

Toàn cảnh thị trường truyền thông quốc tế qua 8 biểu đồ quan trọng

22:42 27/02/2017

Tác giả: Sv Thế Anh

Nghiên cứu mới đây nhất - được xuất bản với không nhiều sự tự tin - bao gồm 18 quốc gia khác nhau, khám phá việc tiếp nhận, sử dụng và động lực đằng sau các công nghệ truyền thông khác nhau.

Hàng năm, Ofcom, cơ quan điều tiết truyền thông của Anh lại xuất bản Báo cáo Thị trường Truyền thông Quốc tế của họ. Báo cáo này so sánh hiệu quả hoạt động truyền thông tại Anh với các quốc gia khác.

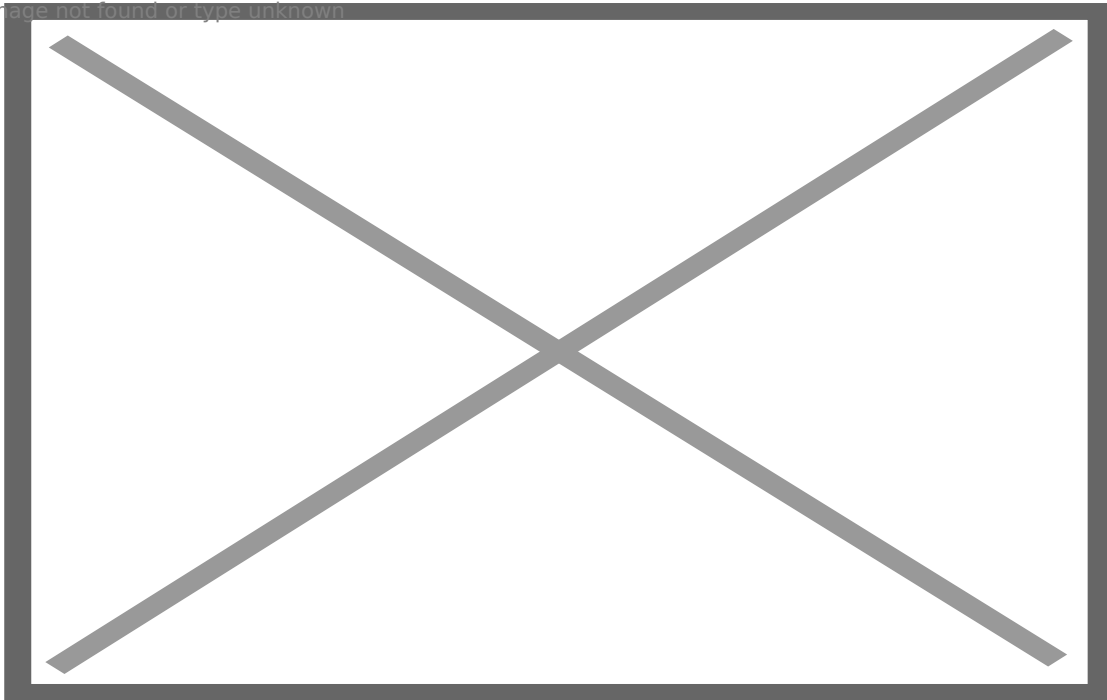
Dưới đây là bản rút gọn tập trung vào 8 phát hiện quan trọng. Báo cáo dài 213 trang chứa rất nhiều thông tin và hiểu biết, theo The Media Briefing.

Ngành truyền thông có giá trị 1.165 tỷ bảng Anh vào năm 2015

Doanh thu truyền thông tăng so với năm trước là 2,3%, và viễn thông tiếp tục chiếm phần lớn trong số doanh thu này. Trong đó, ba thị trường truyền thông lớn nhất xếp theo doanh thu là Mỹ, Trung Quốc và Nhật Bản. Theo sau đó là Đức và Anh.

Mỹ cũng là quốc gia dẫn đầu về doanh thu theo đầu người, đạt mức 1.073 bảng Anh/người. Ngược lại, con số này ở Anh chỉ là 761 bảng/người, ít hơn Mỹ là 312 bảng, nhưng cao hơn các nền kinh tế khác ở châu Âu như Pháp, Đức, Italy và Tây Ban Nha.

Image not found or type unknown



Doanh thu truyền thông toàn cầu: 2011-2015.

