



ЕВГЕНИЙ ЧЕРЕШНЕВ,
РЕДАКТОР ПРИЛОЖЕНИЯ «Ъ-ТЕЛЕКОМ»

ЕДИНОЕ ОКНО

Помните систему организации покупок в советском универсаме? Для того чтобы купить хлеб, молоко, заправочные свечи и новый молоток, приходилось последовательно отстоять четыре очереди. С открытием первых супермаркетов западного типа многие ходили по забытым разным товарам залам с единой кассовой линией, недоумевая, почему столь логичную систему нельзя было воплотить раньше. Структура поглощения информации до последнего времени работала как раз по принципу советского универмага: контент, потребляемый пользователем при просмотре телевизора, на смартфоне, ноутбуке, музыкальном плеере и планшете, различался, ведь у каждого устройства своя память, библиотека файлов, система оплаты контента и так далее. Разве это нормально? Тем более что спектр интересов пользователя в отношении типов контента в целом конечен: кино, музыка, новости, фото и средства коммуникаций — социальные сети, ICQ и Skype. Поэтому ответ очевиден — нет! Куда проще и правильнее привести весь контент к единому знаменателю, то есть сохранять все библиотеки и базы данных файлов/контактов в виртуальном пространстве, а человеку пользоваться своим контентом с того устройства, которое является наиболее удобным в конкретный момент. Например, сидя за рулем машины, человек будет слушать свой плей-лист на автомагнитоле. Припарковавшись и захлопнув дверь, он включит iPod и продолжит слушать ровно с того места, на котором прервался. Попав домой, он включит телевизор, который автоматически возобновит проигрывание, но уже в виде аудиоклипов. А теперь, внимание, хорошая новость: все это ждет нас уже в этом году.

Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» «Телеком»

Демьян Кудрявцев — генеральный директор
Азер Мурсалиев — шеф-редактор
Анатолий Гусев — арт-директор
Эдди Опп — директор фотослужбы
Валерия Любимова — директор по рекламе.
Рекламная служба:
Тел. (499) 943-9108/10/12, (495) 101-2353
Алексей Харнас — руководитель службы «Издательский синдикат»
Евгений Черешнев — выпускающий редактор
Наталья Дашковская — редактор
Сергей Цомык — главный художник
Виктор Куликов — фоторедактор
Екатерина Бородулина — корректор
Адрес редакции: 125080, г. Москва, ул. Врубеля, д. 4.
Тел. (499) 943-9724/9774/9198

Учредитель: ЗАО «Коммерсантъ. Издательский дом».
Адрес: 127055, г. Москва, Тихвинский пер., д. 11, стр. 2.
Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).
Свидетельство о регистрации СМИ — ПИ № ФС77-38790 от 29.01.2010

Типография: «Сканвэб Аб».
Адрес: Корьяланкату 27, Коувала, Финляндия
Тираж: 75000. Цена свободная

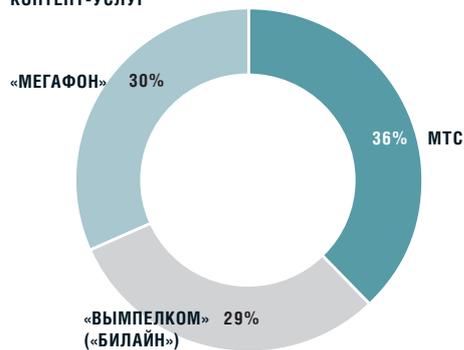
Фото на обложке: AP Photo/STF

ТОЛЬКО НЕ «ТРУБА»! МЫ СМОТРИМ ФИЛЬМЫ, СЛУШАЕМ МУЗЫКУ, ИГРАЕМ ВСЕ ЧАЩЕ. ПРОДАЖИ МАТЕРИАЛЬНЫХ НОСИТЕЛЕЙ ПРИ ЭТОМ НЕУКЛОННО СОКРАЩАЮТСЯ. ПРОТИВОРЕЧИЯ ЗДЕСЬ НЕТ: РАСТЕТ ЧИСЛО ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ, ПОТРЕБЛЯЮЩИХ КОНТЕНТ ИСКЛЮЧИТЕЛЬНО В ЦИФРОВОЙ ФОРМЕ, ПО МОБИЛЬНЫМ И ФИКСИРОВАННЫМ СЕТЯМ. НА РЫНОК, ГДЕ СЕГОДНЯ ДОМИНИРУЮТ ИГРОКИ ВРОДЕ APPLE, ПРЕТЕНДУЮТ МНОГИЕ КОМПАНИИ, НО ПРОЩЕ ДРУГИХ ЗАВОЕВАТЬ ЕГО БЫЛО БЫ ОПЕРАТОРАМ СВЯЗИ. АРТЕМ ЕГОРОВ

