

телеком

Интернет-ТВ метит в десятку

платное ТВ

Услуга IPTV (технология доставки видеосигнала до пользователя через IP-сети) постепенно теснит другие виды платного телевидения. Тем не менее в регионах России, где спрос на IPTV должен быть наиболее высоким, до сих пор не развит широкополосный доступ в интернет. Эти факторы притормозят развитие рынка IPTV в России, но несмотря на это, к 2010 году на него будет приходиться примерно 10% от всего рынка платного ТВ страны.

На сегодняшний день IPTV (Internet Protocol Television) является одной из самых популярных технологий, на базе которых развивается цифровое телевидение. В случае с IPTV передача и прием цифрового сигнала осуществляется по широкополосным IP-каналам через интернет. Основное отличие IPTV от кабельного или спутникового ТВ — интерактивность. Так, в большинстве коммерческих сетей IPTV доступны такие услуги, как просмотр телепередач в заданное время (так называемое видео по запросу), виртуальный видеоматрифон (network video recorder), интерактивные игры, заказ музыки и др.

Спрос на такого рода сервисы, безусловно, высокий, поэтому популярность услуги IPTV стремительно растет. IPTV начало быстро развиваться еще в начале 2004 года, когда сразу несколько европейских операторов запустили так называемую услугу Triple Play (единный пакет услуг: телефонии, доступа в интернет и телевидения). И уже к третьему кварталу 2005 года более десяти операторов подключили к услуге IPTV более 50 тыс. подписчиков, а абонентская база гонконгского провайдера PCCW к этому моменту насчитывала 500 тыс.

По итогам 2007 года количество коммерческих подписчиков услуг IPTV в мире достигло 12,34 млн абонентов, отмечают в своих исследованиях аналитики Infomat

Telecoms & Media. По данным компании, в 2006 году на мировом рынке насчитывалось не более 5,71 млн IPTV-абонентов. Примечательно, что из 12,34 млн пользователей IPTV более 7 млн проживают в Западной Европе, а из этих 7 млн около 75% — во Франции. На втором месте идет Испания, однако здесь абонентская база почти в десять раз меньше. Всего на долю Европы приходится около 57% пользователей IPTV. Крупнейшим IPTV-оператором в мире в 2007 году является компания France Telecom, за которой следуют альтернативные операторы Free, Neuf и итальянская Telecom Italia. Впрочем, по прогнозам экспертов Infoma Telecoms & Media, в 2008 году значительный вклад в рост мировой абонентской базы подписчиков IPTV внесут американские и китайские пользователи. По итогам 2007 года количество абонентов IPTV в Китае составляло чуть менее 1 млн, а в США, где крупнейшими IPTV-операторами являются AT&T и Verizon, — более 1 млн.

Как отмечают эксперты, на сегодняшний день по всему миру реализовано 40 IPTV-проектов, при этом в 2008 году количество пользователей интерактивного ТВ превысит 13–13,5 млн, к 2010 году их количество составит порядка 65 млн. Впрочем, эксперты отмечают, что большинство пользователей услуг интернет-телевидения получает IPTV в качестве приложения к стандартно-

му пакету услуг Triple Play и при помощи интернет-канала просматривает обычные эфирные или спутниковые телеканалы. Аналогичная ситуация наблюдается и в России, где услуги IPTV пока не так популярны, как на западных рынках.

Столичные штучки

В России IPTV еще не сформировалось в полноценную услугу, достойную занять место на рынке и приносящую существенный доход оператору, считает начальник отдела развития радиотехнологий и услуг беспроводного доступа компании АСВТ Сергей Оленин: «Пока IPTV остается нишевой услугой и дополняет услуги телефонной связи и доступа в интернет, особенно в регионах РФ, где по сетям традиционного телевидения доступно не более трех-пяти каналов».

С господином Олениным соглашается директор по развитию «Коминфо Консалтинг» Евгений Соломатин, который отмечает, что бурное развитие IPTV на российский рынок начнется примерно через пять лет и сейчас эта услуга наиболее широко представлена на столичном рынке. По его оценкам, общее количество пользователей IPTV по России на конец 2007 года составляло примерно 150 тыс., а в 2008 году этот показатель превысит 300–350 тыс.

