

# อุตสาหกรรมบันเทิงในฮ่องกง (Entertainment Industry in Hong Kong)

## 1. บทนำ

อุตสาหกรรมบันเทิง (Entertainment Industry) เป็นธุรกิจที่มีศักยภาพสูงและได้รับความนิยมมาอย่างยาวนาน โดยเฉพาะอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่เริ่มต้นเล็กๆ ในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 สู่การผงาดขึ้นมาในฐานะมหาอำนาจแห่งความคิดสร้างสรรค์ในด้านภาพยนตร์ และยังส่งผลต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ในระดับโลกในเรื่องศิลปะการต่อสู้และวัฒนธรรมของจีน ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของฮ่องกงยังคงดึงดูดผู้ชมทั่วโลกด้วยการเล่าเรื่องที่โดดเด่น ฉากแอ็กชันที่น่าทึ่ง และเรื่องราวที่น่าสนใจ นอกจากนี้ธุรกิจดนตรี และการเข้าชมสื่ออินเทอร์เน็ตเทรนด์ผ่านระบบ OTT ในฮ่องกงก็ได้รับความนิยม และมีโอกาสที่เปิดกว้างสำหรับผู้ประกอบการและนักธุรกิจไทย

บริษัทที่ปรึกษารายใหญ่ของโลก PWC เผยข้อมูลการวิเคราะห์อุตสาหกรรมบันเทิงทั่วโลกและในฮ่องกง โดยครอบคลุมหลายภาคส่วนในอุตสาหกรรม อาทิ ภาพยนตร์ ดนตรี วิทย์ แม็กกาซีน และ OTT Video สื่อภายนอกที่อยู่อาศัย (Out of home) และสื่อโทรทัศน์ เป็นต้น โดยคาดการณ์มูลค่ารวมของอุตสาหกรรมบันเทิงในปี 2570 ทั่วโลกจะมีมูลค่ากว่า 2.83 ล้านเหรียญสหรัฐ และมีมูลค่า 11 พันล้านเหรียญสหรัฐในฮ่องกง โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 3.79 และร้อยละ 3.47 ตามลำดับ

ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมบันเทิงในอนาคตได้แก่ โทรศัพท์มือถือ การให้บริการสื่อบันเทิงผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต (Over the top streaming) ซึ่งเติบโตอย่างรวดเร็วในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา ธุรกิจเกมส์จะกลายเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญมีโอกาสเติบโตสูง ในขณะที่รายได้จากการดาวน์โหลดเพลงนั้นปรับตัวลดลงอย่างรวดเร็ว

### ข้อมูลปัจจัยสำคัญที่มีผลต่ออุตสาหกรรมบันเทิงในอนาคต

#### Evolving E&M landscape

Growth in NFT, Metaverse, AI and VR are ruling the consumer behavior, but advertising overtaking now.

##### Changing dynamics

- Smartphones are the key drivers for internet access growth
- VR, AI are providing more immersive consumer experience
- Cloud Gaming is the future for ease of accessibility
- Crowdfunding sites like Patreon have exploded to help fans support creators directly

##### Changing dynamics

- OTT (over-the-top) streaming, a key driver of growth, is expanding most rapidly in emerging markets.
- The fastest-growing metric covered in the Outlook will be **mobile AR consumer revenue**, with a five-year 26.0% CAGR expected to 2027.
- Second fastest-growing metric is VR gaming revenue. **Gaming** will continue to be the powerhouse of Global E&M industry.
- **Digital Music downloading** revenue is fastest declining matrix.

##### Facts & Figures

- Consumer spending reduced during FY 22 across segments due to higher cost of living leading to lesser spend on subscriptions across markets. It will grow at just a 2.4% CAGR between 2022 and 2027, when it will total **US\$903.2 billion**
- Overall E&M advertising revenue still saw faster growth than its consumer counterpart in 2022. Between 2022 and 2027, global advertising revenue will rise from US\$763.7 billion to near **US\$1 trillion in annual revenue**, representing a CAGR of 4.5%

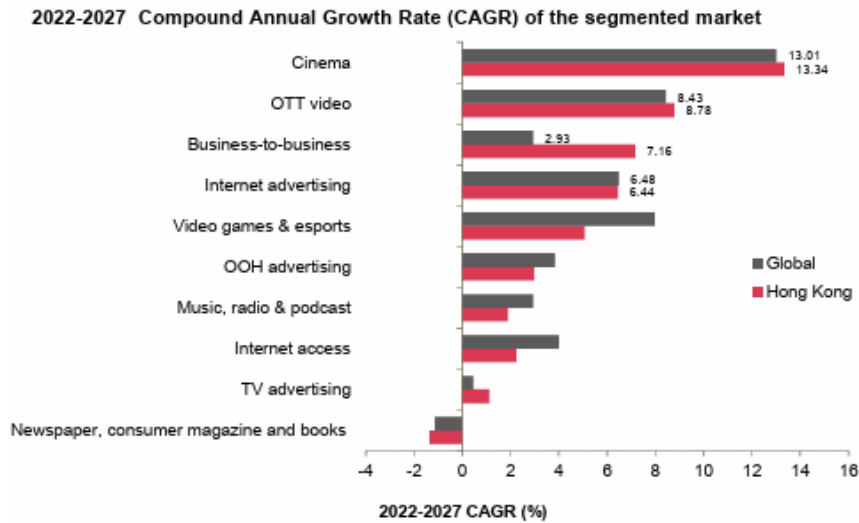


แหล่งข้อมูล : รายงาน Global Entertainment & Media Outlook 2023-2027 : Hong Kong Summary

บริษัท PWC รายงานคาดการณ์ภาพรวมการเติบโตของธุรกิจในอุตสาหกรรมบันเทิงของฮ่องกงในระหว่างปี 2565 – 2570 โดยธุรกิจภาพยนตร์ของฮ่องกงมีแนวโน้มขยายตัวสูงกว่าภาพรวมทั่วโลก และจะมีมูลค่าเทียบเท่าระดับก่อนเกิดสถานการณ์โควิด-19 ในปี 2568 ในขณะที่ธุรกิจ TV แบบดั้งเดิมมีแนวโน้มหดตัวจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่นิยมเข้าถึงสื่อบันเทิงผ่านระบบออนไลน์มากยิ่งขึ้น

## คาดการณ์การเติบโตของอุตสาหกรรมบันเทิงฮ่องกงระหว่างปี 2565 - 2570

### Hong Kong summary & macro trends



Hong Kong CAGR in cinema, OTT video, and business-to-business segments demonstrate higher growth than Global

- Hong Kong cinema will return to pre-pandemic levels in 2025 and reach US\$273 mn in 2027.
- Sharp growth of trade shows in Hong Kong expected in the post-COVID era, to propel a total business-to-business revenue at a 7.2% CAGR to US\$944 mn in 2027.
- The growth of traditional TV advertising and printed media continues to fall below average as digital advertising becomes the dominant channel here

แหล่งข้อมูล : รายงาน Global Entertainment & Media Outlook 2023-2027 : Hong Kong Summary

ปัจจุบันแพลตฟอร์มสื่อบันเทิงออนไลน์ (Digital Platforms and Streaming service) ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้สื่อดั้งเดิม เช่น สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์ต้องปรับตัว รวมทั้งการปรับโมเดลธุรกิจเป็นรูปแบบการสมัครสมาชิก (Subscription-based Model) กลายเป็นโมเดลทางธุรกิจที่หลายบริษัทให้ความสนใจ เนื่องจากสามารถสร้างรายได้ที่คาดการณ์ได้ นอกจากนี้ผู้บริโภคยังต้องการได้รับประสบการณ์ที่เฉพาะตัว (Personalized experience) โดยระบบเทคโนโลยีอย่าง AI และการจัดเก็บข้อมูลความชอบจะช่วยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการคัดเลือกสื่อบันเทิงที่จะถูกใจกับผู้บริโภคแต่ละคนได้ดียิ่งขึ้น

Shifting from consumer spending to advertising spending

- Rise of digital platforms and streaming services has led to a shift in consumer behavior, with more people opting for digital content over traditional media such as print and television.
- Shift towards subscription models: Many entertainment and media companies in Hong Kong are shifting towards subscription-based models, which has led to a decline in revenue from the sales of physical media.
- Changes in consumer preferences and expectations, Consumers are increasingly seeking personalised and immersive experiences. As such, companies must provide high quality content and services that are attractive to consumers and drive spending.

