

โครงการสืบทอดสืบทอด  
และรวมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ

# เจ้าขุนทอง

A NEW MUSICAL



ละครเพลงบรอดเวย์ที่สร้างจากรายการโทรทัศน์ชื่อดัง

## เจ้าขุนทองอะนิเมิล 2563

มีนาคม 2563  
เจ้าขุนทอง คือ รายการโทรทัศน์ในรูปแบบตลกตลกที่มีชื่อเสียงและเสียงหัวเราะให้กับเด็กทุกวัยในทุกเช้าก่อนไปโรงเรียน เจ้าขุนทองพร้อมจะกลับมาพบคนไทยอีกครั้งในรูปแบบเจ้าขุนทองอะนิเมิล ซึ่งเป็นผลงานละครเพลงชิ้นใหม่ ที่จะดำเนินการแสดงใน เอ็ม เอ็ม เอ็ม กรุงเทพมหานคร

เจ้าขุนทอง ออกอากาศครั้งแรกทางช่อง 7 ในปี 2534 บอกเล่าเรื่องราวของสังคมสัตว์ในบรรยากาศชนบทของไทยผ่านตัวละครต่าง ๆ ที่ผู้ชมรักและผูกพันจากรุ่นสู่รุ่น ผ่านการนำเสนอเรื่องราว คติ และบทเรียนต่าง ๆ ที่แฝงข้อคิดทางศีลธรรม ภาษา และวัฒนธรรม

ผลงานละครเพลงชุดนี้กำกับการผลิตโดย บริษัท เซลลาดอร์ เอเซีย แปซิฟิก จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทการละครระดับนานาชาติในกรุงเทพฯ โดยการแสดงในเจ้าขุนทองอะนิเมิลครั้งนี้ จะใช้นักแสดงจริง เพื่อรับบทบาทตัวละครในเจ้าขุนทอง ผ่านการประยุกต์รูปแบบการแสดง ให้มีความเป็นละครเวทีบรอดเวย์มากขึ้น เพื่อสร้างความตื่นตาตื่นใจ เพิ่มบรรยากาศที่เต็มไปด้วยสีสัน พร้อมการเรียบเรียงดนตรีใหม่

เจ้าขุนทองอะนิเมิล น่าจะได้รับการตอบรับอย่างล้นหลาม ด้วยมีแฟนรายการที่รอชมการแสดงมากกว่า 9,000 คน เพราะอยากเห็น ตัวละครในรายการกลับมามีชีวิตชีวากันอีกครั้ง เนื่องจากเจ้าขุนทองเป็นรายการโทรทัศน์ที่สร้างความผูกพันและออกอากาศมายาวนานถึง 26 ปี ก่อนจะปิดตัวลงในปี 2560

**ละครที่สร้างสรรค์สังคม**  
เจ้าขุนทองเป็นรายการที่ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในประเด็นสำคัญทางสังคม ตลอดจนช่วยกระตุ้นเข้าเดือน และปลูกฝังคุณค่าต่าง ๆ ให้กับผู้รับชม จึงทำให้เจ้าขุนทองกลายเป็นรายการที่เป็นมากกว่าการให้ความบันเทิง กล่าวคือเป็นรายการที่มีคุณค่าทางการศึกษาผ่านคติคำสอนด้านจริยธรรมต่าง ๆ ดังนี้

- การแยกแยะผิดชอบชั่วดี
- การรณรงค์ให้ตระหนักต่อปัญหาสิ่งแวดล้อม
- การรณรงค์ให้สมาชิกในสังคมสมัยใหม่รู้จักให้เกียรติและเคารพซึ่งกันและกัน

ให้แบรนด์ดังของท่านเป็นส่วนหนึ่งของละครเพลงเจ้าขุนทองอะนิเมิล

ข้อมูลโดยสังเขป เกี่ยวกับละครเพลงเรื่องใหม่ ✓

@ สตาซท์  
เอ็ม เอ็ม เอ็ม

ราคาบัตร  
1000 / 1500 / 2000 / 2500 THB

รูปแบบการแสดง  
ละครเพลงบรอดเวย์

ศักยภาพการ  
รองรับผู้ชม

การแสดง จำนวน 12 รอบใน 3 สัปดาห์  
จำนวน 787 ที่นั่งต่อรอบ รวมทุกรอบ  
จำนวน 9,444 ที่นั่ง

ระยะเวลาแสดง  
2 ชั่วโมง 15 นาที

เจ้าหน้าที่แสดง  
เช่น คุณอาร์ม กรกันต์

วันแสดง  
มีนาคม 2563

การประชาสัมพันธ์  
ผู้สนับสนุน

นำเสนอแบรนด์ของผู้สนับสนุนและผู้พันธมิตร  
ในละครเพลง

การเข้าตั้งดารานักแสดง ★

เพื่อประชาสัมพันธ์แบรนด์ของผู้สนับสนุนและผู้พันธมิตรในละครเพลง

โอกาสพิเศษ  
การรับรองแขกวีไอพีและที่นั่งวีไอพี  
สำหรับการแสดงทุกรอบ

ภาษา  
ไทย

โครงการสับสนุน  
และรวมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ

# เจ้าหนูเอง 1 A NEW MUSICAL



## ละครเพลงบรอดเวย์ที่สร้างจากรายการโทรทัศน์ชื่อดัง

### แพ็คเกจสำหรับผู้สนับสนุน

เราได้พัฒนาแพ็คเกจการสนับสนุนสำหรับผู้สนับสนุนและพันธมิตรทางธุรกิจ ตลอดจนหน่วยงานราชการ ดังนี้