Quảng cáo truyền hình toàn cầu chỉ nhỉnh hơn quảng cáo trực tuyến

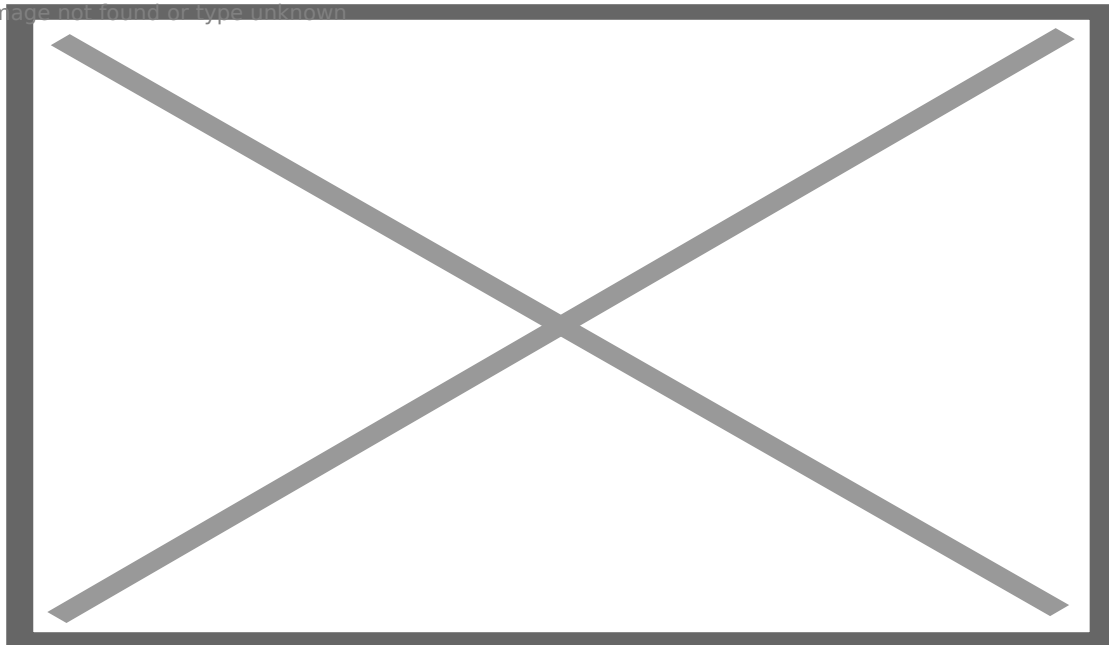
Trị giá quảng cáo trên truyền hình năm 2015 là 106 tỷ bảng Anh. Con số này chỉ chiếm hơn 1/3 tổng giá trị quảng cáo toàn cầu là 308 tỷ bảng Anh năm 2015, với tỷ lệ tăng là 5,6% so với năm trước đó. Theo sát phía sau là quảng cáo trên Internet với trị giá 102 tỷ bảng Anh.

Tuy nhiên, trong khi doanh thu quảng cáo trên truyền hình chỉ tăng 1,2% trong vòng 12 tháng, quảng cáo trên Internet đã tăng tới 19,5%.

Dựa theo mức tăng trưởng này, quảng cáo trực tuyến rất có khả năng sẽ vượt qua quảng cáo trên truyền hình khi số liệu năm 2016 được công bố.

Tăng trưởng doanh thu quảng cáo chung cũng khá ảm đạm với báo và tạp chí - cả hai đều có doanh thu giảm (5,7% và 3,8%) trong năm 2015. Trong khi đó, tất cả các ngành còn lại đều có tăng trưởng thu nhập quảng cáo trong cùng giai đoạn.