## 2. อุตสาหกรรมบันเทิงในฮ่องกง (Hong Kong Entertainment Industry)

### 2.1 อุตสาหกรรมภาพยนตร์

#### 2.1.1 ภาพรวมอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของฮ่องกงมีจุดเริ่มต้นจากการเล่นวีลด์บับกว้างตั้ง ซึ่งเป็นการเล่าเรื่องแบบดั้งเดิมของจีน จากนั้นจึงเริ่มพัฒนาเป็นภาพยนตร์เงียบและมีเสียงพากย์ ภาพยนตร์ในยุคแรก ๆ เริ่มต้นขึ้นในช่วงปี 2513 ส่วนมากจะเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับศิลปะการต่อสู้ และเริ่มปรับเปลี่ยนเรื่องราวมาเป็นแนวรามาอาชญากรรมในช่วงหลัง ซึ่งในช่วงนี้มีผู้กำกับคนสำคัญเกิดขึ้น อาทิ King Hu, John Woo และ Tsui Hark ที่สร้างภาพยนตร์ให้ดึงดูดผู้ชมด้วยเทคนิคที่สร้างสรรค์และการเล่าเรื่องที่โดดเด่น ถือเป็น การเปิดศักราชทองของภาพยนตร์ในฮ่องกงที่จะดึงดูดผู้ชมทั่วโลก ซึ่งต่อมามีอิทธิพลอย่างมากต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ทั่วโลก ทั้งการกำหนดทิศทาง สร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้สร้างภาพยนตร์ นอกจากนี้ยังเป็น การส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะจากความสามารถด้านศิลปะการต่อสู้อันเป็นเอกลักษณ์ของ Bruce Lee และ Jacky Chan ที่แสดงให้เห็นอยู่ในวงการ Hollywood อีกทั้งภาพยนตร์ฮ่องกงได้ดึงดูดจินตนาการของผู้ชมทั่วโลก โดยทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมระหว่างตะวันออกและตะวันตก ภาพยนตร์เช่น "In the Mood for Love" และ "Chungking Express" ซึ่งได้รับเสียงวิพากษ์วิจารณ์และแนะนำผู้ชมจากต่างประเทศเป็นอย่างมาก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการผลิตเนื้อหาในภาพยนตร์ของฮ่องกง

อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมภาพยนตร์ฮ่องกงยังมีความสามารถในการปรับตัว ซึ่งทำให้มั่นใจได้ว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ฮ่องกงยังคงเติบโตได้ต่อเนื่องในตลาดโลก แม้จะเผชิญกับความท้าทายจากภาพยนตร์ Hollywood และภาพยนตร์จีนแผ่นดินใหญ่ รวมทั้งสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ที่ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในฮ่องกงนั้นหยุดชะงัก แต่ผู้สร้างภาพยนตร์ในฮ่องกงยังคงพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อฟื้นฟูธุรกิจภาพยนตร์ขึ้นมาอีกครั้ง โดยความพยายามนี้ได้รับความสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐเป็นอย่างดี ทั้งมีการจัดตั้งหน่วยงานที่ให้การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ผลักดันให้มีการใช้เทคโนโลยีและช่องทางรูปแบบใหม่ ตลอดจนการจัดการแสดงต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ชมจากทั่วโลกได้เข้าถึงภาพยนตร์ฮ่องกงมากขึ้น โดยรัฐบาลฮ่องกงยังได้ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์อย่างจริงจัง โดยจัดตั้งสภาพัฒนาภาพยนตร์ฮ่องกง (Hong Kong Film Development Council หรือHKFDC) ขึ้นในปี พ.ศ. 2550 เพื่อให้คำแนะนำเกี่ยวกับนโยบาย กลยุทธ์ และการบริหารจัดการธุรกิจ เพื่อการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ตลอดจนการใช้เงินจากกองทุนสาธารณะ นอกจากนี้ในปี พ.ศ. 2552 ยังได้ก่อตั้งหน่วยงาน Create Hong Kong (CreateHK) ซึ่งเป็นหน่วยงานเฉพาะภายใต้กระทรวงพาณิชย์และการพัฒนาเศรษฐกิจ เพื่อเป็นผู้นำ ส่งเสริม และขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเมืองฮ่องกง

นอกจากนี้ ฮ่องกงยังให้ความสำคัญกับการส่งออกคอนเทนต์บันเทิงและภาพยนตร์ไปยังต่างประเทศมากขึ้นผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Streaming หรือ OTT Platform ในฮ่องกงและต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น โดยผ่านทางและแพลตฟอร์ม SVoD อาทิ Netflix, Disney+, Amazon, HBO Go, Hulu, Fox+, hmvod และ Apple TV รวมถึงการเข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติเพื่อการส่งเสริมและขยายตลาดอุตสาหกรรมภาพยนตร์และบันเทิงในงาน Hong Kong International Film & TV Market (FILMART) ในฮ่องกงอย่างต่อเนื่อง

ฮ่องกงเป็นหนึ่งในผู้ส่งออกภาพยนตร์รายใหญ่รายหนึ่งของโลก เนื่องจากขนาดของตลาดภายในประเทศมีจำกัด อุตสาหกรรมภาพยนตร์จึงขยายไปสู่ตลาดในต่างประเทศ ดังนั้นธุรกิจภาพยนตร์ของฮ่องกงจึงขึ้นอยู่กับรายได้จากต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่โดยเฉพาะรายได้จากตลาดเอเชีย จากรายงานปีล่าสุดในปี 2565 มูลค่าการส่งออกภาพยนตร์และบริการที่เกี่ยวข้องคิดเป็นมูลค่า 276 ล้านดอลลาร์ฮ่องกง ภายใต้การผลิต การจัดจำหน่าย การบริการฉายภาพเคลื่อนไหว การบริการเช่าสตูดิโอ สถานที่ถ่ายภาพยนตร์และการส่งเสริมภาพยนตร์ ฯลฯ ซึ่งในปี 2566 มีบริษัทผลิตภาพยนตร์วีดิทัศน์และรายการโทรทัศน์ จำนวน 2,868 ราย และยังมีการจ้างงานจำนวนในอุตสาหกรรมนี้ 9,375 ราย

### ภาพรวมธุรกิจภาพยนตร์และบริการที่เกี่ยวข้อง ในปี ระหว่างปี 2562- 2566

#### Exports

	2022
Audio-visual production and related services (HK\$ mn)	276

Source: Report on Hong Kong Trade in Services Statistics in 2022, Census and Statistics Department

#### Motion Picture, Video and Television Programme Activities

	Sep 2023
Number of establishments	2,868
Employment (excluding those in civil service)	9,375

Source: Quarterly Report of Employment and Vacancies Statistics, Census and Statistics Department

	2019	2020	2021	2022	2023
Number of local films released	49	34	46	27	46
Number of foreign films released	280	184	232	190	221
Total box office receipts, including foreign films (HK\$ mn)	1,923	537	1,209	1,144	1,433