#### ระดับที่ 1

ผู้สนับสนุนหลักและผู้สนับสนุนการนำเสนอ

ผู้สนับสนุนหลักจำนวน 1 ราย พร้อมสิทธิในการมีส่วนร่วมในชื่อของการแสดง

ผู้สนับสนุนการนำเสนอ จำนวน 1 ราย พร้อมสิทธิในการมีส่วนร่วมในชื่อของการแสดง

#### ระดับที่ 2

พันธมิตรอย่างเป็นทางการและหน่วยงานราชการที่ให้การสนับสนุน

พันธมิตรอย่างเป็นทางการ จากธุรกิจซึ่งไม่ได้เป็นคู่แข่งกัน จำนวน 6 ราย

แพ็คเกจสำหรับหน่วยงานราชการที่ให้การสนับสนุน

#### ระดับที่ 3

ผู้จัดหาสินค้าและบริการอย่างเป็นทางการและสื่อพันธมิตร

ผู้จัดหาสินค้าและบริการอย่างเป็นทางการ จำนวน 10 ราย เพื่อจัดหาและสนับสนุนสินค้าและบริการที่จำเป็นสำหรับงาน

สื่อพันธมิตร จำนวน 10 ราย เพื่อสนับสนุนพื้นที่โฆษณาและงานบรรณาธิการเพื่อการประชาสัมพันธ์

แพ็คเกจบัตรชมการแสดงเพื่อการรับรองกลุ่มเป้าหมายเพียงอย่างเดียว

เรามีแพ็คเกจบัตรชมการแสดงไว้คอยบริการ



โอกาสในการสนับสนุน  
และรวมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ

# เจ้าหนูทอง

A NEW MUSICAL



## ละครเพลงบรอดเวย์ที่สร้างจากรายการโทรทัศน์ชื่อดัง

### สิทธิประโยชน์ของผู้สนับสนุน

ผู้สนับสนุนและพันธมิตรจะได้รับประโยชน์ที่หลากหลายดังต่อไปนี้

- **ผนวกแบรนด์เป็นส่วนหนึ่งของทาบิลด์** - ไปพร้อมกับการแสดงศิลปะวัฒนธรรมที่เลื่องชื่อผ่านผลงานการแสดงที่จะถูกนำเสนอสู่สาธารณะ
- **ส่งเสริมการรับรู้แบรนด์** - โดยการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการไปยังกลุ่มผู้ชมที่เป็นมหาชน
- **โอกาสในการสร้างเครือข่าย** - กับหน่วยงานภาครัฐและพันธมิตรรายอื่น ๆ - มอบประสบการณ์พิเศษให้กับกลุ่มลูกค้าพิเศษ และลูกค้าทั่วไป
- **มอบความบันเทิง** - ให้กับกลุ่มเป้าหมายทั้งในและนอกองค์กร
- **การบูรณาการกับกิจกรรมการตลาดอื่น ๆ** - การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย โอกาสในการทำการตลาดโดยตรงและการตลาดเชิงประสบการณ์ กับกิจกรรมคอนเสิร์ตที่สามารถปรับลักษณะการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้สนับสนุนได้
- **การจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์** - ผู้ชมละครจำนวนมากซื้อบัตรเข้าชมละครผ่านช่องทางออนไลน์ ผู้สนับสนุนจะได้รับโอกาสที่หลากหลายในการจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ ผ่านลิงก์ที่นำเสนอไปพร้อมกับอีเมลประชาสัมพันธ์งาน จุดหมายข่าวเพื่อการตลาด สื่อสังคม ตลอดจนเว็บไซต์ที่ผู้ชมใช้เป็นช่องทางในการซื้อบัตรชมการแสดง ยกตัวอย่างเช่น ผู้ชมสามารถซื้อบัตรชมการแสดงบางประเภทแล้วได้รับสิทธิในการร่วมรายการส่งเสริมการขายบางอย่างได้

### สิทธิประโยชน์ของหน่วยงานราชการ

หน่วยงานราชการจะได้รับประโยชน์ที่หลากหลายจากการแสดงนี้ เนื่องจาก

- เขตกรุงเทพมหานครให้เป็นเมืองผู้นำในการเดินทางมาชมละครเวทีประเภทละครเพลง
- จุดกระแสให้มีการจัดกิจกรรมสำคัญๆ ในกรุงเทพมหานครและประเทศไทยให้มากขึ้น
- สร้างประโยชน์ให้เศรษฐกิจประเทศไทย ผ่านการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการเดินทางของนักท่องเที่ยวผู้ชมการแสดงทั้งในและต่างประเทศ
- ประชาสัมพันธ์กรุงเทพมหานครในฐานะสถานที่ท่องเที่ยวผ่านการนำเสนอผ่านสื่อตั้งในแวดวงนานาชาติ

ผลงานที่ผ่านมาของบริษัท เซลลาดอร์ เอเชีย แปซิฟิก จำกัด ได้แก่ ลิตเติ้ล ซีบ ออฟ ฮอเธอร์ส เดอะมิวสิคัล และเจอร์ซี่ บอยส์ แอนด์ มาดากัสการ์ เดอะมิวสิคัล



โศกนาฏกรรมการสับส่มุณ  
และรวมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ

# เจ้าหนูทอง

A NEW MUSICAL



ละครเพลงบรอดเวย์ที่สร้างจากรายการโทรทัศน์ชื่อดัง

## บทละครเพลงใหม่

ด้วยเรื่องราวที่เกิดขึ้นในยุคปัจจุบัน ณ หมู่บ้านชนบทอันไกลโพ้น พร้อมตัวละครทุกตัวที่ผู้ชมชื่นชอบและรู้จักเป็นอย่างดี

