

«МОБИЛЬНОЕ ТВ - ЕСТЬ ЛИ СПРОС НА МАРСЕ?»

Конференция «МоСО 2007», 26 - 27 июня 2007 г.

*Евгений Соломатин, Директор
по развитию,
Николай Новожилов, Аналитик*

*ЗАО «Коминфо Консалтинг»
545-06-26*

КОМИНФО
КОНСАЛТИНГ 

ЦЕЛИ ПРЕЗЕНТАЦИИ

- Анализ ключевых тенденций развития западного рынка, их «актуальность» и применимости в России,
- Драйверы роста и сдерживающие факторы,
- Взаимосвязь технологических и бизнес аспектов мобильного видео и ТВ
- Примеры реализации за рубежом
- Анализ цепочки добавленной стоимости, функций и ролей игроков

Избавление от иллюзий, акценты на то, что не на поверхности

МОБИЛЬНОЕ ТВ УЖЕ ИМЕЕТ ИСТОРИЮ

1982г. - Наручные часы с ТВ от компании SEIKO

Почему мобильное ТВ все ещё «перспективная технология»?

- Нет технологии?
- Нет стандартов?
- Нет терминального оборудования?
- Нет контента?

- *Нет спроса?*

ТЕРМИНАЛЫ



СТАНДАРТЫ

- T-DMB (Korea)
 - VHF
 - L band
- S-DMB
(Korea/Europe)
- 3G/MBMS/BCMCS
- MediaFlo
- WiMAX
- DVB-H
 - UHF
 - L band

КТО ПРЕДЪЯВЛЯЕТ СПРОС НА МОБИЛЬНОЕ ТВ?

Производители абонентских
терминалов



Хотят продавать
комбинированные
устройства Мобильный
телефон+ТВ

Производители оборудования



Хотят продать операторам
оборудование для мобильного
ТВ

Операторы



Хотят поднять ARPU

А чего хочет потребитель?

ЧТО НУЖНО ПОТРЕБИТЕЛЮ?

Минусы:

- Нельзя смотреть вместе
- Меньше каналов
- Медленное переключение
- **Маленький экран**

Плюсы:

- **Мобильность**
 - «убить время в транспорте»
 - Первым попробовать новое
 - Всегда быть в курсе

ЧТО ЗНАЧИТ «МОБИЛЬНОЕ»?

Мобильность означает прием видео сигнала на движущееся устройство и это устройство в принципе может быть никак не связано с сетью мобильного оператора и работать на другой частоте.

Мобильное ТВ:

- В мобильном телефоне
- В отдельном переносном устройстве
- В автомобиле

Пример – в Москве есть операторы цифрового ТВ, чей сигнал может быть принят в движущемся автомобиле.

В сетях 3G возможна передача видео сигнала, голоса и данных на одной частоте в рамках единого сервиса. Это – частный случай мобильного ТВ, **мобильный triple play**.

1 ЭКРАН, 2 ЭКРАН, 3 ЭКРАН...