Source: Hong Kong Box Office Ltd

อ้างอิง: Hong Kong Trade Development Council

ในปี 2566 จำนวนภาพยนตร์ฮ่องกงที่ออกฉายในฮ่องกงมีจำนวนทั้งสิ้น 46 เรื่อง โดยในปี 2565 ที่ออกฉายเพียง 27 เรื่อง สำหรับภาพยนตร์ต่างประเทศที่ออกฉายในฮ่องกงมีจำนวนทั้งสิ้น 221 เรื่อง ในขณะที่ปีก่อนหน้านี้ (ปี 2564) มีจำนวน 190 เรื่อง สำหรับรายได้ของภาพยนตร์ต่างประเทศและฮ่องกงรวมกันในปี 2566 รวมทั้งสิ้น 1,433 ล้านดอลลาร์ฮ่องกง ทั้งนี้ ส่วนใหญ่ภาพยนตร์ออกฉายผ่านช่องทางต่างๆ ในฮ่องกง เช่น Broadway Circuit, Emperor Cinemas, Golden Harvest Cinemas, Newport Circuit, MCL Circuit, Cine-Art House, Golden Scene Cinema และ Cinema City ช่องทางการจัดจำหน่ายภาพยนตร์อื่นๆ ได้แก่ แผ่น DVD การออกอากาศโดยโทรทัศน์ฟรีในท้องถิ่น โทรทัศน์แบบบอกรับสมาชิก บริการดาวเทียมแบบสมัครสมาชิก และแพลตฟอร์ม SVoD เช่น Netflix, Disney+, Amazon, HBO Go, Hulu, Fox+, hmvod และ Apple TV

ฮ่องกงนับเป็นศูนย์กลางของบริษัทผลิตภาพยนตร์ โดยมีสตูดิโอชื่อดังหลายแห่งที่ดำเนินงานในภูมิภาคนี้ ซึ่งมีความเชี่ยวชาญในการผลิตภาพยนตร์สำหรับผู้ชมทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตั้งแต่ภาพยนตร์ Block Bluster สร้างภาพยนตร์แนว Action ไปจนถึงภาพยนตร์อิสระ Art House โดยฮ่องกงมีบริษัทผลิตภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียงหลายบริษัท อาทิ Shaw Brothers Studio, Media Asia Group, Golden Harvest และ Milkyway Image ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการกำหนดรูปแบบอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของฮ่องกง

**รายได้ภาพยนตร์ของฮ่องกงและจากต่างประเทศที่ฉายในฮ่องกง  
จาก Box Office ฮ่องกงระหว่างกุมภาพันธ์ – มีนาคม 2567  
1 ใน 10 อันดับแรก**

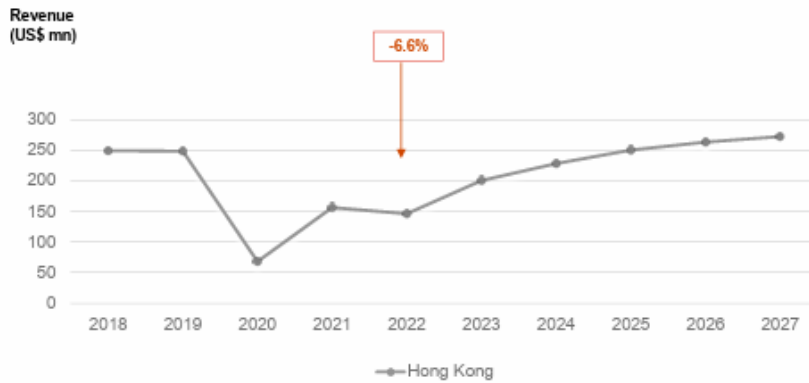
18 - 24 March 2024

Rank	Film Title	Distributor	Origin	Release Date	No. of days	Total Gross this week (HK\$)	Total Gross (HK\$)
1	Dune: Part Two	WB	USA	2/29/2024	25	3,898,519	30,697,861
2	Ghostbusters: Frozen Empire	SONY	USA	3/21/2024	4	2,610,062	2,610,062
3	Poor Things	BVI	USA	2/29/2024	25	1,618,304	9,596,766
4	Yolo	SONY	China	3/21/2024	4	1,590,617	1,867,090
5	We Are Family	EMP	Hong Kong	3/14/2024	11	868,746	2,018,093
6	The Lyricist Wannabe	EDKO	Hong Kong	3/7/2024	18	853,876	3,642,870
7	One Life	INTCN	UK	3/21/2024	4	485,125	509,588
8	Sumikkogurashi: The Patched-Up Factory in the Woods	MUSE	Japan	3/21/2024	4	461,227	475,337
9	Rob N Roll	GA	Hong Kong	2/9/2024	45	328,575	21,081,597
10	The Birth of Kitaro: Mystery of GeGeGe	NF	Japan	3/7/2024	18	222,596	1,315,087

อ้างอิง : the Hong Kong Motion Picture Industry Association (MPIA) & Hong Kong Theatres Association (HKTA) affiliated Hong Kong Box Office Limited (HKBO).

ประมาณการรายได้ของโรงภาพยนตร์ในฮ่องกง (Box Office Revenue) ได้ปรับตัวสูงขึ้นในปี 2566 จากภาพยนตร์ฟอร์มใหญ่จากสหรัฐอเมริกา อย่าง Top Gun : Maverick และ Avatar : The Way of Water

Cinema revenue – Hong Kong 2018-2027 (US\$ mn)



**Hong Kong shows a different trend than global in 2022**

- Hong Kong's box office revenue dropped 6.6% in 2022, as a result of cinemas being closed for the first four months at the start of the year as a precaution against COVID-19.
- Revenue has been driven primarily by two familiar US blockbusters, Top Gun: Maverick, and Avatar: The Way of Water.

แหล่งข้อมูล : รายงาน Global Entertainment & Media Outlook 2023-2027 : Hong Kong Summary

### 2.1.2 แนวโน้มอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในฮ่องกง

หนึ่งในแนวโน้มสำคัญในตลาด Box Office ในฮ่องกงคือความนิยมที่เพิ่มขึ้นของภาพยนตร์ฮ่องกง เกิดจากการผลิตภาพยนตร์ที่ใช้เทคโนโลยีคุณภาพสูงสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ชมจำนวนมาก อีกทั้งการได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ในฮ่องกงนั้นเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง Box Office และในภาพรวมด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ด้วยฮ่องกงมีสถานที่อันหลากหลายที่เหมาะสมสำหรับการถ่ายทำภาพยนตร์ในระดับนานาชาติ ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น การเช่าสตูดิโอ การเช่าสถานที่ถ่ายทำ นั้นเติบโตได้เป็นอย่างดีสอดคล้องไปกับ การเติบโตของธุรกิจภาพยนตร์ในฮ่องกง โดยมีการคาดการณ์ว่าอุตสาหกรรมฮ่องกงในช่วงหลังการระบาดของโควิด 19 นั้นจะเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยคาดว่าจะเพิ่มขึ้น 7.2% และทำรายได้กว่า 944 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

### 2.1.3 การสนับสนุนจากองค์กรและภาครัฐ

(1) รัฐบาลฮ่องกงได้จัดตั้งสภาพัฒนาภาพยนตร์ฮ่องกง (HKFDC : Hong Kong Film Development Council) ในปี 2550 เพื่อให้คำแนะนำเกี่ยวกับนโยบาย กลยุทธ์ และการเตรียมความพร้อมให้แก่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ตลอดจนการใช้เงินกองทุนสาธารณะ และในปี 2552 รัฐบาลฮ่องกงได้จัดตั้ง Create Hong Kong (CreateHK) ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้กระทรวงพาณิชย์และพัฒนาเศรษฐกิจฮ่องกง เพื่อสนับสนุน และขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเมือง และเพื่อสร้างระบบนิเวศที่แข็งแกร่งสำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ รัฐบาลฮ่องกงได้ทุ่มเงิน 1 พันล้านเหรียญฮ่องกงใน Film Development Fund (FDF) ซึ่งเป็นการอัดฉีดเงินครั้งใหญ่ที่สุดนับตั้งแต่ก่อตั้งกองทุนในปี 2552 นอกจากนี้ยังใช้มาตรการใหม่ 5 ประการ รวมถึงโครงการพัฒนาผู้กำกับภาพยนตร์ โครงการบ่มเพาะการเขียนบทและหลักสูตรการฝึกอบรมขั้นสูงระยะสั้นฟรี นอกจากนี้ในเดือนตุลาคม 2566 ยังมีการอนุมัติคำขอเงินทุนสำหรับการผลิตภาพยนตร์ทั้งหมด 61 โครงการ คำขอทุนการผลิตภาพยนตร์ 10 โครงการ และโครงการสำหรับการริเริ่มภาพยนตร์สารคดีเรื่องแรก 24 โครงการ ในขณะที่โครงการที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์อื่นๆ อีก 284 โครงการก็ได้รับไฟเขียวเช่นกัน ภายในสิ้นเดือนตุลาคม 2566 กองทุน FDF ยังได้อนุมัติเงินประมาณ 1.058 พันล้านเหรียญฮ่องกงเพื่อสนับสนุนโครงการผลิตภาพยนตร์ในฮ่องกงด้วยเช่นกัน



