

# Opportunity Day

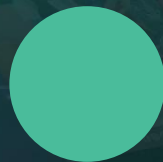
## Year End 2023

บริษัท มิสแกรนด์ อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)  
Miss Grand International Public Company Limited



# MGI

## OppDay



Company Overview



Key Highlight



Business Outlook



Performance

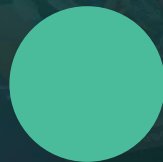


Looking Forward



# MGI

## OppDay



Company Overview



Key Highlight



Business Outlook



Performance



Looking Forward



“The **Experiential Commerce** Company”





GRAND  
EXPERIENCES

# PAGEANT – ธุรกิจการจัดประกวดมิสแกรนด์



MISS GRAND THAILAND

MISS GRAND INTERNATIONAL

# TALENT - ธุรกิจบริหารจัดการศิลปิน



ENGFA

CHARLOTTE

AOOM

MEENA

SNACK

PAILIU

TOP 10 MGT 2022 / 2023

TOP 10 MGI 2023

# MEDIA & X-PERIENCES ธุรกิจสื่อและบันเทิง



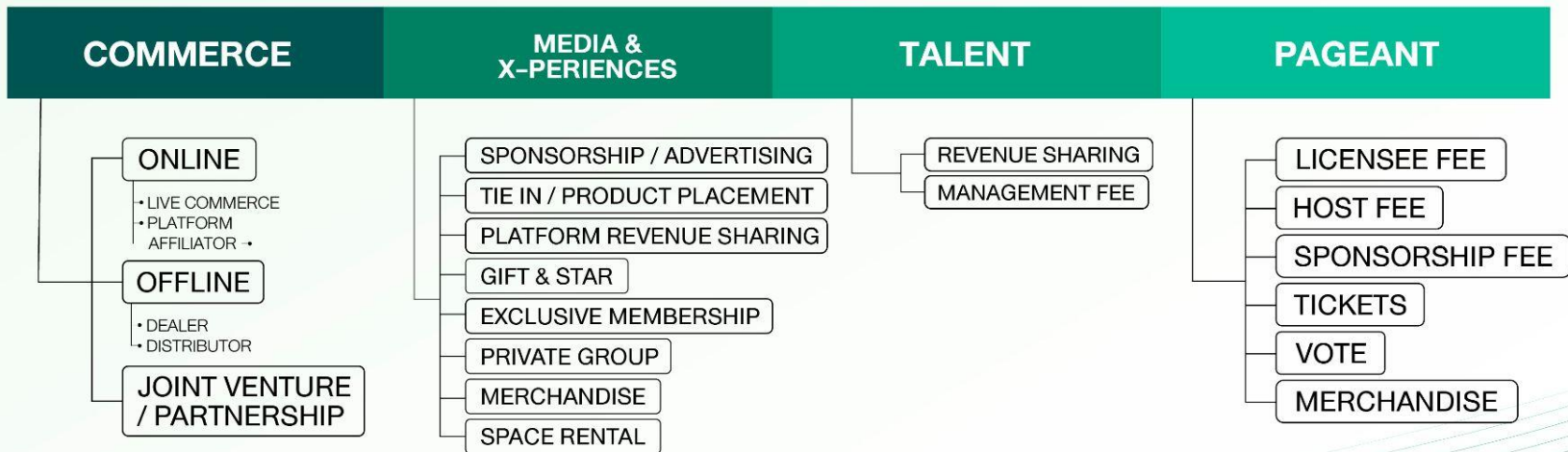


# COMMERCE - ธุรกิจพาณิชย์

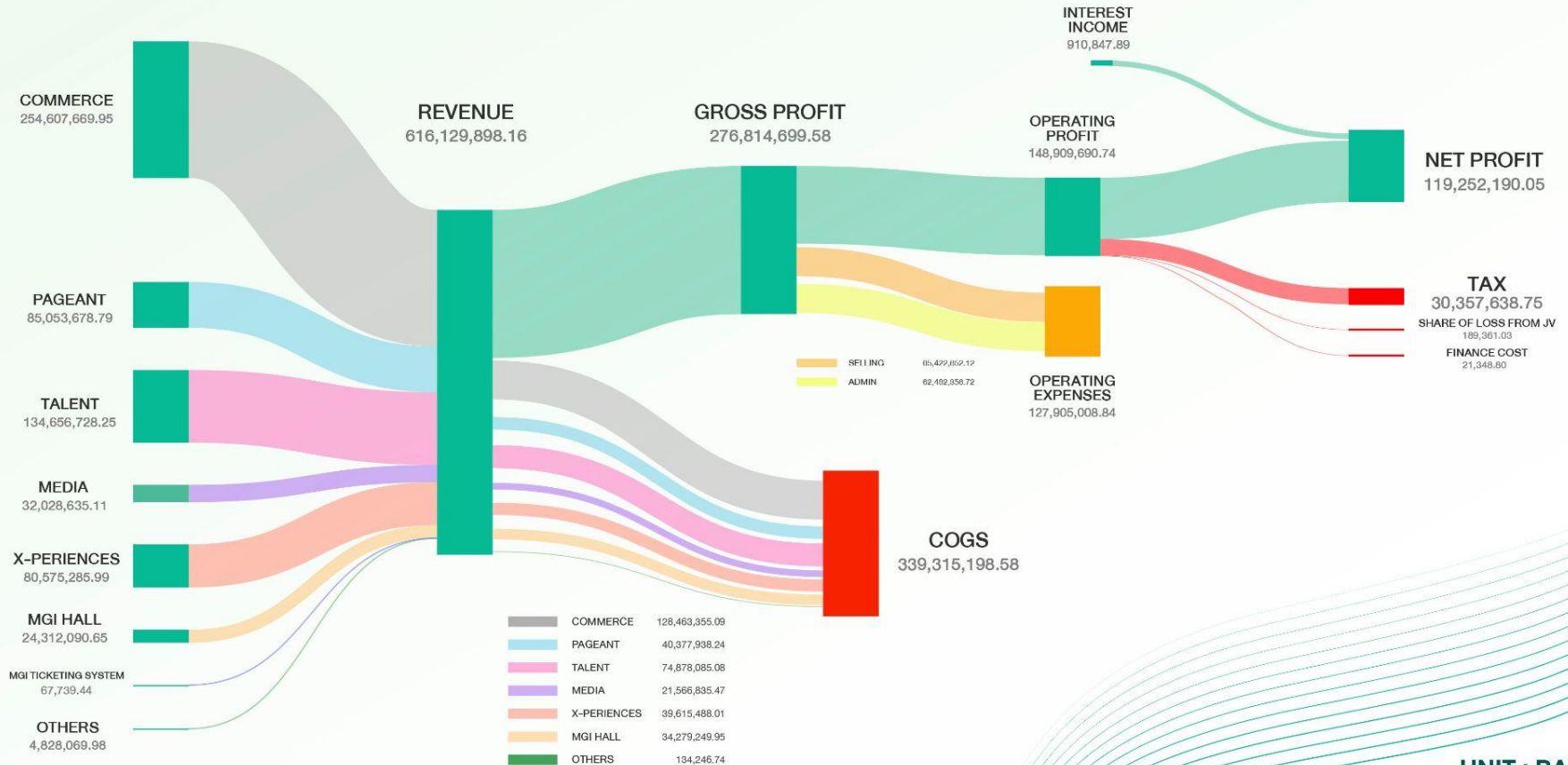


ผลิตภัณฑ์สำหรับผิวหน้าและผิวกาย | ผลิตภัณฑ์ของใช้ส่วนบุคคล | ผลิตภัณฑ์น้ำหอม | ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ | ผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม

# MGĪ Revenue Stream



# HOW MGI MAKES MONEY



# MGI

## OppDay



Company Overview



Key Highlight



Business Outlook



Performance



Looking Forward



59%

Experiential

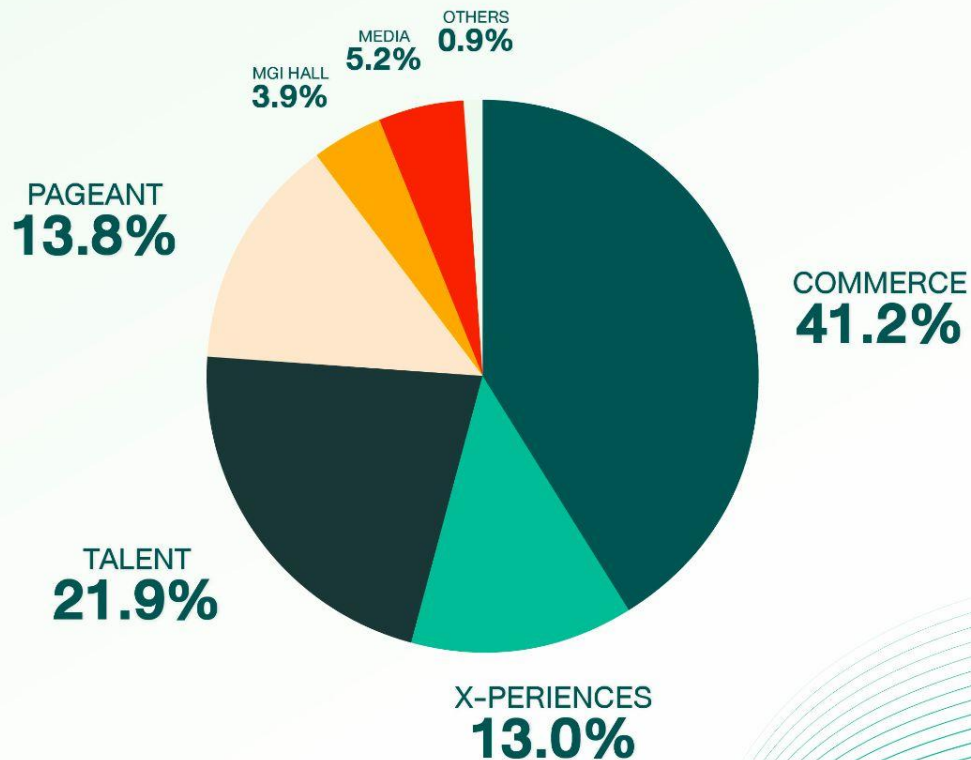
41%

Commerce



# MGĪ BUSINESS OVERVIEW

## REVENUE STREAMING



# 2023 Highlight

Revenue  
YOY

**92.78%**

GP  
YOY

**126.29%**

NP  
YOY

**149.22%**

NPM

**19.36%**

# Key Highlight 2023



## PAGEANT

- MGT : Licensee Fee Growth YOY 30%
- MGI : Licensee Fee Growth YOY 14%
- Host Country for 2023 : Vietnam
- Host Country for 2024 : Myanmar



## Media & X-Periences

- GRAND SERIES : SHOW ME LOVE
- 15 X-periences Events : Domestic = 10 International = 5
- MGI HALL SPACE Rental



## TALENT

- ENGFA & CHARLOTTE are the Top 2 artrists



## Commerce

- First Luanch TikTok Shop Sales Channel : MGI Shop (start from February 2023)
- New Products
  - NangNgam Miracle Advance Peptide Faceserum
  - NangNgam NiNi Soap
  - Finverr Perfume
  - น้ำพริกปลาสด รสต้มยำ ตรานางงาม
  - น้ำพริกหนิงไ้ท่รอบ ตรานางงาม
- KMGi : MGI 50% KAMART 50%



# PAGEANT



## Miss Grand Thailand 2023 - GRAND FINAL

การดู 6.4 ล้าน ครั้ง

• สตรีมแล้วเมื่อ 9 เดือนที่ผ่านมา



## Miss Grand Thailand 2023 - Preliminary Competition

การดู 1.7 ล้าน ครั้ง

• สตรีมแล้วเมื่อ 10 เดือนที่ผ่านมา



## Miss Grand Thailand 2023 - มิสแกรนด์ขวัญใจเชียงใหม่

การดู 1.4 ล้าน ครั้ง

• สตรีมแล้วเมื่อ 10 เดือนที่ผ่านมา



## Miss Grand Thailand 2023 - National Costume Competition

การดู 1.2 ล้าน ครั้ง

• สตรีมแล้วเมื่อ 10 เดือนที่ผ่านมา



## Miss Grand Thailand 2023 - มิสแกรนด์ทอล์กโชว์ชิงสตาร์ 2023 x ระเบิด...

การดู 1.1 ล้าน ครั้ง

• สตรีมแล้วเมื่อ 10 เดือนที่ผ่านมา



## Miss Grand Thailand 2023 - Welcome Ceremony & Press...

การดู 9.5 แสน ครั้ง

• สตรีมแล้วเมื่อ 10 เดือนที่ผ่านมา



## Miss Grand Thailand 2023 - Swimsuit Competition

การดู 9.4 แสน ครั้ง

• สตรีมแล้วเมื่อ 10 เดือนที่ผ่านมา



## Miss Grand Thailand 2023 - Creative Lanna Costume

การดู 7.7 แสน ครั้ง

• สตรีมแล้วเมื่อ 10 เดือนที่ผ่านมา

# PAGEANT



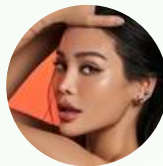
WISESIGHT

**กระแสปัง! #มิสแกรนด์ไทยแลนด์2023**  
**กวาดเงินเกอเมนต์เหยียบ 50 ล้าน**

เก็บข้อมูลผ่านเครื่องมือ ZOCIAL EYE ระหว่างวันที่ 1 เมษายน - 1 พฤษภาคม 2566

# Engagement of Miss Grand Thailand 2023

Miss Grand Thailand ได้รับ Engagement โดดเด่นในช่วงเดือนเมษายนตลอดทั้งเดือน ซึ่งเป็นช่วงเวลาการจัดการประกวดรอบต่าง ๆ โดยเป็นผลมาจากการลงคลิปบรรยากาศ การแข่งขันที่ถูกโพสต์บนช่องทาง TikTok โดยเฉพาะจากเหล่าแฟนคลับคุณอิงฟ้า และผู้สนับสนุนผู้เข้าประกวด

