

“มิวสิก สตริมมิ่ง” วิถีฟังเพลงที่กำลังพลิกโฉมวงการดนตรีในบ้านเรา



อินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดียในวันนี้มีบทบาทสำคัญอย่างมาก ซึ่งทำให้วิธีการสร้างสรรค์ เผยแพร่ผลงาน และการเข้าถึงเนื้อหาทางดนตรีเปลี่ยนไปจากอดีตอย่างชัดเจน *วันนี้ประชากรโลกกว่า 3 พันล้านคนเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยเกือบครึ่งหนึ่ง (ประมาณ 48.4%) อยู่ในภูมิภาคเอเชีย **มีการคาดการณ์ว่าตัวเลขของอุปกรณ์ที่ใช้เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตจะพุ่งสูงแตะระดับ 50,000 ล้านเครื่อง ภายในปี 2563

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่อินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟนมีการเติบโตแบบก้าวกระโดด ***ข้อมูลจากสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือ ETDA ระบุว่า “สมาร์ทโฟน” คือ อุปกรณ์หลักที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตนิยมใช้ในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ถึง 85.5% สะท้อนให้เห็นถึงความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่วันนี้อยู่ในทุกองศาของไลฟ์สไตล์การดำเนินชีวิตของคนไทย ตั้งแต่การทำธุรกิจ การสื่อสาร ที่ทำให้ชีวิตเราย้ายขึ้นเพียงปลายนิ้วคลิก ซึ่งล้วนมีเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมดนตรีที่วันนี้คนรุ่นใหม่หลายคนคุ้นชินกับการเปิดแอปฯ หรือเข้าเว็บเพื่อหาเพลงฟังในรูปแบบของ “มิวสิก สตริมมิ่ง” ได้ง่ายด้วยเครือข่าย 3G และ 4G

การฟังเพลงแบบ “มิวสิก สตริมมิ่ง” คือไลฟ์สไตล์รูปแบบใหม่ ที่ภาคธุรกิจเริ่มมองเห็นโอกาสในการสร้าง engage กับกลุ่มผู้บริโภคที่อยู่บนแพลตฟอร์มเหล่านี้มากขึ้น คำถามคือ ปรากฏการณ์นี้จะเข้ามาเปลี่ยนแปลงและมีบทบาทเช่นไร ในอุตสาหกรรมตลาดเพลงในโลกปัจจุบัน

ในปี 2560 จะมีคนใช้ “มิวสิก สตริมมิ่ง” ในเอเชีย สูงราว 64 ล้านคน

ผลวิจัยล่าสุดจาก ****McKinsey: The beat of progress: The rise of music streaming in Asia คาดการณ์ว่า ในปี 2560 จะมีจำนวนผู้ใช้มิวสิกสตริมมิ่งในเอเชียเติบโตสูงขึ้นไปถึง 64 ล้านคน (รวมตัวเลขจากผู้ใช้ในฮ่องกง, สิงคโปร์, มาเลเซีย, ฟิลิปปินส์, อินโดนีเซีย และไทย) โดยเทรนด์ของการฟังเพลงผ่านสตริมมิ่งกำลังจะเปลี่ยนจากการฟังเพลงบนแอปฯ ไปเป็นแพลตฟอร์มทางดนตรีที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้ใช้งานมากยิ่งขึ้น ด้วยฟีเจอร์ใหม่ๆ ที่เข้าใจพฤติกรรมของผู้ใช้ อาทิ การแชร์เนื้อเพลง การสร้างเพลย์ลิสต์ของตัวเอง และความหลงใหลในโลกโซเชียลที่ชื่นชอบที่จะแชร์สถานะประกอบไปกับเพลงที่ตรงกับอารมณ์ หรือแม้กระทั่งการรับชมความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ ผ่านไลฟ์สตริมมิ่งที่กำลังมาแรงในวันนี้

สำหรับประเทศไทย บริการเพลงออนไลน์ที่ McKinsey พบว่าได้รับความนิยมมากที่สุดคือ JOOX รองลงมาคือ LINE Music, Apple Music, KKBox และ SoundCloud

JOOX นับเป็นนวัตกรรมการฟังเพลงผ่านสตรีมมิ่งแพลตฟอร์มที่มีอายุเพียงหนึ่งปีในประเทศไทย ผลสำรวจของ McKinsey ระบุว่า JOOX ได้ขึ้นเป็นท็อปดาวนโหลดในสี่ประเทศรวมทั้งประเทศไทย เพราะมีทีมงานที่เข้าใจความต้องการของนักฟังเพลงในเมืองไทย แอปฯ มีรูปแบบของยูสเซอร์ อินเทอร์เฟซที่ง่ายและตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน โดยล่าสุด JOOX เพิ่มฟีเจอร์ใหม่อย่าง V Station ที่ตอบโจทย์เทรนด์การชมดนตรีของผู้ใช้ชาวไทยในรูปแบบวิดีโอที่กำลังมาแรง และเหนือสิ่งอื่นใด JOOX มีเพลงที่หลากหลาย เป็นมิวสิกแพลตฟอร์มสำหรับทุกเพศทุกวัย

มิวสิกแอปพลิเคชันจะเป็นผู้บุกเบิกยุค “แอปฯ เฟิร์ส”

การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์ที่หลากหลายยังคงเป็นเทรนด์ที่มาแรงในวันนี้ เรากำลังเดินทางเข้าสู่ยุค “แอปฯ เฟิร์ส” ที่มีบทบาทต่อทุกกิจกรรมบนโซเชียลแพลตฟอร์ม การฟังเพลงบนมือถือกลายเป็นส่วนหนึ่งของความบันเทิงในชีวิตประจำวันของผู้คนไปแล้ว นั่นคือเรื่องจริง