ขณะเดียวกัน ในนโยบายปี 2566 รัฐบาลเสนอเงินสนับสนุนอีก 4.3 พันล้านเหรียญฮ่องกงในกองทุน FDF และ CreateSmart Initiative รวมถึงเปิดตัวโครงการริเริ่มใหม่สองโครงการภายใต้ FDF ได้แก่ Filming Financing Scheme for Mainland Market และ Hong Kong-Europe-Asia Film Collaboration Funding Scheme โครงการเหล่านี้เป็นการสนับสนุนการลงทุนและภาพยนตร์ฮ่องกงที่ต้องการเข้าสู่ตลาดภาพยนตร์จีนและต่างประเทศอีกด้วย

#### (2) การจัดงาน Hong Kong Int'l Film & TV Market (Filmart)

Hong Kong Trade Development Council (HKTDC) เป็นผู้เริ่มต้นจัดงานแสดงและส่งเสริมธุรกิจภาพยนตร์ในฮ่องกงตั้งแต่ปี 2540 โดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อสนับสนุนส่งเสริมภาพยนตร์ฮ่องกง และงานแสดงทั้งภาพยนตร์และโทรทัศน์ที่ถ่ายทำด้วยภาษาจีน เพื่อตอกย้ำให้เห็นว่าฮ่องกงเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมนี้มาอย่างยาวนาน ซึ่งงาน Filmart นี้มีบริษัทด้านภาพยนตร์และสิ่งบันเทิงสนใจเข้าร่วมงานจากหลากหลายประเทศ อาทิ จีนแผ่นดินใหญ่ สิงคโปร์ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไทย สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส และสหราชอาณาจักร เป็นต้น

ในปี 2567 นี้ ฮ่องกงได้จัดงาน Hong Kong Int'l Film & TV Market 2024 (Filmart 2024) อย่างเต็มรูปแบบนับตั้งแต่หยุดชะงักไปช่วงการระบาดของโควิด - 19 ซึ่งงานในครั้งนี จัดขึ้นระหว่างวันที่ 11 - 14 มีนาคม 2567 (รวม 4 วัน) ผู้จัดโดย Hong Kong Development Council จุดประสงค์ในการจัดงานเพื่อส่งเสริมให้

ฮ่องกงเป็นศูนย์กลางระดับภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกสำหรับการจัดจำหน่ายและผลิตภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์และการผลิต เพื่อการบันเทิงและส่งเสริมการร่วมทุนสร้างภาพยนตร์และดิจิทัลกับนานาชาติ การจัดงาน Filmart ๓ เมืองฮ่องกง สามารถรวบรวมผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์และโทรทัศน์จากทั่วโลก อีกทั้งงานดังกล่าวยังเป็นประตูการค้าไปยัง จีนซึ่งมีมูลค่าตลาดที่สูงมาก



# FILMART

香港國際影視展  
11-14/3/2024



(3) ความร่วมมือภายใต้ข้อตกลงความร่วมมือทางเศรษฐกิจที่ใกล้ชิด Closer Economic Partnership Arrangement (CEPA) ภายใต้ CEPA รวมถึงมาตรการเปิดเสรีตลาดที่สำคัญสำหรับอุตสาหกรรมบริการภาพและเสียงของฮ่องกง อาทิ การให้บริการโรงภาพยนตร์ บริการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ บริการด้านเทคนิคสำหรับเคเบิลทีวีและการผลิตรายการละครโทรทัศน์และภาพยนตร์ ในเดือนมกราคม พ.ศ. 2567 รัฐบาลฮ่องกงได้รับรองบริษัทผู้ให้บริการภาพและเสียง 98 แห่งให้เป็น Hong Kong Service Suppliers (HKSSs) และยังให้บริษัทในฮ่องกงสามารถดำเนินการมีส่วนร่วมในบริการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ในจีน และภาพยนตร์ร่วมผลิตในฮ่องกง-จีน ในขณะเดียวกันภาพยนตร์ภาษาจีนที่ผลิตโดยบริษัทฮ่องกงที่ได้รับอนุมัติจากจีนจะไม่อยู่ภายใต้โควตาการนำเข้าที่กำหนดไว้สำหรับภาพยนตร์ต่างประเทศ ในขณะที่ภาพยนตร์ที่ผลิตร่วมกันระหว่างฮ่องกงและจีนแผ่นดินใหญ่จะถือว่าการผลิตในประเทศจีนทั้งหมด

ข้อตกลงว่าด้วยการค้าบริการ (ATIS) ภายใต้ CEPA ซึ่งมีผลบังคับใช้ในเดือนมกราคม 2559 ช่วยให้บริษัทฮ่องกงเข้าถึงตลาดจีนได้กว้างขึ้นในแง่ของการจัดหาภาพยนตร์ภาษาจีน ภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ที่ผลิตร่วมกัน และบริการด้านเทคนิคสำหรับเคเบิลทีวี ละครโทรทัศน์ที่ได้รับอนุมัติซึ่งร่วมผลิตโดยฮ่องกงและจีนสามารถออกอากาศและเผยแพร่ในลักษณะเดียวกับละครโทรทัศน์จีนโดยไม่มีข้อจำกัดเกี่ยวกับปริมาณและเวลาของการออกอากาศ นอกจากนี้ CEPA ยังมีข้อกำหนดว่าด้วยการค้าบริการ ซึ่งมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2563 โดยมีการนำมาตรการเปิดเสรีใหม่สำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และโทรทัศน์มาบังคับใช้ ซึ่งรวมถึง

- ภาพยนตร์: สำหรับภาพยนตร์ที่ร่วมผลิตโดยฮ่องกงและจีน จะไม่มีการจำกัดเปอร์เซ็นต์ของบุคลากรและศิลปินสร้างสรรค์หลักของฮ่องกง หรือเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับจีน ค่าธรรมเนียมสำหรับการจัดตั้งโครงการภาพยนตร์ร่วมผลิตจีนและฮ่องกงจะได้รับการยกเว้นเช่นกัน
- โทรทัศน์: จะไม่มีการจำกัดปริมาณละครโทรทัศน์และรายการทีวีแอนิเมชันที่ผลิตในฮ่องกงที่นำเข้าโดยสถานีโทรทัศน์ เว็บไซต์ภาพและเสียง และเครือข่ายเคเบิลทีวีของจีน