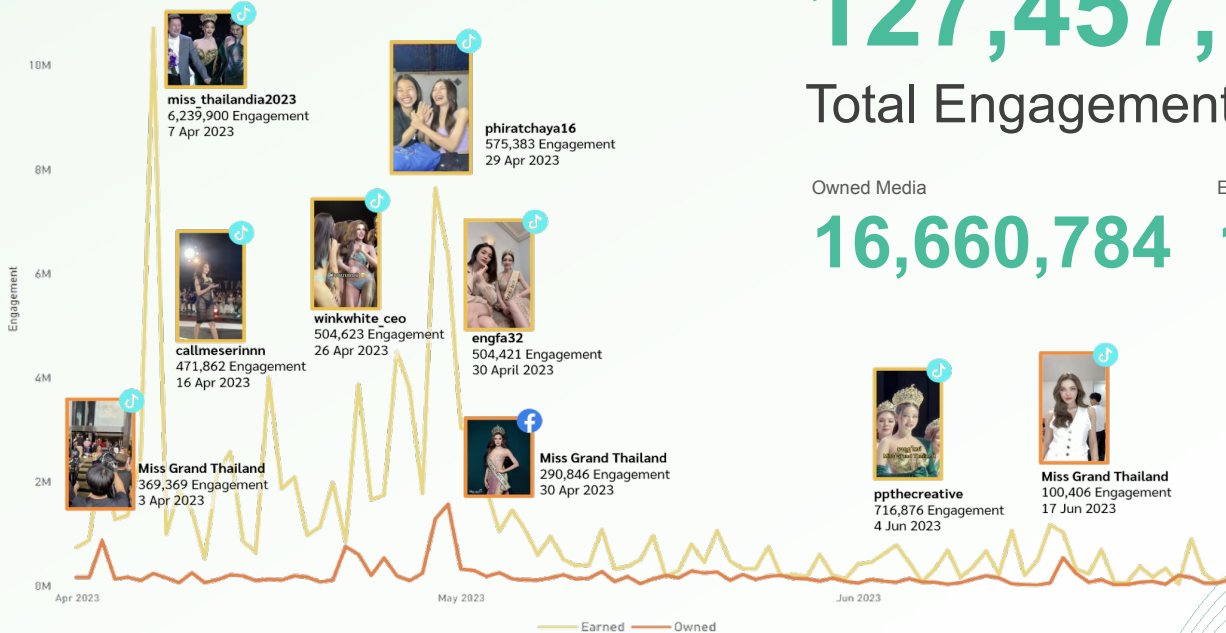


engfa32

18,610,514 Engagement

6.4M Followers

Engagement Movement (Daily), Breakdown by Media Type



# 127,457,164

## Total Engagement

Owned Media

# 16,660,784

Earned Media

# 110,796,380

# PAGEANT



## Miss Grand International 2023 - Grand Final

การดู 13 ล้าน ครั้ง  
• สตรีมแล้วเมื่อ 4 เดือนที่ผ่านมา



## Miss Grand International 2023 - Preliminary Competition

การดู 3.5 ล้าน ครั้ง  
• สตรีมแล้วเมื่อ 4 เดือนที่ผ่านมา



## Miss Grand International 2023 - Swimsuit Competition MGI...

การดู 1.2 ล้าน ครั้ง  
• สตรีมแล้วเมื่อ 4 เดือนที่ผ่านมา



## Miss Grand International 2023 - Swimsuit Competition MGI...

การดู 1.2 ล้าน ครั้ง  
• สตรีมแล้วเมื่อ 4 เดือนที่ผ่านมา



## Miss Grand International 2023 - Grand Voice Award

การดู 6 แสน ครั้ง  
• สตรีมแล้วเมื่อ 4 เดือนที่ผ่านมา



## Miss Grand International 2023 - Xin Chào Việt Nam

การดู 5.2 แสน ครั้ง  
• สตรีมแล้วเมื่อ 4 เดือนที่ผ่านมา



## Miss Grand International 2023 - GRAND VOICE

การดู 5.2 แสน ครั้ง  
• สตรีมแล้วเมื่อ 4 เดือนที่ผ่านมา



## Miss Grand International 2023 - "Gala Dinner - Semi-Final..."

การดู 4.6 แสน ครั้ง  
• สตรีมแล้วเมื่อ 4 เดือนที่ผ่านมา

## The Miss Grand International beauty pageant becomes one of the most popular live-streams of the year



Iarfhlaith Dempsey

Oct 26, 2023 • 4 min read

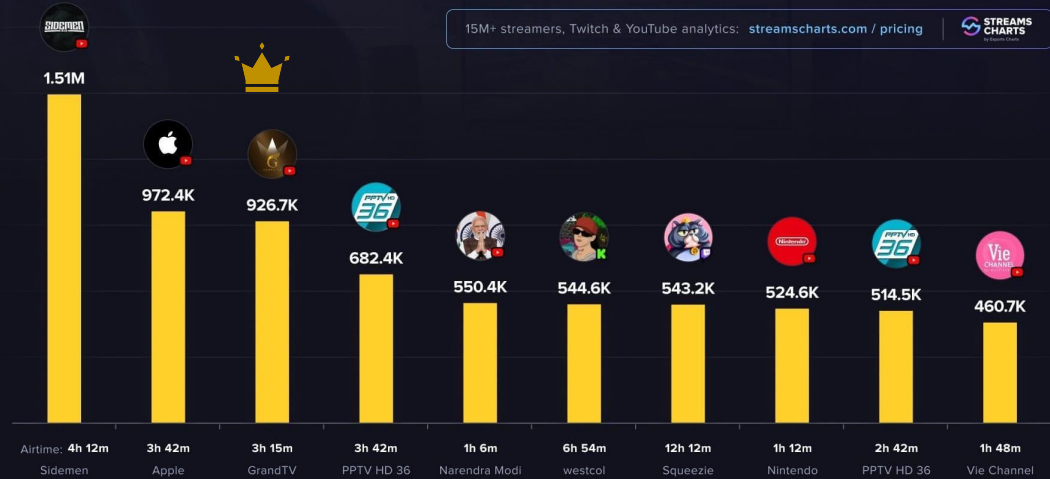


## Most Popular Streams of last 90 days

Jul 28 - Oct 25



By Average Viewers, excluding streams live for less than an hour



MGII

## TOP 6 Gross Revenue Artists



อิงฟ้า  
วราหะ



ชาล็อต  
ออสติน



सानึก  
อัจจรรย์



ไพหลิว  
กมลวงษ์



อัม  
ทวิฬร



มินา  
ริณา



# Grandom Network



ด้อมอิงฟ้า  
35,000



ด้อมบอสณวิวัฒน์  
11,357



ด้อมชาลיות  
25,000





# MEDIA & X-Periences



# MEDIA & XPeriences



## MGT 2023 1st Fan Meeting

🔒 กลุ่มส่วนตัว · สมาชิก 1.9 พัน คน



## The Grand Concert EngfaCharlotte in USA

🔒 กลุ่มส่วนตัว · สมาชิก 9.4 พัน คน



## The Grand Concert Charlotte Possible เพราะ "มันส์" เป็นไปได้

🔒 กลุ่มส่วนตัว · สมาชิก 1.1 หมื่น คน



## ENGFA'S & CHOMPU'S BIRTHDAY PARTY

🔒 กลุ่มส่วนตัว · สมาชิก 9.6 พัน คน



## MGT2023 GRAND Fan Meet : ภาคอีสาน

🔒 กลุ่มส่วนตัว · สมาชิก 720 คน



## กลุ่มปิด ENGLot Fan Meet in Manila

🔒 กลุ่มส่วนตัว · สมาชิก 7.4 พัน คน



## The Grand Concert ENGFA MAHACHON 2

🔒 กลุ่มส่วนตัว · สมาชิก 1.1 หมื่น คน



## Interview Day MGT2023

🔒 กลุ่มส่วนตัว · สมาชิก 3.5 พัน คน



## MGT2023 GRAND Fan Meet : ภาคใต้

🔒 กลุ่มส่วนตัว · สมาชิก 1.2 พัน คน



## กลุ่มปิด The Grand Concert Engfa Live in Vietnam

🔒 กลุ่มส่วนตัว · สมาชิก 6.8 พัน คน



## The Grand Concert คู่ใคร คู่มันส์

🔒 กลุ่มส่วนตัว · สมาชิก 7.4 พัน คน



## Health Relax GRAND CONCERT ENGLot : THONBURI THUNG SONG

🔒 กลุ่มส่วนตัว · สมาชิก 7.0 พัน คน



## Grand Fan Meet ภาคเหนือ @เชียงใหม่

🔒 กลุ่มส่วนตัว · สมาชิก 711 คน



## กลุ่มปิด The Grand Concert Engfa Live in Philippines

🔒 กลุ่มส่วนตัว · สมาชิก 5.9 พัน คน



## ENGLot มินิคอนเสิร์ต : จังหวัดตรัง

🔒 กลุ่มส่วนตัว · สมาชิก 6.0 พัน คน



## กลุ่มปิด After party Miss Grand Thailand 2023

🔒 กลุ่มส่วนตัว · สมาชิก 3.0 พัน คน



## กลุ่มปิด GRAND SPORT DAY 2023

🔒 กลุ่มส่วนตัว · สมาชิก 8.0 พัน คน



## กลุ่มปิด The Grand Concert Engfa Live in Cambodia

🔒 กลุ่มส่วนตัว · สมาชิก 5.2 พัน คน



## กลุ่มปิด มินิคอนเสิร์ต Press Conference MGT 2024

🔒 กลุ่มส่วนตัว · สมาชิก 5.1 พัน คน



## กลุ่มปิด วันเกิด ชาลิต ออสติน 🐾

🔒 กลุ่มส่วนตัว · สมาชิก 5.6 พัน คน

\*More than 100,000 paid viewers watch the live show on Facebook Close Group



# COMMERCE

< Top Products >

## Canned, Jarred & Packaged Foods


Ranked by positive ratings

Most loved | Trending

1 MGI SHOP | น้ำพริกปลาสดนางงาม 1 กระปุก

100% positive ratings

★ 4.9 "ปกติเป็นคนไม่ชอบกินน้ำพริก พอได้ชิม..."

 **฿329.00** Buy

N\*\*N bought this item 3 mins ago

< Top Products >

## Perfume


Ranked by sales in last 30 days

Best selling | Most loved | Trending

1 MGI SHOP | MGI shop น้ำหอม Finverr : Eau De Parfum จำนวน 1 ชิ้น 30 ML

60.5K sold last month

★ 4.8 "หอมมากคับ หอมทั้งวันติดเสื้อผ้า คง..."

 **฿179.00** Buy

\*\*\* bought this item 1 mins ago

< Top Products >

## Perfume


Ranked by increased sales in last 7 days

Best selling | Most loved | Trending

1 MGI SHOP | MGI shop น้ำหอม Finverr : Eau De Parfum จำนวน 1 ชิ้น 30 ML

5276 more sold last week

★ 4.8 "หอมมากคับ หอมทั้งวันติดเสื้อผ้า คง..."

 **฿179.00** Buy

\*\*\* bought this item 1 mins ago

Top Products On TikTok

# COMMERCE



## TOP 3

### BEST SELLING PRODUCTS



น้ำพริกพลาสติก  
ตรา นางงาม



FIVERR PERFUME



NANGNGAM  
SUNSCREEN SERUM

# Social Commerce / Chat Commerce / Live Commerce

ค้นหาเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

สอภคักรวมคั้งเค็งของ Koi  
หอมจริงคัมคัคนทัก

กตโมทั้น  
โคตรพลาด!!