Традиционный бизнес по продаже книг на электронных носителях и дисков обречен на вымирание. Наиболее очевидным подтверждением этого стало закрытие «дворцов контента» Virgin Megastore в большинстве стран присутствия сети, в первую очередь в «родных» США и Великобритании. Ирония в том, что страны, наиболее активно покупавшие лицензионные DVD, пластинки и компьютерные игры, в числе первых перешли на потребление тех же развлечений без покупки материального носителя. Компании, поставившие на широкую ногу торговлю этим контентом в электронной форме, поражают своими финансовыми показателями. Так, за первый квартал текущего года выручка iTunes, контент-магазина Apple, составила \$1,1 млрд. Компания Netflix, специализирующаяся на «виртуальном видеопрокате», за тот же период заработала \$719 млн — на 46% больше, чем годом ранее. Кроме традиционных фильмов, книг и музыкальных альбомов приличный доход приносят приложения, в первую очередь смартфонные. По данным IHS Screen Digest, за 2010 год выручка магазина Android Market от Google составила \$102 млн, а OVI Store заработал для Nokia и разработчиков софта \$105 млн. Создатели этих магазинов стремятся захватить все имеющиеся рыночные ниши. Так, Apple недавно добавила возможность покупки книг и периодики, тогда как Google в мае анонсировала появление собственного сервиса видеопроката на базе Android Market. Российские интернет-сервисы по продаже легального контента не раскрывают свои финансовые показатели, однако значительный рост рынка очевиден: по данным МТС, за 2010 год количество подписок на онлайн-кинсервисы в рунете выросло на 33%.

Примечательно, что ключевые игроки данного рынка сегодня — интернет-компании и производители абонентского оборудования, тогда как несколько лет назад на рынке цифрового контента правили бал операторы связи, под жестким контролем которых находились каналы доставки к конечному пользователю и устройства для потребления контента (операторские телефоны, абонентские ТВ-декодеры и т. п.). Сегодня ситуация изменилась: существенно выросли скорость и пропускная способность каналов связи, а в распоряжении пользователей появились умные и мощные устройства, «всеядные» в плане контента. Это смартфоны, «умные» сетевые телевизоры, домашние медиасерверы и т. д. Оператора может ожидать унылая участь «трубы» — обычного канала связи, через который за минимальные деньги прокачивается контент, а сливки в виде высоких прибылей снимают производители и сторонние продавцы контента. Все операторы прилагают немалые усилия к тому, чтобы

ДОЛЯ ОПЕРАТОРОВ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ КОНТЕНТ-УСЛУГ*



*ОЦЕНКА АС&М ПО СОСТОЯНИЮ НА ЧЕТВЕРТЫЙ КВАРТАЛ 2010 ГОДА.

ТРЕНДЫ



не допустить такого развития событий, и — к их чести — не используют при этом запретительных методов.

ИНТЕГРАЦИЯ Среди ведущих российских мобильных операторов два провайдера предлагают как мобильный, так и проводной интернет под зонтичным брендом. В группу МТС входит популярный провайдер «Стрим», а «Билайн» поглотил значительное количество «проводных» компаний — от Golden Telecom до «Корбины». Абоненты проводного интернета имеют возможность смотреть цифровые телепрограммы, слушать радио и заказывать видеofilмы — для всего этого нужен отдельный декодер, подключаемый к телевизору, и, конечно, дополнительная оплата. Весьма существенный потенциал роста скрыт в возможности предоставлять доступ к одному и тому же контенту как с мобильных устройств (по сотовой сети), так и с домашних (по проводной). Разумеется, абонент должен оплачивать контент лишь один раз — и это главная приманка. Главная же задача оператора — предоставить максимум контента на максимальном числе устройств. Так, в апреле «Билайн» и Microsoft анонсировали возможность просмотра ТВ-программ и заказанных видеofilмов при помощи игровой консоли Xbox 360. Таким образом, абоненты домашнего интернета от «Билайна» могут сэкономить на аренде телевизионного декодера или же получить качественное цифровое ТВ на втором телевизоре в квартире. Это шаг в правильную сторону, но, по сути, он является первым экспериментом. Стоит признать, что оба оператора пока не сформировали интегрированного предложения для собственных абонентов, которые пользуются как мобильной связью, так и проводным интернетом от одной компании, стимулирующего потребление контента.