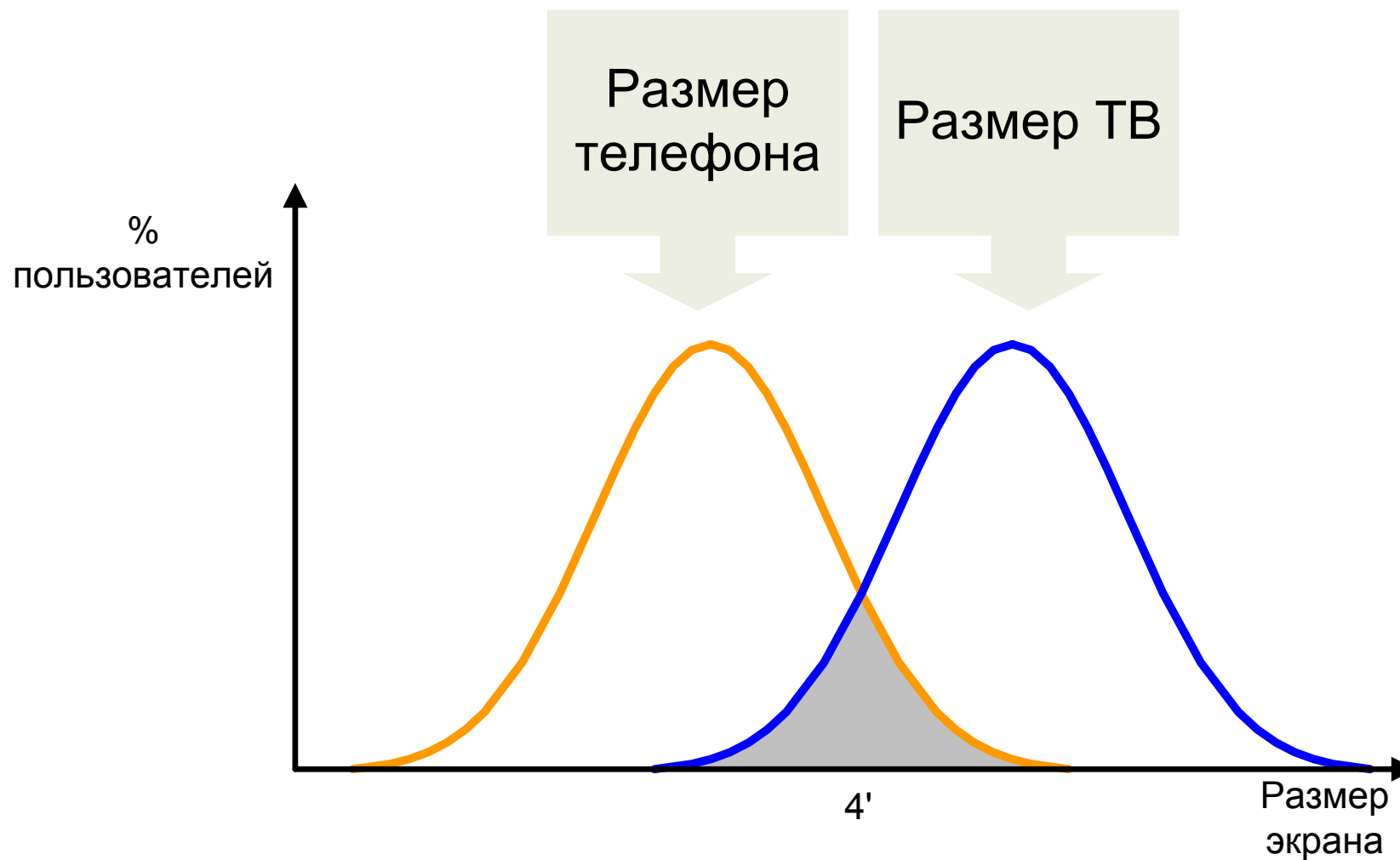
Кино

Телевизор

ПК

Мобильный
телефон

ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НЕ СХОДЯТСЯ



ЭТО КАК ФОТОАППАРАТ?

Вы хотите такую «ФИЧУ» в
мобильный телефон?



ДА

Вы будете ей пользоваться
регулярно?



???

СОЗДАТЕЛИ КОНТЕНТА ЗАИНТЕРЕСОВАНЫ В ДОСТАВКЕ КОНТЕНТА НА РАЗЛИЧНЫЕ ТИПЫ УСТРОЙСТВ



Доставка на DSL/cable
модемы через ШПД



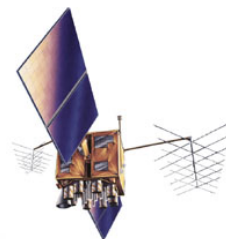
Доставка на через WiFi и
Bluetooth



Доставка на устройства 2.5G,
3G и 4G



Доставка через вещательные
системы к ритейловым
пользователям (клубы,
гостиницы, бары, частные
дома через STB) (IPTV)



Доставка на спутник, кабель и
беспроводные терминалы
через протоколы SDI/DVB (-S,
-T, -C, -H)