แต่ในคราวนี้ เห็นทีเรื่องราวคงจะไม่ง่ายเหมือนเดิมอีกต่อไป! เพราะเจ้าหนูทองและผองเพื่อนต้องพบกับปัญหาใหญ่ที่กำลังคืบคลานเข้ามาด้วยภัยพิบัติทางธรรมชาติที่รุนแรงเกินคาดเดา

แล้วใครเล่าจะกลายเป็นฮีโร่ที่มาช่วยทุกคน ในขณะที่เจ้าหนูทองและผองเพื่อนต้องตกอยู่ในสถานการณ์คับขันที่อาจเป็นอันตรายถึงชีวิต

## โปรดักชั่น

พบกับงานโปรดักชั่นที่เต็มไปด้วยสีสันตระการตา  
คืนชีวิตตัวละครตุ๊กตาหุ่นเชิดด้วยนักแสดงจริง

ดนตรีและท่าเต้นสมัยใหม่

การออกแบบฉากที่แฟนตาซี สวยงามแปลกตา

มีลักษณะคล้ายกับสพันจ์บ๊อบ สแควร์แพนส์ ละครเพลงบรอดเวย์ยอดเยี่ยม

## นักแสดง

ในละครเพลงนี้จะมีดารานักแสดงจำนวนมากเข้าร่วม  
เช่น คุณอาร์ม กรกันต์

## ข้อมูลและสถิติ เกี่ยวกับเจ้าหนูทอง

### กลุ่มผู้ชม

ชายไทยและหญิงไทย ที่เคยเป็นเด็ก  
ในยุค 90s  
อายุ 20-35 ปี ที่เติบโตมาพร้อมกับรายการ

### การรับรู้แบรนด์

26 ปี บนโทรทัศน์  
ตั้งแต่ปี 2534 - 2560 ทางช่อง 7

## เพลงประกอบละคร

ที่มียอดวิวมากกว่า 2.4 ล้านวิว บนยูทูป  
คลิปรายการตอนต่างๆ และการร้อง cover  
เพลงประกอบละครที่มียอดวิวหลักล้าน



โครงการส่งเสริมชุมชน  
และรวมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ

# เจ้าหนูเอง A NEW MUSICAL



## ละครเพลงบรอดเวย์ที่สร้างจากรายการโทรทัศน์ชื่อดัง

### เหตุที่จริงควรร่วมสนับสนุน

จะมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการแสดงเจ้าหนูเองอะนิมาลิคัล 2563 ผ่านกลยุทธ์ทางการตลาดที่หลากหลายและผสมผสาน ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์และช่องทางทางประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ผ่านสื่อออนไลน์ โดยการประสานงานกับสื่อหลากหลายรูปแบบ ตั้งแต่การลงโฆษณาในสิ่งพิมพ์ชั้นนำด้านศิลปะ วัฒนธรรม และการแสดง ไปจนถึงหนังสือพิมพ์ในต่างประเทศ เพื่อให้สามารถเข้าถึงพื้นที่สื่อได้เป็นอย่างดีครอบคลุมที่สุด โดยจะมีการประชาสัมพันธ์การแสดงในวงกว้างทั้งพื้นที่ประเทศไทยและทวีปเอเชีย นอกจากนี้ยังมีการประชาสัมพันธ์ผ่านอีเมล จดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ข่าวเกี่ยวกับละครเพลงไปยังสื่อสังคมในทุกช่องทางเพื่อสื่อสาร เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ครบถ้วน

**เจ้าหนูเองอะนิมาลิคัล 2563** มีแผนการสนับสนุนสำหรับผู้สนับสนุนและพันธมิตรธุรกิจอย่างครบวงจร ที่จะช่วยให้สถาบันธุรกิจไทยในเอเชียได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการแสดงที่มีเอกลักษณ์ไม่ซ้ำใครงานนี้

**เจ้าหนูเองอะนิมาลิคัล 2563** เปรียบเสมือนโอกาสทองที่จะช่วยให้ผู้สนับสนุนยกระดับภาพลักษณ์ขององค์กร ทำให้กลุ่มเป้าหมายได้รู้จักสินค้าและบริการดียิ่งขึ้น ตลอดจนประชาสัมพันธ์แบรนด์ในฐานะผู้ส่งเสริมและผลักดันกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมไทย



### Ad การประชาสัมพันธ์แบรนด์

ผู้สนับสนุน พันธมิตร องค์กรภาครัฐผู้ให้การสนับสนุน ผู้จัดหาสินค้าและบริการอย่างเป็นทางการ และสื่อพันธมิตร จะได้รับสิทธิในกล่าวถึง การสนับสนุนเจ้าหนูเองอะนิมาลิคัล 2563 เพื่อวัตถุประสงค์ในการประชาสัมพันธ์และโฆษณา

สิทธิในการตั้งชื่องาน	การประชาสัมพันธ์แบรนด์ในงาน	การจัดแคมเปญประชาสัมพันธ์ในงาน	การประชาสัมพันธ์แบรนด์บนเอกสารงาน
-----------------------	-----------------------------	--------------------------------	-----------------------------------

### สิทธิด้านการได้พื้นที่สื่อ การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์

ผู้สนับสนุนสามารถนำเสนอข่าวผ่านสื่อ โดยการจัดการกรรมาช่าวและกิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ โดยจะมีการประชาสัมพันธ์งานนี้ผ่านสื่อไทยทุกระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ ตลอดจนสื่อระดับภูมิภาคเอเชีย และระดับโลกผ่านสื่อสังคม สื่อออนไลน์ โทรทัศน์ วิทยุและนิตยสารต่าง ๆ

