

телеком

IT-компанияи включают музыку

медиарынок

Виртуальный медиамаргазин iTunes оказался едва ли не самым удачным изобретением Apple Computer: только в прошлом году на продажах музыки и видео через интернет компания заработала более \$1 млрд. Конкуренты «яблочников» не остаются в долгу — переманивать клиентов iTunes намерены Microsoft, Samsung и Google, разрабатывающие сейчас аналогичные проекты. Появляются виртуальные магазины и в рунете. Правда, как убедился корреспондент „Ъ“ **Иван Буранов**, выбор музыки в них, а также качество записей оставляет желать лучшего.

Яблоко от яблони

Прошедшей зимой компания Apple подвела итоги работы онлайн-магазина iTunes Store (www.itunes.com). Всего через сайт было продано и загружено более 2 млрд песен, из которых более 1 млрд — только за 2006 год. Таким образом, проект Apple уверенно занял первое место по продажам среди музыкальных онлайн-магазинов, получив контроль над 88% всего легального рынка загрузки музыкальных файлов.

Несмотря на всю популярность, у iTunes есть серьезный недостаток — слушать скачанную с него музыку можно только на плеерах iPod от Apple. Этой ахиллесовой пятой сервиса от Apple сейчас пытаются воспользоваться конкурирующие компании, запускающие аналогичные проекты. «Конечно, 60% пользователей MP3-плееров — владельцы iPod», — рассуждают они. — Но что же делать остальным 40%?»

Один из потенциальных «убийц» iTunes — музыкальный магазин Urge (www.urge.com), совместный проект корпорации Microsoft и медиакомпания MTV. В Microsoft заявляют, что меломанам уже сейчас доступно около 2 млн композиций (примерно половина того, что предлагает iTunes). Ценовая политика Urge напоминает iTunes: в магазине позволено загружать целый месяц аудиоконтента на свои ПК и MP3-проигрыватели за \$9,95 и \$14,95 соответственно. При этом можно платить отдельно за каждую скачанную песню или альбом — \$0,99 и \$9,95 соответственно (цены в iTunes — \$0,99 и \$9,99). Правда, в отличие от Apple, скачивая песню, вы получаете только голый трек — тексты песен, буклеты для распечатки, видеоклипы и другие «бонусы» доступны только у Apple. С другого фланга Microsoft собирается атаковать iTunes с помощью музыкального магазина Zune Marketplace. Сервис заточен под новый цифровой плеер Zune, представленный Microsoft в конце 2006 года. На сайте Zune Marketplace можно покупать каждый трек отдельно или купить Zune Pass (подписку в магазине) и скачивать треки без ограничений, как и на Urge. В свою очередь, пользователи плеера Zune с помощью Wi-Fi смогут пересылать друг другу музыкальные треки, но так как Microsoft рьяно борется с пиратством, то такие треки можно прослушать всего три раза в течение трех дней. Затем пользователю будет предложено купить соответствующую песню в Zune Marketplace. Аудиобанк онлайн-сервиса превышает 1 млн композиций.

Отвоевать часть виртуального медиарынка у Apple в ближайшее время собирается и южнокорейский гигант Samsung. В январе компания объявила о скором открытии собственного онлайн-магазина музыки в Лондоне. Созданный по образцу и подобию iTunes, магазин Samsung Media Studio предоставит пользователям доступ в MusicNet — аудиотеку, имеющую в наличии более 2,6 млн песен, представленных крупнейшими студиями звукозаписи. Покупателю одного из плееров Samsung будет предоставлен бесплатный недельный доступ к магазину. Стоимость песен варьируется в зависимости от их новизны и популярности, в среднем их цена составит около \$1,5 за файл, что почти в два ра-



за дорожке, чем у Apple, при этом безлимитный месячный доступ к архиву будет стоить \$29.

Наконец, в январе 2007 года о намерении запустить собственный музыкальный магазин в ближайшем полугода заявил и Google — конкурировать с iTunes будет ресурс Google Tunes.