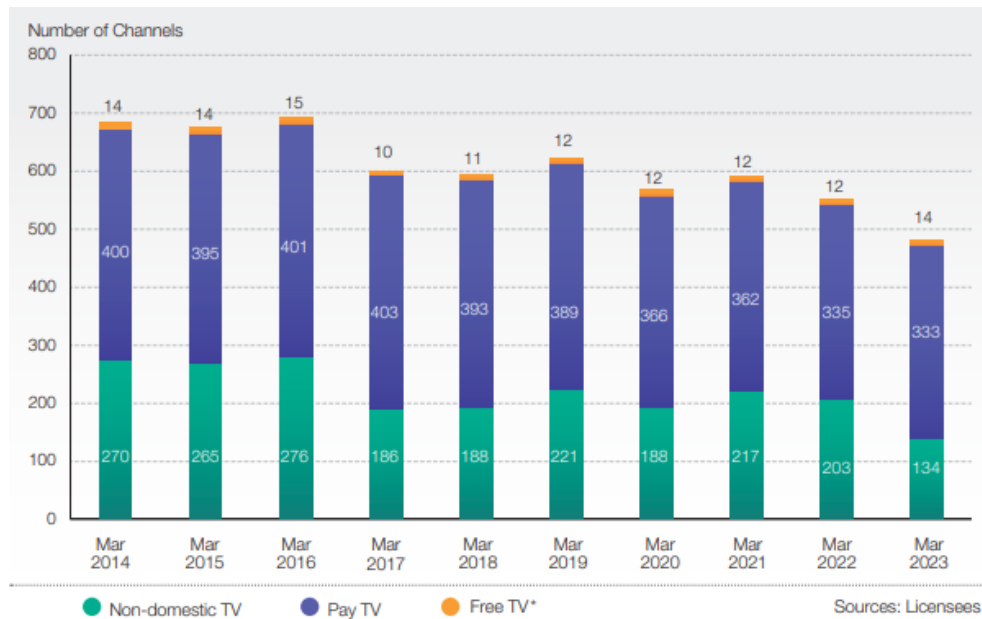
#### 2.1.4) ความท้าทายของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ฮ่องกง

รัฐบาลฮ่องกงมีข้อกำหนดด้านการเผยแพร่เนื้อหาในภาพยนตร์ โดยฮ่องกงผ่านกฎหมายเซ็นเซอร์ภาพยนตร์แบนเนื้อหาที่สนับสนุน-ปลุกปั่น ผลักดัน สนับสนุน เชิดชู ส่งเสริม และปลุกปั่นกิจกรรมที่อาจเป็นภัยต่อความมั่นคง หากผู้ที่ฝ่าฝืนจะต้องโทษจำคุก และโดนปรับกว่า 1.2 แสนดอลลาร์ฮ่องกง การที่รัฐสภาจีนผ่านกฎหมายความมั่นคงแห่งชาติสำหรับใช้ในฮ่องกงเมื่อช่วงกลางปี 2563 ที่ผ่านมา ได้สร้างความเปลี่ยนแปลงให้สังคมฮ่องกงอย่างมาก ทั้งเรื่องเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น ไปจนถึงการเปลี่ยนแปลงหลักสูตรการศึกษาบางอย่างเพื่อให้เป็นมิตรกับจีนมากขึ้น หลังจากมีการผ่านกฎหมายนี้ นักวิจารณ์หลายคนได้ออกมาแสดงความกังวลว่า ระเบียบใหม่นี้จะสร้างผลกระทบอย่างมหาศาลในวงการภาพยนตร์และวงการภาพยนตร์ต้องใช้เวลาปรับตัว

## 2.2 อุตสาหกรรมโทรทัศน์และโฮมวิดีโอ (Television)

### 2.2.1 ภาพรวมอุตสาหกรรม

หน่วยงานด้านการสื่อสารโทรคมนาคมของฮ่องกง Communication Authority เปิดเผยว่ามีผู้ได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจโทรทัศน์ (TV Licensees) จำนวน 14 ใบอนุญาต ให้บริการ 477 ช่อง (ข้อมูล ณ เดือนมีนาคม 2566) โดยจำนวนช่องโทรทัศน์ที่ให้บริการมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องจากเกือบ 700 ช่องในเดือนมีนาคม 2559 สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

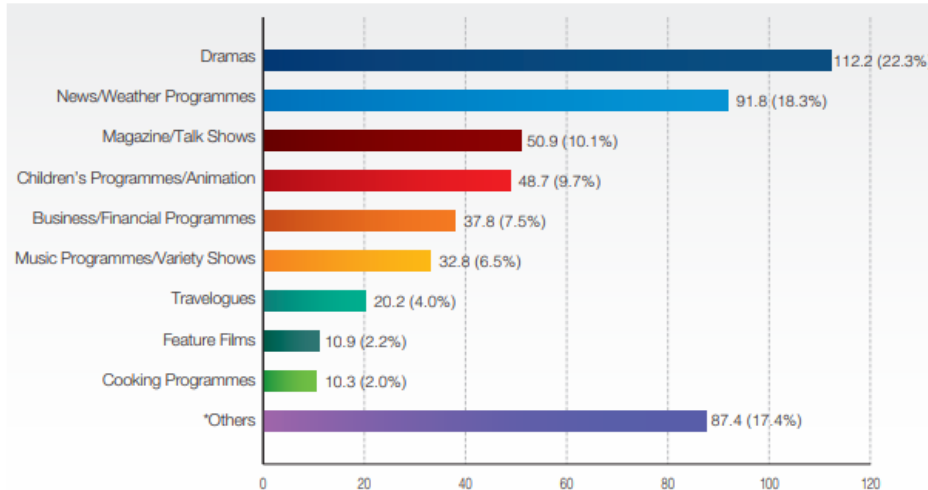


แหล่งข้อมูล : รายงาน Annual Report 2022 – 2023, Communications Authority



ข้อมูลรายการโทรทัศน์ที่ชาวฮ่องกงนิยมรับชมผ่านช่องทาง Free TV โดยรายการที่ได้รับความนิยมสูงสุด ได้แก่ ละคร (ร้อยละ 22.3) ข่าว (ร้อยละ 18.3) รายการสัมภาษณ์ Talk Shows (ร้อยละ 10.1) และรายการสำหรับเด็ก (ร้อยละ 9.7) ตามลำดับ

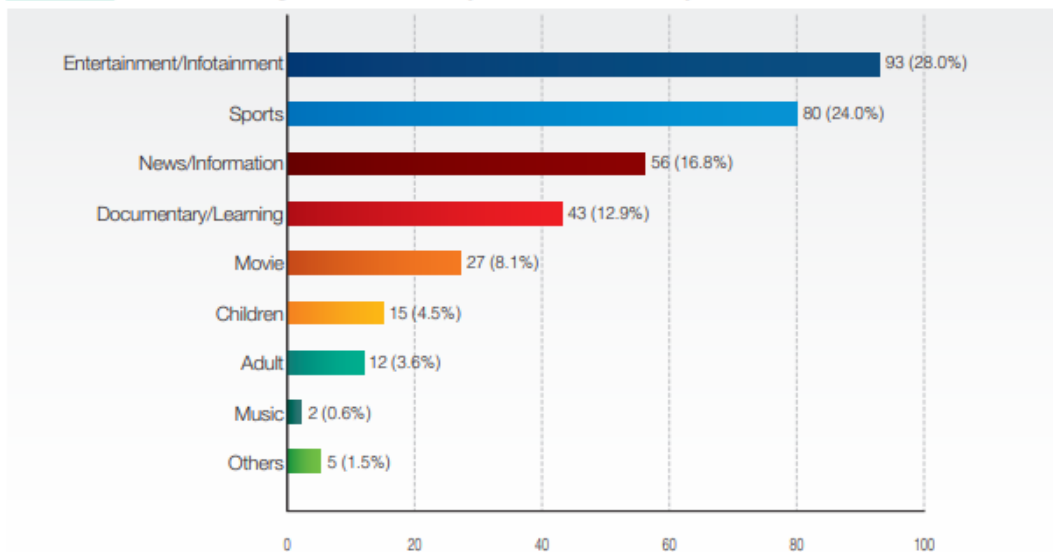
**Figure 4: Weekly Hours of Different Types of Programmes Broadcast on HOY TV, Jade and ViuTV (as at March 2023)**