### สื่อพันธมิตร

รับประกันการนำเสนอข่าวผ่านสื่อพันธมิตรของเรา - รอยืนยันรายชื่อสื่ออีกครั้ง

### ★ สิทธิในการเข้าตั้งนักแสดง

สิทธิในการนำแขกพิเศษเข้าเยี่ยมนักแสดง คณะผู้จัด และชมพื้นที่หลังเวทีในบรรยากาศแบบวีไอพี

# บ้านใหม่ของเรา

A NEW MUSICAL



## ละครเพลงบรอดเวย์ที่สร้างจากรายการโทรทัศน์ชื่อดัง

### เหตุที่ดึงดูดบรรณานุกรมสนับสนุน

### สิทธิในการทำการตลาดเชิงประสบการณ์

ในช่วงเดือนมีนาคม มักมีนักท่องเที่ยวมาเยือนกรุงเทพมหานครเป็นจำนวนมาก จึงถือเป็นโอกาสสำคัญสำหรับผู้สนับสนุนและพันธมิตรในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้าและบริการต่างๆ เจ้าขุนทองอะนิมาวิลคัล 2563 เป็นกิจกรรมที่ดึงดูดมหาชนซึ่งเป็นประชาชนในกรุงเทพฯ นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ

โดยในงานจะมีการจัดพื้นที่พิเศษไว้สำหรับผู้สนับสนุน โดยในพื้นที่บริเวณดังกล่าวผู้สนับสนุนและพันธมิตรสามารถจัดจำหน่ายและจัดแสดงสินค้าและบริการของตนได้

### สิทธิในสื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์

[www.facebook.com/SelladoorAsiaPacific](http://www.facebook.com/SelladoorAsiaPacific)

Selladoor Asia Pacific

[www.instagram.com/selladoorasiapacific](http://www.instagram.com/selladoorasiapacific)

[www.selladoor.com](http://www.selladoor.com)

### สิทธิในการรับรองลูกค้าและการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ

ในงานเจ้าขุนทองอะนิมาวิลคัล 2563 ผู้สนับสนุนจะได้รับโอกาสที่หลากหลาย สามารถใช้ในการรองรับและสร้างความบันเทิงให้กับกลุ่มเป้าหมาย เช่น ลูกค้าและผู้บริหารในเขตกรุงเทพมหานครได้ เรามีบัตรวีไอพีเพื่อเข้าชมการแสดง ลิขสิทธิ์พิเศษในการเยี่ยมชมนักแสดงและพื้นที่หลังเวที ตลอดจนโอกาสในการชมการแสดงในประสบการณ์สุดพิเศษ จึงถือเป็นโอกาสที่เหมาะสมอย่างยิ่งในการทำกิจกรรมเพื่อรักษาสัมพันธภาพและส่งเสริมธุรกิจของท่าน

### กิจกรรมเพื่อตอบแทนสังคม

คณะผู้จัดขอเสนอโอกาสพิเศษสำหรับผู้สนับสนุนและพันธมิตรเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการประชุมเชิงปฏิบัติร่วมกับผู้กำกับการแสดงและคณะทำงานหลังเวที

นอกจากนี้ยังมีโอกาสสำหรับเด็กๆ ที่สนใจในเส้นทางอาชีพด้านการละครในการฝึกประสบการณ์อีกด้วย

### สิทธิในผลิตภัณฑ์

เราขอเสนอโอกาสสำหรับผู้สนับสนุน พันธมิตรทางธุรกิจ และผู้จัดหาผลิตภัณฑ์และบริการ ในการผลิตสินค้าแบรนด์ร่วม ซึ่งอาจจะใช้ในการจัดแจงหรือการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่างๆ เช่น ของเล่น แก้วเครื่องดื่ม เสื้อยืด หมวก ฯลฯ ภายใต้แบรนด์เจ้าขุนทองอะนิมาวิลคัล 2563