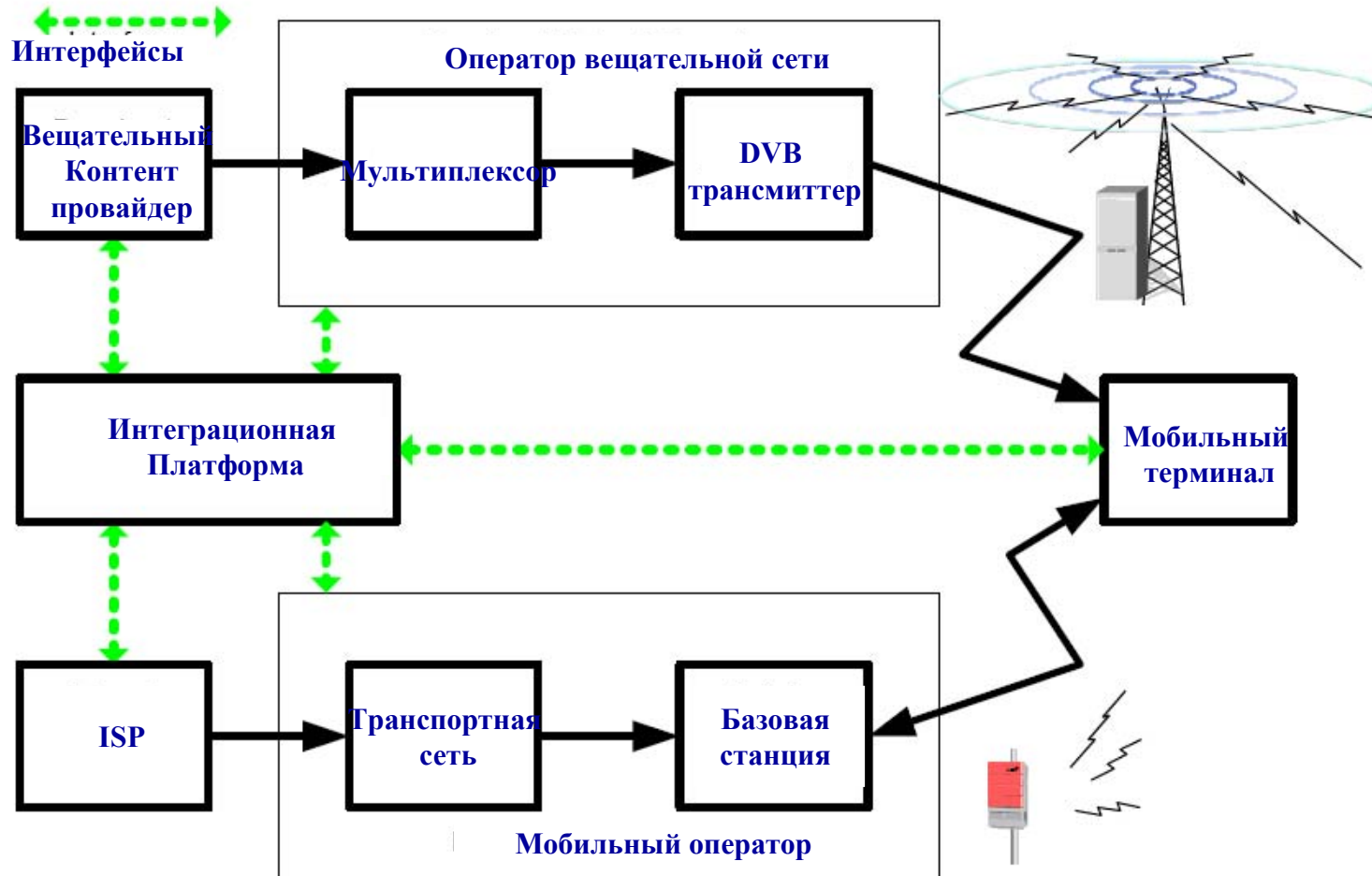
ИГРОКИ В ЦЕПОЧКЕ СОЗДАНИЯ СТОИМОСТИ БОРЯТСЯ ЗА МЕСТО ПОД СОЛНЦЕМ!