В общей сложности сейчас в России насчитывается порядка 20 млн (17,5% населения страны) пользователей услуг платного телевидения (кабельного и спутникового). По прогнозам аналитиков iKS-Consulting,

в ближайшие несколько лет ежегодные темпы роста абонентской базы подписчиков этой услуги составят 20–35%. По данным исследовательского агентства Discovery Research, оборот рынка платного телевидения в России составил в 2007 году \$650 млн.

На сегодняшний день в Москве работают три крупных игрока — «СтримТВ», Qwerty, «Корбина». В апреле IPTV для своих абонентов запустил в тестовую эксплуатацию холдинг NetByNet. По словам генерального директора этой компании Вадима Курина, через год IPTV будет востребовано 10–15% абонентов оператора. Сейчас в режиме тестовой эксплуатации всем абонентам бесплатно доступен 91 ТВ-канал, среди которых Discovery, Hallmark, Viasat, Eurosport. В регионах услуги IPTV оказывают в основном межрегиональные компании холдинга «Связь-инвест». Компания «Дальсвязь» предоставляет услуги IPTV под брендом TVi, «Сибирь-телеком» — под маркой «Вебстрим ТВ», Южная телекоммуникационная компания — под товарным знаком Diesel-TV; также есть ряд проектов у «Волгателекома», «Центртелекома» и «Уралсвязьинформа». Кроме того, практически любая крупная «домашняя сеть» с количеством абонентов больше 20 тыс. в том или ином виде предоставляет аналогичную услугу, отмечает господин Оленин.

Стать пользователем услуг IPTV просто — достаточно быть абонентом интернет-провайдера, предоставляющего такого рода

ЧТО В ЕВРОПЕ

По итогам 2007 года доходы операторов кабельного телевидения (КТВ) в Европе выросли по сравнению с 2006 годом на 12,6%, до €17,9 млрд. Как говорится в отчете ассоциации Cable Europe, по итогам прошлого года каждая третья семья в Европе смотрит кабельное телевидение, а абонентская база КТВ-провайдеров достигла 73 млн домохозяйств. Количество пользователей цифрового кабельного ТВ в Европе в 2007 году выросло на 40%, до 13,9 млн человек по сравнению с 9,9 млн в 2006 году. При этом за последние два года количество абонентов цифрового кабельного ТВ в Европе удвоилось. Еврокомиссар по информационной политике и СМИ Вивьен Реддинг отметила важную роль кабельных операторов на европейском телекоммуникационном рынке. Госпожа Реддинг подчеркнула, что и традиционные операторы фиксированной связи, и операторы кабельного ТВ могут предоставлять равнозначные услуги, а это способствует росту конкуренции на телекоммуникационном рынке. Они также могут предоставлять конечным пользователям пакеты различных услуг. В настоящее время модернизация кабельных сетей является ключевым фактором стимулирования конкуренции, подчеркнула она. «Прайм-ТАСС»

сервис, и приобрести или взять в аренду специальное оборудование, так называемую ТВ-приставку (set-top box — STB). «Это, можно сказать, специализированный компьютер, который получает данные в формате IP и преобразует их в формат телевизионного сигнала», — уточняет руководитель пресс-службы «Акадо» (оказывает услуги платного ТВ) Дмитрий Захаров. Сегодня стоимость STB составляет от 3,4 тыс. до 5 тыс. руб. Аренда оборудования — от 120 до 180 руб. в месяц. «После установки оборудования оператор может предложить абоненту скачать специальный медиалюкер с уже настроенными сервисами. Это позволит смотреть телеканалы на компьютере, — говорит господин Оленин. — А если вы довольно продвинутый пользователь, то можно попробовать подключить свой персональный компьютер к телевизору и смотреть телепередачи на нем».

Как правило, в пакет, который предоставляют своему абоненту интернет-провайдеры, входит более 58 каналов (если исключить 18 эфирных каналов Москвы, то остается 40 традиционных спутниковых). В некоторых сетях уже сегодня доступны более 100 каналов. Но теоретически технология IPTV предполагает возможность безграничного роста числа каналов (если считать, что в среднем канал занимает 5,5 Мбит/с, то в полосе 1 Гбит/с можно пропустить 180 телевизионных каналов).