Image not found or type unknown



Chi phí quảng cáo toàn cầu, theo phương tiện: 2015

Thuê bao trả tiền giúp thúc đẩy doanh thu truyền hình

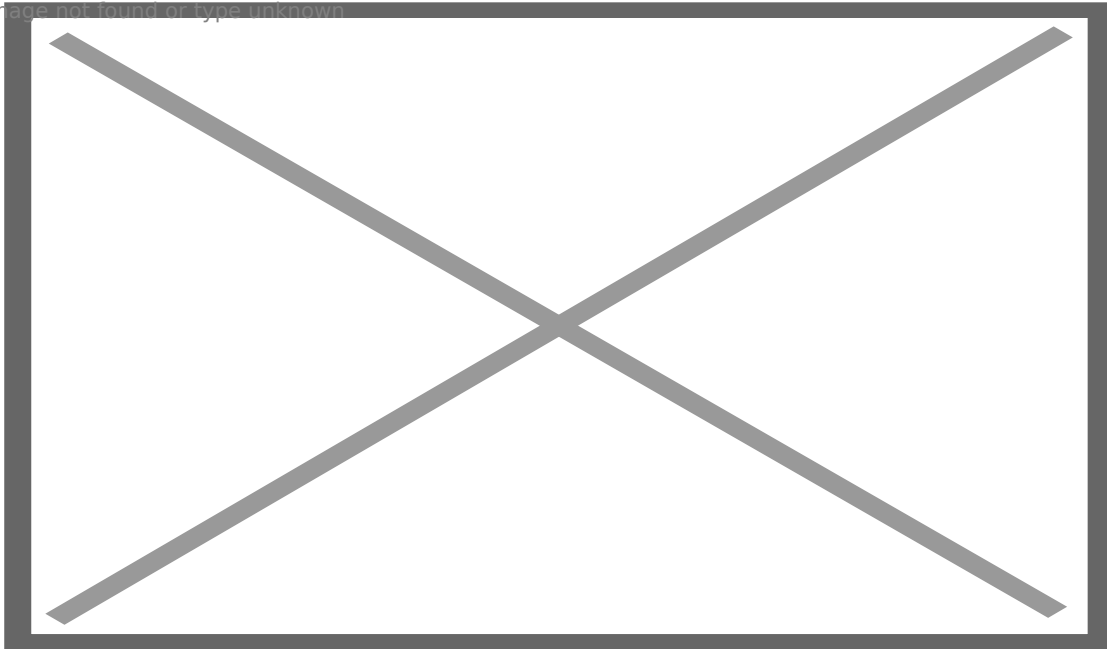
Trên toàn cầu, ngành truyền hình đã có doanh thu 263 tỷ bảng Anh trong năm 2015. Doanh thu từ thuê bao trả phí chiếm một nửa trong số này với trị giá 137 tỷ bảng.

Thị trường truyền hình Mỹ - trị giá 113 tỷ bảng Anh - là lớn nhất thế giới, xếp trên Trung Quốc (24,8 tỷ bảng) và Đức (23,3 tỷ bảng).

Về doanh thu trên đầu người, Mỹ một lần nữa đứng thứ nhất với 351 bảng Anh/người. Đức (289 bảng) và Anh (221 bảng) là các thị trường cho lợi nhuận cao kế tiếp theo tiêu chí này.

Ngược lại, thị trường Trung Quốc lại có doanh thu theo đầu người thấp hơn nhiều, chỉ đạt 18 bảng/người, xếp khá xa sau các thị trường mới nổi như Brazil (44 bảng), nhưng cao hơn so với Nga (16 bảng) và Ấn Độ (5 bảng).

Image not found or type unknown



Chi phí quảng cáo toàn cầu, theo phương tiện: 2015.

Các dịch vụ video OTT theo yêu cầu tăng-giảm tùy thị trường

Giống như ngành truyền hình đã mở rộng hơn, hoạt động đăng ký trả tiền theo dõi video theo yêu cầu như Netflix cũng có tốc độ tăng trưởng cao nhất ở Mỹ, với hơn 2/3 hộ gia đình xem truyền hình ở đây có đăng ký thuê bao. Thụy Điển là thị trường lớn thứ hai của các dịch vụ OTT.

Tốc độ tăng trưởng của các sản phẩm OTT - kết hợp với tăng cường đầu tư vào các nội dung gốc và phân phối các công cụ lưu trữ mới - có nghĩa là thị trường phụ này vẫn cần được theo dõi ở những nơi đã có thị phần đáng kể.

Tuy nhiên, tăng trưởng ở nhiều thị trường khác, như Hàn Quốc, Tây Ban Nha, Italy và Trung Quốc lại thấp hơn rất nhiều. Các nỗ lực sản xuất thêm nhiều nội dung không phải tiếng Anh, quan hệ đối tác và các nỗ lực mở rộng khác có thể giúp giải quyết vấn đề này khi các nhà cung cấp OTT tiếp tục thúc đẩy tăng trưởng toàn cầu.