Своя оригинальная концепция продажи музыки — у сайта Myspace.com. Это сообщество блогеров, членство в котором бесплатно и доступно и для россиян. По оценкам западных экспертов, сейчас число пользователей Myspace составляет более 100 млн человек, большая часть которых — музыканты, которые еще не успели оформить отношения с каким-либо звукозаписывающим компаниями. При этом каждая группа имеет право назначать свою цену за композицию в MP3-формате. Отдав сервис на «своих» музыкантах, руководство Myspace планирует привлечь в качестве партнеров крупные звукозаписывающие компании (руководство уже ведет переговоры с EMI Group) и устанавливая уже фиксированную цену за трек. Если компаниям удастся договориться, то новый музыкальный магазин сможет стать серьезным конкурентом iTunes. Сейчас об этом можно судить по объему доходов от рекламы, которые Myspace приносит владельцу News Corp. В прошлом году они составили \$25 млн.

Среди крупных конкурентов Apple числятся и крупнейшая в США сеть по продаже бытовой электроники Best Buy. В сотрудничестве с компаниями SanDisk и RealNetworks (разработчики популярной программы — медиапроигрывателя RealPlayer) в конце 2006 года ритейлер открыл сервис Best Buy Digital Music Store. Специально для работы с сервисом оптимизированы MP3-плееры SanDisk Sa-

na e200R Rhapsody. Заявленная цена одной песни составляет \$0,99, неограниченный доступ в течение месяца стоит \$14,99.

О ритейлерах и IT-компаниях не отстают связи. Участники рынка отмечают, что у сотовых операторов есть важный козырь в борьбе за место на виртуальном медиарынке: для покупки контента их клиентам не нужен настольный компьютер, подключенный по проводам к интернету, грузить музыку они могут прямо на телефоны. Подобный сервис в феврале этого года открыла, к примеру, британская компания Omnipone. Сервис предназначен для абонентов сотовой связи стандартов 3G и 2,5G. Служба называется MusicStation и позволяет владельцам трубок скачивать музыкальные новинки десяти крупнейших звукозаписывающих лейблов за \$3,88 в неделю. Сначала доступ к сервису MusicStation получают только европейцы, затем жители азиатских стран, а позднее и сотовые абоненты по всему миру. Сейчас Omnipone уже заключила соглашения о сотрудничестве с 23 операторами сотовой связи в 40 странах, совокупная абонентская база которых составляет 690 млн человек. Музыкальные композиции в MusicStation распространяются в формате eAAC+ (аналог MP3, используемый в мобильной связи). Песни, скачанные через новый сервис, наряду с пользовательскими плей-листами хранятся централизованно. Таким образом, если телефон будет потерян или украден, сотовый абонент сможет восстановить весь контент и загрузить его на новую трубку. Помимо доступа к музыке пользователям службы MusicStation будет предоставлена возможность скачивать персонализированные новости, информацию о выходе новых альбомов, концертах и заказе билетов.

Как и на любом рынке, в сегменте скачивания медиаконтента есть и свои дискаунтеры. Так, в 2006 году три меломана — Александр Агасипур, Генрих Вандерлин (директор по развитию MTV Europe) и Эллиот Тойкман — открыли в сети новый музыкальный сервис PayPlay.fm, который, по всей видимости, сможет в ближайшем будущем также составить конкуренцию iTunes. Всего \$0,77 стоит на сайте один трек, \$7,77 — весь альбом. Впрочем, столь низкая цена за композицию является небольшим ассор- тиментом. В аудиотеке PayPlay.fm находится около 500 тыс. песен от 70 тыс. исполнителей, что по сравнению с Apple немного. Кроме того, авторы большинства представленных на сайте композиций не очень известны публике. Однако компания собирается в ближайшее время наращивать аудиотеку, что, скорее всего, приведет к росту цен за скачивание музыки.

Русские скачки

Конкурентная борьба между западными онлайн-магазинами по продаже музыки пока не сильно коснулась России. Большинство таких сервисов россияне просто не могут оплатить. Например, для покупок в iTunes Music Store необходима кредитная карта, зарегистрированная в странах Западной Европы, в США или Австралии. Можно за музыку от Apple заплатить и предоплаченными картами iTunes Music Cards для покупок. Достать их в России в принципе можно — в 2006 году в рунете открылся сайт http://itunesmusic.ru, на котором их можно заказать. Правда, организаторы этого проекта доставляют карточки лишь по Москве.