# A NEW MUSICAL

# โครงการสหการสนับสนุนและร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ

รายการสิทธิประโยชน์	ระดับการสนับสนุน			
	ระดับที่ 1	ระดับที่ 2		ระดับที่ 3
	ผู้สนับสนุนหลักและผู้สนับสนุนการนำเสนอ	พันธมิตรอย่างเป็นทางการ	หน่วยงานราชการ ที่ให้การสนับสนุน	ผู้จัดหาสินค้าและบริการอย่างเป็นทางการและสื่อพันธมิตร
<b>สิทธิพิเศษเฉพาะตามประเภทผู้สนับสนุนและสิทธิในการใช้ชื่อ</b>				
สิทธิในการใช้ชื่อ "ชื่อผู้สนับสนุนหลัก" เจ้าขุนทองอะนิมาวิลิคัล 2563 นำเสนอโดย "ชื่อผู้สนับสนุนการนำเสนอ" เพื่อใช้ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	มี			
สิทธิในการใช้ชื่อ "พันธมิตรอย่างเป็นทางการ" ของ "ชื่อผู้สนับสนุนหลัก" เจ้าขุนทองอะนิมาวิลิคัล 2563 นำเสนอโดย "ชื่อผู้สนับสนุนการนำเสนอ" เพื่อใช้ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์		มี		
สิทธิในการใช้ชื่อ "หน่วยงานราชการที่ให้การสนับสนุน" "ชื่อผู้สนับสนุนหลัก" เจ้าขุนทองอะนิมาวิลิคัล 2563 นำเสนอโดย "ชื่อผู้สนับสนุนการนำเสนอ" เพื่อใช้ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์			มี	
สิทธิในการใช้ชื่อ "ผู้จัดหาสินค้าและบริการอย่างเป็นทางการ / สื่อพันธมิตร" ของ "ชื่อผู้สนับสนุนหลัก" เจ้าขุนทองอะนิมาวิลิคัล 2563 นำเสนอโดย "ชื่อผู้สนับสนุนการนำเสนอ" เพื่อใช้ในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์				มี
การใส่ชื่อองค์กรลงในโลโก้งาน	มี			
สิทธิในการเป็นผลิตภัณฑ์ชนิดเดียว	มี	มี	มี	มี
<b>สิทธิด้านทรัพย์สินทางปัญญาและการประชาสัมพันธ์แบรนด์</b>				
การผนวกแบรนด์เข้ากับงาน	มี			
โลโก้บนแบนเนอร์ในพื้นที่บริเวณหน้างาน	มี	มี	มี	มี
ป้ายในโดมทางเข้า ป้ายโลโก้รวมผู้สนับสนุน ตามระดับการสนับสนุน (1x1 ม.) ตัวอย่างเช่น ป้ายโลโก้รวมผู้สนับสนุนระดับที่ 1 ประกอบด้วย ผู้สนับสนุน จำนวน 2 ราย ป้ายโลโก้รวมผู้สนับสนุนระดับที่ 2 ประกอบด้วย พันธมิตรอย่างเป็นทางการและองค์กรภาครัฐ ผู้ให้การสนับสนุนทุกราย	X 10	X 6	X 6	X 3
<b>สิทธิด้านทรัพย์สินทางปัญญาและการประชาสัมพันธ์แบรนด์</b>				
ป้ายโลโก้รวมผู้สนับสนุน ตามระดับการสนับสนุน (1x1 ม.) ในพื้นที่บาร์รับรอง	X 2	X 1	X 1	X 1
ชื่อโลโก้บนบัตรเข้าชมการแสดง	มี			
<b>สิทธิในการใช้สื่อและการประชาสัมพันธ์</b>				
การกล่าวถึงในแคมเปญประชาสัมพันธ์งาน เช่น คลิปวิดีโอ ตัวอย่าง โพสต์เตอร์ โฆษณานาน TVG วิทยุ สิ่งพิมพ์ และช่องทางออนไลน์	มี	มี	มี	มี
โลโก้บนเอกสารประชาสัมพันธ์ ก่อนและหลังงาน เว็บไซต์ เครื่องเขียน โพสต์เตอร์ โปสเตอร์	มี	มี	มี	มี
ประวัติองค์กรโดยสังเขปพร้อมโลโก้ในหน้าผู้สนับสนุนของเว็บไซต์งานและเว็บไซต์พันธมิตรที่จัดจำหน่ายบัตรเข้าชมการแสดง (พิกเก็ตแมลอน)	มี	มี	มี	มี
โฆษณาในเอกสารประชาสัมพันธ์แผนการแสดง	เต็มหน้า	1/2 หน้า	1/2 หน้า	1/4 หน้า
การกล่าวถึงแบรนด์และการแสดงโลโก้ในการแถลงข่าวและโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับงานทุกรายการ	มี	มี	มี	มี
โอกาสในการประชาสัมพันธ์เพื่อการรักษาความภักดีของลูกค้าผ่านบัตรพิเศษเพื่อเข้าชมการแสดงและกิจกรรมการแข่งขันต่าง ๆ ที่จัด	มี	มี	มี	มี

