



Аналитический отчет
DISCOVERY RESEARCH GROUP
Анализ рынка цифрового
телевидения в России



Агентство DISCOVERY Research Group было создано в 2005 г. За годы работы нашими клиентами стали тысячи компаний. Со списком клиентов можно ознакомиться тут: <http://www.drgroup.ru/clients.html>

Наши клиенты, в том числе - крупнейшие мировые корпорации, выражают благодарность агентству за проведенные исследования <http://www.drgroup.ru/reviews.html>

Почему маркетинговые исследования выгоднее покупать у нас?

1. Мы используем максимально полный набор источников,

который можно использовать в рамках кабинетного исследования, включая экспертные интервью с игроками рынка, результаты обработки баз данных ФТС РФ, данные ФСГС РФ (Росстата), профильных государственных органов и многие другие виды источников информации.

2. Мы обновляем исследование на момент его приобретения.

Таким образом, вы получаете обзор рынка по состоянию на самый последний момент. Наши отчеты всегда самые свежие на рынке!

3. Мы максимально визуализируем данные

путем формирования таблиц и построения диаграмм. Это позволяет клиентам тратить меньше времени на анализ данных, а также использовать подготовленные нами графики в собственных документах. Естественно, при этом очень много выводов дается в текстовом виде, ведь далеко не всю информацию можно представить в виде таблиц и диаграмм.

4. Все наши отчеты предоставляются клиентам в форматах Word и Excel,

что позволяет Вам в дальнейшем самостоятельно работать с отчетом, используя данные любым способом (изменять, копировать и вставлять в любой документ).

5. Мы осуществляем послепродажную поддержку

Любой клиент после приобретения отчета может связаться с нашим агентством, и мы в кратчайшие сроки предоставим консультацию по теме исследования.

Методология проведения исследований

Одним из направлений работы агентства DISCOVERY Research Group является подготовка *готовых исследований*. Также такие исследования называют *инициативными*, поскольку агентство самостоятельно инициирует их проведение, формулирует тему, цель, задачи, выбирает методологию проведения и после завершения проекта предлагает результаты всем заинтересованным лицам.

Мы проводим исследования рынков России, стран СНГ, Европы, США, некоторых стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

Основным предназначением *готовых исследований* является ознакомление участников рынка – производителей, импортеров, дистрибьюторов, клиентов, всех заинтересованных лиц, – с текущей рыночной ситуацией, событиями прошлых периодов и прогнозами на будущее. *Хорошее готовое исследование должно быть логически выстроенным и внутренне непротиворечивым, емким без лишней малоприменимой информации, точным и актуальным, давать возможность быстро получить нужные сведения.*

РЫНОЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Хорошее готовое исследование должно отражать данные обо всех ключевых рыночных показателях, а значит содержать в себе информацию:

- об объеме, темпе роста и динамике развития производства, импорта и экспорта, и самого рынка;
- о различных сценариях прогноза ключевых показателей рынка в натуральном и стоимостном выражении;
- о структуре потребления;
- об основных сегментах рынка и ключевых отраслях;
- о ключевых тенденциях и перспективах развития рынка в ближайшие несколько лет;
- о ключевых факторах, определяющих текущее состояние и развитие рынка;
- о потребительских свойствах различных товарных групп;
- о рыночных долях основных участников рынка;
- о конкурентной ситуации на рынке;
- о финансово-хозяйственной деятельности участников рынка;
- иногда проводится мониторинг цен и определяется уровень цен на рынке;
- и др.

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

Для того, чтобы клиент получил максимально детальное представление об анализируемом рынке мы используем все доступные источники информации:

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Очевидно, что использование большего числа источников позволяет исследователю, во-первых, собирать максимальный объем доступной информации, дополнять информацию из одних источников информацией из других источников, во-вторых, производить перекрестную проверку получаемых сведений.

Периодические печатные и цифровые СМИ подвержены влиянию участников рынка. При анализе необходимо внимательно сравнивать оценки разных показателей, предоставленных различными игроками. В базах данных ФТС РФ декларанты (импортеры и экспортеры) зачастую занижают импортную и экспортную цены. Кроме этого, многие источники не имеют возможности объективно и полно собирать всю необходимую информацию о рынке. Например, ФСГС РФ (Росстат) ведет учет сведений об объемах выпуска продукции не по всем кодам, существующим в классификаторе кодов ОКПД (общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности). Следовательно, часть информации приходится получать из дополнительных источников.

В силу вышеназванных причин очень важно использовать максимально широкий круг источников информации.

ОБРАБОТКА БАЗ ДАННЫХ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При этом сбор информации – это лишь полдела. Важно *правильно обработать базы данных и рассчитать значения требующихся показателей*. Для этого нужны высокая квалификация и опыт работы в программах Access, Excel, SPSS. Наши специалисты обладают этими качествами.

Кроме того, за годы работы специалистами агентства DISCOVERY Research Group разработаны *собственное специальное программное обеспечение и алгоритмы обработки различных баз данных*, в т.ч. баз данных ФТС РФ. Это позволяет производить более точные расчеты за меньший период времени, экономя тем самым деньги Клиента. *При желании вы можете ознакомиться с ними.*

Наши Клиенты получают возможность оперировать более точными оценками всевозможных рыночных показателей, более обоснованно оценивать позиции своей компании, прогнозировать объемы собственных продаж и продаж конкурентов!!!

Этот отчет был подготовлен **DISCOVERY Research Group** исключительно в целях информации. **DISCOVERY Research Group** не гарантирует точности и полноты всех сведений, содержащихся в отчете, поскольку в некоторых источниках приведенные сведения могли быть случайно или намеренно искажены. Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по дальнейшим действиям по ведению бизнеса. Все мнение и оценки, содержащиеся в данном отчете, отражают мнение авторов на день публикации и могут быть изменены без предупреждения.