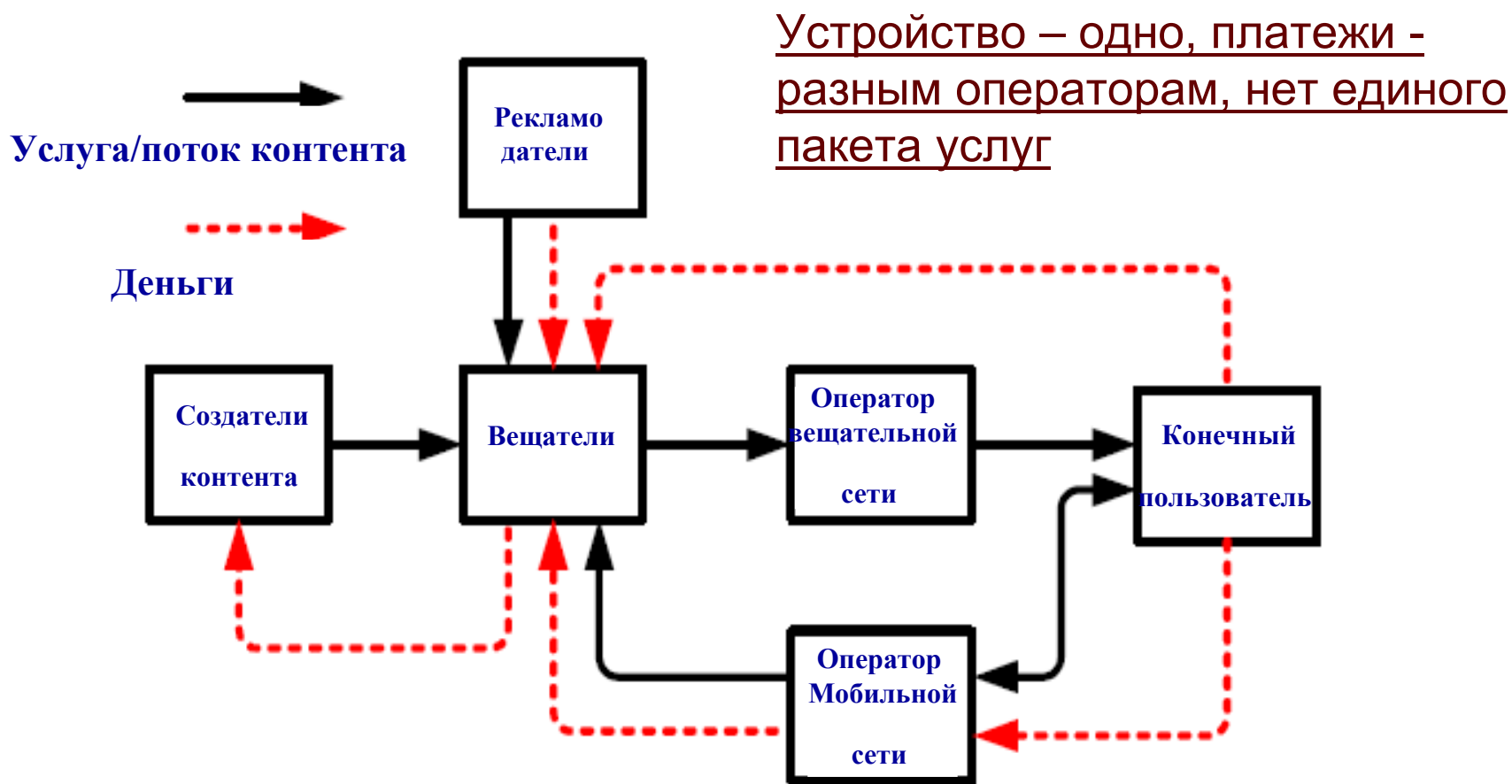
Сетей доставки
конечному
пользователю много!

- Спутник
- Кабель
- Наземное вещание
- Мобильные сети
- ЕЩЕ?