Впрочем, российские меломаны от этого не очень страдают — место западных медиа- и IT-гигантов в России

занимают местные компании. Так, к примеру, продолжает существовать знаменитый сайт такого рода Allofmp3.com. Наиболее популярные российские музыкальные магазины — recording.ru и grammy.ru — позволяют качать музыкальные треки буквально за гроши (от 4 рублей за композицию). В отличие от зарубежных аналогов такие сервисы мало чем отличаются друг от друга по контенту, однако, к примеру, recording предпочитают любители электронной и танцевальной музыки, а delit — рока и гитарной музыки. Ограничения по оплате на таких сайтах, как правило, отсутствуют — пользователям доступны системы WebMoney, оплата по кредитным картам. Некоторые сайты позволяют скачивать музыку вообще бесплатно — уже ставший знаменитым в рунете Зайцев.нет (zaecsev.net) имеет солидную аудиотеку. Большинство композиций доступны в откровенно низком качестве — битрейт начинается от 64 кбит/сек (ради справедливости следует отметить, что на платных сайтах качество не лучше).

Участники рынка признают, что деятельность большинства подобных сервисов в России полуправовая, отмечая, что благодаря усилиям властей в преддверии вступления России в ВТО большая часть таких ресурсов может быть закрыта. Первым предупреждением владельцев этих ресурсов можно считать выигранный в январе этого года иск звукозаписывающей компании Gala Records (представляет в России интересы EMI Music) к сайту delit.ru. Процесс мог бы оказаться обычным разбирательством владельцев музыки с пиратским сайтом, если бы не участие в нем Федерации правообладателей по коллективному управлению авторскими правами при использовании произведений в интерактивном режиме («ФАИР»), которая и работала с delit. Из-за дыры в российском законодательстве такие общества могут выдавать «лицензии» на MP3-треки артистов, с которыми их не связывают никакие договоры, чем активно пользуются российские онлайн-магазины. В результате оборот allofmp3.com (его власти США называют главным пиратским сайтом России), по разным оценкам, составляет \$10–14 млн в год, тогда как все российские сайты вместе продают музыку в цифровом формате на \$30–50 млн. В арбитражном суде Gala Records сумела доказать, что владельцы delit незаконно разместили у себя треки, принадлежащие лейблу. И несмотря на то что суд лишь обязал ответчика выплатить компании 60 тыс. рублей компенсации (сам сайт не закрылся, а пока лишь закрыл бесплатную скачку), эксперты говорят, что созданный прецедент может привести к закрытию многих аналогичных сервисов.

Впрочем, даже если будут закрыты эти сайты, у россиян, как и у меломанов из других стран, остается возможность качать музыку бесплатно через пиринговые сети типа E-mule и Beeghate, которые пока не закрывают никто не собирается — во всяком случае, пока западные онлайн-магазины не развернут свой бизнес в России. На данный момент Apple рассматривает возможность открытия iTunes Store на русском языке, однако когда это произойдет — неизвестно.

HDTV дебютирует в России

платное телевидение



Телевидение высокой четкости способно сделать изображение гораздо более реалистичным, чем обычное ФОТО АР

В ближайшие месяцы в России стартуют сразу несколько проектов организации вещания телевидения высокой четкости (HDTV). В апреле эту услугу своим абонентам начнет предоставлять «Корбина-Телеком». В течение двух лет компания планирует подключить к своей мультисервисной сети 170 тыс. HDTV-подписчиков, инвестировав в проект больше \$20 млн. Конкуренцию «Корбине» обещают составить крупнейшие московские провайдеры платного цифрового ТВ «НТВ плюс» и «Комкор-ТВ» — свои HDTV-сервисы они также готовы запустить весной.

Как рассказал „Ъ“ генеральный директор «Корбины» Александр Малис, тестовое вещание HDTV-программ через мультисервисную сеть оператора начнется в апреле этого года. Подписчики «Корбины», купившие у оператора телепередачу Motorola (ориентировочная стоимость — \$150), смогут смотреть HDTV-канал Luxe TV. «Это будет канал о моде и предметах роскоши, что-то вроде Fashion TV, только высокого разрешения», — сказал вице-президент «Корбины» Дмитрий Малов. Планируется, что тестовая эксплуатация продлится до августа следующего года. Затем, на стадии коммерческой эксплуатации, «Корбина» добавит еще два западных канала — стоимость этого пакета, по словам господина Малова, составит не меньше \$20 в месяц. По плану компании, к концу следующего года HDTV-каналов в сети будет 10–20 (плюс около 80 стандартных программ). В течение двух лет инвестиции в техническую часть нашего телепроекта составят около \$10 млн, еще чуть меньше \$10 млн мы планируем потратить на покупку контента», — отметил Александр Малис. — При этом к 2009 году мы рассчитываем обслуживать до 170 тыс. зрителей HDTV.