DISCOVERY Research Group не несет ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в данном отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Информация, представленная в настоящем отчете, получена из открытых источников. Дополнительная информация может быть представлена по запросу.

Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения **DISCOVERY Research Group** либо тиражироваться любыми способами.

ВАЖНО!

Задачи, поставленные и решаемые в настоящем отчете являются общими и не могут рассматриваться как комплексное исследование рынка того или иного товара или услуги. Для решения специфических задач необходимо проведение Ad hoc исследования, которое в полной мере будет соответствовать потребностям бизнеса.

Основное направление деятельности **DISCOVERY Research Group** – проведение маркетинговых исследований полного цикла в Москве и регионах России, а также выполнение отдельных видов работ на разных этапах реализации исследовательского проекта.

Также **DISCOVERY Research Group** в интересах Заказчика разрабатывает и реализует PR-кампании, проводит конкурентную разведку с привлечением соответствующих ресурсов.

Специалисты агентства обладают обширными знаниями в маркетинге, методологии, методике и технике маркетинговых и социологических исследований, экономике, математической статистике и анализе данных.

Специалисты агентства являются экспертами и авторами статей в известных деловых и специализированных изданиях, среди которых Коммерсантъ, Ведомости, Эксперт РБК, Профиль и ряд других.

Агентство **DISCOVERY Research Group** является партнером РИА «РосБизнесКонсалтинг» и многих других Интернет-площадок по продаже отчетов готовых исследований.

Содержание

Содержание	8
Список таблиц и диаграмм	9
Таблицы:	9
Диаграммы:	9
Резюме	11
Глава 1. Методология исследования	12
Объект исследования	12
Цель исследования	12
Задачи исследования.....	12
Метод сбора и анализа данных.....	12
Источники получения информации	13
Объем и структура выборки.....	14
Глава 2. Классификация и основные характеристики цифрового телевидения	15
Глава 3. Рынок цифрового телевидения в России	16
Основные показатели рынка	16
По категориям	18
По основным игрокам	20
По системам защиты.....	23
Прогноз развития рынка.....	26
Рынок OTT	27
Глава 4. Основные факторы, события, тенденции и перспективы развития рынка цифрового телевидения в России	29
Основные тенденции рынка цифрового телевидения в России	29
OTT-платформы «уничтожат» телевидение	29
Зрителям спутникового ТВ отключили российские каналы.....	29
Почему российские операторы продолжают использовать иностранные системы шифрования ТВ-сигнала	30
Российская система защиты телевидения от «пиратов»	30
В России запущен пятый оператор спутникового телевидения	31
Развитие экосистем на рынке цифрового телевидения в России	31
Рынок онлайн-кинотеатров в России	31

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 9 таблиц и 12 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Количество лицензий на осуществление кабельного и спутникового в России

Таблица 2. Рынок цифрового телевидения в России

Таблица 3. Рынок традиционного платного телевидения в России

Таблица 4. Рынок цифрового телевидения в России по видам телевидения

Таблица 5. Рынок цифрового телевидения в России по основным игрокам

Таблица 6. Рынок цифрового телевидения в России по системам защиты

Таблица 7. Основные игроки рынка цифрового телевидения в России по системам защиты

Таблица 8. Рынок цифрового телевидения в России

Таблица 9. Рынок ОТТ в России по количеству абонентов

Диаграммы:

Диаграмма 1. Рынок цифрового телевидения в России

Диаграмма 2. Структура рынка цифрового телевидения в России по видам телевидения, % от натурального объема.

Диаграмма 3. Структура рынка цифрового телевидения в России по видам телевидения, % от стоимостного объема.

Диаграмма 4. Структура рынка традиционного платного телевидения в России по видам телевидения, % от натурального объема.

Диаграмма 5. Структура рынка цифрового телевидения в России по основным игрокам, % от натурального объема.

Диаграмма 6. Структура рынка цифрового телевидения в России по основным игрокам, % от стоимостного объема.

Диаграмма 7. Структура рынка традиционного платного телевидения в России по основным игрокам, % от натурального объема.

Диаграмма 8. Структура рынка цифрового телевидения в России по системам защиты, % от натурального объема.

Диаграмма 9. Структура рынка цифрового телевидения в России по системам защиты, % от стоимостного объема.

Диаграмма 10. Структура рынка традиционного платного телевидения в России по системам защиты, % от натурального объема.

Диаграмма 11. Рынок цифрового телевидения в России

Диаграмма 12. Структура рынка ОТТ в России по основным игрокам, % от стоимостного объема.

Резюме

Маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование рынка цифрового телевидения в России.

Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем рынка цифрового телевидения в России в 2022 г. составил 107,7 млрд. руб.

Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, в 2022 г. кабельное телевидение занимало наибольшую долю по числу абонентов – 38% от всего рынка.

Если же рассматривать рынок в разрезе по системам защиты, то отметим, что наиболее распространенной является система CAS.

Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, лидером на рынке цифрового телевидения в натуральном выражении в 2022 г. стал Триколор (спутниковое телевидение и IPTV). В стоимостном выражении в 2022 г. лидером стал Ростелеком (кабельное телевидение и IPTV).

Глава 1. Методология исследования

Объект исследования

Рынок цифрового телевидения в России.

Цель исследования

Текущее состояние и перспективы развития рынка цифрового телевидения в России.

Задачи исследования

1. Определить объем, темпы роста и динамику развития рынка цифрового телевидения в России.
2. Определить уровень проникновения цифрового телевидения в России.
3. Составить прогноза объема рынка цифрового телевидения в России до 2026 г.
4. Определить и описать структуру рынка цифрового телевидения в России: по технологии (DVB, IPTV, спутниковое).
5. Определить доли 20-25 ведущих российских операторов по видам систем защиты контента: CAS и DRM.
6. По возможности определить доли 20-25 ведущих российских операторов по платформам системы защиты контента Nagra, Conax, Irdeto, пр.
7. Определить ключевые тенденции и перспективы развития рынка цифрового телевидения в России.
8. Описать финансово-хозяйственную деятельность участников рынка цифрового телевидения в России

Метод сбора и анализа данных

ФСГС РФ (Росстат): часто информация об **объемах производства продукции** не содержится в данных ФСГС РФ (Росстат) и процесс ее получения является очень трудоемким и сложным. В текущем исследовании мы имеем дело именно с таким случаем.