แหล่งข้อมูล : รายงาน Annual Report 2022 – 2023, Communications Authority

ข้อมูลรายการโทรทัศน์ที่ชาวฮ่องกงนิยมรับชมผ่านช่องทาง Pay TV โดยรายการที่ได้รับความนิยมสูงสุด ได้แก่ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ (ร้อยละ 28) กีฬา (ร้อยละ 24) ข่าว (ร้อยละ 16.8) สารคดี (12.9) ภาพยนตร์ (8.1) ตามลำดับ

**Figure 6: Nature of Pay TV Channels (as at March 2023)**



แหล่งข้อมูล : รายงาน Annual Report 2022 – 2023, Communications Authority

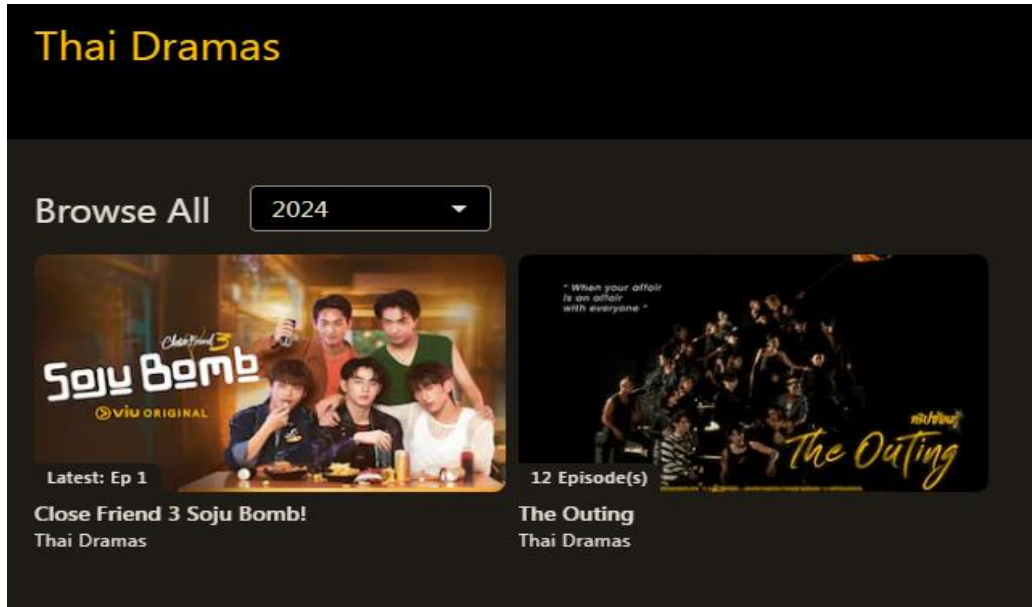
## 2.2.2 แนวโน้มอุตสาหกรรม

การเติบโตตลาดโทรทัศน์ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ได้เปลี่ยนไปสู่บริการออนไลน์แบบเฉพาะตัว (On Demand – Online Streaming) โดยมีเนื้อหาที่มีความละเอียดสูง ผลักดันความต้องการสมาร์ททีวีและเทคโนโลยีวิดีโอขั้นสูงอื่นๆ นอกจากนี้ สถานการณ์และปัจจัยทางเศรษฐกิจยังมีส่วนช่วยในการพัฒนาตลาด ความชอบของลูกค้าในฮ่องกงได้รับอิทธิพลอย่างมากจากแนวโน้มทั่วโลกที่มีต่อบริการสตรีมมิงแบบออนดีมานด์ ผู้บริโภคเลือกใช้แพลตฟอร์ม เช่น Netflix และ Disney+ มากขึ้นเพื่อเข้าถึงเนื้อหาที่หลากหลายได้ทุกที่ทุกเวลา ซึ่งส่งผลให้การสมาชิกเคเบิลทีวีและดาวเทียมแบบดั้งเดิมลดน้อยลงไป เนื่องจากผู้ชมต้องการความสะดวกสบายจากการรับชมได้ผ่านช่องทางที่ใช้ง่าย เช่น การสตรีมมิงผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เป็นต้น นอกจากนี้การเติบโตของตลาดสตรีมมิงทำให้อุตสาหกรรมทีวีเติบโตขึ้นอย่างมาก เนื่องจากผู้บริโภคต้องการอุปกรณ์ที่สามารถใช้ร่วมกับแพลตฟอร์มสตรีมมิงเหล่านี้ได้อย่างราบรื่น นอกจากนี้อีกประการ ผู้บริโภคเนื้อหาต่าง ๆ ยินดีลงทุนในอุปกรณ์ระดับพรีเมียมเพื่อเฟลิดเฟลิ่งกับภาพยนตร์และรายการทีวีที่พวกเขาชื่นชอบ ด้วยคุณภาพที่ดีที่สุด และด้วยความหนาแน่นของประชากรฮ่องกงที่มีพื้นที่ในการอยู่อาศัยจำกัด ผู้บริโภคจำนวนมากจึงต้องการมีอุปกรณ์เครื่องเดียวที่สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ได้หลายอย่าง เช่น สมาร์ททีวีที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและการเข้าถึงเนื้อหาออนไลน์ได้หลากหลาย ดังนั้นตลาดทีวีและวิดีโอ ซึ่งรวมไปถึงการสตรีมมิงบนออนไลน์แพลตฟอร์มในฮ่องกงคาดว่าจะขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง

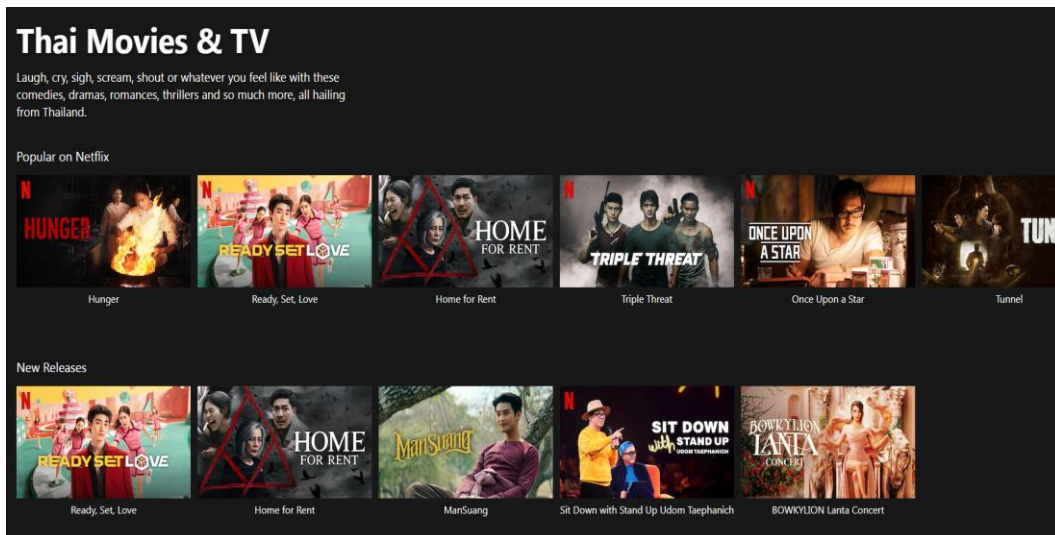
ทั้งนี้ Hong Kong Trade Development Council รายงานแพลตฟอร์มการรับชมบนมือถือเพิงนิยมนในฮ่องกงในฐานะช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญสำหรับรายการทีวี รายการโทรทัศน์ อาทิ Hong Kong's Television Broadcasters(TVB) บนแพลตฟอร์มแอปพลิเคชันมือถือ และ myTV Super ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มแบบ over-the-top (OTT) ที่ใหญ่ที่สุดในฮ่องกง โดยมีผู้ใช้ที่ลงทะเบียน 10.4 ล้านคน ณ เดือนมิถุนายน 2566 สำหรับแพลตฟอร์มอื่นๆ ได้แก่ ViuTV ซึ่งเป็นช่องทางที่ดำเนินการโดย HKTVE และเปิดตัวในเดือนเมษายน 2559 ซึ่งให้บริการออกอากาศฟรีและบริการสตรีมมิงสื่อตามความต้องการบนอุปกรณ์มือถือ และบริษัท Asia Television Digital Media Limited (ATV) ได้เปิดตัว แอพมือถือในเดือนมกราคม 2561 เพื่อออกอากาศผ่านบริการ OTT ความนิยมของแพลตฟอร์ม OTT ส่งผลให้กลายเป็นช่องทางที่สำคัญมากขึ้นสำหรับบริษัทโทรทัศน์ในฮ่องกงที่ต้องการเพิ่มรายได้ในตลาดต่างประเทศและจีน ขณะเดียวกันจีนซึ่งเป็นหนึ่งในตลาดธุรกิจบันเทิงและสื่อที่ใหญ่ที่สุดของโลกมองหาผู้ผลิตรายการที่มีคุณภาพเพิ่มขึ้นควบคู่ไปกับจำนวนโทรทัศน์และช่องเคเบิลที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน

ภาพรวมภาพยนตร์และบันเทิงที่ได้รับความนิยมผ่านช่องทางต่างๆในฮ่องกง

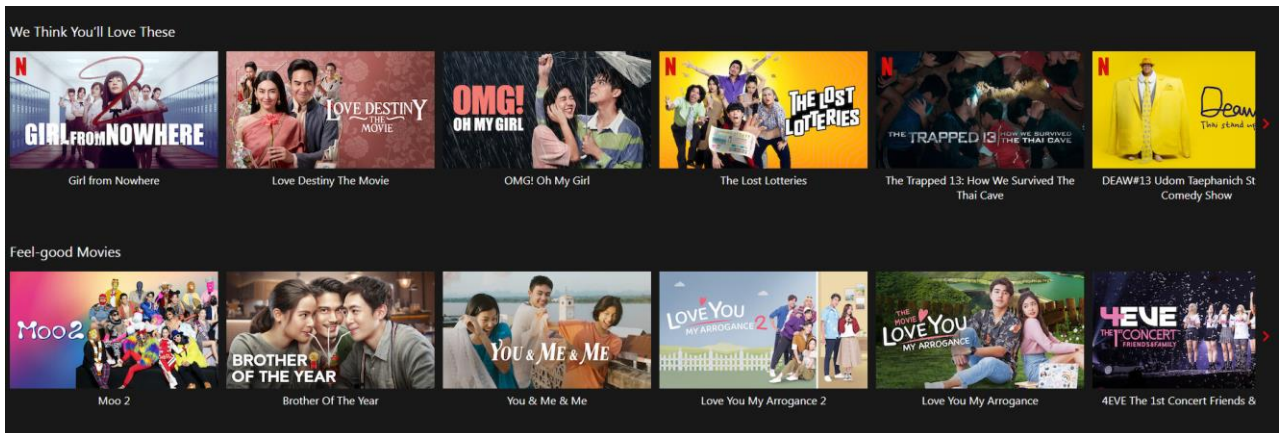
ภาพยนตร์ไทย/ทีวี ผ่าน video streaming (ช่อง VIU)  
เรื่อง Close Friend 3 Soju Bomb(โคตรแฟน 3 โซจูบอมบ์)



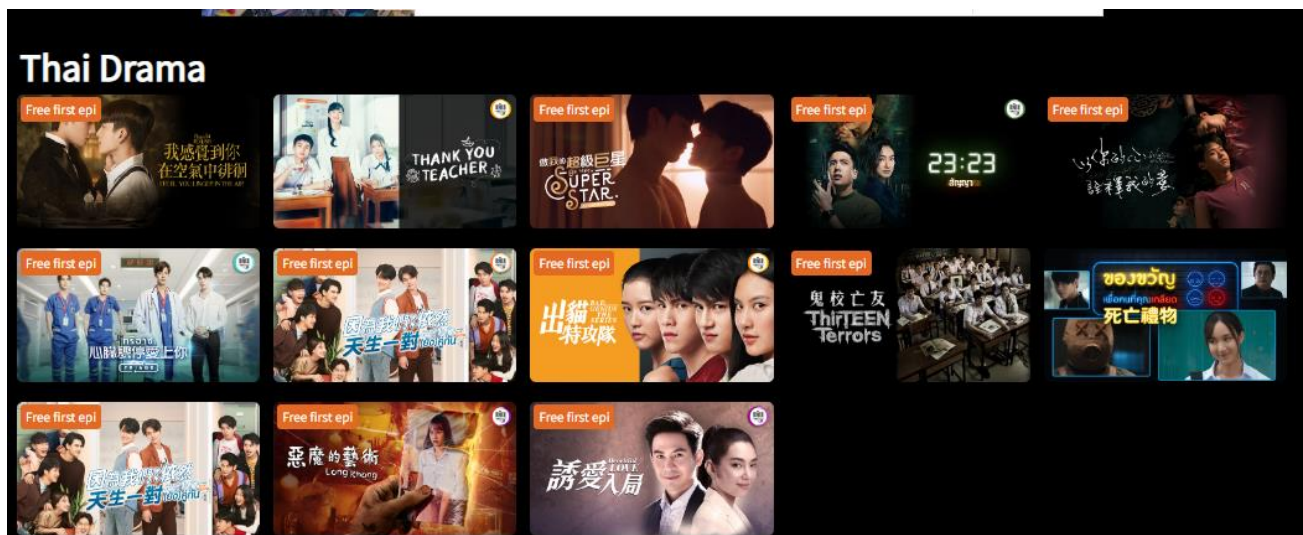
ภาพยนตร์ไทย/ทีวี /ซีรีส์ไทย ผ่าน video streaming (ช่อง VIU)



ภาพยนตร์ไทย/ซีรีส์ไทย video streaming (ช่อง VIU)



ภาพยนตร์/ซีรีส์/ละครไทย ผ่าน video streaming (ช่อง myTVsuper)

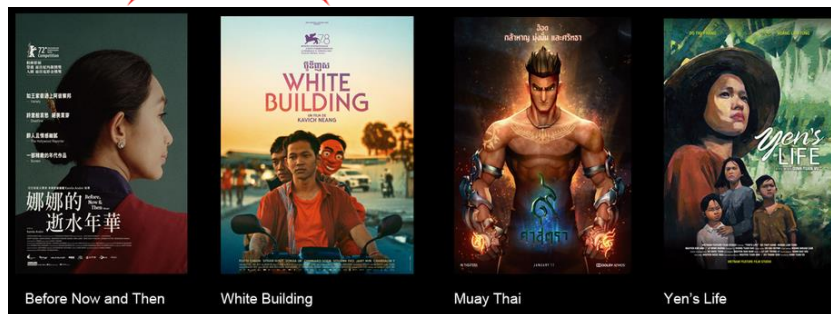


### 3. โอกาสของอุตสาหกรรมบันเทิงไทยในฮ่องกง

ชาวฮ่องกงมีความคุ้นเคยและชื่นชอบประเทศไทยในหลากหลายมิติ ทั้งด้านสินค้าบริการ และศิลปวัฒนธรรม จึงเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการไทยในการขยายช่องทางการให้บริการและเผยแพร่ผลงานที่มีคุณภาพของอุตสาหกรรมบันเทิงไทย เช่น ภาพยนตร์ และดนตรี เป็นต้น โดยมีตัวอย่างกิจกรรมที่จัดขึ้นในฮ่องกง ดังนี้