Абонентская плата за премиальный пакет из 100 телеканалов у разных операторов составляет 140–250 руб. в месяц. За аналогичный пакет телеканалов абоненты платят спутниковым операторам около 750 руб. в месяц. А господин Оленин оценивает, что в зависимости от региона стоимость услуг IPTV составляет от 150 руб. (например, в Краснодаре) до 480 руб. (в Москве).

Пока не по карману

При таком порядке цен на пользовательское оборудование и абонентской плате за услуги IPTV не всякий житель регионов готов стать его пользователем, отмечают участники рынка. «Если говорить о регионах,

то очевидно, что спрос на платное телевидение там выше, чем в столице: у москвичей есть возможность смотреть достаточное количество бесплатных каналов», — отмечает вице-президент «Комстара» (предоставляет услуги под маркой «Стрим») Александр Горбунов. По его словам, доходы жителей столицы и регионов несопоставимы — в регионах абоненты готовы платить за услугу не более \$3–5 в месяц, да и то не везде. При таком уровне цен оператору сложно внедрять цифровое ТВ, так как практически невозможно окупить установку дорогостоящих ТВ-декодеров. «Поэтому пока в регионах цифровое IPTV скорее экзотика», — отмечает господин Горбунов. Помимо этого сдерживающим фактором развития услуг IPTV служит низкое проникновение широкополосного доступа (ШПД) в интернет в регионах. Количество абонентов ШПД в России по итогам 2007 года составило 5,6 млн. По оценкам iKS-Consulting, сейчас проникновение ШПД в регионах составляет 6%, к 2008 году оно вырастет до 13%, к 2009-му — до 25%, а в городах-миллионниках превысит 40%.

IPTV станет действительно массовой услугой с внедрением конвергентных сетей и развитием интерактивных сервисов. «Еще один момент, сдерживающий развитие IPTV, — отсутствие единого стандарта на абонентские устройства. Зачастую абонент с устройством от одного оператора не может перейти в сеть другого оператора. Ввиду этого и высокая стоимость этих устройств сдерживает расширение рынка», — считает господин Оленин.

Впрочем, участники рынка не отчаиваются и прогнозируют в скорейшем будущем бурное развитие услуг IPTV. Гендиректор «Корбины Телеком» Александр Малис считает, что в 2009 году «московский рынок IPTV вырастет на 30–100%, а в дальнейшем может увеличиваться вдвое ежегодно». По прогнозам iKS-Consulting, к 2010 году объем рынка IPTV в России может достичь \$100 млн при общем объеме рынка платного ТВ \$1 млрд.

Александр Пилотов

Лейблы готовы к раздаче музыки

интернет-коммерция

(Окончание. Начало на стр. 25)

Ссылаясь на статью 45 закона «Об авторском праве и смежных правах», позволяющую выдавать лицензии «от имени всех обладателей прав, включая тех, которые не передали организации полномочий», они декларировали готовность выплачивать вознаграждения правообладателям, но все ведущие лейблы отказывались с ними работать.

Кроме того, важным стимулом развития в России пиратского музыкального онлайн-рынка эксперты считают активное развитие широкополосного доступа в сеть. Многие провайдеры дают своим пользователям бесплатный доступ к ресурсам других своих клиентов, на которых размещена музыка и видео. Популярность таких сервисов настолько велика, что 60% постоянных пользователей подобных ресурсов вообще не выходят во внешний интернет, предпочитая обмениваться информацией во внутренней сети.

На Западе же остро встала не только проблема пиратства, но и фактической монополии онлайн-магазина компании Apple — iTunes. По оценкам экспертов, этот ресурс контролирует примерно 70% рынка легальной музыки в интернете, при том что один трек стоит около \$1. Разумеется, такое положение вещей устраивает лишь ограниченное число игроков рынка, поэтому многие компании начали поиски нового способа распространения музыки, который позволит конкурировать как с пиратами, так и с iTunes.

Музыка даром

Поиски конкурентоспособных способов распространения музыки привели к появлению новой бизнес-модели, которую можно назвать революционной. Теперь легальную музыку можно будет прослушать, а в некоторых случаях и скачать бесплатно.