Анализа финансово-хозяйственной деятельности производителей: сведения о ряде производителей были получены в результате анализа показателей их финансово-хозяйственной деятельности, информации из открытых источников об их деятельности, мнений экспертов и наших собственных знаний о компаниях.

Mystery-Shopping с производителями: кроме того, информацию об объемах производства и ценах мы получили, вступив в **переговоры** с производителями **в завуалированной форме (Mystery-Shopping)** от имени потенциального заказчика.

Мониторинг документов: в качестве основных методов анализа данных выступают так называемые (1) Традиционный (качественный) контент-анализ интервью и документов и (2) Квантитативный (количественный) анализ с применением пакетов программ, к которым имеет доступ наше агентство.

Контент-анализ выполняется в рамках проведения Desk Research (кабинетное исследование). В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке цифрового телевидения и получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

Источники получения информации

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).

14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Объем и структура выборки

Процедура контент-анализа документов не предполагает расчета объема выборочной совокупности. Обработке и анализу подлежат все доступные исследователю документы.

Глава 2. Классификация и основные характеристики цифрового телевидения

Цифровое телевидение — технология передачи телевизионного изображения и звука при помощи кодирования видеосигнала и сигнала звука с использованием цифровых сигналов.

Кабельное телевидение — один из вариантов передачи сигнала (как и телевизионного, так и радиосигнала) на расстоянии. Возможна передача как и аналогового, так и цифрового формата.

Спутниковое телевидение — система передачи телевизионного сигнала от передающего центра к потребителю, использующая в качестве ретранслятора искусственные спутники Земли, расположенные в космосе на геостационарной орбите (ранее и на других видах орбит), и оснащённые приёмопередающим оборудованием. По сравнению с эфирным наземным телевидением, обеспечивает покрытие качественным телевизионным сигналом больших территорий, труднодоступных для ретрансляции обычным способом.

IPTV или Телевидение по протоколу интернета (Интерактивное телевидение) (англ. Internet Protocol Television) (IP-TV, IP-телевидение) — технология (стандарт) цифрового телевидения в сетях передачи данных по протоколу IP, используемая операторами цифрового кабельного телевидения, новое поколение телевидения. В последнее время часто путается с технологией ОТТ, которая, в свою очередь является подклассом IPTV в области распространения видеоконтента. Кроме того, не следует путать и с интернет-телевидением, которое передаётся потоковым видео и доступно пользователю напрямую, без посредников (компаний-операторов). Отличительной особенностью IPTV стала возможность просмотра телепрограмм с любого мобильного устройства: планшет, смартфон, ноутбук.

Глава 3. Рынок цифрового телевидения в России

Основные показатели рынка

В России в 2022 г. действовало ... лицензий на кабельное вещание (включая IPTV) и 9 лицензий на спутниковое вещание.

Таблица 1. Количество лицензий на осуществление кабельного и спутникового в России

Вид	2021 г.	2022 г.
Спутниковое вещание		
Кабельное вещание		

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций

Важно понимать, что наличие лицензии не означает, что оператор её использует. Условно, одна компания может иметь лицензию как на спутниковое, так и на кабельное вещание, но осуществлять деятельность связанную только с кабельным вещанием.

Уровень проникновения услуг цифрового телевидения в России в 2022 г. не изменилось в сравнении с 2021 г. – ...

Примечание. В данном Отчете будут представлены данные ...

Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем рынка цифрового телевидения в России в 2022 г. составил 107,7 млрд. руб.

Среднерыночный счет на абонента вырос ...

Таблица 2. Рынок цифрового телевидения в России

Показатель	2021 г.	2022 г.
Число абонентов, млн		
Выручка, млрд. руб.		
Среднерыночный счет на абонента (ARPU), руб.		

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным TMT Консалтинг

Можно сказать, что рынок цифрового телевидения в России стабилен. ...

Диаграмма 1. Рынок цифрового телевидения в России

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным TMT Консалтинг

По данным J'son & Partners Consulting рынок традиционного платного телевидения (АКТВ, ЦКТВ, IPTV, DTH) в 2022 г. снизился как в натуральном выражении, так и в стоимостном.

Таблица 3. Рынок традиционного платного телевидения в России

Показатель	2021 г.	2022 г.
Абоненты, млн. ¹		
Выручка, млрд		
Среднедневной счет на абонента (ARPU), руб.		

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным J'son & Partners Consulting

¹ В данных J'son & Partners Consulting этот показатель обозначен именно как «млн.», но мы полагаем, что подразумевались тысячи абонентов. Таким образом, в 2022 г. рынок традиционного платного телевидения в России составлял 43,4 млн в натуральном выражении.