Image not found or type unknown

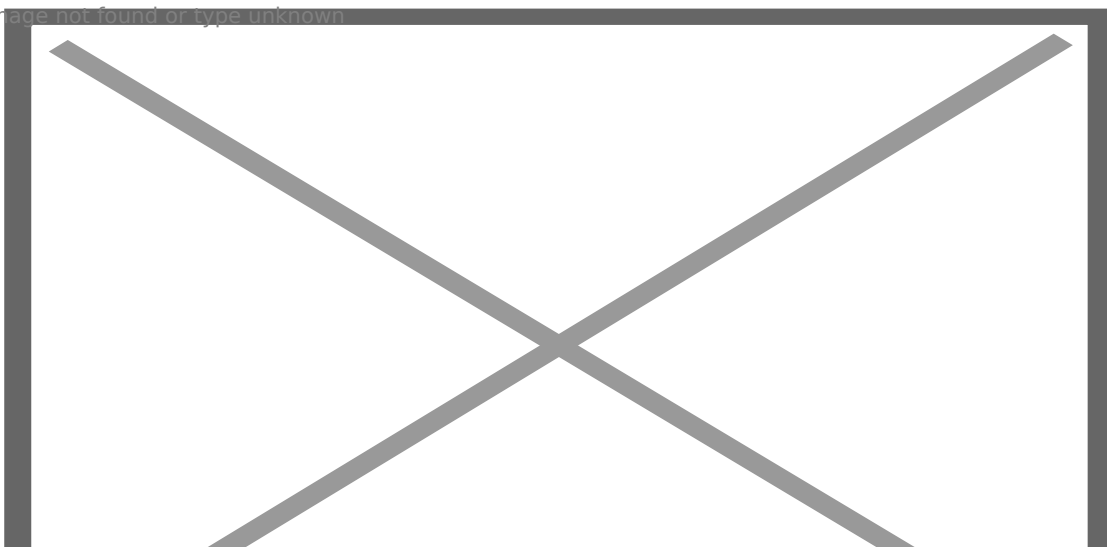
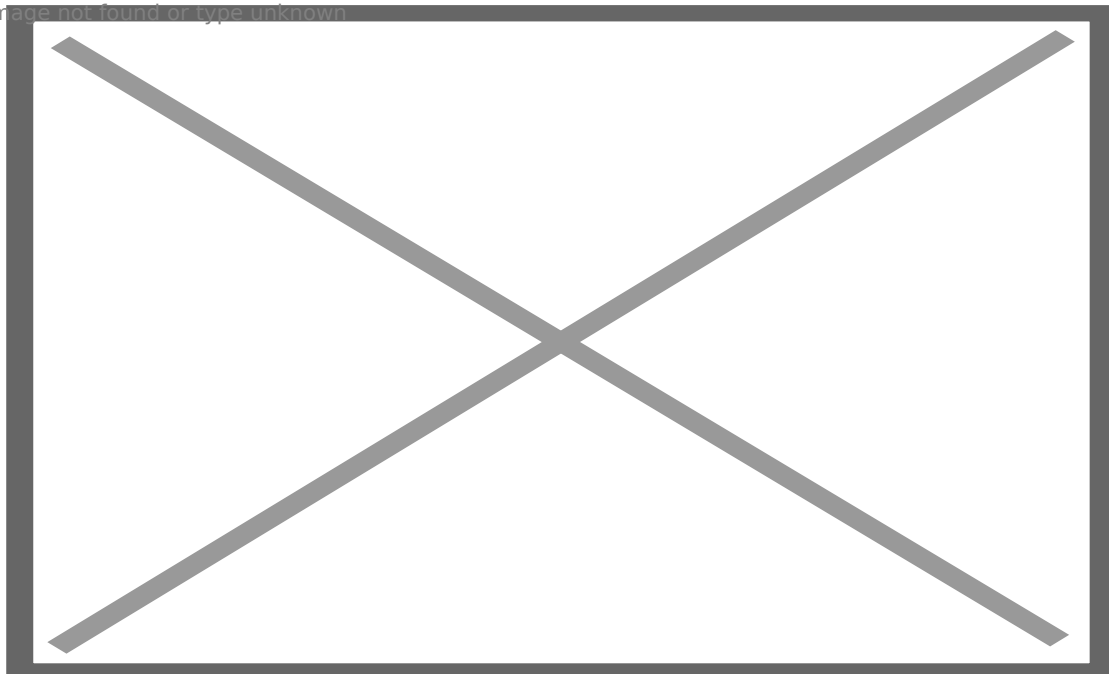


Image not found or type unknown



lượng các hộ gia

đình xem truyền hình có đăng ký trả tiền xem các dịch vụ video OTT theo yêu cầu: 2015.