฿159.-  
ลดจาก฿790.-

น้ำหอมฟินเวอร์  
ขวดใหญ่ 30 ML

ลดโคตรโหด  
จากหลัก "พัน"  
เหลือหลัก "ร้อย"

✓ หอม นาน ติดทน

00:07/00:29

ค้นหาเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

ชาล็อตทำพิธี!!!  
น้ำหอมมงคล 199 B.

จก

ด่วน

ค้นหาเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

เอ็ดอียังอยู่หนอแม่

00:03/01:08

# Social Commerce / Chat Commerce / Live Commerce

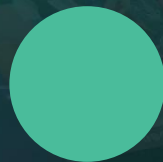


<b>MONTH</b>	<b>Visitors</b>	<b>Buyers</b>	<b>Orders</b>	<b>Conversion%</b>	<b>AVG TS</b>
February	56,542	1,557	1,844	2.75	320.39
March	1,230,047	29,143	36,137	2.37	455.42
April	2,012,178	79,503	89,224	3.96	414.45
May	846,514	41,820	46,780	4.94	361.31
June	602,879	36,519	42,034	6.06	311.72
July	630,753	43,504	56,556	6.89	232.19
August	1,063,335	67,038	82,582	6.30	232.18
September	714,810	58,133	70,037	8.13	248.76
October	1,381,242	87,570	105,978	6.34	218.07
November	1,333,192	115,283	140,481	8.64	198.13
December	1,268,922	117,016	143,098	9.22	222.38

\*Data as of year 2023 from TikTok Shop Seller : MGI Shop

# MGI

## OppDay



Company Overview



Key Highlight



**Business Outlook**



Performance



Looking Forward





10 ธุรกิจ ดาวรุ่ง – ดาวร่วง ปี 2567

ธุรกิจดาวรุ่ง

ธุรกิจดาวร่วง

- 1 E-commerce  
คอนเทนต์ และ Influencer
- 2 การแพทย์และความงาม  
โฆษณาและสื่อออนไลน์  
โทรคมนาคมสื่อสาร
- 3 สื่อบันเทิงออนไลน์  
การเงินการธนาคาร  
Cloud Service และ Cybersecurity
- 4 จัดคอนเสิร์ตและงานอีเวนต์  
ความเชื่อ (หมอดู ฮวงจุ้ย ฯลฯ)  
อัญมณี
- 5 EV และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง  
Soft Power (ซีรีส์และภาพยนตร์)
- 6 อาหารเสริม  
อาหารและเครื่องดื่มไร้แอลกอฮอล์  
น้ำตาล (อาหารและขนม)
- 7 คำปลุกสมัยใหม่  
โลจิสติกส์ เดลิเวอรี่ และคลังสินค้า  
เงินด่วนและโรงรับจำนำ
- 8 สัตว์เลี้ยง  
บันเทิงยามค่ำคืน
- 9 เกม และ E-sport  
ท่องเที่ยว
- 10 พลังงานทดแทน  
ยานยนต์  
อาหารเสริมกริพย์

- 1 โทรศัพท์พื้นฐาน  
ร้านเช่าหนังสือ CD และ VDO
- 2 สื่อสิ่งพิมพ์ที่ไม่มีแพลตฟอร์มออนไลน์  
ผลิตภัณฑ์จัดเก็บข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์  
บริการส่งหนังสือพิมพ์
- 3 คนกลาง  
เครื่องบินดินเผาและเซรามิก
- 4 ผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
- 5 ผลิตสารเคมี
- 6 ร้านถ่ายภาพ
- 7 ขายเครื่องเกม แผ่นเกม ดิสก์เกม  
กอล์ฟจากธรรมชาติ
- 8 ร้านถ่ายเอกสาร
- 9 เพอร์มิตเจอร์ไม้
- 10 ร้านโชห่วย  
ผลิตภัณฑ์กระดาษ

# สัดส่วนมูลค่าตลาด E-COMMERCE ต่อมูลค่าค้าปลีกโต 21.5%

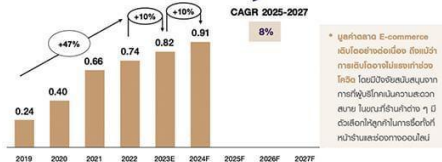
E-commerce

SCB EIC

ตลาด E-commerce เติบโตอย่างต่อเนื่อง ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป และผู้ประกอบการหันมาทำช่องทาง Omnichannel มากขึ้น และ Social Commerce จะเติบโตมากขึ้นในระยะข้างหน้า

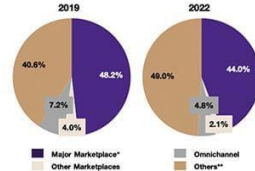
ตลาด E-commerce โตต่อเนื่อง แม้ไม่รุนแรงเท่าช่วงโควิด

หน่วย: ล้านล้านบาท



ส่วนแบ่งการตลาดของ E-commerce ตาม Brand

หน่วย: ร้อยละ



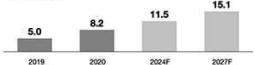
สัดส่วนมูลค่า E-commerce ต่อมูลค่าตลาดค้าปลีก เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

หน่วย: %



สัดส่วน Social Commerce ต่อมูลค่าตลาด E-commerce

หน่วย: ร้อยละ



\* Social Commerce หมายถึงสินค้าที่ขายผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Instagram, TikTok เป็นต้น

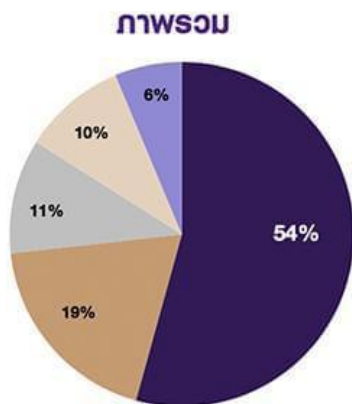
4 ข้อมูลจาก \*Major Marketplace ได้แก่ Shopee, Lazada, \*\* Other marketplaces เช่น Amazon, Komvy, eBay  
ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ Euromonitor

ธุรกิจปรับแผน Omni-Channel  
และ Social Commerce  
รับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคดิจิทัล

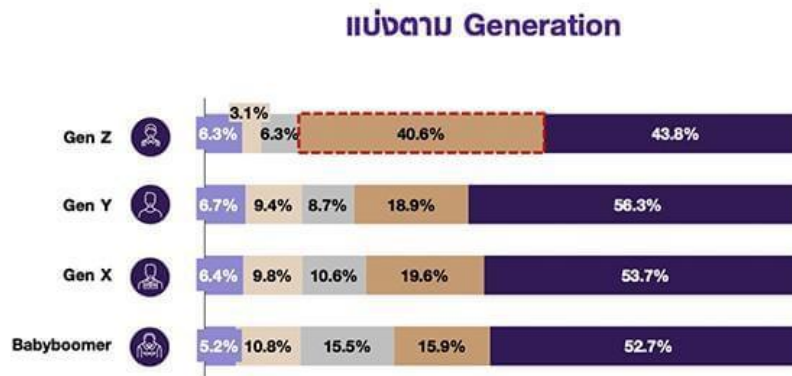
## Marketplace ยังคงครองใจนักช้อปทุกวัย ในขณะที่นักช้อปรุ่นใหม่นิยม Social Commerce ใกล้เคียง Marketplace

คำถาม: Application ใดบ้าง ที่ท่านใช้ในการซื้อสินค้าออนไลน์เป็นประจำ (เลือกได้ไม่เกิน 2 ข้อ)\*

หน่วย: % ของผู้ตอบแบบสอบถาม



- Online marketplace (เช่น Shopee, Lazada, Noc Noc)
- Social media (เช่น Facebook, Instagram, Tiktok)
- ช่องทางออนไลน์ของแบรนด์สินค้าโดยตรง



- เว็บไซต์/แอปพลิเคชันของห้างสรรพสินค้า/Modertrade (เช่น Central online, M online, Homepro)
- สั่งซื้อผ่านดีลิเวอรีแอปพลิเคชัน เช่น Robinhood Mart, GrabMart