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ МЕЖДУ СЕТЯМИ МОБИЛЬНОГО И ВЕЩАТЕЛЬНОГО ОПЕРАТОРА



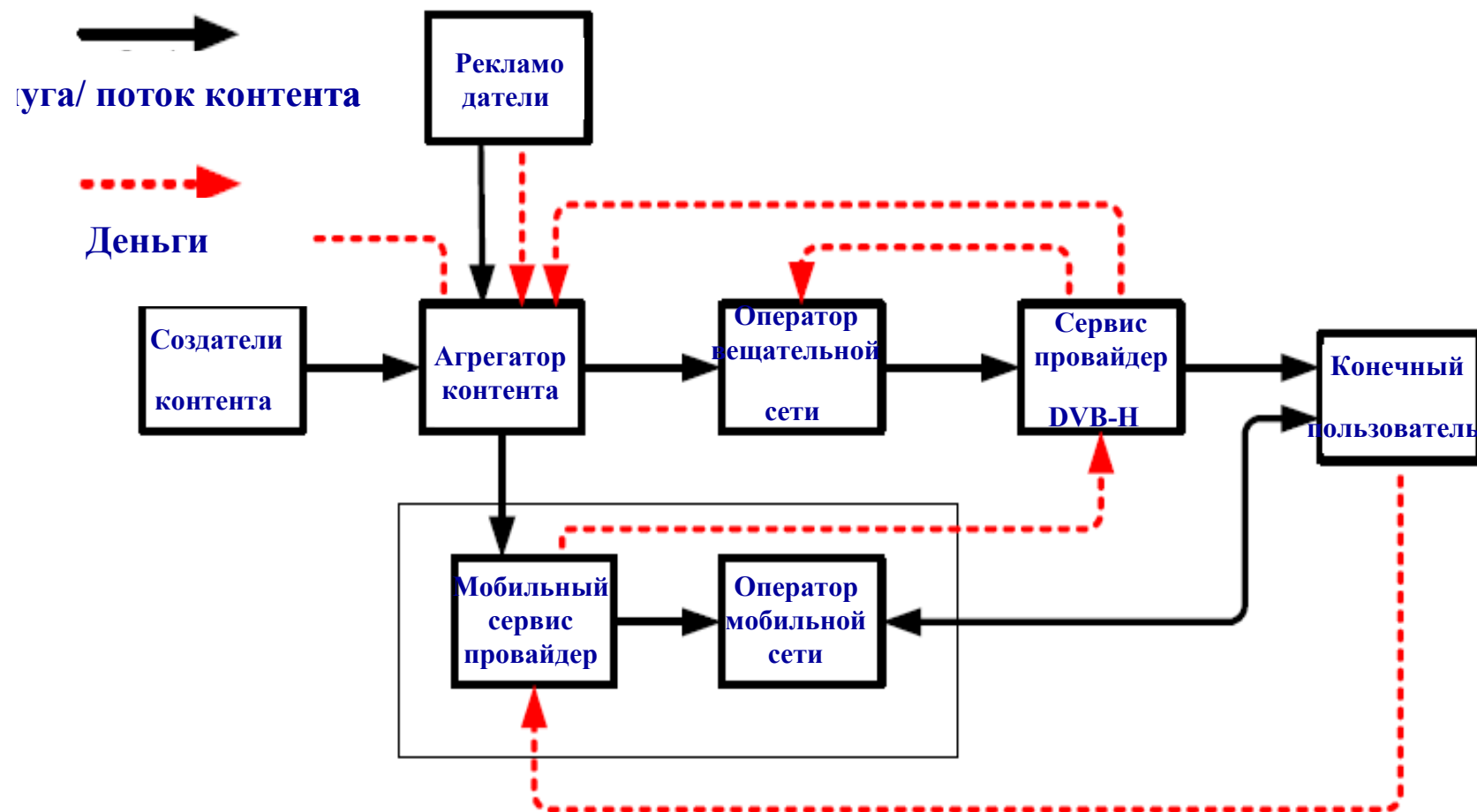
БИЗНЕС МОДЕЛЬ 1: ВЕДУЩИЙ ИГРОК – ОПЕРАТОР ВЕЩАНИЯ



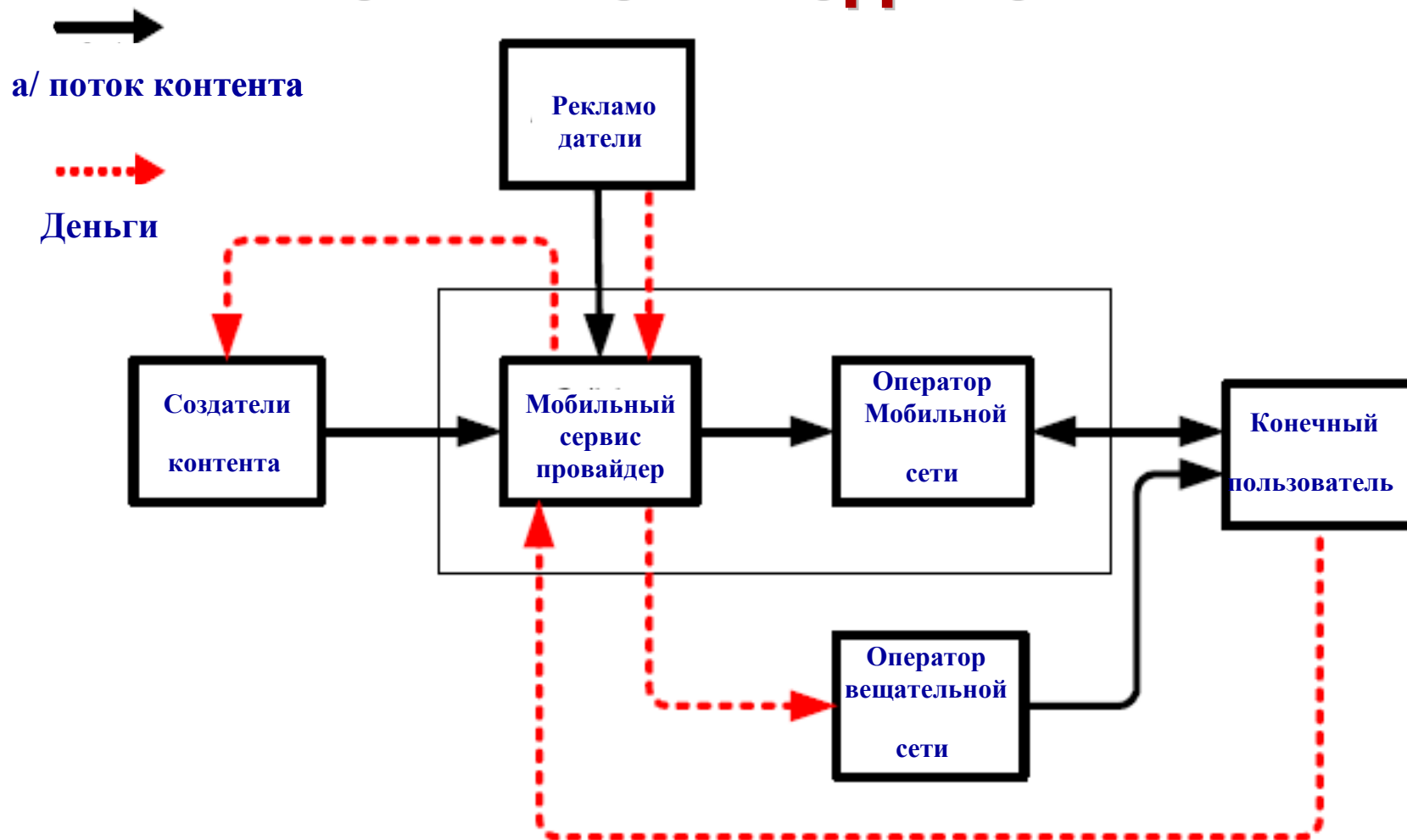