#### 3.1 การจัดแสดงภาพยนตร์ไทยในฮ่องกง

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของฮ่องกงมีการพยายามส่งเสริมการค้าข้ามพรมแดนโดยมุ่งมั่นที่จะขยายตลาดระหว่างบริษัทในฮ่องกงกับผู้ค้าต่างประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ สำหรับประเทศไทย เมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2566 Hong Kong - ASEAN Foundation และ Asia Society Hong Kong Center จัดเทศกาลภาพยนตร์อาเซียน (ASEAN Film Festival 2023) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือด้านภาพยนตร์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ระหว่างไทยกับฮ่องกงและส่งเสริมความนิยมในภาพยนตร์ไทยในฮ่องกงตามนโยบายผลักดัน soft power “5F” ของรัฐบาล และในปี 2565 ระหว่างวันที่ 3 - 4 พฤศจิกายน เป็นการร่วมมือกับหน่วยงาน Leisure and Cultural Services Department (LCSD) และหอภาพยนตร์ฮ่องกง (Hong Kong Film Archive – HKFA) ภายใต้ชื่อ Sawasdee Cinema 2022 Presents : Border Crossings in Thai Cinema ณ โรงภาพยนตร์ HKFA



### 3.2 การเข้าร่วมงาน Hong Kong International Film & TV Market (FILMART)

กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ได้บูรณาการร่วมกับกระทรวงวัฒนธรรมและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา นำผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมงาน FILMART เป็นประจำทุกปี โดยในปี 2567 มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วม 27 บริษัท พร้อมด้วยสมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ และสมาคมส่งเสริมคอนเทนต์วายไทย แบ่งตามประเภทธุรกิจ ดังนี้

- 1) ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายภาพยนตร์และแอนิเมชัน (Film Production and Distribution) จำนวน 9 บริษัท
- 2) ผู้ผลิตรายการและละครโทรทัศน์ (Television Content and Formats) จำนวน 10 บริษัท
- 3) บริการเกี่ยวเนื่องกับภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Production and Post Production Services) จำนวน 8 บริษัท

#### ผู้ผลิตและผู้สร้างภาพยนตร์เข้าร่วมงาน FILMART 2024 จำนวน 27 บริษัท แบ่งเป็น 3 ประเภท

บริษัทผลิตและจัดจำหน่ายภาพยนตร์	ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์	บริการด้านภาพยนตร์และวีดิทัศน์
1. Black Dragon Entertainment	1. 9Naa Production	1. Acts Studio
2. De Warrenne Pictures	2. Be on Cloud	2. True CJ Creations
3. Film Frame Productions	3. Change2561	3. Kantana Holdings
4. GDH 559	4. GMM TV	4. Locman2011
5. Hollywood (Thailand)	5. Halo Productions	5. Retina Film Production
6. Night Edge Pictures Corporation	6. Star Hunter Entertainment	6. The Monk Studio
7. Major Join Film	7. Studio Wabi Sabi	7. The Studio Park (Thailand)
8. Sahamongkolfilm International	8. Thai Broadcasting (Workpoint Group)	8. Yggdrasil Group
9. VelCurve	9. True CJ Creation	
	10. TV Thunder	

การเข้าร่วมงาน FILMART 2024 ระหว่างวันที่ 11 – 14 มีนาคม 2567 เกิดการเจรจาการค้าภายใน Thailand Pavilion รวม 413 นัดหมาย เกิดมูลค่าการค้ารวมทั้งสิ้น 2,633 ล้านบาท โดยประเทศที่ให้ความสนใจเข้าร่วมเจรจามากที่สุดได้แก่ จีน ฮองกง เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น มาเลเซีย ไต้หวัน อินเดีย เวียดนาม สิงคโปร์ และสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ สำหรับการค้าในอนาคตและเกิดความสัมพันธ์ทางธุรกิจที่ใกล้ชิดยิ่งขึ้นในขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการในวงการภาพยนตร์และบันเทิงของฮองกงเชื่อมั่นในศักยภาพของผู้ประกอบการไทยเป็นอย่างดี และมองไทยเป็นพันธมิตรสำคัญระดับภูมิภาคเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมภาพยนตร์และต่อยอดทางการตลาดรวมกัน โดยงานในปีที่นี้ มีผู้ประกอบการไทยเข้าร่วมในนาม Thailand Pavilion และคาดการณ์ว่าจะเกิดการซื้อ-ขาย การแลกเปลี่ยนคอนเทนต์และความร่วมมืออย่างใกล้ชิดต่อไป



กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศร่วมกันจัดกิจกรรมส่งเสริมธุรกิจบันเทิง หรืองาน Thai Night ในช่วงงาน Filmart 2024 จึงเป็นโอกาสอันดีที่จะส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และบันเทิงไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับนานาชาติ รวมทั้งเผยแพร่อุตสาหกรรมบันเทิงไทยที่สามารถให้บริการแก่ทั่วโลกได้อย่างครบวงจรนำไปสู่การค้า การลงทุน การร่วมผลิต และการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจระหว่างประเทศ งาน Thai Night โดยมีทุลกระหม่อมหญิงอุบลรัตนราชกัญญา สิริวัฒนาพรรณวดี เสด็จเป็นองค์ประธานในพิธีเปิดงาน ในวันที่ 11 มีนาคม 2567 ณ โรงแรม Grand Hyatt โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และธุรกิจบันเทิงไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับนานาชาติ ยกกระดับความสามารถทางการแข่งขันให้ประเทศไทยอย่างยั่งยืน และเปิดโอกาสในการสร้างเครือข่าย และขยายช่องทางการดำเนินธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งเป็นเวทีในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การสร้างสรรค์ Soft Power ของไทย โดยกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักลงทุน ผู้สร้าง ผู้กำกับ ผู้ซื้อภาพยนตร์ และสื่อมวลชนในต่างประเทศ ผู้จัดงาน/เทศกาล ผู้มีชื่อเสียง (Celebrity) รวมทั้งสิ้นกว่า 500 รายภายในงาน



ทุลกระหม่อมหญิงอุบลรัตนราชกัญญา สิริวัฒนาพรรณวดี เสด็จเป็นองค์ประธานกล่าวเปิดงาน

### 3.3 การเข้าร่วมเทศกาลหนังนานาชาติของฮ่องกง (Hong Kong International Film Festival)

ภาพยนตร์ไทยได้รับการคัดเลือกและเชิญให้เข้าร่วมฉายในเทศกาลหนังนานาชาติของฮ่องกงอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปีและได้รับผลตอบรับเป็นอย่างดี



### 3.4 การเข้าร่วมแสดงดนตรีในงานเทศกาลดนตรีนานาชาติของฮ่องกง The Nextwave

ศิลปินดนตรีของไทยได้รับเชิญเข้าร่วมแสดงในงานเทศกาลดนตรีนานาชาติของฮ่องกง The Nextwave โดยในปี 2567 นี้ คาดว่าจะจะมีการเชิญศิลปินไทย 2 - 3 เข้าร่วมงาน เป็นช่องทางที่ดีในการเผยแพร่ Soft Power ของไทย รวมทั้งเป็นโอกาสในการส่งเสริมการค้าขายสินค้าและบริการอื่นๆ ของไทยต่อไป



สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองฮ่องกง  
เดือนมีนาคม 2567

## แหล่งข้อมูลอ้างอิง

1. รายงาน Annual Report 2022 – 2023 หน่วยงาน Communications Authority ฮ่องกง  
[https://www.coms-auth.hk/annual\\_report/2223/pdf/en/full.pdf](https://www.coms-auth.hk/annual_report/2223/pdf/en/full.pdf)
2. รายงาน Global Entertainment & Media Outlook 2023 – 2027 : Hong Kong Summary บริษัท PWC  
<https://www.pwchk.com/en/tmt/gemo-china-media-2023-2027.pdf>
3. บทความวิเคราะห์ Film and Entertainment Industry in Hong Kong หน่วยงาน Hong Kong Trade and Development Council (HKTDC)  
<https://research.hktdc.com/en/article/MzExMjc4NDIz>