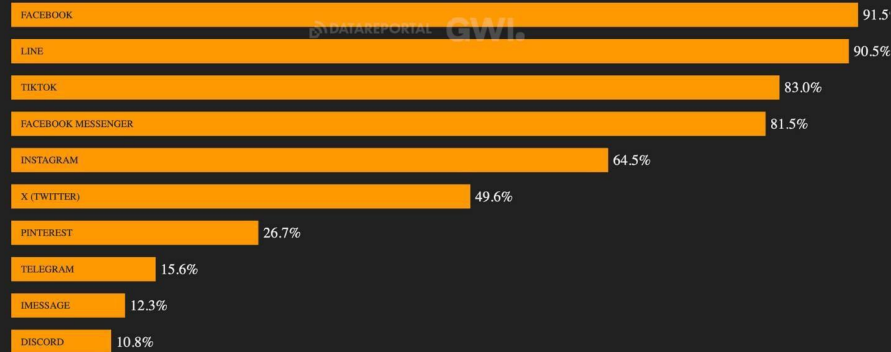
หมายเหตุ : \*ผลสำรวจ SCB EIC Consumer survey "จ่ายสะดวกที่ไหนในยุคของพ่อ ชาติไม่อ่อนแรงเรื่องสิ่งแวดล้อม" เดือน พ.ย. - ธ.ค. 2023

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC

**JAN 2024**

## MOST USED SOCIAL MEDIA PLATFORMS

PERCENTAGE OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64 WHO USE EACH PLATFORM EACH MONTH

NOTE: YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY, SO IT WILL NOT APPEAR IN THIS RANKING


60

SOURCE: GWI (Q3 2023). FIGURES REPRESENT THE FINDINGS OF A BROAD SURVEY OF INTERNET USERS AGED 16 TO 64. SEE GWI.COM. NOTE: YOUTUBE IS NOT OFFERED AS AN ANSWER OPTION FOR THIS QUESTION IN GWI'S SURVEY. COMPARABILITY: A VERSION OF THIS CHART THAT APPEARED IN OUR PREVIOUS REPORTS WAS BASED ON A PREVIOUS QUESTION IN GWI'S SURVEY THAT INCLUDED YOUTUBE AS AN ANSWER OPTION. GWI'S CURRENT SURVEY FEATURES A REVISED VERSION OF THIS QUESTION THAT DOES NOT INCLUDE YOUTUBE AS AN ANSWER OPTION, WHILE OTHER CHANGES TO THE QUESTION'S WORDING MAY MEAN THAT THE VALUES AND RANK ORDER SHOWN HERE ARE NOT DIRECTLY COMPARABLE WITH THOSE SHOWN ON A SIMILAR CHART IN PREVIOUS REPORTS.

# Facebook, LINE & TikTok เป็น Social Media Platform ที่คนไทยใช้งานมากที่สุดตามลำดับ

**JAN  
2024**

## TIME SPENT USING SOCIAL MEDIA APPS

AVERAGE TIME PER MONTH THAT ACTIVE USERS SPENT USING EACH PLATFORM'S ANDROID APP BETWEEN 01 JULY AND 30 SEPTEMBER 2023



62

SOURCE: DATA AI INTELLIGENCE. SEE DATA AI. NOTE: FIGURES REPRESENT AVERAGE NUMBER OF HOURS SPENT PER USER, PER MONTH USING EACH PLATFORM'S MOBILE APP ON ANDROID PHONES BETWEEN 01 JULY AND 30 SEPTEMBER 2023.

we  
are  
social

Meltwater

แต่ **YouTube** เป็น Platform ที่คนไทยใช้เวลาอยู่  
ด้วยนานที่สุด รองลงมาคือ Facebook &  
TikTok

JAN 2024

## ECOMMERCE: CONSUMER GOODS CATEGORIES

ESTIMATED ANNUAL SPEND IN EACH CONSUMER GOODS ECOMMERCE CATEGORY (B2C ONLY, U.S. DOLLARS, FULL-YEAR 2023)



93 SOURCE: STATISTA ECOMMERCE MARKET. SEE STATISTA.COM. NOTES: FIGURES REPRESENT ESTIMATES OF FULL-YEAR REVENUES FOR 2023 IN U.S. DOLLARS, AND COMPARISONS WITH THE PREVIOUS CALENDAR YEAR. THE PHYSICAL MEDIA CATEGORY DOES NOT INCLUDE DIGITAL DOWNLOADS OR STREAMING. COMPARABILITY: SIGNIFICANT BASE REVISIONS AND MAJOR CATEGORY DEFINITION CHANGES. FIGURES ARE NOT COMPARABLE WITH PREVIOUS REPORTS. We are Social Meltwater

สินค้าที่คนไทยซื้อมากที่สุด (มูลค่า) คือ 1. อิเล็กทรอนิกส์ 2. อาหาร 3. เครื่องดื่ม ตามลำดับ

According to the publisher, the social commerce industry in Thailand is expected to grow by 36.7% on annual basis to reach US\$1.97 billion in 2023.

The social commerce industry is expected to grow steadily over the forecast period, recording a CAGR of 27.7% during 2023-2028. The social commerce GMV in the country will increase from US\$1.97 billion in 2023 to reach US\$6.69 billion by 2028.

## แบรนด์ – อินฟลูเอนเซอร์ ใช้โมเดล “Affiliate Marketing” มากขึ้น ดันยอดขาย

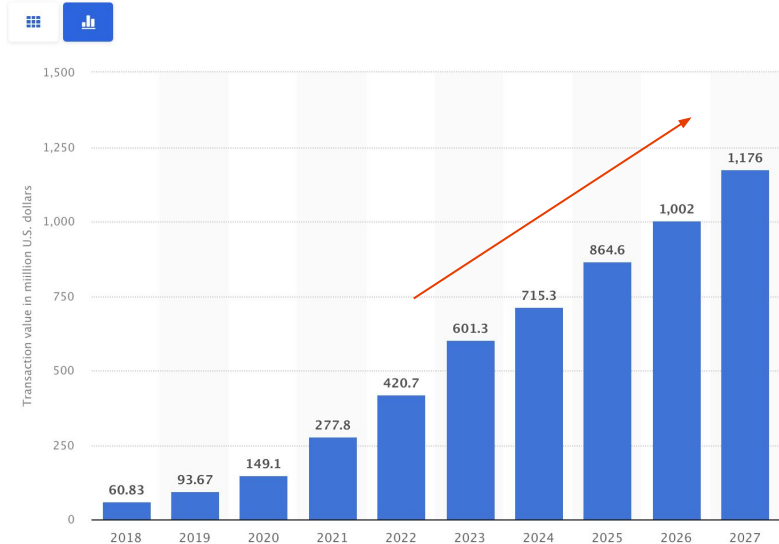
ปัจจุบันคาดการณ์เม็ดเงินที่แบรนด์ใช้ KOLs หรือ Influencer โดยเฉลี่ยอยู่ที่กว่า 10 – 20% ของค่าใช้จ่ายโฆษณาของแบรนด์นั้นๆ และในปี 2024 ยังคงเป็นอีกปีทองของ “KOLs” หรือ “Influencer” โดยจะเป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนโฆษณาออนไลน์ให้เติบโต

อย่างไรก็ตามการใช้ Influencer ต่อไปจะไม่ใช้แค่รีวิวสินค้า-บริการ และสื่อสาร Key Message ของแบรนด์เท่านั้น แต่จะยกระดับสู่ “Affiliate Marketing” อย่างแพร่หลายมากขึ้น หลังจากที่ผ่านมามีเห็นทั้งฝั่งแบรนด์ หรือผู้ประกอบการธุรกิจ และฝั่ง Influencer จับมือใช้กลยุทธ์นี้ เพื่อสร้าง Win-Win ทั้งฝั่งแบรนด์ผลักดันยอดขาย ขณะที่ Influencer ได้รายได้ในรูปแบบค่า Commission

ทั้งนี้ “Affiliate Marketing” คือ การตลาดออนไลน์ในรูปแบบของพันธมิตรระหว่างแบรนด์ หรือผู้ประกอบการธุรกิจ กับ Influencer โดยแบรนด์จะให้ Influencer ไปโมกสินค้า หรือบริการ และได้รับเป็นค่า Commission จากแบรนด์ หรือร้านค้าเมื่อมี Conversion ตามที่ตกลงไว้เกิดขึ้น เช่น Cost per sales, Cost per acquisition, Cost per click เป็นต้น