รายการสิทธิประโยชน์	ระดับการสนับสนุน			
	ระดับที่ 1	ระดับที่ 2		ระดับที่ 3
	ผู้สนับสนุนหลักและผู้สนับสนุนการนำเสนอ	พันธมิตรอย่างเป็นทางการ	หน่วยงานราชการ ที่ให้การสนับสนุน	ผู้จัดหาสินค้าและบริการอย่างเป็นทางการและสื่อพันธมิตร
<b>การแถลงข่าว</b>				
หนังสือเชิญพิเศษเพื่อให้มาร่วมงานแถลงข่าว โอกาสในการส่งตัวแทนเข้าร่วมแถลงข่าว	X 20	X 10	X 5	X 5
Speaking opportunity at the event's media conference	มี	มี	มี	
โลโก้บนฉากหลังพื้นที่แถลงข่าวพร้อมโอกาสในการให้สัมภาษณ์สื่อโดยโฆษกหรือตัวแทนของผู้สนับสนุน	มี	มี	มี	มี
<b>สิทธิในการเข้าถึงนักแสดง</b>				
สิทธิในการนำแขกของผู้สนับสนุนเข้าเยี่ยมนักแสดง คณะผู้จัดและชมพื้นที่หลังเวทีในบรรยากาศแบบรีโอพี	มี	มี	มี	
มีเวลา 2 ชั่วโมง สำหรับการจัดกิจกรรมร่วมกับนักแสดงหลักตามที่ได้ตกลง เช่น งานเลี้ยงมือคำ งานบริการเครื่องดื่มในโรงละครหลังการแสดง กิจกรรมถาม/ตอบที่สำนักงานใหญ่ของผู้สนับสนุน	มี			
โอกาสในการถ่ายภาพยนตร์ระหว่างผู้บริหารของผู้สนับสนุนและนักแสดง	มี	มี	มี	
<b>สิทธิในการทำการตลาดเชิงประสบการณ์และการตลาดแบบมีส่วนร่วม</b>				
พื้นที่การค้าเพื่อส่งเสริมการขายในบริเวณโถงทางเข้าซึ่งจัดไว้สำหรับผู้สนับสนุน พร้อมเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ การแนะนำและทดลองใช้สินค้า และการแจกเอกสารประชาสัมพันธ์	5x3 ม.	2x2 ม.	2x2 ม.	
<b>สิทธิในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์</b>				
โอกาสในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมและสื่อดิจิทัลอย่างเป็นทางการของการแสดง ผ่าน เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ยูทูบ ตลอดจนช่องทางสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลอื่น ๆ เช่น การส่งอีเมลประชาสัมพันธ์	มี	มี	มี	มี
<b>สิทธิในการรองรับ การออกบัตรเข้าชมการแสดง และการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ</b>				
สิทธิในการเข้าเยี่ยมหลังเวที	มี	มี	มี	มี
บัตรเข้าชมการแสดงในคืนเปิดตัว - รอบพิเศษสำหรับผู้ที่ได้รับเชิญเท่านั้น	120	70	70	20
หนังสือเชิญเพื่อเข้าชมการซ้อมรอบแต่งตัวเต็มรูปแบบ	มี	มี	มี	มี
บัตรเข้าชมการแสดง - ลดราคาบัตรชมการแสดงสำหรับบัตรราคา 2,500 บาท	350 @ 10%	200 @ 10%	200 @ 10%	80 @ 10%
การส่งเสริมการขายร่วม - รหัสส่วนลดสำหรับบัตรชมการแสดงสำหรับบัตรราคา 2,000 และ 2,500 บาท	500 @ 30%	350 @ 20%	350 @ 20%	100 @ 20%
งานเลี้ยงกาล่าในพร้อมคาราวานและนักแสดง	มี			
สิทธิในการเข้าพื้นที่ เอ็ม วีเอเตอร์ เพื่อการแสดงพิเศษ	กิจกรรมเสริม	กิจกรรมเสริม	กิจกรรมเสริม	กิจกรรมเสริม
สิทธิในการขอให้ เซลลาดอร์ แนะนำผู้สนับสนุนอย่างเป็นทางการให้กับบุคคลที่สามที่ เซลลาดอร์ มีข้อมูลการติดต่อตามความเหมาะสมผ่านการส่งจดหมายแนะนำ	มี	มี	มี	มี
<b>กิจกรรมเพื่อตอบแทนสังคม</b>				
การประชุมเชิงปฏิบัติ โดยจัดกิจกรรมถาม/ตอบกับผู้กำกับการแสดง คณะทำงาน และผู้ทำงานเบื้องหลังบางส่วนในพื้นที่โรงละคร และอาจจะมีกิจกรรมต่อเนื่องที่จัดในโรงเรียนในท้องถิ่น	มี			
สิทธิในนำเด็ก จำนวน 6 คน มาฝึกประสบการณ์เป็นระยะเวลา 1 สัปดาห์ โดยแบ่งจัดกิจกรรมสัปดาห์ละหนึ่งเพื่อช่วยเหลือผู้จัดขณะชมการแสดง	มี			
<b>สิทธิในการผลิตผลิตภัณฑ์ร่วม</b>				
สิทธิในการผลิตและจัดแจกสินค้าพรีเมียมที่มีโลโก้งานที่เซลลาดอร์ อนุญาต	มี	มี	มี	มี

โอกาสในการสนับสนุน  
และรวมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ

# เจ้าหนูทอง

A NEW MUSICAL



## ละครเพลงบรอดเวย์ที่สร้างจากรายการโทรทัศน์ชื่อดัง

### โอกาสอื่น ๆ

เซลลาดอร์ เอเชีย แปซิฟิก มีโอกาสอื่น ๆ มากมายสำหรับผู้สนับสนุนและพันธมิตร ดังต่อไปนี้

#### ละครเพลงและละครเวที

เซลลาดอร์ มีศักยภาพในการผลิตงานการแสดงเองโดยสามารถปรับแต่งเนื้อหาให้เหมาะสมกับที่แบรนด์ต้องการได้ ตลอดจนการผลิตผลงานลิขสิทธิ์ตามสั่ง เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ผ่านการเล่าเรื่องราวที่เชื่อมโยงได้และประสบการณ์ที่ยากจะลืมเลือน และที่สำคัญผ่านการแสดงแบบบรอดเวย์

#### สร้างประสบการณ์เพื่อเข้าสู่หอเบรนต์

เซลลาดอร์ คือ ผู้นำยุคใหม่ในด้านการแสดงสดเพื่อสร้างความบันเทิง มีความชำนาญในการสร้างประสบการณ์เพื่อนำเสนอแบรนด์ โดยการนำพาผู้ชมเดินทางไปตามเส้นทางแห่งเรื่องราวและจินตนาการที่แต่งขึ้นเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงข้อความที่สื่อถึงแบรนด์หรือสินค้าของแบรนด์ การสร้างประสบการณ์เพื่อนำเสนอแบรนด์นั้นสามารถปรับแต่งได้เพื่อสอดคล้องกับประเภทของกิจกรรมหรือสถานที่ บ่อยครั้งอาจต้องใช้นักแสดงแสดงสด การจัดวางผลงานศิลปะ และการเล่าเรื่องราวที่ผู้ชมมีส่วนร่วมได้ เพื่อสร้างโอกาสอย่างแยบยลในการนำเสนอแบรนด์สู่กลุ่มเป้าหมาย

