

TACC กวาดลิขสิทธิ์คาแรคเตอร์ไทยสุดปัง “ปังปอนด์-หนูหิ้น-รามเกียรติ์” หนุนนโยบาย Soft Power

🕒 ข่าวหุ้น 🕒 15 ต.ค. 67 10:43น.



นายชัชววิ วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บมจ.ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ (TACC) เปิดเผยว่า บริษัทได้รับลิขสิทธิ์เป็นตัวแทนดูแลสินค้า การทำตลาด และการจัดจำหน่ายในประเทศไทยสำหรับ “ปังปอนด์-หนูหิ้น-รามเกียรติ์” คาแรคเตอร์ไทยสุดคลาสสิกจาก บริษัท Vithita Animation เพื่อต่อยอดธุรกิจคาแรคเตอร์ และสอดคล้องกับนโยบายภาครัฐในเรื่อง Soft Power รวมถึงการสนับสนุนผู้ประกอบการภาคเอกชนของไทยอีกด้วย

ปังปอนด์ หนูหิ้น และ รามเกียรติ์ มีชื่อเสียงจากตัวละครในการ์ตูนและวรรณกรรมคลาสสิกของประเทศไทย โดยเป็นคาแรคเตอร์ตัวการ์ตูนที่เป็นที่รู้จักแพร่หลายในระดับต้นๆ ของไทยมาอย่างยาวนาน ปัจจุบันได้รับการผลิตในรูปแบบของแอนิเมชันผ่านช่องทาง TV และ YouTube รวมไปถึงได้จัดทำ LINE Sticker และสินค้าเมอร์แชนไดส์ (Merchandise) เป็นต้น ความร่วมมือในครั้งนี้จะช่วยกลับมาสร้างความตื่นตัวให้กับวงการคาแรคเตอร์ในไทย

“ปังปอนด์” เป็นตัวละครการ์ตูนที่ได้รับความนิยมสูงในหนังสือการ์ตูน “ชายหัวเราะ” ของสำนักพิมพ์บรรลือสาส์น ได้รับการผลิตเป็นแอนิเมชันชุด “ปังปอนด์ ตะลุยโลกอนาคต” ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ได้รับการตอบรับอย่างดี และผลิตเป็นภาพยนตร์เรื่อง “ปังปอนด์” ที่โด่งดัง และได้ฉายในโรงภาพยนตร์ IMAX Theater

“หนูหิ้น” เป็นตัวละครชาวอีสานจากการ์ตูน “หนูหิ้น อินเตอร์” ของหนังสือการ์ตูน “มหาสนุก” ได้รับความนิยมอย่างมากและได้รับการผลิตเป็นภาพยนตร์เรื่อง “หนูหิ้น เดอะมูฟวี่” และได้รับการผลิตเป็น LINE Sticker ติดอันดับขายดี ติดต่อกันหลายปี

“รามเกียรติ์” เป็นวรรณกรรมคลาสสิกของไทยที่ได้รับการผลิตในรูปแบบต่างๆ เช่น แอนิเมชันและหนังสือการ์ตูนที่มีการนำเนื้อเรื่องมาเล่าในรูปแบบสนุกๆ ทั้งแอนิเมชันที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 7 สี และการผลิตเป็นหนังสือการ์ตูนชุด “รามเกียรติ์ ฉบับรามาวตาร” เป็น BOX SET 10 เล่มจบ

“ปังปอนด์ หนูหิ้น และ รามเกียรติ์ เป็นคาแรคเตอร์ไทยชื่อดังสุดคลาสสิก ที่ได้รับความนิยมชื่นชอบสูง มีการพัฒนาและผลิตในรูปแบบต่างๆครบวงจร เช่น แอนิเมชัน, ภาพยนตร์ และสินค้าเมอร์แชนไดส์ เชื่อว่าจะประสบความสำเร็จในวงกว้าง ถึงจุดความสนใจในกลุ่มลูกค้าทั้งหญิงและชาย ตั้งแต่เด็กหาลัยและวัยทำงาน ที่ชื่นชอบศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย อีกทั้งยังสนับสนุนนโยบาย Soft Power และการสนับสนุนบริษัทไทยด้วยกันเอง” นายชัชววิ กล่าว

เบื้องต้น TACC มีสัญญาดูแลลิขสิทธิ์ทั้ง 3 คาแรคเตอร์ในประเทศไทยเป็นระยะเวลา 2 ปี นับจากนี้จะเดินหน้าสร้างคาแรคเตอร์ให้เป็นที่จดจำและรู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้นทั้งคนที่เติบโตมาพร้อมกับคาแรคเตอร์ดังกล่าวและคนรุ่นใหม่ให้รู้จักคาแรคเตอร์ไทยมากยิ่งขึ้น

ปัจจุบัน TACC ได้รับสิทธิ์เป็นตัวแทนดูแลคาแรคเตอร์ การทำตลาด และการจัดจำหน่ายในประเทศไทย เช่น “Bellygom” (เบลลี่กอม) หมี่ส้มพุดดิ้งที่ชื่อดังจากเกาหลี “OHIGE no PON” สุนัขหนวดเครามองโลกในแง่ดีจากญี่ปุ่น และ “หมาจ๋า” เรื่องราวระหว่างคนกับสุนัขที่ถ่ายทอดออกมาในมุมมองจากประเทศไทย และอื่นๆ เช่น WARBIE YAMA, Line Creators Thailand ทำให้เชื่อมั่นว่าจะสนับสนุนให้รายได้รวมของ TACC ในปี 67 เติบโต 10% ตามเป้าหมายที่วางไว้

โดย สำนักข่าวอินโฟเควสท์ (15 ต.ค. 67)