## Revenue of social commerce in Thailand from 2018 to 2022 with a forecast until 2027

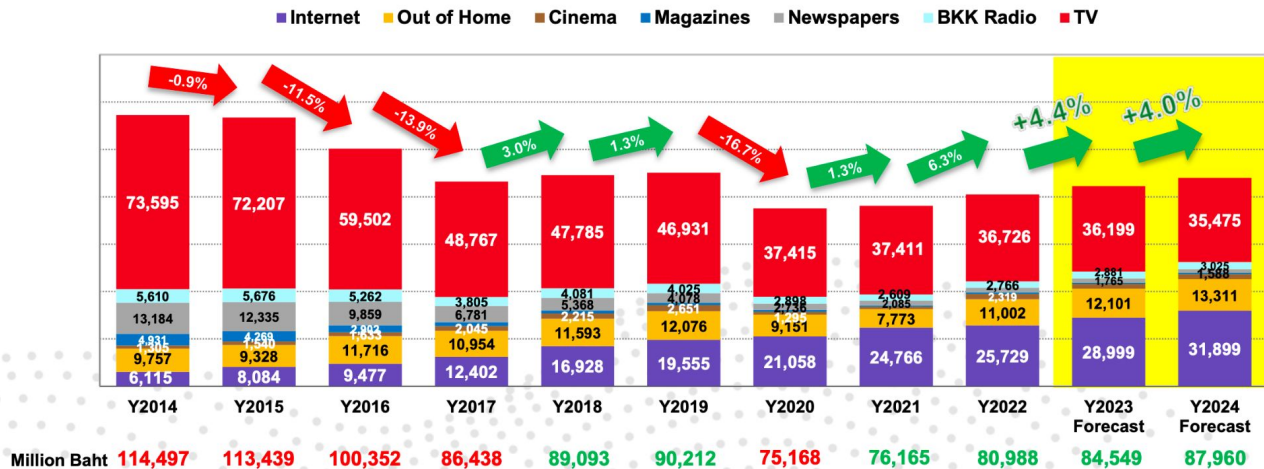
(in million U.S. dollars)



© Statista 2024

# Media Industry Spending Forecast

Adjustment by 



Source: Adjusted by MI Learn Lab (Deducted from Nielsen's figures and Internet from DAAT) Y2023 Projection by MI and Internet from DAAT, Y2024 Projection by MI

“สื่อที่จะเติบโตขึ้นได้อย่างต่อเนื่องคือ สื่อออนไลน์ และสื่อออกบ้าน (OOH) ในขณะที่สื่อประเภทอื่นแม้แนวโน้มทรงตัวและถดถอย อย่างไรก็ตาม เมื่อฝั่งอุตสาหกรรมสื่อออนไลน์เติบโตแรงติดจรวด แต่สื่อดั้งเดิมแทบไม่กระเตื้อง ทำให้สื่อ “ทีวี” ถูกแบ่งเม็ดเงินไปยังแพลตฟอร์มอื่นมากขึ้น เช่น “YouTube” และ “Streaming Service” ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่ตอบโจทย์การลงโฆษณาได้ใกล้เคียงกับสื่อทีวีมากที่สุด

ทำให้การเติบโตของ YouTube, Streaming Platforms และ TikTok รวมไปถึงเหล่า Digital Content Creator เป็นตัวขับเคลื่อนการเติบโตของสื่อออนไลน์ในปี 2024” คุณภวดี เรืองเดชวรชัย President & CEO บริษัท มิเดีย อินเทลลิเจนซ์ กรุ๊ป จำกัด (MI GROUP) คณาการณัติตัวเลขเม็ดเงินโฆษณาในประเทศไทย



## การตลาด T-Pop เปลี่ยน Fandom เป็นลูกค้า

เมื่อ T-Pop ได้รับความนิยมมากขึ้น นั้นหมายถึงโอกาสทางการตลาดด้วยเช่นกัน เพราะเป็นแม่เหล็กที่เชื่อมการตลาด “แบรนด์และผู้บริโภค” โดยเฉพาะการเปลี่ยนแฟนคลับ หรือ Fandom ของศิลปินให้กลายเป็นลูกค้าแบรนด์

สรุปกลยุทธ์การใช้ T-Pop สื่อสารการตลาด เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจและผลลัพธ์ในวงกว้าง รวมไปถึงการใช้เพลงไทยเป็นสื่อกลางในการขับเคลื่อนแบรนด์ในยุคปัจจุบัน

- 1. Sponsorship** แบรนด์ต่างๆ สามารถเชื่อมต่อกับผู้บริโภคผ่านการเป็นผู้สนับสนุนในคอนเสิร์ตต่างๆ รายการเพลง เป็นต้น เพื่อสร้างประสบการณ์แบรนด์ที่แตกต่างให้กับผู้บริโภค
- 2. Product Placement** แบรนด์ใช้ความคิดสร้างสรรค์ลงไปในรายการรับรูพื้นที่ที่คุณสามารถมีอารมณ์ร่วม หรือบนพื้นที่ๆ ที่ไม่ได้คาดคิดว่าจะได้เห็นโฆษณา เช่น รายการ **The Mask Singer เลย์ x มิวกัน** ผ่านหน้ากากมันฝรั่ง ที่สร้างการพูดถึงในโลกโซเชียล
- 3. Music Marketing** สามารถช่วยแสดงให้เห็นแคแรคเตอร์ของแบรนด์ หรือเป็นการปรับแบรนด์ดั้งเดิมให้ดูเด็กขึ้น ทันสมัยขึ้น เข้าถึงผู้บริโภค Gen Z ได้ง่ายและสร้างการจดจำได้ดี ตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จ เพลง “แลตตาขอย 5 นาที”
- 4. Merchandise** เป็นการสร้างโอกาสทางการตลาดในรูปแบบหนึ่งให้กับแบรนด์ ผ่านสินค้าของศิลปิน เช่น เสื้อผ้า แท่งไฟ (Light Stick) ของวงต่างๆ
- 5. Fan-Driven Marketing** หรือ **Fanocracy** คือ การทำให้แฟนคลับกลายเป็นลูกค้าแบรนด์ ตัวอย่าง K-Pop แคมเปญ **Starbucks x Blackpink**, แคมเปญ **Lotus's Gold Expo** ปี 2022 จัดกิจกรรม Meet & Greet ลูกค้ายายเปย์ชื่อดัง (Top Spender) ได้แฟนมีตกับ **Kim Soo Hyun** ปี 2565 ยอดสูงสุด 4.7 ล้านบาท ยอดรวม 28.5 ล้านบาท ส่วนปี 2023 แคมเปญ Meet & Greet กับ **Park Seo Joon** แฟนคลับสายเปย์เบอร์หนึ่งยอดอยู่ที่ 21 ล้านบาท (ข้อมูล ณ วันที่ 5 ตุลาคม 2566)

## T-Pop กลับมานิยมอีกครั้งได้อย่างไร

กระแส T-Pop เพลงไทยกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้งในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (2020-2023) สะท้อนได้จากแพลตฟอร์ม **TikTok** มี **#T-Pop** เติบโตขึ้น 3 เท่า โดยมีการใช้งานในระดับ **Global 2,000 ล้านครั้ง** และเป็นของไทย 1,000 ล้านครั้ง จากกลุ่มผู้ใช้งานอายุ 18-24 ปี 56% อายุ 25-34 ปี 31% และอายุ 35 ปีขึ้นไป 13%



ที่มา : BrandBuffet

# Music Events - Thailand

Thailand

HIGHLIGHTS

MARKET DEFINITION

IN-SCOPE / OUT-OF-SCOPE

MARKET STRUCTURE

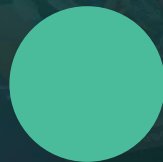
REPORTS

METHODOLOGY

- The Music Events market in Thailand is projected to reach a revenue of US\$75.02m by 2024.
- This market is expected to grow at an annual rate of 2.72% (CAGR 2024-2028), resulting in a projected market volume of US\$83.53m by 2028.
- In terms of users, the Music Events market in Thailand is expected to have 2.9m users by 2028.
- The user penetration rate, which is the percentage of the population using Music Events market, is expected to be 4.1% in 2024 and is projected to increase to 4.1% by 2028.
- The average revenue per user (ARPU) is expected to be US\$26.24.
- In global comparison, in the United States is expected to generate the highest revenue in the Music Events market, reaching US\$16,980.00m in 2024.
- However, when it comes to user penetration, in Denmark leads the way with a projected rate of 25.8% in the Music Events market.
- Thailand's music events market is thriving, with a diverse range of local and international artists drawing in a passionate and enthusiastic audience.