По категориям

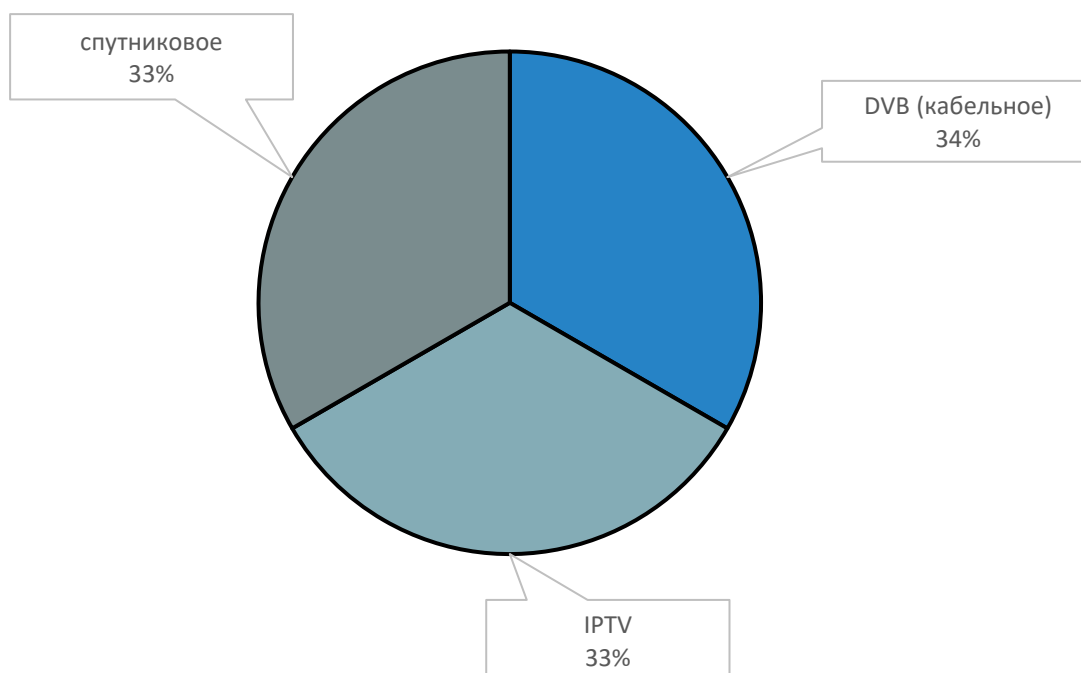
Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, в 2022 г. кабельное телевидение занимало наибольшую долю по числу абонентов ...

Таблица 4. Рынок цифрового телевидения в России по видам телевидения

Вид телевидения	Абоненты		Доходы	
	2021 г.	2022 г.	2021 г.	2022 г.
DVB (кабельное)				
IPTV				
Спутниковое				

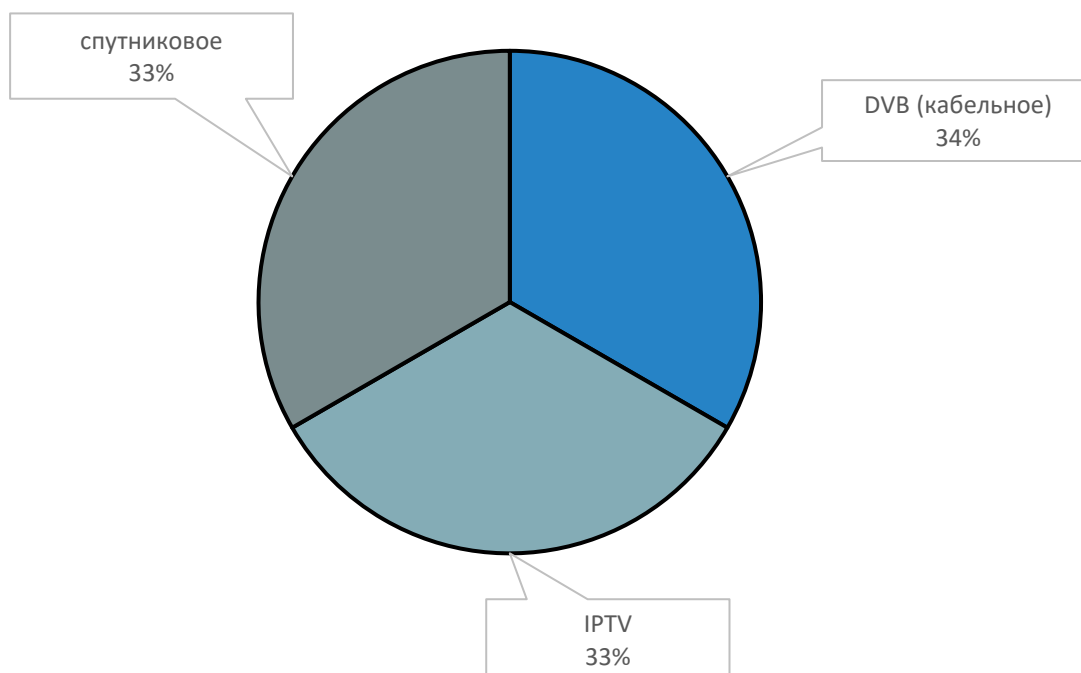
Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным TMT Консалтинг

Диаграмма 2. Структура рынка цифрового телевидения в России по видам телевидения, % от натурального объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным TMT Консалтинг

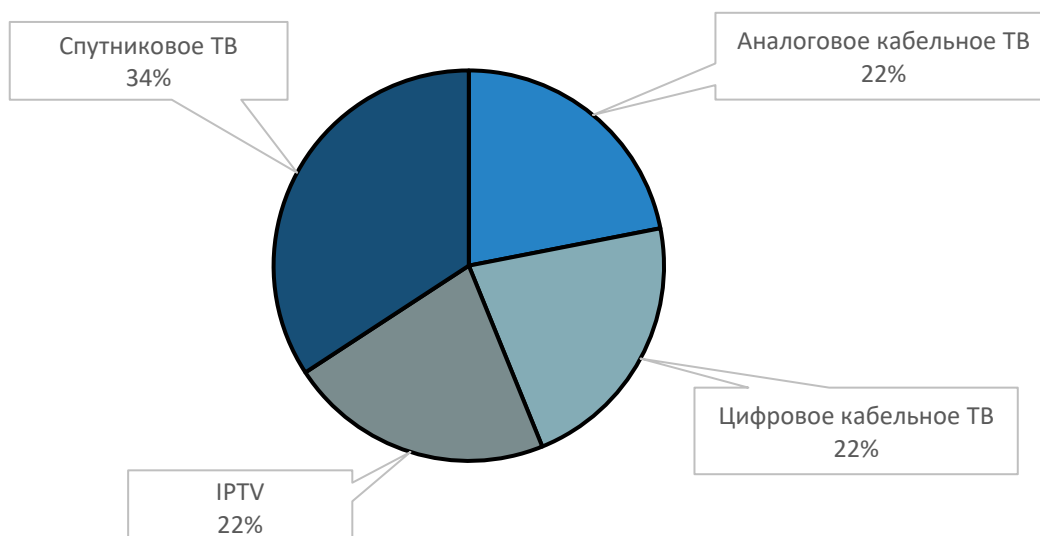
Диаграмма 3. Структура рынка цифрового телевидения в России по видам телевидения, % от стоимостного объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным TMT Консалтинг

