

А ты запросил видео?

Ксения Леонтьева, Элеонора Кольенен-Иванова, Светлана Мудрова, НЕВАФИЛЬМ RESEARCH

В 2010 году в сентябрьском номере «Синемаскопа» (см.: Не кинотеатром единым... // Синемаскоп, № 3 (31), 2010) мы впервые опубликовали результаты исследования российского рынка сбыта кинопродукции. В этом году мы продолжили отслеживать его тенденции – в частности, нового рынка видео по запросу. Этот сегмент растет наиболее активно, чему способствует также то, что начиная с 2010 года правообладатели стали охотнее идти на контакт с поставщиками услуг видео по запросу, в том числе в Интернете.

	2010	2011
Число абонентов VoD в сетях платного ТВ	4,1 млн	11,3 млн
Количество сервисов VoD в сетях платного ТВ	12	14
Число абонентов ШПД	14,5 млн	17,9 млн
Количество платных сервисов VoD в Рунете	6	13
Количество бесплатных сервисов VoD в Рунете	6	9

В целом количество сервисов VoD в России менее чем за полгода выросло на 44% – по нашим расчетам, сегодня их около 40 (летом 2010 года было 27). При этом увеличилось число сервисов, работающих на основе рекламной модели и продающих контент поштучно в Интернете, по кабелю/IPTV и через спутник. Новые игроки – сервисы, использующие модель платной подписки. Три сервиса продолжают работать в тестовом режиме в мобильных сетях.

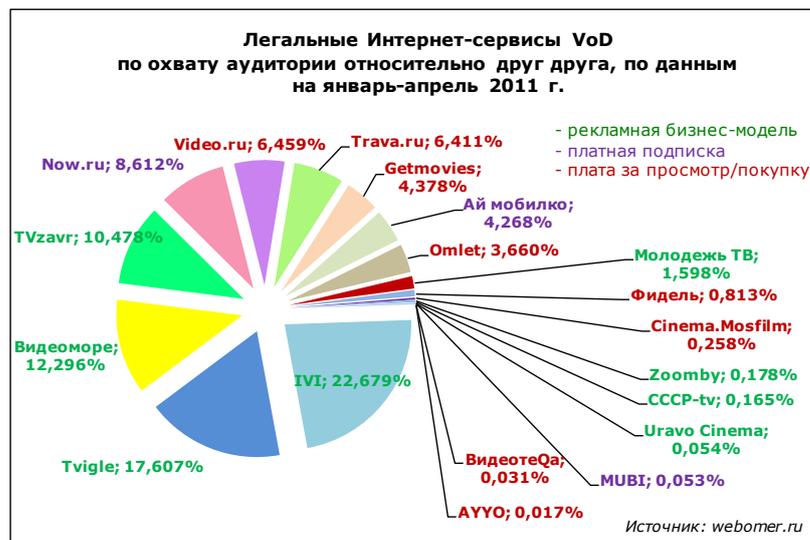
В кабельных сетях подобные услуги развиваются с 2005 года: пионером стала компания «Комстар» со своим «СТРИМ. Кино» (с 2009 года входит в группу компаний МТС). Сегодня видео по запросу доступно также в IPTV-сетях операторов «АКАДО», «Центрального телеграфа», холдинга «Связьинвест» (под разными брендами во всех федеральных округах), «Вымпелкома» и «Эр-Телекома». Спутниковое VoD доступно россиянам с 2008 года – прежде всего в сети «НТВ-плюс». В конце 2010-го появился новый игрок – главный конкурент НТВ «Триколор ТВ» с сервисом «КиноАкадемия», который благодаря своей обширной абонентской базе занял лидирующую позицию среди абонентов кабельного и спутникового телевидения, хотя его услуги пока и не интерактивны (pay-per-view). Всего число абонентов платного телевидения, имеющих доступ к сервису видео по запросу достигло уже 11,3 млн домохозяйств, что на 180% выше, чем летом 2010 года (4,1 млн).



Наиболее широкие услуги видео по запросу представлены в самой интерактивной среде – Интернете. Первые подобные сервисы появились в период с 2006-го по 2009 год, а в 2010 году их число резко возросло, причем большинство компаний заручились поддержкой крупных производителей контента и даже федеральных телеканалов; многие предложили пользователям бесплатный просмотр с рекламой, другие предпочли модель продажи контента или предоставления подписки. При этом практически все платные сайты имеют каталог фильмов и для бесплатного просмотра.