На московском рынке HDTV «Корбина» будет не одинока. Почти одновременно с ней вещание в HDTV планирует запустить российский монополист на рынке спутникового ТВ «НТВ плюс». «Весной мы запускаем пакет программ высокой четкости из трех каналов: «HD Кино», «HD Спорт» и «HD Live», — рассказала руководитель пресс-службы компании Анастасия Казакова (других подробностей проекта в «НТВ плюс» пока не приводят). В эти же сроки планирует запустить HDTV и московский провайдер кабельно-

го ТВ и широкополосного доступа «Комкор-ТВ». По словам представителей компании, контент будет закупаться у «НТВ плюс». По поводу перспектив продаж ТВ высокой четкости в «Комкор-ТВ» говорят следующее: «В начале это будет VIP-продукт. В первые годы им будут пользоваться 2–3% от нашей телевизионной абонентской базы».

Эксперты считают интерес проявляемый к HDTV крупнейшими вещателями, объяснимым. Крупные продавцы электроники указывают на то, что в России в прошлом году начался бум продаж поддерживающей HDTV электроники, в первую очередь широкоэкранных телевизоров. «В прошлом году в России было продано поддерживающих HDTV телевизоров на \$400–500 млн. В этом году мы ждем роста продаж в полтора-два раза, до \$700–800 млн», — сказал директор по связям с общественностью розничной сети «Эльдорадо» Тимофей Суровцев. По мнению господина Суровцева, всплеск спроса на HDTV-приемники способствовал снижению их стоимости: в прошлом году она снизилась в среднем на 20%, а в этом году снижение составит еще 15%.

Огромную роль в продвижении HDTV сыграл агрессивный маркетинг производителей оборудования, — добавил аналитик компании iKS-Consulting Максим Савватин. — Они убедили покупателей в том, что продвинутых телевизоров без высокой четкости не бывает». Господин Савватин оптимистично оценивает перспективы рынка HDTV-вещания: по его мнению, только «НТВ плюс» до конца года сможет подключить около 20 тыс. HDTV-абонентов, подавляющее большинство которых будет из Москвы. «К 2009 году HDTV-программы будет смотреть до 10% пользователей московского платного телевидения», — прогнозирует господин Савватин.

Маркетологи, однако, не согласны с выводами вещателей и аналитиков. «Проблема продвижения HDTV в России заключается в сложности и высокой стоимости как инфраструктуры доставки сигнала, так и приемных устройств, — объясняет заместитель директора по маркетингу NVision Group Сергей Лоповин. — Продажи телевизоров с HD растут, но во всероссийском масштабе их количество ничтожно. Кроме того, пока практически нет актуального российского HDTV-контента».

Виктор Хилько

NO COMMENT | SAN BERNARDINO COUNTY SUN

Residents line up for PlayStation 3 Жители выстаивают в очередь за PlayStation 3

Stephen Wall
Стивен Уолл

Простояв 36 часов в очереди, Марк Барбоса уже подумывал о том, чтобы отказаться от попытки обзавестись самой последней сенсацией в мире игровых приставок. Но для этого 26-летнего меломана, дипломированного медбрата, мысль о том, чтобы уйти без новой игровой приставки Sony PlayStation 3, была просто невыносима. «Я все же надеюсь, что если потерплю эти неудобства еще немного, то получу ее», — говорит Барбоса, сидящий на складном стуле у входа в универсам на Хоспитальити-лейн, хлопая сонными глазами. — У меня просто нет выбора. Это моя последняя надежда».

Барбоса был в числе тех 40 любителей видеоигр и покупателей, которые разбили палаточный лагерь перед магазином La Cigarsa в надежде отхватить заветную игровую приставку, поступившую в продажу утром в пятницу (17 ноября. — „Ъ“). Первые четыре человека в очереди получили квитанции, гарантировавшие им покупку игровой приставки в тот же вечер в семь часов. А Барбоса был пятым. По словам Барбосы и стоявших за ним в очереди людей, судя по выражению лиц сотрудников магазина, в этот день ближе к вечеру можно было ожидать поступления в магазин дополнительных приставок.