Chúng ta vẫn xem truyền hình rất nhiều

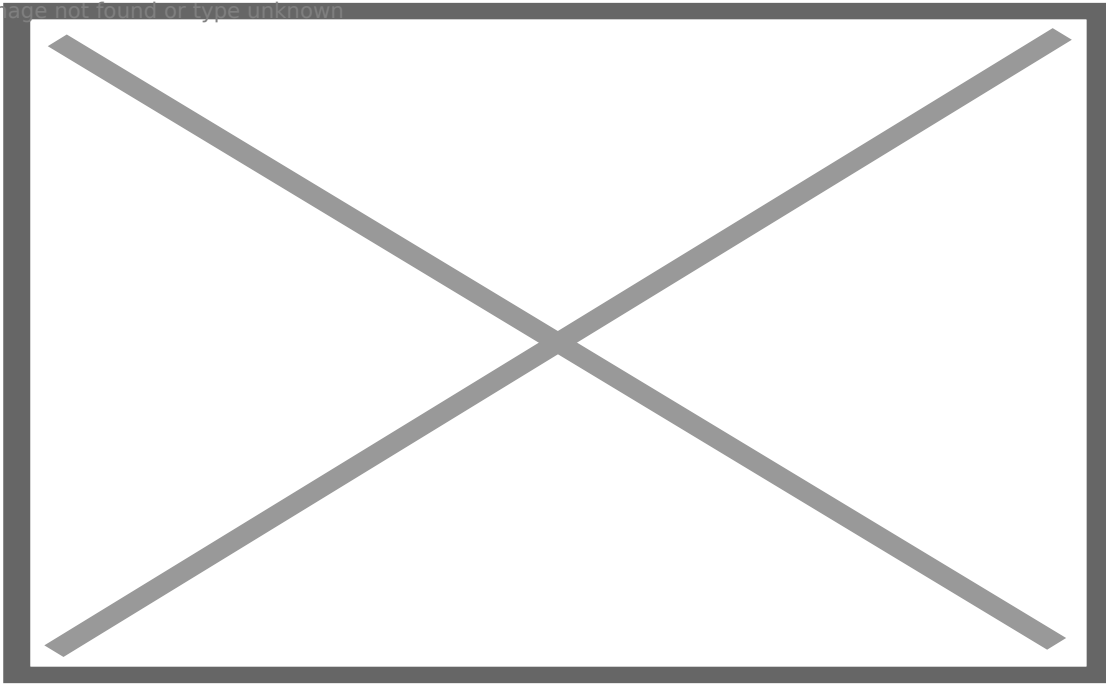
Nghiên cứu lưu ý rằng "thời gian trung bình mỗi người dành để xem truyền hình tại 15 quốc gia được so sánh là 3 tiếng 41 phút mỗi ngày trong năm 2015, so với 3 tiếng 43 phút năm 2014."

Người Mỹ xem truyền hình nhiều nhất mỗi ngày (274 phút) và người Thụy Điển dành ít thời gian cho truyền hình nhất (154 phút mỗi ngày).

Thời gian xem truyền hình trực tiếp tiếp tục chiếm ưu thế, như ở Mỹ là 29 phút mỗi ngày, ở Anh là 28 phút và ở Australia là 13 phút.

Ở một số quốc gia khác, như Nhật Bản, Đức, Italy, Nga và Hàn Quốc, lượng khán giả xem các nội dung trên truyền hình chiếm tỷ lệ khá ít, thậm chí gần như là không có.

Image not found or type unknown



Thời gian xem truyền hình trung bình mỗi ngày của một người: 2014-2015.

Trung Quốc chiếm thị phần quảng cáo trên internet lớn nhất

Ở hầu hết các quốc gia, thị phần quảng cáo trực tuyến tiếp tục tăng lên, mặc dù ở một số nước như Hà Lan hay Nhật Bản, tốc độ tăng trưởng khá yếu. Trung Quốc, ngược lại, đang chứng kiến sự tăng trưởng rất nhanh.

Lần đầu tiên, hơn một nửa (53%) chi tiêu quảng cáo tại Trung Quốc là cho quảng cáo trực tuyến. Con số này đã tăng 10% so với năm ngoái.