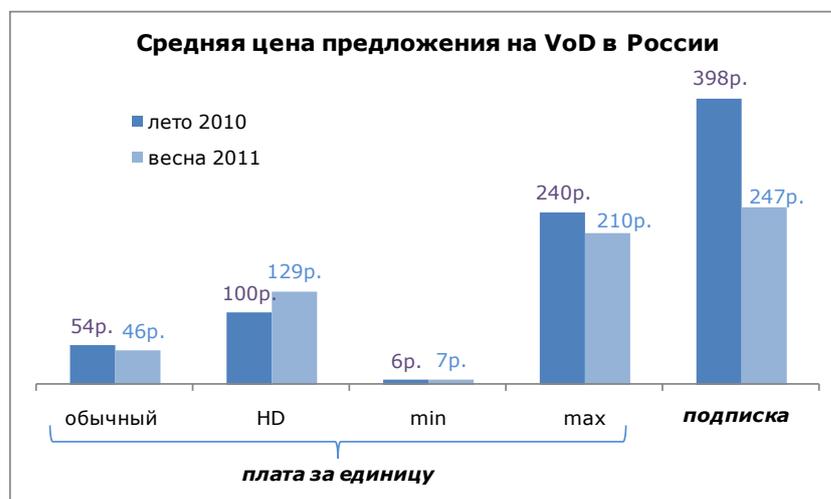
Лидирующие позиции на рынке видео по запросу в Рунете занимают в настоящее время сайты, в основе которых лежит рекламная бизнес-модель (когда зритель не платит за просмотр контента, но вынужден смотреть рекламные ролики, предваряющие фильм). Панельный мониторинг от компании «LiveInternet» (webomer.ru) ставит на первое место среди российских интернет-ресурсов по итогам первых трех месяцев 2011 года компанию «IVI»: относительный охват аудитории ресурса в сегменте поставщиков услуг VoD составил 23%, так

же как и в 2010 году. В то же время сервис «Tvigle» уступил свою лидирующую позицию: его доля с середины 2010 года сократилась более чем в два раза (до 18%). На третьем месте «Видеоморе» (12%), на четвертом – «TVzavr» (10%). Замыкает пятерку лидеров с 9% новый, использующий модель платной подписки, сервис «Now.ru», запущенный в марте 2011 года (при этом, по данным *Alexa.com*, он занимает первое место).



В то же время привести реальное число пользователей интернет-сервисов невозможно, поскольку компании, как правило, не разглашают точные данные по уникальным посетителям или по числу закачек/просмотров. Впрочем, потенциальную аудиторию видео по запросу в Интернете можно оценить по уровню всех имеющих широкополосный доступ в Сеть россиян (по данным Координационного центра национального домена сети Интернет, к концу 2010 года количество частных пользователей ШПД в России выросло до 17,9 млн абонентов, а его проникновение достигло 34% домохозяйств).

Что касается стоимости легального контента для пользователей, анализ цен предложения платных услуг VoD у основных компаний показывает, что средняя стоимость единицы контента в обычном формате в России весной 2011 года составила 46 руб. (на 15% дешевле, чем летом 2010 года). Средняя стоимость качественного HD контента выросла на 29%, составив 129 руб.; при этом существенно расширилось предложение HD-фильмов (в 2010 году данную услугу предлагал только «Стрим», а сейчас уже шесть кабельных сетей; в Интернете такой контент тоже имеется, но не по премиальной цене). В целом цена на контент варьируется от 7 до 210 руб. (от 6 до 240 руб. летом 2010 года) – в зависимости от степени премьерности фильма и его востребованности. В то же время цена подписки на контент VoD сократилась на 40% (247 руб. весной 2011 – против 398 руб. летом 2010).



Таким образом, рынок видео по запросу в России пока не очень большой по числу пользователей (11 млн абонентов платного ТВ и до 17,9 млн имеющих доступ к широкополосному Интернету) и по объему денежных оборотов (впрочем, данные о

финансовых показателей компаниями не разглашаются), однако быстро растет и представляет собой высоко конкурентную среду. В этой сфере постоянно появляются новые игроки, получающие поддержку крупных телеканалов и поставщиков контента (голливудских мейджоров, российских продюсеров и дистрибьюторов); позиции лидеров не являются стабильными и могут легко меняться. В условиях развивающегося рынка происходит быстрое расширение ассортимента услуг (появление HD, развитие сервисов VoD и PPV на новых территориях, в пакетах опытных операторов сферы телекоммуникаций), а также снижение цены контента для пользователей, которые могут как смотреть фильмы онлайн (в том числе и бесплатно – даже в рамках платных сервисов), так и приобретать контент поштучно, либо оформлять подписку на неограниченное число просмотров в течение одной-двух недель или месяца.

© 2011 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH

Подробная информация о рынке сбыта кинопродукции в России представлена в новом цикле исследований компании «Невафильм» и журнала «Кинобизнес сегодня».

Оперативная информация по развитию рынков кинотеатрального проката, видеодистрибуции и цифровой невещественной дистрибуции – ежеквартально в сборнике «Киноэкстракт».

По вопросам приобретения обращайтесь в исследовательский отдел «Невафильм»: +7 (812) 449-70-70, доб. 240, research@nevafilm.ru