Ради новой приставки PlayStation 3 покупатели разбивали палаточные лагеря у дверей магазинов ФОТО АР

Позтому самые нетерпеливые из желающих обзавестись этим устройством решили ждать. Они проводили долгие часы, играя в карты, перебрасываясь футбольным мячом, время от времени перекусывая лопатку, чтобы немного поспать, втиснувшись в походные палатки у входа в магазин. Правда, не все в этой очереди собирались купить 600-долларовую приставку для себя. Некоторые из стоявших в очереди признавались, что собираются продать это устройство на онлайн-аукционе eBay за несколько тысяч долларов.

«Все дело в деньгах», — говорит Хосе Табарес, 20-летний парень из Ривальто, шестой в очереди. — Ты тут стоишь, ничего не делаешь, только развлекаешься, а потом еще получаешь \$2000 или вроде того. Выгодное дело». А Эрик Абрамс специально взял два выходных в начальной школе, где он преподавал, чтобы попытаться приобрести PlayStation 3. Вместе с двумя родственниками Абрамс уже попытал счастья в магазинах Sam's Club, Wal-Mart, Kmart и двух магазинах Target. Потом его теща сказала, что, возможно, ему повезет в La Cigarsa, магазине бытовой электроники и техники, обслуживающем латиноамериканцев.

38-летний Абрамс рассказал, что проводил время за разговорами с продавцами, с которыми пытался общаться по-испански. «Я научился произносить „Си-

antos mas PlayStation tienes?“, то есть „Сколько еще приставок PlayStation у вас осталось?“, и „¿Cuantos cué- ta?“, что означает „Сколько это стоит?“, — сообщил Абрамс, который работает тренером по бегу в средней школе Cajon. Абрамс пока не решил, как поступит с приставкой — продаст или оставит себе. «Я вообще-то не против подзаработать на ней денюжку», — признался Абрамс, у которого есть двухлетний сын.

Минуты тянулись бесконечно в это пятничное утро. Абрамс и другие все больше сомневались в том, что приставка появится в продаже. Менеджера магазина Майка Сеговию удивило, что люди все не сворачивают палатки. «Утром я вышел на улицу, раздал четыре квитанции и дал понять толпе, что больше приставок не поступит», — сказал Сеговия. — Не пойму, чего они тут до сих пор торчат». По словам Сеговии, новая партия приставок поступит в магазин в следующем месяце, однако он не может сказать, сколько приставок им привезут.

Расстроенный и растерянный Табарес и еще один покупатель вошли в магазин и потребовали от Сеговии объяснений. Выйдя из магазина через несколько минут, Табарес сообщил остальным, что, по словам продавца, есть «серьезная вероятность» того, что в пятницу новых приставок больше не поступит. Однако Табарес и Абрамс заявили, что это их нисколько не убедило

и они остаются ждать дальше. И их ожидание не было бесплодным. Хотя в тот день магазин действительно продал всего четыре приставки, продавцы все же составили список стоявших в очереди. Когда поступит новая партия, они будут в числе первых на покупку доро- гих игрушек. Однако Шон Клик, стоявший в очереди аж со среды, заявил, что с него хватит. «Я ужоу домой. Приму душ и отосплю», — говорит этот 20-летний житель Сан-Бернардино. — Мне надоело спать на стуле».

Беспредел с PlayStation 3

Стрельба в Коннектикуте: двое вооруженных грабителей пытались ограбить людей, стоявших в очереди за приставкой, которая поступила в продажу в Хартфорде рано утром в пятницу. По данным властей города, они выстрелили в одного из стоявших в очереди, не пожелавшего расстаться со своими деньгами.

Мужчина с ножевым ранением в Индиане: в реанимационное отделение больницы в городе Салливан (штат Индиана) был доставлен мужчина в критическом состоянии с ножевым ранением. По данным полиции, он получил удар ножом при попытке вместе с другим украсть игровые приставки у людей, простоявших за ними в очереди 36 часов.

Перевела Алена Миклашевская