นแท่นเป็น King of Content เป็นที่ยอมรับจากผู้ชมทั่วประเทศ และมีการต่อยอดธุรกิจด้วยการเป็นสถานีโทรทัศน์ช่องวัน31 ในแพลตฟอร์มทีวีดิจิทัล โดยมีการดำเนินกลยุทธ์ Total Media Solution ออนไลน์ (ON AIR), ออนไลน์ (ONLINE) และออนกราวด์(ON GROUND) ทั้งนี้ได้เสริมทัพคอนเทนต์และโปรเจกต์ใหญ่ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมทั่วประเทศ อาทิ คีทวันดวลเพลง สงครามแชมป์ ซึ่งเป็นการขยายผลมาจากรายการที่เรตติ้งสูงสุดในแพลตฟอร์มทีวีดิจิทัลในช่วงเวลาค่ำ และครั้งแรกในเอเชียกับรายการ The Bachelor Thailand รายการที่ได้รับความนิยมสูงสุดในอเมริกาซึ่งนำมาผลิตเพิ่ม 30 ประเทศทั่วโลกและออกอากาศรวม 220 ประเทศ อีกทั้งละครฟอร์มยักษ์ พิษสวาท, เพชฌฆาตดาวโจร, สงครามนางงาม 2, เสน่ห์ข้ามเส้น, ราชนิหมอลำ สำหรับช่องทางออนไลน์ของช่องวัน 31 ในปีนี้มีอัตราการเติบโตที่สูงขึ้น คิดเป็น 60% จากปีก่อน อาทิ Youtube channel TV มียอดสมาชิก 2.7 ล้านคน ขึ้นแท่นเป็นอันดับ 1 ของประเทศไทย และในไตรมาสแรกของปี 2559 ช่องทาง Facebook มีการเติบโตของยอดผู้ติดตามเพิ่มขึ้น เป็น 2.5 ล้านคน คิดเป็น 95% (ปี 2558 = 1.8 ล้าน) และกิจกรรมออน กราวด์ “วันยกช่อง” ที่ยกความสนุกไปเคาะประตูบ้านเพื่อขยายฐานผู้ชมที่เป็นหัวเมือง 12 จังหวัดทั่วประเทศ คาดว่าด้วยความแข็งแกร่งเหล่านี้จะทำให้รายได้แต่ละเดือนของช่องโตขึ้นมากกว่า 50%

# Moved to be the **3<sup>rd</sup> Rank** of **All 15+** and **2<sup>nd</sup> Rank** of **Females 15+** among DTT

CHANNEL	AVG. RATING	FEB'16	MAR'16	FEB'16	MAR'16
		DTT	DTT	All TV	All TV
	<b>All 15+ Nationwide</b>	Rank#	Rank#	Rank#	Rank#
	3.363			1	1
	2.447			2	2
	1.136	1	1	3	3
	0.642	2	2	4	4
	<b>0.525</b>	<b>4</b> → <b>3</b>		<b>6</b> → <b>5</b>	
	0.505	3	4	5	6
	0.483			7	7
	0.287	5	5	8	8

CHANNEL	AVG. RATING	FEB'16	MAR'16	FEB'16	MAR'16
		DTT	DTT	All TV	All TV
	<b>Females 15+ Nationwide</b>	Rank#	Rank#	Rank#	Rank#
	3.601			2	1
	3.083			1	2
	1.115	1	1	3	3
	<b>0.592</b>	<b>4</b> → <b>2</b>		<b>6</b> → <b>4</b>	
	0.557			7	5
	0.554	3	3	5	6
	0.524	2	4	4	7
	0.319	5	5	8	8



Source : AGB Nielsen – Arianna (Jan – Mar 2016)

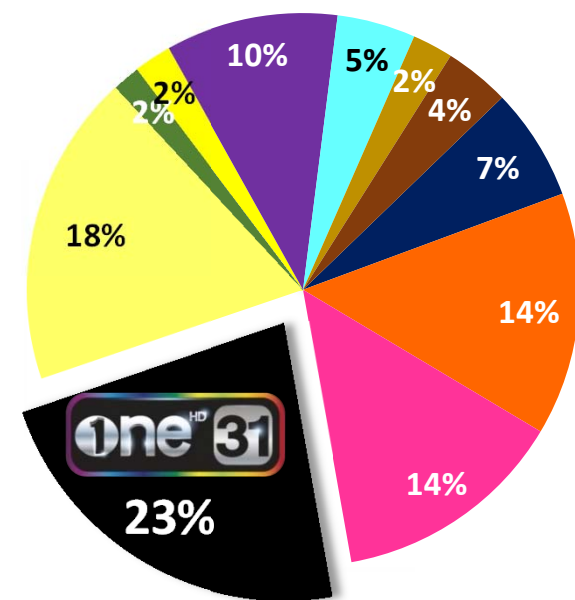
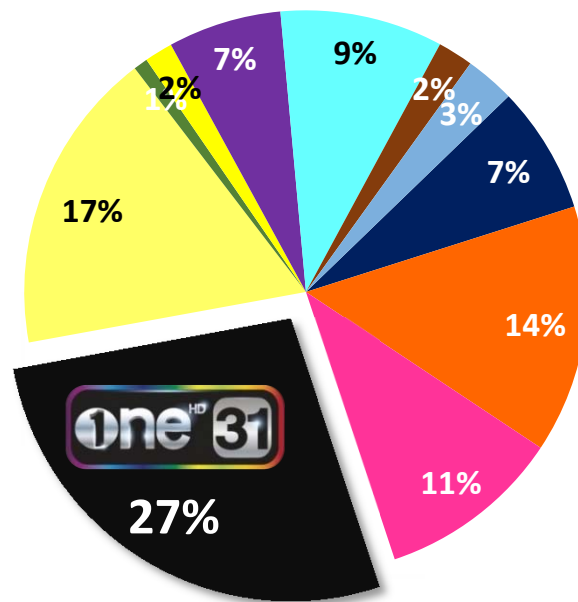
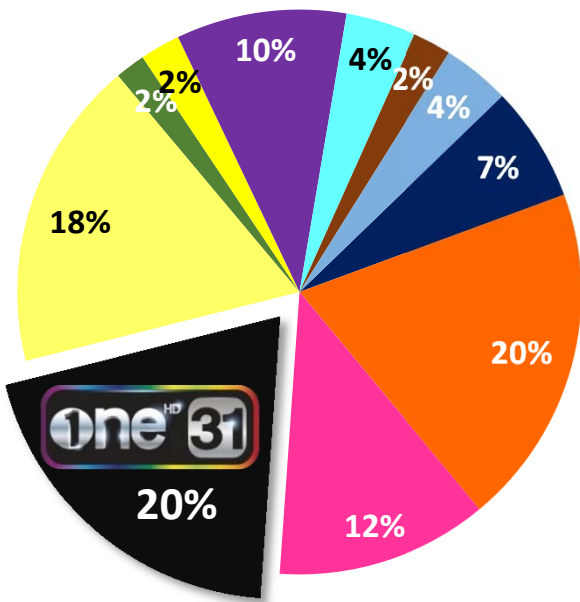
# Gained biggest share of DTT Drama Serial\* Viewers in Q1 2016 among major target audiences.

All 15+ Nationwide

15-24 Nationwide

F 15+ Nationwide

- WORKPOINT
- MONO 29
- CH8
- ONE
- 3SD
- THAIRATH
- TRUE4U
- 3FAMILY
- GMM 25
- PPTV
- OTHERS



Source : AGB Nielsen – Arianna (Jan – Mar 2016)