Первой подала пример социальная сеть MySpace, принадлежащая компании News Corp. Она объявила о создании совместного предприятия с тремя крупнейшими мировыми музыкальными лейблами — Universal Music, Sony BMG и Warner Music. Четвертый из крупнейших рекорд-лейблов компания EMI, которая также вела переговоры с MySpace, пока к соглашению не присоеди-

нилась. Новый сервис позволит пользователям MySpace бесплатно прослушивать музыкальные треки и покупать их по более низким, чем в других музыкальных онлайн-магазинах, ценам. Впрочем, эти цены пока еще не объявлены, но по заверениям главы компании Криса де Вулфа они будут «конкурентными» (на iTunes загрузка одного трека стоит \$0,99). На MySpace Music также будут продаваться рингтоны, билеты на концерты и сопутствующие товары.

На сегодняшний день MySpace — самая популярная сеть в мире. Она насчитывает около 110 млн пользователей. Еще в 2005 году MySpace была приобретена медиакорпорацией Руперта Мердока News Corporation за \$580 млн. Сегодня эта сеть живет за счет контентной рекламы и промоакций и за 2007 год заработала около \$271 млн. Эксперты уверены, что MySpace благодаря огромной аудитории сможет составить конкуренцию онлайн-магазину iTunes. «Создание магазина MySpace — это верный шаг к тому, чтобы вывести музыкальную индустрию на следующий уровень, потому что здесь потребители будут не только покупать музыку, но и обмениваться мнениями о прослушанном», — отмечает аналитик Forrester Research Джеймс Маккиви.

Россия не отстает от Запада, а в чем-то даже обгоняет. Если на Западе бесплатно можно только прослушать музыку, то в России скоро можно будет бесплатно скачать файл на компьютер. В настоящее время звукозаписывающая компания «Гала Рекордс EMI» ведет переговоры с экс-главой музыкального магазина MP3search.ru Владимиром Нифонтовым о запуске в рунете сервиса по распространению музыки в обмен на рекламу.

Новая бизнес-модель на первый взгляд проста: хочешь качать музыку — смотри в день десять рекламных роликов. «Пользователь сможет скачать музыку с нашего сайта, но для ее прослушивания придется просматривать десять рекламных сообщений в день. Если просмотр прекращается, пользователь теряет возможность слушать скачанную музыку», — поясняет суть технологии господин Нифонтов. По его словам, сервис вообще не станет продавать музыку, а будет жить исключительно за счет рекламы. Цены на нее будут приравнены к ценам «Яндекса», то есть \$10 за 1 тыс. показов. Уже объявлен тендер среди рекламных агентств,

Владимир Нифонтов отметил, что бизнес-модель предусматривает и борьбу с пиратством: «Все треки будут записаны по технологии dtpm (она позволяет правообладателю устанавливать ограничения на использование объекта авторских прав, — «b-телеком»). Чтобы записать на диск, пользователю придется заплатить некоторую сумму. Она будет на 40% дешевле рыночной. Цена трека — это та сумма, которую мы должны отдать правообладателю музыкального произведения».

Что касается выручки, то, по словам господина Нифонтова, уже через три месяца после запуска проекта в коммерческую эксплуатацию планируется выйти на показатель \$100 тыс. в месяц. Владимир Нифонтов уверен в перспективности бизнес-модели, поскольку «российский пользователь не готов в покупке треков, так как привык качать их бесплатно».

Экспертная оценка

Однако эксперты сомневаются в том, что бизнес-модель российских бизнесменов будет успешно реализована. «Продажа музыки за рекламу может быть очередным „разводом“ потребителя, в том числе и рекламным трюком», — отмечает экс-продюсер группы «Тату» и управляющий сайтом MP3search.ru Иван Шаповалов. При этом господин Шаповалов согласен с тем, что российский рынок нуждается в новых формах: «Мировым рынком управляет не Россия. Возможно, есть шанс изменить роль музыкального рынка России в мире. Но во всем мире вы не найдете ни одной универсальной бизнес-модели. Никто — от мейджоров до пиратов — не создал правильной модели. Идет ее поиск».