БИЗНЕС МОДЕЛЬ 2: ВЕДУЩИЙ ИГРОК – МОБИЛЬНЫЙ ОПЕРАТОР



БИЗНЕС МОДЕЛЬ 3: НЕЗАВИСИМЫЙ СЕРВИС ПРОВАЙДЕР DVB-H



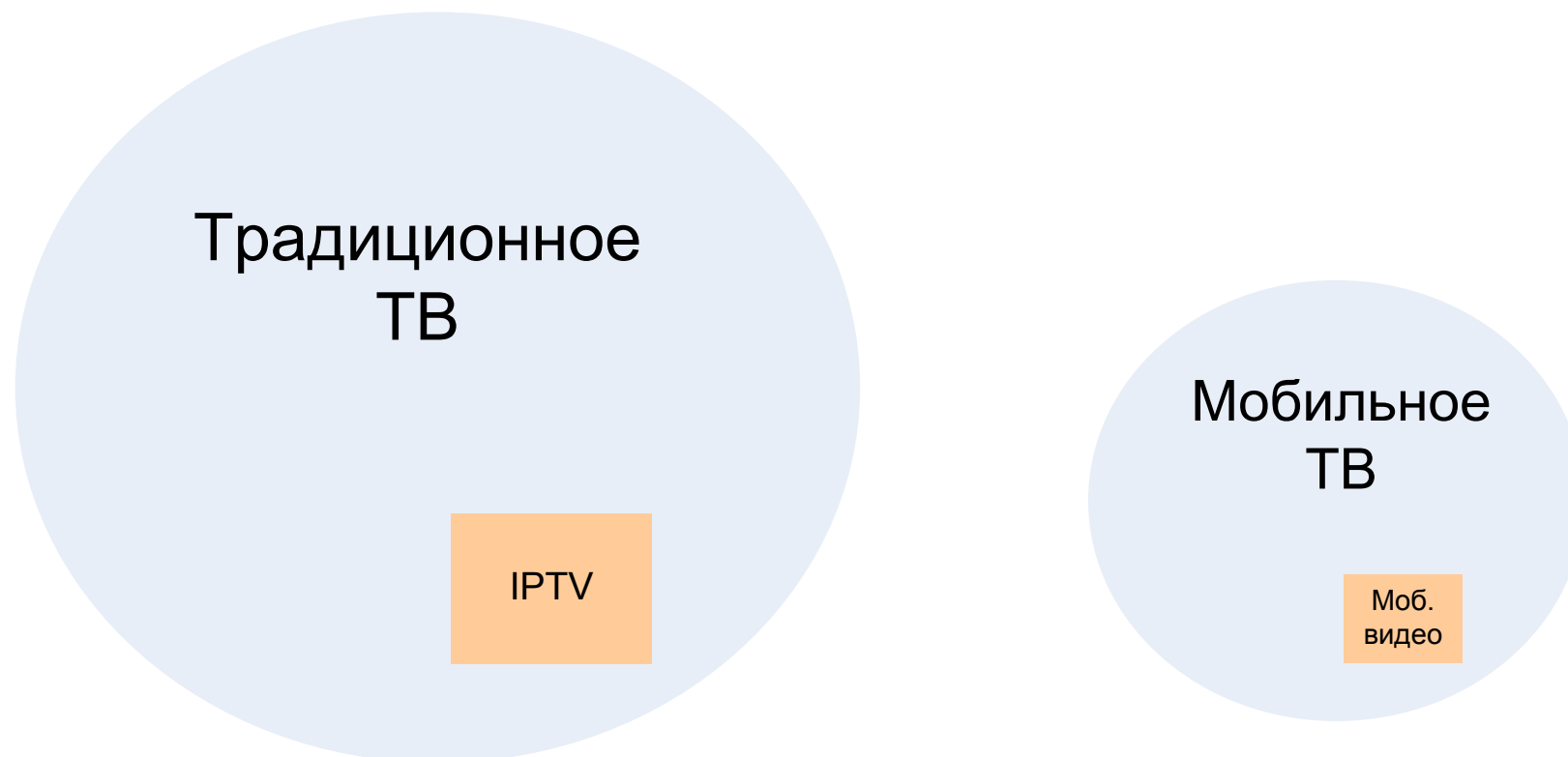
БИЗНЕС МОДЕЛЬ 4: МОБИЛЬНЫЙ ОПЕРАТОР - «ОДИНОЧКА»