#### การแสดง - หารีวิวของศูนย์ไปสู่อะไรก็ตาม

เซลลาดอร์ รับผิดชอบงานการแสดงสดให้กับกิจกรรม งานสัมมนา หรืองานพิเศษในวาระต่าง ๆ ตามที่องค์กรจัด ทั้งฝ่ายผู้จัดและเครือข่ายที่จะทำงานร่วมกันเพื่อยกระดับคุณภาพของงานให้ดียิ่งขึ้นผ่านการบูรณาการกิจกรรมบนเวทีผ่านการแสดงสด ดนตรี และการเดิน ที่จะนำเรื่องราวไปสร้างเป็นเรื่องราวกระตุ้นความคิดบนเวที

#### “โซว์โหม้” กิจกรรมฝึกซ้อมการแสดง

เซลลาดอร์ เอเชีย แปซิฟิก ขอเสนอเสนอกิจกรรมฝึกซ้อมรูปแบบพิเศษที่ได้รับการออกแบบมาเพื่อเสริมสมรรถนะให้กับองค์กรผ่านเครื่องมือพิเศษที่ได้โดยนักแสดงมืออาชีพทั่วโลกมาแล้ว กิจกรรมฝึกซ้อมการแสดงที่เรียกว่า “โซว์โหม้” นี้สามารถปรับแต่งให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้ และมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีความความมั่นใจยิ่งขึ้น มีพลังเสียงที่แข็งแกร่ง สามารถสื่อสารได้ชัดเจนขึ้น มีทักษะการทำงานร่วมกัน เป็นหมู่คณะได้ดีขึ้นทั้งในชีวิตส่วนตัวและชีวิตงาน

#### การจัดการในการผลิตงานการแสดง

เซลลาดอร์ มีศักยภาพในการผลิตงานการแสดงคุณภาพเทียบเท่าบรอดเวย์ตะวันตกแท้ ๆ และสามารถผลิตผลงานให้สอดคล้องกับกำหนดเวลาและงบประมาณได้ เซลลาดอร์ สามารถจัดหาและประสานการทำงานระหว่างบุคลากรหลายฝ่ายเพื่อให้งานออกมาสสมบูรณ์ได้ ไม่ว่าจะเป็นผู้กำกับ การแสดง นักเขียนบท ฝ่ายดนตรี ผู้ออกแบบท่าเต้น นักแสดง และนักออกแบบชุดนักแสดง เซลลาดอร์ สามารถจัดหาและจัดการคณะทำงานหลังเวที ผู้จัดหาอุปกรณ์ทางเทคนิค อุปกรณ์ประกอบฉาก เครื่องแต่งกาย และชุดฉากต่างๆ ได้ ภายใต้การบริหารและกำกับดูแลแผนการผลิตทั้งหมดโดยฝ่ายบริหาร เพื่อให้การแสดงที่ผลิตเสร็จสิ้นทันตามกำหนดเวลาและสอดคล้องกับกำหนดงบประมาณ

#### บริการจัดการแสดงในเวทีสากล

เซลลาดอร์ บริหารและผลิตงานการแสดงมาตรฐานระดับโลกในกรุงเทพมหานคร ควบคู่ไปกับการทำงานร่วมกับพันธมิตรในสหราชอาณาจักรและสหรัฐอเมริกา

[www.selladoor.com](http://www.selladoor.com)





ไอเดียสำหรับการสับสหมู่  
และรวมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ

# เจ้าหนูเอง A NEW MUSICAL



## ละครเพลงบรอดเวย์ที่สร้างจากรายการโทรทัศน์ชื่อดัง

### ละครเพลงในหอศาสต

มาดากัสการ์ เดอะมิวสิคัล - พร้อมแสดงในปี 2563

ละครเพลงยอดเยี่ยมเรื่องนี้ มาพร้อมกับตัวละครสุดฮาที่หลายคนชื่นชอบและรู้จักเป็นอย่างดี ในเรื่องตัวละครได้หนีออกจากบ้านซึ่งเป็นสวนสัตว์ใน เซ็นทรัลพาร์คนิวยอร์ก และพอรู้ตัวอีกทีก็พบว่าตนได้หลงอยู่ในโลกที่สุดแสนจะอันตรายอย่างมาดากัสการ์ ที่ปกครองโดยพระราชาจูเลียน ผลงานละครเพลงนี้เป็นผลงานใหม่ล่าสุดจากกรมเวิร์คส์ (เชร็ค เดอะมิวสิคัล) ที่จะทำให้ผู้ชมอดใจไม่ไหวจนต้องลุกขึ้นมาเดิน "มูฟอิท มูฟอิท!" กันทุกคน



วีลรี่ออคยู เดอะมิวสิคัล - พร้อมแสดงในปี 2564

ผลงานละครเพลงยอดเยี่ยมนี้เป็นการเดินสายแสดงรอบโลกของ ควีนและเบน เอลตัน โดยการเดินสายรอบโลกครั้งนี้ จะเริ่มการแสดงครั้งแรกที่เมืองเคปทาวน์ แอฟริกาใต้ ในวันที่ 29 สิงหาคม 2563 ก่อนที่จะเดินทางไปแสดงต่อที่เมืองโจฮันเนสเบิร์ก ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ฮองกง อิสราเอล และประเทศอื่นๆ โดยจะประกาศวันและสถานที่ที่ใช้ในการคัดเลือกนักแสดงแบบเต็มรูปแบบในโอกาสต่อไป