Chi tiêu quảng cáo cũng tăng 7% so với năm trước tại Nga. Tuy nhiên, thị trường quảng cáo trực tuyến ở đây vẫn xếp sau nhiều nước khác. Anh và Thụy Điển cùng xếp thứ hai về chỉ tiêu này - cả hai nước có 48% chi tiêu quảng cáo đổ vào nguồn trực tuyến.

Image not found or type unknown

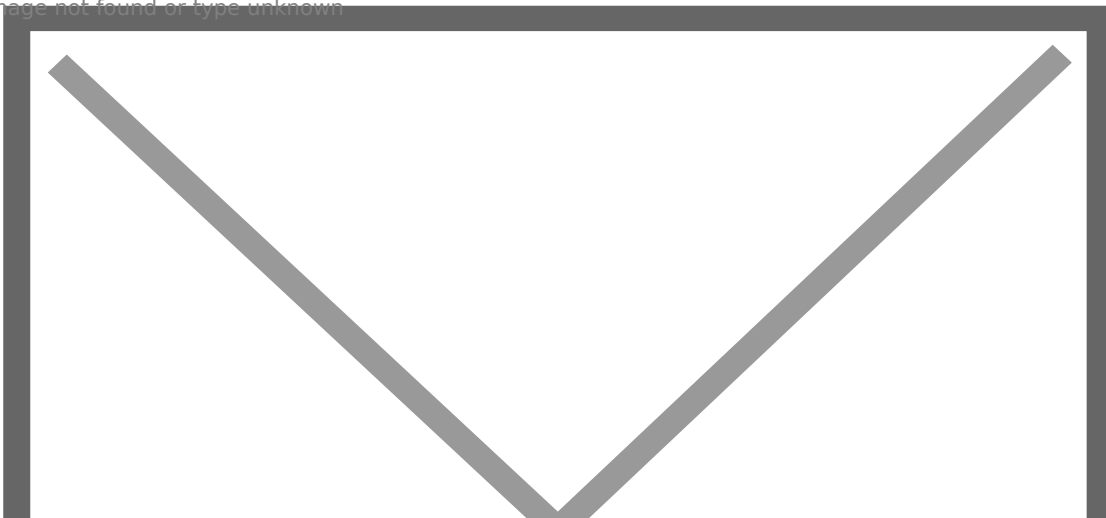
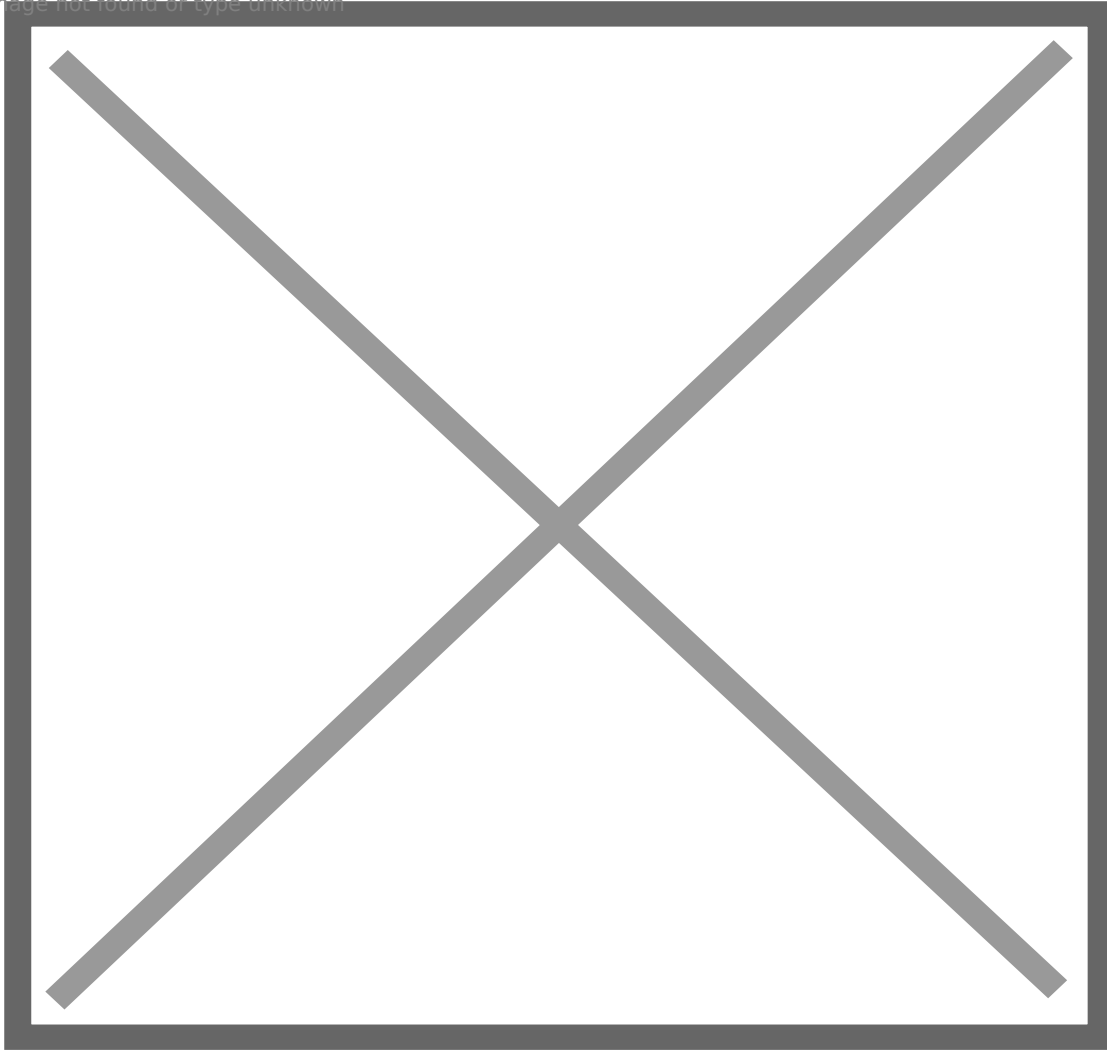