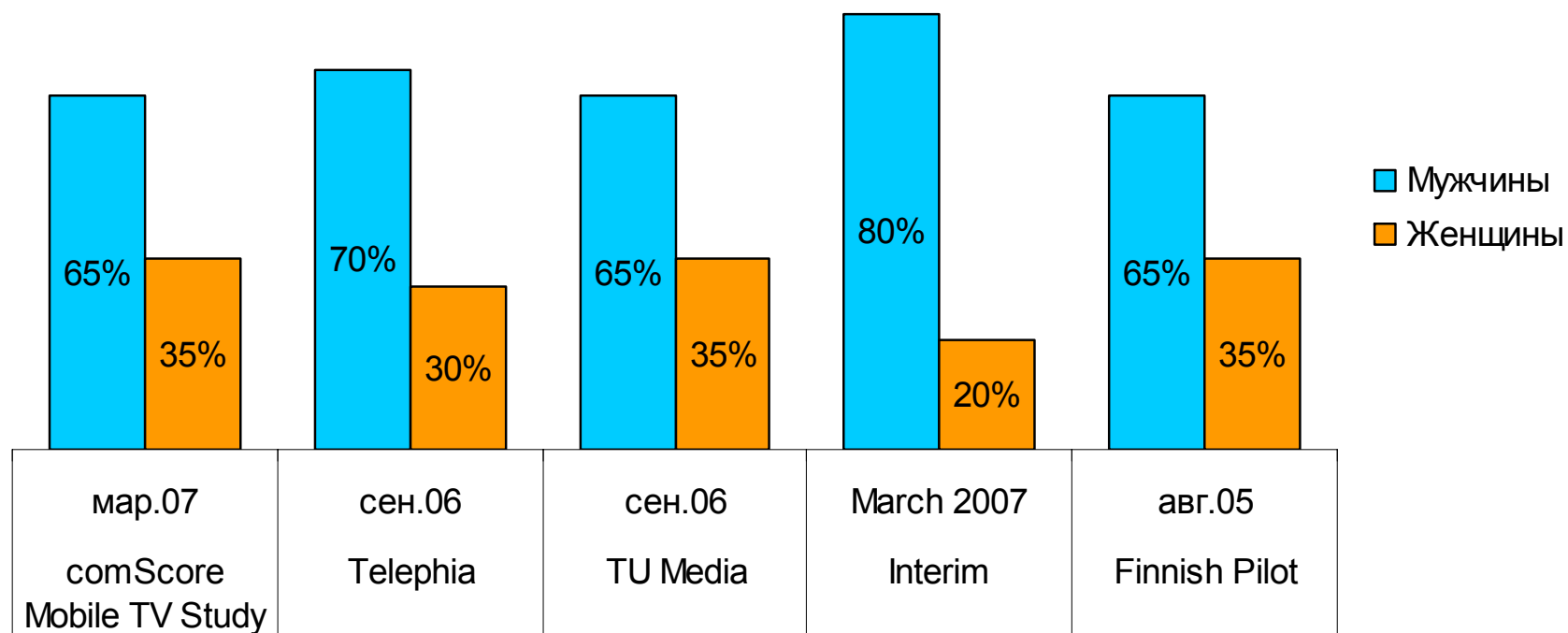
МОДЕЛИ ДОХОДОВ

- **Абонентская плата:**
 - «+» Гарантированный доход
 - «-» Нужна знакомая потребителю модель поведения
- **Плата за просмотр:**
 - «+» Потребители хотят добавить мобильное ТВ к своему пакету
 - «-» ???
- **Реклама:**
 - «+» Точно ясно кто именно смотрит контент, интерактивность
 - «-» Рекламодатель незаинтересован, пока нет достаточного числа пользователей