# MGI

## OppDay



Company Overview



Key Highlight



Business Outlook



Performance



Looking Forward





# FINANCIAL PERFORMANCE

**616.13 MB**

TOTAL REVENUE

**276.81 MB**

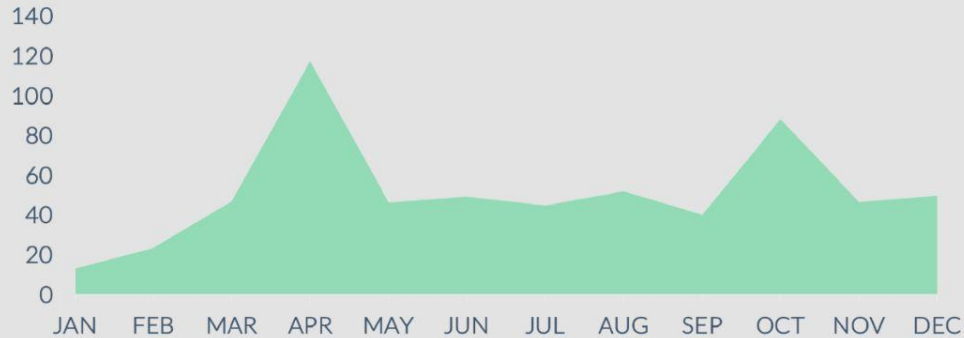
GROSS PROFIT

**119.25 MB**

NET PROFIT

**19%**

Total Revenues per Month



# MGI FINANCIAL PERFORMANCE

## SEGMENT REVENUE

**41%**  
COMMERCE

**22%**  
TALENT

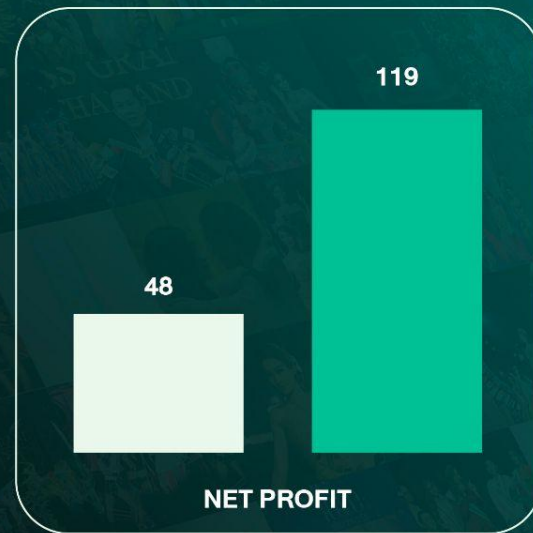
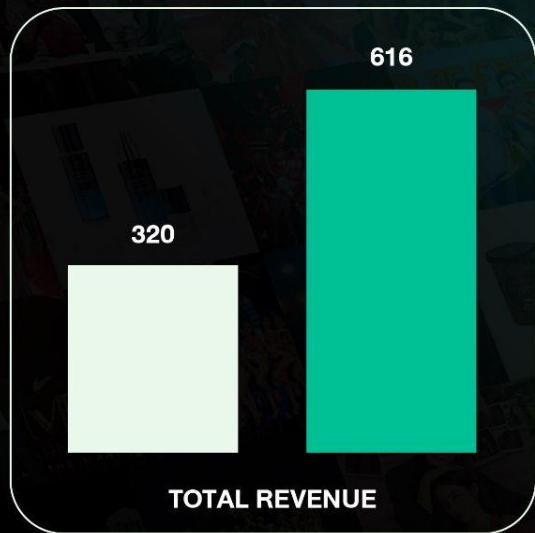
**14%**  
PAGEANT