По данным J'son & Partners Consulting на рынке традиционного платного телевидения (АКТВ, ЦКТВ, IPTV, DTH) лидировала категория «Спутниковое ТВ» в разрезе по количеству абонентов.

Диаграмма 4. Структура рынка традиционного платного телевидения в России по видам телевидения, % от натурального объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным J'son & Partners Consulting

По основным игрокам

Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, лидером на рынке цифрового телевидения в натуральном выражении в 2022 г. стал Триколор (спутниковое телевидение и IPTV). В стоимостном выражении в 2022 г. лидером стал Ростелеком (кабельное телевидение и IPTV).

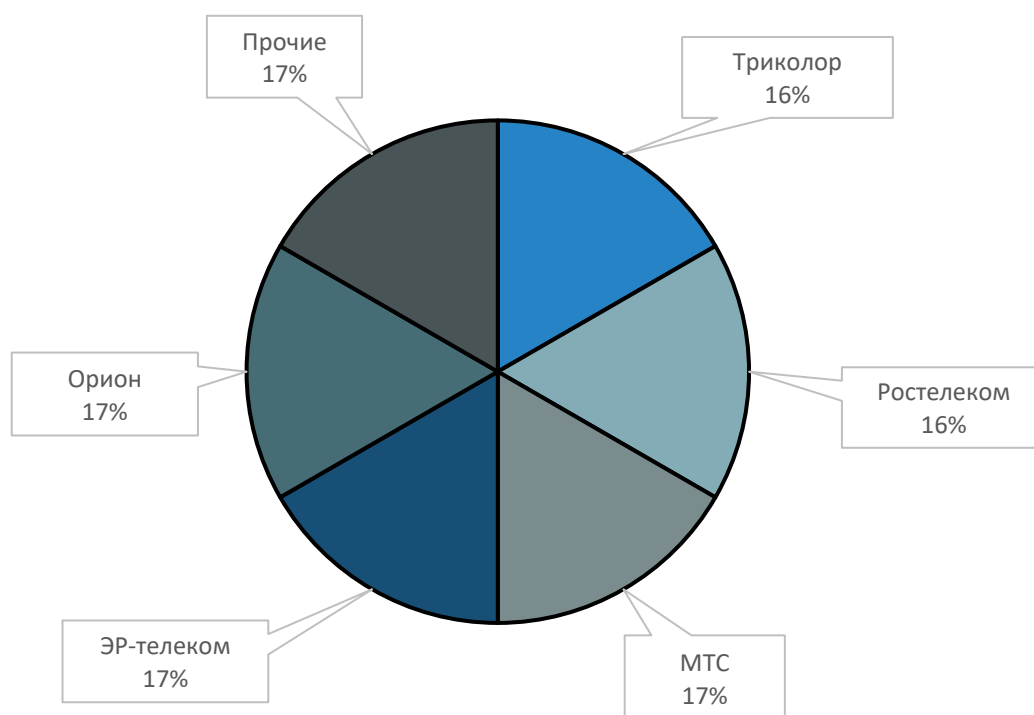
...

Таблица 5. Рынок цифрового телевидения в России по основным игрокам

Компания	Абоненты		Доходы	
	2021 г.	2022 г.	2021 г.	2022 г.
Триколор				
Ростелеком				
МТС				
ЭР-телеком				
Орион				
Прочие				

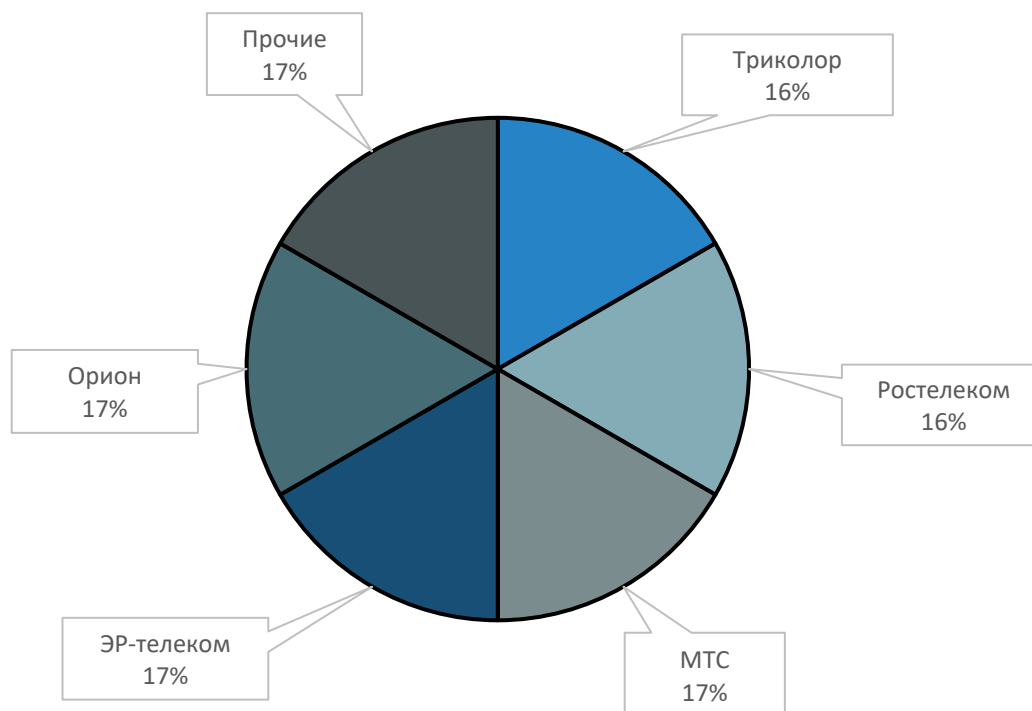
Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным TMT Консалтинг