ครอบครัวแอดดัมส์ -  
2563 - 2564 งานแสดงจากกรุงเทพมหานคร

งานแสดงนี้เป็นเรื่องราวใหม่ที่ไม่ว่าใคร แต่ฟังดูไม่น่าจะดีนักเพราะเป็นเรื่องราวที่คุณพ่อทุกคนไม่ปลื้มเป็นอย่างยิ่ง เวนส์เดย์ แอดดัมส์ เจ้าหญิงแห่งรัตติกาลบัดนี้ได้โตขึ้นเป็นสาวเต็มวัยและตกหลุมรักกับชายหนุ่มจากตระกูลดั่งที่ทั้งฉลาดและสภาพอ่อนโยน แต่ข่าวร้ายก็คือบิดาและมารดาของเธอยังไม่เคยพบชายผู้นี้มาก่อน ชั่วร้ายเวเนซเดย์ยังขอร้องให้ผู้เป็นบิดาปิดบังเรื่องราวดังกล่าวไว้ก่อน อย่าเพิ่งเล่าให้มารดาฟัง ด้วยเหตุนี้โกเมส แอดดัมส์ จำใจต้องทำอะไรที่เขาไม่เคยยอมทำมาก่อน โดยการช่วยลูกสาวปิดบังเรื่องราวไม่ให้มารดา หรือ มอร์ติเซีย ศรีภรรยาสุดที่รักของตนทราบ และทุกอย่างกำลังจะเปลี่ยนไปในคำคืนสำคัญที่ครอบครัวของเจ้าหญิงจะต้องจัดงานเลี้ยงมือคำต้อนรับครอบครัวฝ่ายชายและชายที่สุดแสนจะธรรมดาคนนี่



โอกาสในการสนับสนุน  
และรวมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ

# เจ้าหนูทอง

## A NEW MUSICAL



## ละครเพลงบรอดเวย์ที่สร้างจากรายการโทรทัศน์ชื่อดัง

## คณะผู้อำนวยการผลิต

บริษัท เซลลาดอร์ เอเชีย แปซิฟิก จำกัด ก่อตั้งขึ้นในปี 2561 โดย บริษัท เซลลาดอร์ เวิลด์ไวด์ จำกัด ร่วมกับ คุณปิยวรา กิจจำนงค์พันธุ์ และคุณเจษฎา ต่านปาน เพื่อนำผลงานการแสดงคุณภาพสูงเข้ามายังประเทศไทยและภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ตลอดจนผลิตละครเพลงสากลลิขสิทธิ์สำหรับตลาดในประเทศไทย และส่งผลงานที่ผลิตในประเทศออกสู่ตลาดโลก

บริษัทมีวิสัยทัศน์ที่จะสรรค์สร้างชีวิตผ่านการเล่าเรื่องและแบ่งปันประสบการณ์ และมีพันธกิจในการสร้างงานละครและมอบประสบการณ์การแสดงสด ที่มีคุณภาพสูงส่งตรงถึงทุกคน

บริษัท เซลลาดอร์ เอเชีย แปซิฟิก จำกัด บริหารงานโดย คุณปิยวรา กิจจำนงค์พันธุ์ (กรรมการผู้จัดการ) และคุณเจษฎา ต่านปาน (ผู้อำนวยการผลิตอาวุโส)

### คุณปิยวรา กิจจำนงค์พันธุ์ - กรรมการผู้จัดการ

คุณปิยวรา สำเร็จการศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับ 1) สาขาการผลิตงานสร้างสรรค์ จากแมนเท่นวูอะแคเดมีออฟเชียวเตอร์ มหาวิทยาลัยอีสต์แองเกลีย ลอนดอน สหราชอาณาจักร และหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยม) สาขาการแสดงจากเบอร์มิงแฮม สกูล ออฟ แอคติ้ง มหาวิทยาลัย เบอร์มิงแฮม ซิตี้ สหราชอาณาจักร และผ่านการฝึกจาก แชนันอล เคาน์ซิล ออฟ แอคติ้ง สหราชอาณาจักรด้วย ดังนั้น คุณปิยวรา จึงมีความชำนาญด้วยประสบการณ์ด้านการละครกว่า 14 ปี ผ่านประสบการณ์การอำนวยการสร้างและวิชาชีพการแสดงมาอย่างโชกโชนทั้งในกรุงเทพฯ สหราชอาณาจักร นิวซีแลนด์ และออสเตรเลีย

### คุณเจษฎา ต่านปาน - ผู้อำนวยการสร้างอาวุโส

คุณเจษฎา สำเร็จการศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์จากมหาวิทยาลัยสุโขทัยวิทยาเขต กรุงเทพมหานคร และมีประสบการณ์ด้านการแสดงมากกว่า 6 ปี จากโรงละครรัชดาภิเษก ก่อนหน้านี้คุณเจษฎาเคยปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายผลิตและผู้อำนวยการผลิตให้กับ KAAN SHOW ที่พัทยา และผู้ช่วยผู้บริหารของคุณถกลเกียรติ วีรวรรณ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารช่อง ONE 31

บริษัท เซลลาดอร์ เวิลด์ไวด์ จำกัด เป็นบริษัทผู้จัดการแสดงระดับโลกที่มีฐานปฏิบัติงานอยู่ที่กรุงลอนดอน สหราชอาณาจักร ก่อตั้งขึ้นในปี 2552 โดยคุณฟิลิป ราวทรี (ผู้อำนวยการผลิตฝ่ายพาณิชย์) และคุณเดวิด ฮัทชินสัน (ผู้อำนวยการผลิตฝ่ายสร้างสรรค์) โดย ในปี 2560 เซลลาดอร์ เวิลด์ไวด์ ได้ผลิตผลงานการแสดงถึง 9 รายการ และได้เดินสายจัดแสดงมากกว่า 700 ครั้ง ใน 8 ประเทศทั่วโลก โดยได้รับการตอบรับจากผู้ชมมากกว่า 400,000 คน

**SELLADOOR**

ASIA PACIFIC