Image not found or type unknown



Phân chia tổng chi tiêu quảng cáo trên Internet: 2009-2015.

Người Anh rất thích mua sắm trực tuyến

Số liệu thống kê trong báo cáo của Ofcom đã nói lên tất cả:

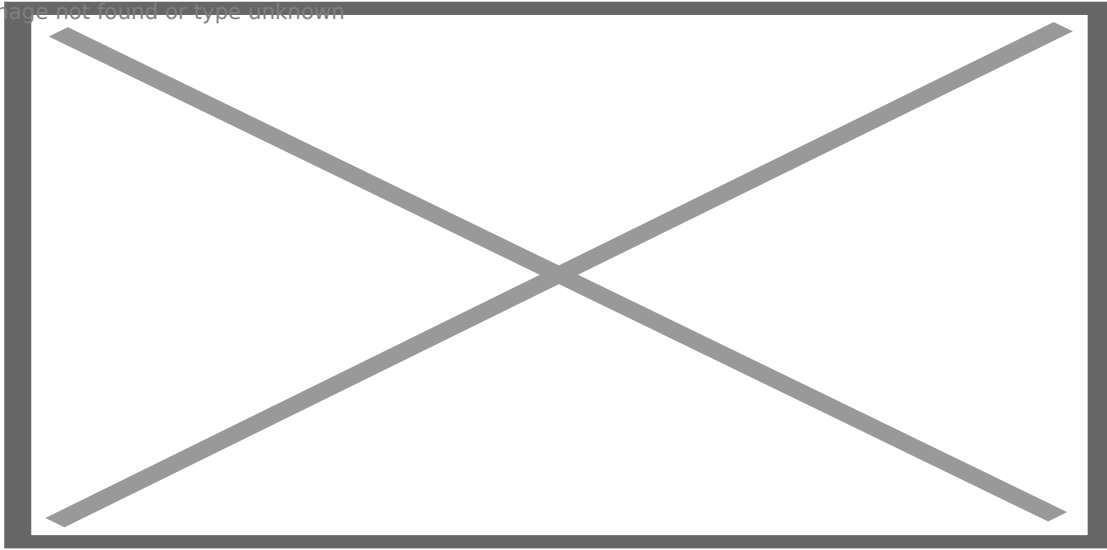
"Ở Anh, cứ 10 người dùng Internet thì có 6 người mua sắm trực tuyến ít nhất mỗi tuần một lần, và 4/10 người dùng điện thoại di động cho biết họ dùng điện thoại của mình để mở các trang web hay ứng dụng mua sắm trực tuyến ít nhất một lần mỗi tuần... Cứ 10 người ở Anh thì có 6 người đã mua một thứ gì đó từ nước ngoài trong năm ngoái. Doanh thu đầu người toàn quốc từ thương mại điện tử đạt 1.760 bảng Anh/người trong năm 2015 - cao nhất trong số tất cả các quốc gia được so sánh.