คนไทยชื่นชอบการฟังเพลงที่ตอบโจทย์ความต้องการแบบเบ็ดเสร็จ

นั่นจึงทำให้แพลตฟอร์มมิวสิกสตรีมมิ่งในปัจจุบันสร้างขึ้นมาเพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ผู้ใช้ให้ครบครันที่สุด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการออกแบบหน้า interface, ความเร็วในการโหลดเพลง, ความสะดวกในการใช้งาน, รูปแบบการใช้ที่เชื่อมกับโซเชียลมีเดีย, ความเป็นส่วนตัว และอื่นๆ

ด้วยเหตุที่เทรนด์ของ ‘มิวสิก สตรีมมิ่ง’ ที่กำลังเติบโตอย่างแข็งแกร่ง พร้อมกับโอกาสในด้านธุรกิจที่บรรดาแบรนด์ค่ายเพลงและศิลปินต่างปรับกลยุทธ์เข้าหากัน ด้วยการเสริมช่องทางนี้ ไม่ว่าจะเป็นการจัดทำเพลย์ลิสต์เพลงของแบรนด์ที่เชื่อมผู้ฟัง สร้าง Engagement กับแบรนด์ด้วยเสียงดนตรีมากยิ่งขึ้น จนไปถึงเป็นช่องทางที่นำไปสู่การจัดกิจกรรมทางดนตรีในรูปแบบออฟไลน์ มิวสิกแอปฯ กำลังเปลี่ยนเป็นแพลตฟอร์มดนตรีออนไลน์ที่เชื่อมรูปแบบการฟังเพลงจากออฟไลน์ไปสู่ออนไลน์ (O2O) ในขณะเดียวกันการฟังเพลงออนไลน์ก็นำไปสู่การจัดกิจกรรมดนตรีในรูปแบบออฟไลน์ด้วยเช่นกัน

ค่ายเพลงและศิลปินต่างไม่เคยหยุดนิ่งอยู่กับที่บนเส้นทางแห่งความสำเร็จ โดยในปี 2560 จะเป็นปีที่เราใช้เทคโนโลยีมาผนวกรวมกับการดำเนินชีวิตมากขึ้น และความบันเทิงแรกๆ ที่พวกเรานึกถึงคือการฟังเพลงจาก JOOX ซึ่งเราเชื่อว่าประสบการณ์การฟังเพลงบนแอปฯ แบบเบ็ดเสร็จจะกลายเป็นอนาคตของอุตสาหกรรมดนตรีในไทย เรายังคงนำเสนอฟังก์ชันการฟังเพลงที่ครบและสมบูรณ์แบบอย่างต่อเนื่อง เพิ่มมิติการฟังดนตรีที่มอบครบทุกอรรถรสทางดนตรีมาสู่ผู้ใช้งาน พร้อมๆ กับเนื้อหาที่เข้าถึง มีความเฉพาะ และมีความเรียลมากยิ่งขึ้น กลยุทธ์การสร้าง Music Ecosystem แบบ C2C และการให้ผู้ใช้เป็นศูนย์กลางแห่งการใช้งาน ทั้งหมดนี้อยู่บนแพลตฟอร์มการฟังเพลงเดียว

เอกสารอ้างอิง

*ตัวเลขของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกจาก internetlivestats

**Ericsson's President & CEO repeated the company's vision of 50 billion connections by 2020

*** ETDA เผยพฤติกรรมผู้ใช้เน็ตปี 59 ชี้อินเทอร์เน็ตใหม่มาแรง ชงรัฐ-เอกชน จับตา 3G/4G ยังต้องปรับปรุง

****Digital McKinsey The beat of progress: The rise of music streaming in Asia

เกี่ยวกับ JOOX

JOOX คือ แอปพลิเคชันฟังเพลงออนไลน์ (www.joox.co.th) ที่พัฒนาขึ้นโดยบริษัท เทนเซ็นต์ โฮลดิ้งส์ จำกัด เปิดใช้งานเป็นครั้งแรกที่ฮ่องกงเมื่อเดือนธันวาคม ปี 2014 การเปิดตัว JOOX ในเมืองไทย เป็นการร่วมมือกันระหว่างเว็บไซต์ชั้นนำของประเทศไทยอย่าง Sanook.com กับบริษัท เทนเซ็นต์ ที่ต้องการให้ผู้ใช้งานได้สัมผัสประสบการณ์การฟังเพลงแบบฟรีๆ ได้ทุกที่ ทุกเวลา ผ่าน JOOX รองรับการใช้งานได้ทั้งบนมือถือ, แทปเล็ต และคอมพิวเตอร์ ซึ่งสำหรับเวอร์ชันบนคอมพิวเตอร์นั้น เพียงแค่ผู้ใช้งานเลือกฟังเพลงผ่าน Sanook Music ทาง Sanook.com แล้วล็อกอินด้วยแอคเคาท์ JOOX ของคุณ (สามารถเลือกล็อกอินได้ผ่านทาง WeChat หรือ Facebook) ระบบจะเชื่อมโยง Playlist ที่คุณสร้างเอาไว้บนแอปพลิเคชัน JOOX ให้คุณฟังเพลงโปรดบนคอมพิวเตอร์ได้ทันที

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม

บริษัท พีซี แอนด์ แอสโซซิเอตส์ คอนซัลติ้ง จำกัด

ปิยพงษ์ มิตขิต / วีรนนท์ แห้วโสง

โทร 02-971-3711/ อีเมล piyapong@pc-a.co.th / weeranun@pc-a.co.th