**13%**  
X-PERIENCES

**5%**  
MEDIA

**4%**  
MGI HALL

# MGI FINANCIAL PERFORMANCE



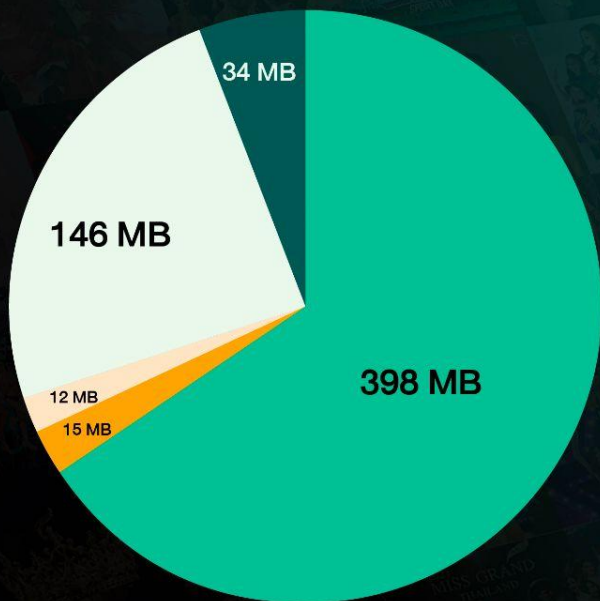
2022

2023

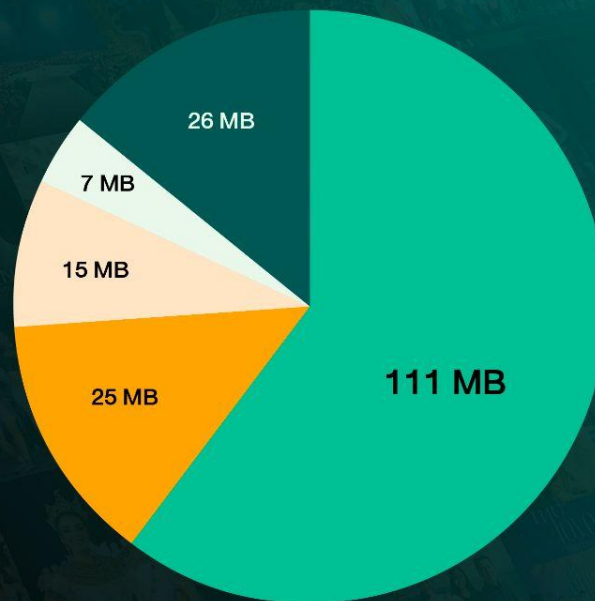


# MGI FINANCIAL PERFORMANCE

**605MB**  
YEAR 2023  
Total Asset



**185MB**  
YEAR 2022  
Total Asset



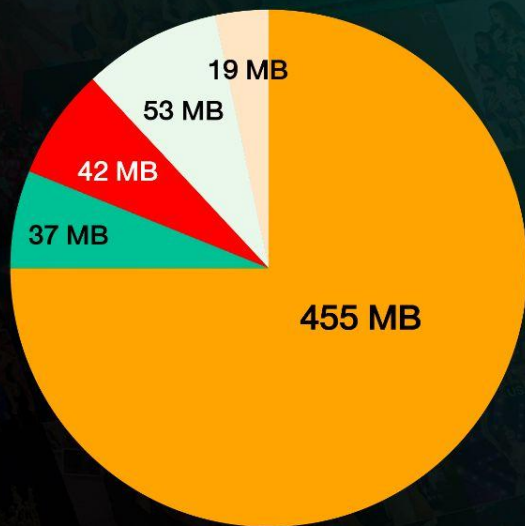
CASH AR INVENTORY FIXED ASSET OTHERS



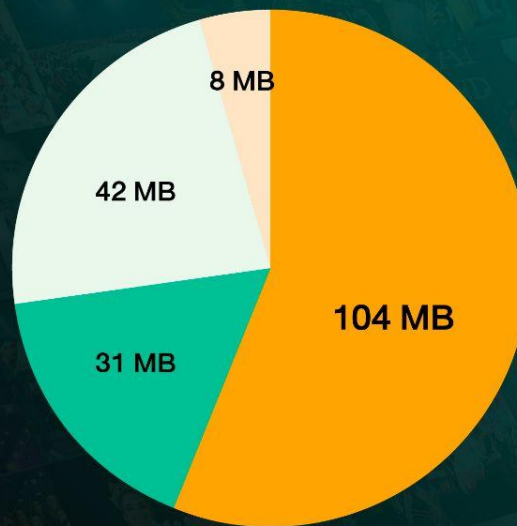


# FINANCIAL PERFORMANCE

**605MB**  
YEAR 2023  
Total Asset



**185MB**  
YEAR 2022  
Total Asset



EQUITY

AP

DIVIDEND

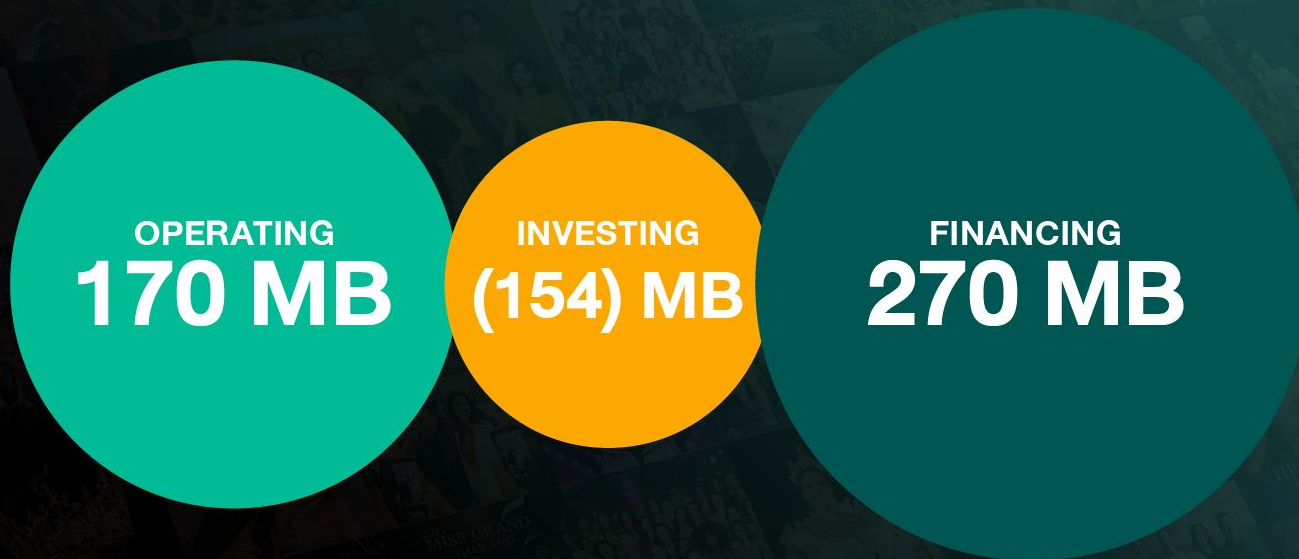
DEFERRED REVENUE

OTHERS





# MGI FINANCIAL PERFORMANCE

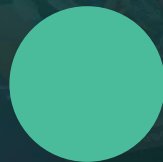


# MGI FINANCIAL PERFORMANCE

KEY FINANCIAL RATIO	UNIT	2023
Current Ratio	Times	3.01
Debt to Equity Ratio	Times	0.33
Interest Bearing Debt to Equity Ratio	Times	<0.01
Cash Cycle	Day	-9
Return On Asset		19.70%
Return On Equity		26.22%

# MGI

## OppDay



Company Overview



Key Highlight



Business Outlook



Performance



Looking Forward



# KEY SUCCESS FACTORS

**PRODUCT  
COMMERCE**



**BRANDING**



**IDOL  
BUILDING**



**COMMUNITY**



## “Thailand Social Commerce Leader”

**KOL & Creator Network**

**Product Portfolio**

**Community**

**Platform**

# PAGEANT



**LICENSEE  
FEE**



**SPONSORSHIP  
BRAND PARTNER**



**TICKETS  
& EVENTS**



**VOTE  
& OTHERS**

# TALENT



**PAGEANT  
GIRLS**



**GIRL  
LOVE**



**T-POP  
ARTIST**



**KOL**

# GRAND T-POP GIRL GROUP





# MEDIA



**ORIGINAL  
CONTENTS**



**T-POP MUSIC  
CONTENTS**



**GIRL LOVE  
SERIES**



**EXCLUSIVE  
CONTENT**  
PAID CONTENT

# X-PERIEENCES



**15+**  
EVENTS



**5+**  
CONCERTS



**1**  
T-POP GROUP



**ONLINE**  
PRIVATE GROUP

# COMMERCE



**MGI SHOP**  
E-RETAILS



**NEW**  
PRODUCT PARTNER



**KMGI**  
KMGI PRODUCT  
LAUNCHING

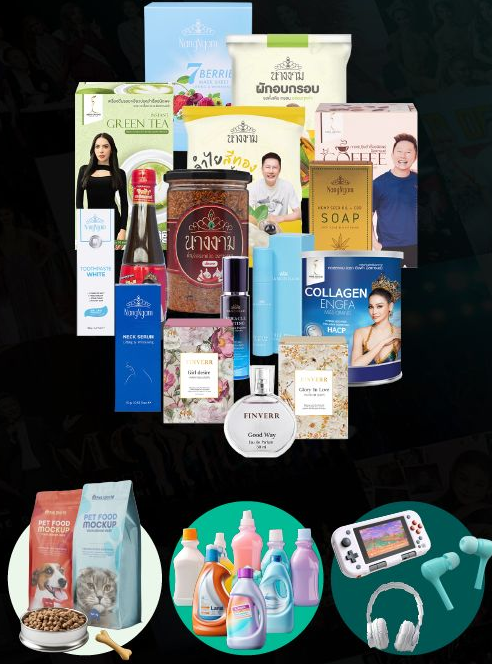


**5+**  
MCN CELEB  
PRODUCT GROUP



**500+**  
MCN  
NETWORK

# PRODUCT



# MGI SHOP



-  @mgishop
-  @mgishop
-  @mgishop
-  @mgi8 @missgrand
-  @mgimember
-  [www.mgishop.com](http://www.mgishop.com)

# SELLER NETWORK



Transform to  
**Experiential Digital Platform**



# Make The One “Grand”



RITASSYA  
WELLGREAT

MELISSA  
BOTTEMA

EUGÉNIA  
DAS NEVES

STHEPHANIE  
MIRANDA

NI NI  
LIN EAIN

2023  
MISS GRAND  
INTERNATIONAL



LUCIANA  
FUSTER

MARÍA  
ALEJANDRA LÓPEZ

LÊ HOÀNG  
PHƯƠNG

THAWEEPORN  
PHINGCHAMRAT

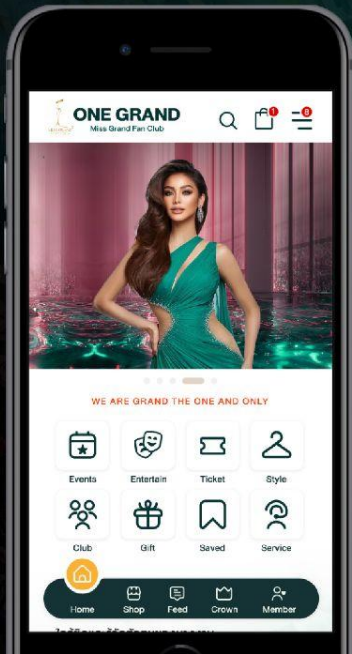
SKARXI  
MARTE

# ONE GRAND ECOSYSTEM

SINGLE SOURCE OF GRAND CUSTOMER COMMUNITY



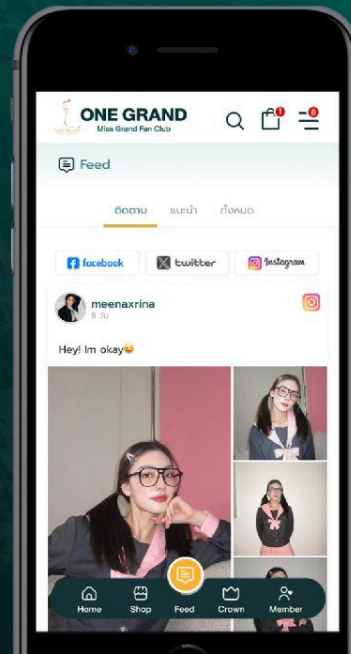
- ทางเข้าสำหรับสมาชิก
- เข้าถึงทุกอย่างของ “แบรนด์”



- ซื้อสินค้าในเครื่องทุกระเภท
- สะดวก สมายพร้อมดีลพิเศษ



- ตามติดศิลปินที่ชื่นชอบ
- เข้าถึงทุกช่องทางศิลปิน



# ONE GRAND ECOSYSTEM

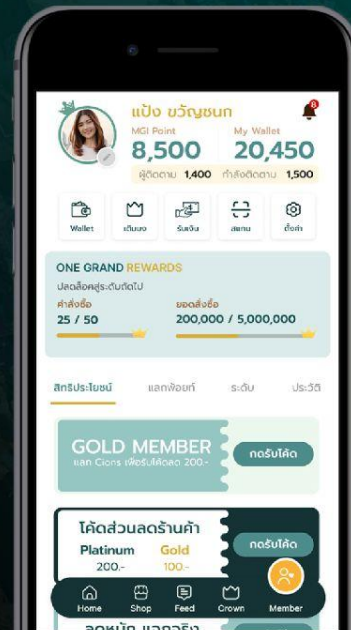
SINGLE SOURCE OF GRAND CUSTOMER COMMUNITY



- ทางเข้าสำหรับสมาชิก
- ใช้งานเพื่อดูแต้มสะสม



- เติมเงินสมัครสมาชิก
- รูดบัตรเครดิตจ่ายซื้อของ



- เข้าถึงเนื้อหาพิเศษ
- ปลดล็อกด้วยการเติม “มง”





# Q & A



**WE ARE GRAND  
THE ONE AND ONLY.**



MISS GRAND INTERNATIONAL PUBLIC COMPANY LIMITED