Диаграмма 5. Структура рынка цифрового телевидения в России по основным игрокам, % от натурального объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным TMT Консалтинг

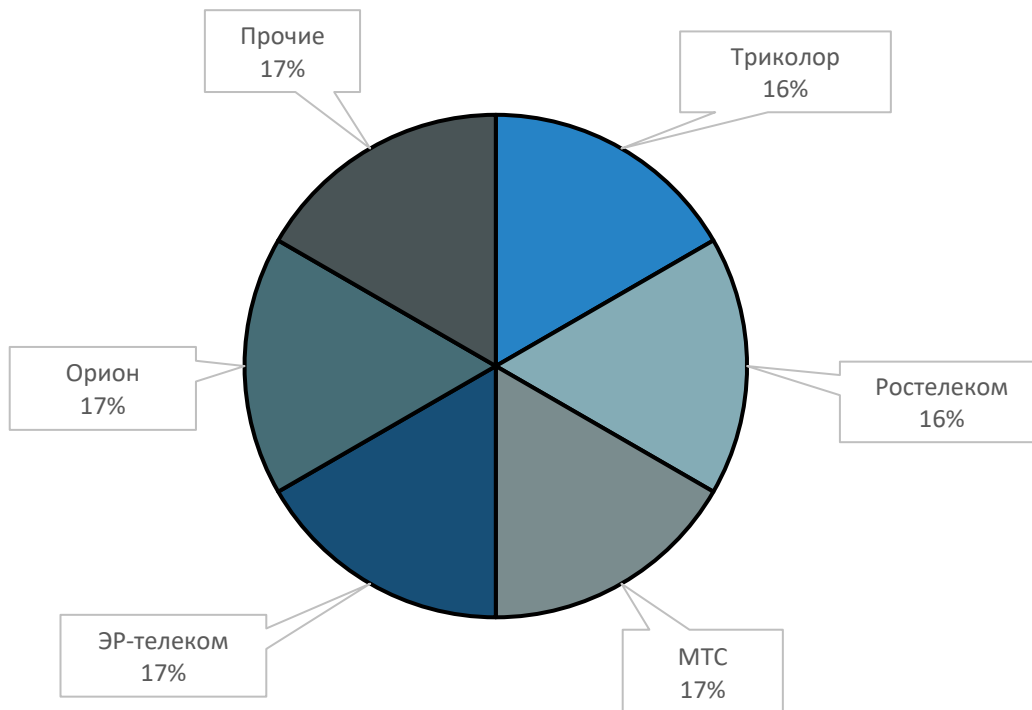
Диаграмма 6. Структура рынка цифрового телевидения в России по основным игрокам, % от стоимостного объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным TMT Консалтинг

По данным J'son & Partners Consulting на рынке традиционного платного телевидения (АКТВ, ЦКТВ, IPTV, DTH) по количеству абонентов лидировал Триколор.

Диаграмма 7. Структура рынка традиционного платного телевидения в России по основным игрокам, % от натурального объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным J'son & Partners Consulting

По системам защиты

Если же рассматривать рынок в разрезе по системам защиты, то отметим, что наиболее распространенной является система CAS. Хотя с развитием IPTV доля системы DRM растет.

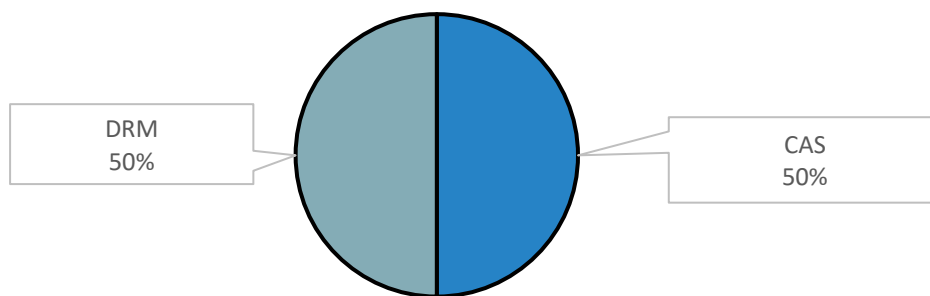
В 2022 г. доля CAS в натуральном выражении составила ...