Замгендиректора «Стиль Рекордс» Сергей Бобза готов поспорить, что этот проект не так выгоден, как кажется на первый взгляд. Простая арифметика заставляет задуматься: на сегодняшний день стоимость рекламы ниже стоимости трека. «Реклама стоит \$12–25 за 1 тыс. показов (\$0,012–0,025 за один просмотр), стоимость российского трека — 25 центов (6 руб.), а западного — достигает 70 центов. Получается, чтобы скачать западный трек, нужно просмотреть не 10, а 70 рекламных роликов», — утверждает Сергей Бобза. Между тем генеральный директор Chronopay Павел Врублевский счи-

тает это направление весьма перспективным, однако подчеркивает, что ни одного всемирно известного проекта «музыка за рекламу» она общественности неизвестно. И возможно, это заставляет мейджоров не торопиться воплощать проект в жизнь.

Наблюдатели предполагают, что такая бизнес-модель не приживется в России еще как минимум год. «Россия — специфическое образование на музыкальной карте, — поясняет гендиректор Universal Music Russia Дмитрий Коннов. — Чаше всего

у России свой путь в музыкальный бизнес. Сейчас у нас 12 контрактов с партнерами. Контракты „музыка за рекламу“ если и обсуждаются, то пока только на уровне посиделок в ресторане».

Оксана Зотикова

МИРОВАЯ ПРАКТИКА

В Германии закон об авторских правах запрещает копирование защищенных дисков, а в некоторых случаях даже скачивание музыки и фильмов из сети является преступлением. Такое пиратство может наказываться лишением свободы на срок до пяти лет. К тому же немцы, купившие пиратскую продукцию за пределами родины, при въезде в Германию обязаны с ней расстаться. Во Франции было подписано соглашение, предусматривающее ответственность за пиратство в виде отключения нарушителя от интернета. Правда, пока соглашение не имеет юридической силы.

В войне с пиратами добились некоторого успеха США, настоявшие в свое время на закрытии популярной

сети Napster, распространявшей контрафактные файлы. Однако дальнейшие действия Америки по отслеживанию сайтов, предлагающих скачивать нелегальную музыку, потерпели поражение. Бесплатные музыкальные серверы начали появляться с удвоенной силой.

Американские звукозаписывающие компании уже давно предлагают бороться с компьютерным пиратством в интернете хакерскими методами. По данным газеты The New York Times, корпорации намерены превратить загрузку нелегальной музыки в попытку для пользователя. Один из возможных вариантов: антипиратская программа должна отследить попытку скачивания пиратского файла и либо пресечь ее,

либо сильно замедлить процесс. Так что загрузка пиратской продукции может длиться несколько часов. Если пользователь окажется все-таки терпеливым, то его может ожидать новое разочарование: еще один возможный способ борьбы с пиратской продукцией — подсовывание фальшивок.

В США за распространение музыкальных треков через сеть пользователей грозит внушительный штраф. Министерство юстиции одобрило штраф в размере \$222 тыс., наложенный на американку Джамми Томас за распространение через файлообменную сеть Kazaa 24 песен. Иск подали Американская ассоциация звукозаписи. Помощник генерального прокурора Джеффри Бучолч в документе, пе-

реданном в федеральный суд Миннесоты, утверждает, что штраф является вполне адекватным содеянному. Американские законы об авторском праве дают полномочия судам самим оценивать ущерб в размере от \$750 до \$30 тыс., максимальный штраф в \$150 тыс. налагается за преднамеренное нарушение авторского права. Адвокаты госпожи Томас утверждают, что штрафа в \$9,2 за песню, загруженную в Kazaa, непропорциональны тому, сколько звукозаписывающая компания получит в результате продаж лицензионных версий. В ответ на это министр заявил, что теперь потенциально миллионы других пользователей интернета могут распространять выложенные песни далее.

РЕКЛАМА

ЦЕНТР

ТЕЛЕКОМ

ШИРОКИЙ СПЕКТР УСЛУГ СВЯЗИ

В ЦЕНТРАЛЬНОМ ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ И МОСКВЕ*

В ЦЕНТРЕ СВЯЗИ

Корпоративным клиентам:

- Виртуальные частные сети IP VPN и каналы передачи данных
- Выделенный доступ в Интернет
- Цифровая телефонная связь

Почтовый адрес:

125993, г.Москва, ГСП-3,

Детярный пер., д.6 стр.2;

тел.: (495) 793-24-24;

факс: (495) 650-30-07;

http://www.centertelecom.ru

e-mail: vip@centertelecom.ru

* при наличии технической возможности