ВИТАЕМ В ОБЛАКАХ Мобильные операторы — это компании с большими финансовыми и техническими ресурсами, обширной IT-инфраструктурой, доступом к широкой аудитории и инструментом по взиманию с этой аудитории денег. Исходя из этого, никто не мешает оператору развернуть бизнес по продаже контента, не закликаясь на собственном транспорте от сервера к абоненту и не ограничиваясь собственной абонентской базой. Организовав «облачное» хранилище и сделав контент доступным по интернет-сетям общего пользования, его можно доставить и своему клиенту по 3G (сделав скидку на трафик вплоть до 100%), и чужому по WIMAX, и любому абоненту проводного интернета — был бы канал достаточно

быстрым. При этом технологически сложнее контролировать качество услуги и распространение контента, зато аудитория максимальна и становится возможным доставить контент на любое устройство, которым пользуется абонент. По исследованию Amdocs, 40% абонентов готовы заплатить за контент дороже, лишь бы он был доступен на любом устройстве, которое есть под рукой. В России эту схему реализуют «МегаФон» и МТС на фирменных порталах trava.ru и omlet.ru. Оба предлагают разнообразный медиаконтент, который доступен со смартфонов (через фирменное приложение), а также на компьютерах и совместимых интеллектуальных устройствах. Так, omlet.ru поддерживается новой платформой LG Smart TV. «Свои» абоненты могут оплатить контент с телефонного счета, одним кликом, а «чужим» будут предложены стандартные для интернет-платежей инструменты — от электронных денег до кредитных карт.

ЗОЛОТОЙ КОНТЕНТ Картинки и рингтоны давно не вызывают воодушевления у абонентов и не приносят значимого дохода операторам. Наиболее привлекательные виды медиа сегодня — видео и музыка, причем в форме полнометражных фильмов или сериалов и музыкальных альбомов в высоком качестве. Благодаря развитию скоростного интернета набирает популярность онлайн-видео, которое просматривается в режиме реального времени, без предварительной загрузки с сервера. Доля видеосервисов в общем мультимедийном контентном «пироге» МТС, например, составляет 40%. По оценке Ларисы Ткачук, заместителя генерального директора по коммерции ОАО «МегаФон», видео стало драйвером роста и для этого оператора: за 2010 год выручка от контентных сервисов выросла на 44%. Делает ставку на видео и «Билайн»: оператор намерен продвигать свой контентный сервис «Видеопортал», расширяя пакет предложений по его каналам и предлагая комфортный доступ через фирменное смартфонное приложение.

Помимо чисто развлекательных сервисов наподобие книг, музыки и видео операторы зарабатывают на более утилитарных контент-услугах. Так, «МегаФон» видит значительный рост спроса на услуги, связанные с геопозиционированием, а «Билайн» обеспечивает механизм проведения интернет-платежей, причем кроме оплаты коммунальных услуг возможно проведение микроплатежей в социальных сетях (допслуги «ВКонтакте» и «Одноклассников»). ■

➤ КУДА ПОДАТЬСЯ

Trava.ru — мультимедийный портал «МегаФона»

Предлагаются: 1,1 млн музыкальных композиций; 4000 видеоклипов; 2000 телепрограмм и фильмов; 1000 игр для ПК; 150 приложений для мобильных телефонов; Библиотека аудиокниг
В перспективе: 10 000 электронных книг

Omlet.ru — «облачный» мультимедийный сервис МТС
Предлагаются: 2000 художественных фильмов; 4000 эпизодов сериалов и ТВ-программ; Музыкальные альбомы; игры для ПК и мобильных
В перспективе: Новости и спортивные передачи