Таблица 6. Рынок цифрового телевидения в России по системам защиты

Система защиты	Абоненты		Доходы	
	2021 г.	2022 г.	2021 г.	2022 г.
CAS				
DRM				

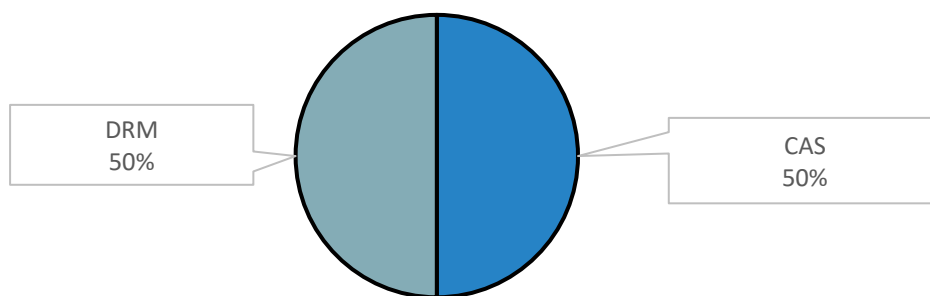
Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным TMT Консалтинг

Диаграмма 8. Структура рынка цифрового телевидения в России по системам защиты, % от натурального объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным TMT Консалтинг

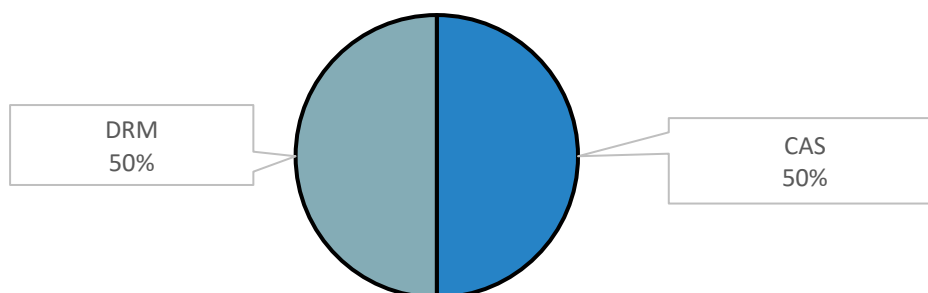
Диаграмма 9. Структура рынка цифрового телевидения в России по системам защиты, % от стоимостного объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным TMT Консалтинг

По данным J'son & Partners Consulting на рынке традиционного платного телевидения (АКТВ, ЦКТВ, IPTV, DTH) самой востребованной системой защиты в 2022 г. стала система CAS.

Диаграмма 10. Структура рынка традиционного платного телевидения в России по системам защиты, % от натурального объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным J'son & Partners Consulting

Если рассматривать подробнее рынок по системам защиты, то стоит выделить какие системы используются основными операторами рынка, а также обозначить по ряду из них ПО каких именно компаний они используют.

Т.к. на рынке около тысячи компаний, который предоставляют такие услуги (кабельного и спутникового вещания), то мы выделим лишь некоторые из них, чтобы показать основные тенденции в использовании систем защиты.

...

Таблица 7. Основные игроки рынка цифрового телевидения в России по системам защиты

Компания	Выручка, 2021 г.	CAS/DRM	Платформа защиты контента	ИНН
МТС (в т.ч. KION)	373 326 442	CAS/DRM	IRDETO, VERIMATRIX, CONAX	7740000076

Анализ рынка цифрового телевидения в России

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Прогноз развития рынка

Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, объем рынка цифрового телевидения в России в 2026 г. составит ...

Среднерыночный счет на абонента вырастет...

...

Таблица 8. Рынок цифрового телевидения в России

Показатель	2023 г.	2024 г.	2025 г.	2026 г.
Число абонентов, млн				
Выручка, млрд. руб.				
Среднерыночный счет на абонента (ARPU), руб.				

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным TMT Консалтинг

Диаграмма 11. Рынок цифрового телевидения в России.

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Рынок OTT

Рынок OTT в России сложно посчитать с точки зрения количества абонентов, т.к. зачастую одним аккаунтом могут пользоваться до 5 устройств. Соответственно информация об объеме рынка OTT в России несколько условна.

Согласно расчетам аналитиков DISCOVERY Research Group, в 2022 г. объем российского рынка ...

Таблица 9. Рынок OTT в России по количеству абонентов

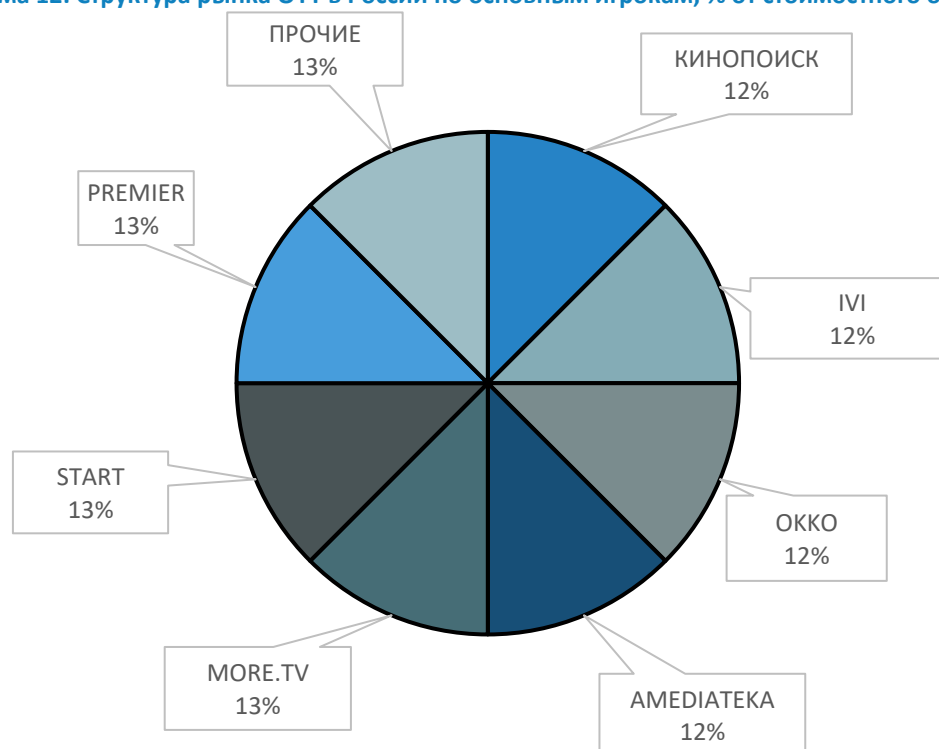
Вид телевидения	Абоненты	
	2021 г.	2022 г.
Всего абонентов, млн		
Домохозяйств, млн		

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным TMT Консалтинг

Уход с рынка видеосервисов Netflix и Megogo вывел онлайн-кинотеатр Amediateka на более значительное место в рейтинге. Привлечению пользователей способствовали новые рейтинговые фильмы и сериалы зарубежного производства.