Những con số này đã đánh bại doanh thu theo đầu người từ các thị trường thương mại điện tử B2C phổ biến tiếp theo là Mỹ (1.207 bảng Anh/người), Hàn Quốc (841 bảng) và Pháp (730 bảng).

Những lý do cho sự khác biệt này theo các tác giả nghiên cứu có bao gồm "truyền thống mua sắm

theo catalogue, sự hài lòng chung với các dịch vụ bưu chính và sự phổ biến của thẻ ghi nợ và thẻ tín dụng."

Image not found or type unknown



Doanh thu thương mại điện tử B2C, theo đầu người: 2014-2015.

Tin tức trực tuyến tiếp tục là một nguồn thông tin ngày càng quan trọng

Cuối cùng, từ quan điểm về nội dung, báo cáo của Ofcom đã khẳng định lại xu hướng khán giả tìm đến các nội dung trực tuyến ngày càng tăng - và phụ thuộc vào Internet để tìm tin tức.

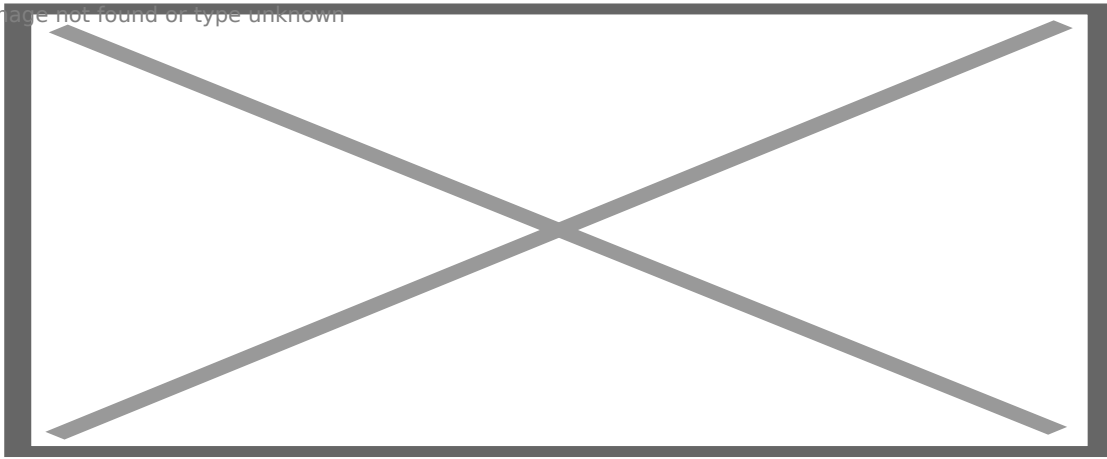
Trong số người dùng trực tuyến tại Anh, Đức, Italy, Mỹ, Nhật Bản, Australia, Tây Ban Nha và Thụy Điển, có một phần ba nói rằng Internet là nguồn tin tức chính của họ.

Trong nhiều trường hợp, sự khác biệt giữa Internet và truyền hình ở khía cạnh này là không đáng kể, nhưng các nguồn tin trực tuyến chiếm vai trò quan trọng hơn so với truyền hình ở Anh, Italy, Nhật Bản và Australia.

Đi sâu hơn nữa, ở cả Anh và Italy, Internet là nguồn tin thể thao phổ biến hơn so với truyền hình (hay bất kỳ phương tiện nào khác), mặc dù một lượng đáng kể khán giả cũng cho biết họ có hứng thú với thể loại chương trình này.

Trong khi đó, tin tức địa phương cũng dễ được người dùng tìm thấy trực tuyến tại Anh, Italy và Tây Ban Nha. Ở Đức và Thụy Điển, điều thú vị là báo và tạp chí vẫn là nguồn tin tức hàng đầu, trong khi ở những nơi khác những người được hỏi đa phần trả lời truyền hình là nguồn cung cấp tin tức hàng đầu. Tình hình này còn tiếp diễn bao lâu đương nhiên vẫn là câu hỏi cần thời gian giải đáp.

Image not found or type unknown



Các nguồn tin tức chính trên thế giới: 2016.

Nguồn:Vietnamplus

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/toan-can-h-thi-truong-truyen-thong-quoc-te-qua-8-bieu-do-quan-trong>