...

Диаграмма 12. Структура рынка OTT в России по основным игрокам, % от стоимостного объема.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным TMT Консалтинг

По данным J'son & Partners Consulting рынок OTT-сервисов операторов в 2022 г. составил ...

Сложно понять почему данные J'son & Partners Consulting так значительно отличаются от данных ТМТ Консалтинг, т.к. обе компании не раскрывают свои методики расчетов.

Глава 4. Основные факторы, события, тенденции и перспективы развития рынка цифрового телевидения в России

Основные тенденции рынка цифрового телевидения в России

Осложнение геополитической ситуации в 2022 году отрицательно сказалось на развитии российского рынка платного ТВ. Уход с российского рынка ряда западных телеканалов повлиял на рынок, в связи с этим многие операторы вынуждены были сообщить своим абонентам о сокращении пакетов. Впоследствии, на протяжении 2022 года, операторы постепенно замещали зарубежные телеканалы российскими, азиатскими, южноамериканскими, тем не менее к концу года большинству операторов не удалось довести число телеканалов в базовых пакетах до прошлогодних значений. Блокировка иностранных спутников и отключение отечественных вещателей от зарубежных спутников также стали последствиями военного конфликта России и Украины.

...

OTT-платформы «уничтожат» телевидение

Скорую гибель телевидения как среды доставки сигнала спрогнозировал вице-президент по развитию медиабизнеса компании МТС Игорь Мишин на конференции "Ведомостей" "Телеком-2022". Он уверен, что OTT-платформы полностью вытеснят ТВ к 2037 г. Другие игроки рынка категорически с ним не согласны и уверены, что будущее за развитием тематических ТВ-каналов.

...

Зрителям спутникового ТВ отключили российские каналы

Американский владелец спутников связи Intelsat отключил пользователям российского оператора платного ТВ "Орион Экспресс" вещание каналов ВГТРК, Первого канала и НТВ.

...

Почему российские операторы продолжают использовать иностранные системы шифрования ТВ-сигнала

Для защиты ТВ-сигнала от несанкционированного доступа операторы устанавливают на передающей стороне технологии "шифрования": на сетях спутникового, эфирного и кабельного ТВ-системы условного доступа (CAS, Conditional Access System), в случае интернет-вещания - системы управления цифровыми правами (DRM, Digital Rights Management).

Более 65% абонентов обслуживаются иностранными системами CAS и DRM, установленными на головных станциях операторов. Таким образом, большинство российских телезрителей находится под санкционным риском, и при этом ежегодно переводит роялти на порядка 5 млрд рублей иностранным провайдерам", - рассказывает Максим Чернов, заместитель директора по федеральному проекту "Информационная инфраструктура" АНО "Цифровая экономика".

...

Российская система защиты телевидения от «пиратов»

В России появится собственная система защиты ТВ от пиратов. Ее для российских операторов спутникового и кабельного телевидения уже разрабатывает госпредприятие "Космическая связь".

Отечественная система кодирования телеканалов (условного доступа) станет альтернативой аналогам из США и ЕС, которыми сейчас пользуется большинство российских провайдеров. В условиях санкций иностранные разработчики ПО, точнее — систем кодировки платных телеканалов, могут заблокировать доступ зрителей к ТВ, предупредили опрошенные "Известиями" эксперты. Кроме того, абонентам платного телевидения могут открыть доступ к "подзамочному" контенту, а пиратский просмотр сделает бессмысленным бизнес его провайдеров, опасаются специалисты. Системы, защищающие премиальные телеканалы от подобных действий, выгодны и пользователям: гарантированно получая относительно невысокую абонентскую плату, операторы имеют возможность закупать контент, востребованный подписчиками, объяснили аналитики. ...

В России запущен пятый оператор спутникового телевидения

19 января 2023 года стало известно о запуске в России пятого оператора спутникового телевидения. Речь идет о компании «Русский мир», которая начала работать на территориях Донецкой и Луганской народных республик, Запорожской и Херсонской областей, республики Крым и города Севастополя.

...

Развитие экосистем на рынке цифрового телевидения в России

По данным аналитиков, основным источником информации для россиян является телевидение – так считает 64% опрошенных. ТВ пользуется и наибольшим доверием – к нему прислушивается половина россиян.

Три года назад в отрасли говорили, что бьются за кошелек клиента, год назад – за его время, сегодня акцент на внимании зрителя, отметил генеральный директор МТС Медиа/KION Игорь Мишин.

...

Рынок онлайн-кинотеатров в России

Главным потрясением для индустрии интернет-видео стал не столько уход западных кинотеатров (Netflix занимал считанные проценты в объеме рынка), сколько отказ мейджеров поставлять новый контент российским зрителям. Отчеты аналитиков фиксируют спад на рынке в середине года, который, тем не менее, стал нивелироваться по мере того, как российские игроки сориентировались в ситуации.

В итоге, в третьем квартале 2022 года, по данным GfK, у российских онлайн-кинотеатров выросло количество зрителей: подписка была оформлена у 44% горожан, платная подписка — у 30%. Аналитики зафиксировали, что число платящих за подписку вернулось к показателям начала года несмотря на уход таких игроков, как Netflix и Megogo. По данным GfK, в тройку лидеров по числу зрителей вошли «Кинопоиск», Ivi и Wink. ...

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125438, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 4, этаж 4

БЦ «Головинские пруды»

Тел. +7 (499) 394-53-60, (495) 968-13-14

e-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

Схема проезда