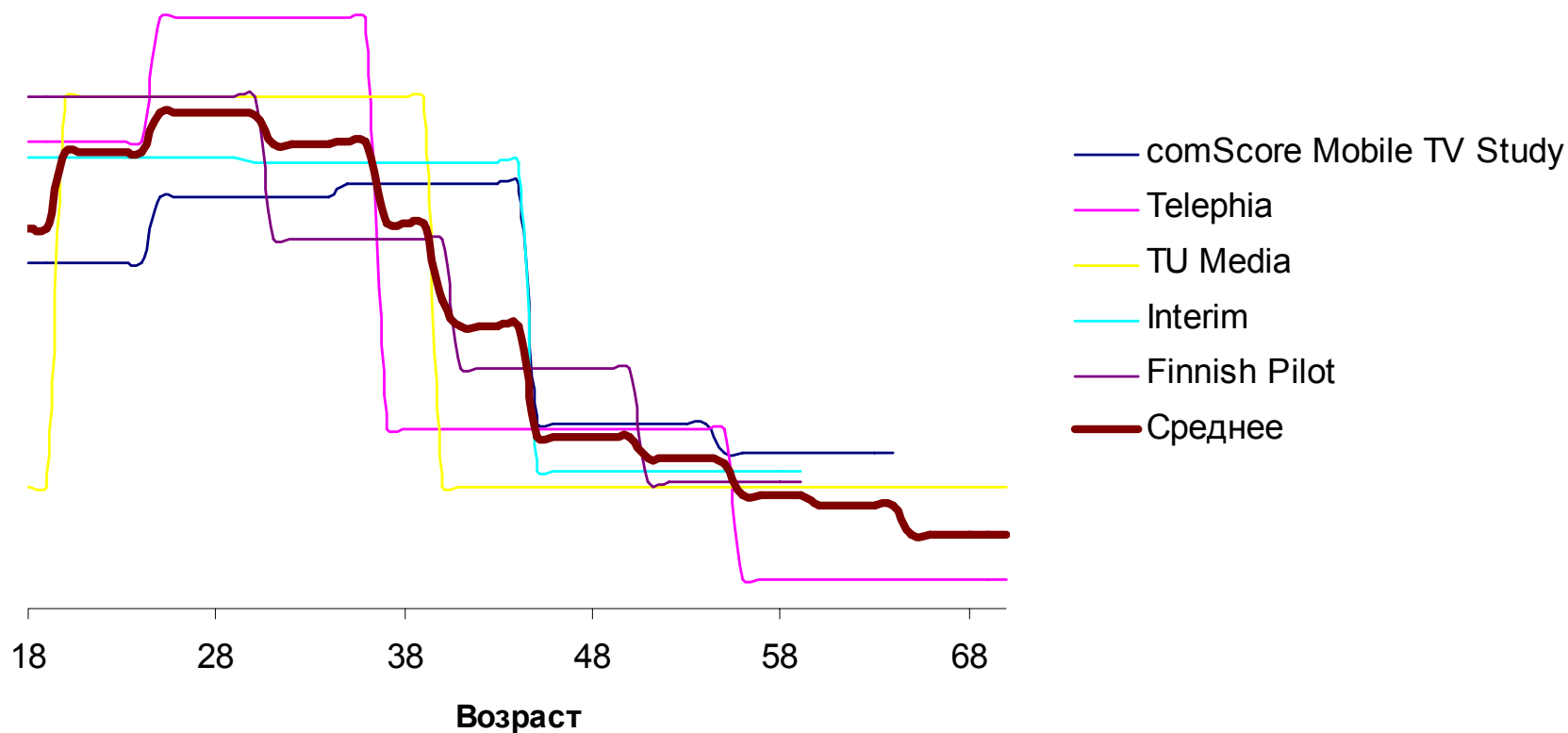
РОЛЬ ИНТЕРАКТИВНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ



ЧТО НАМ ГОВОРЯТ ПИЛОТНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ?



В ПОЛЕ ЗРЕНИЯ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ ПОПАЛИ ТИПИЧНЫЕ EARLY ADOPTERS



Можно ли по ним делать выводы, что нужно основной массе

КТО ТИПИЧНЫЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ?

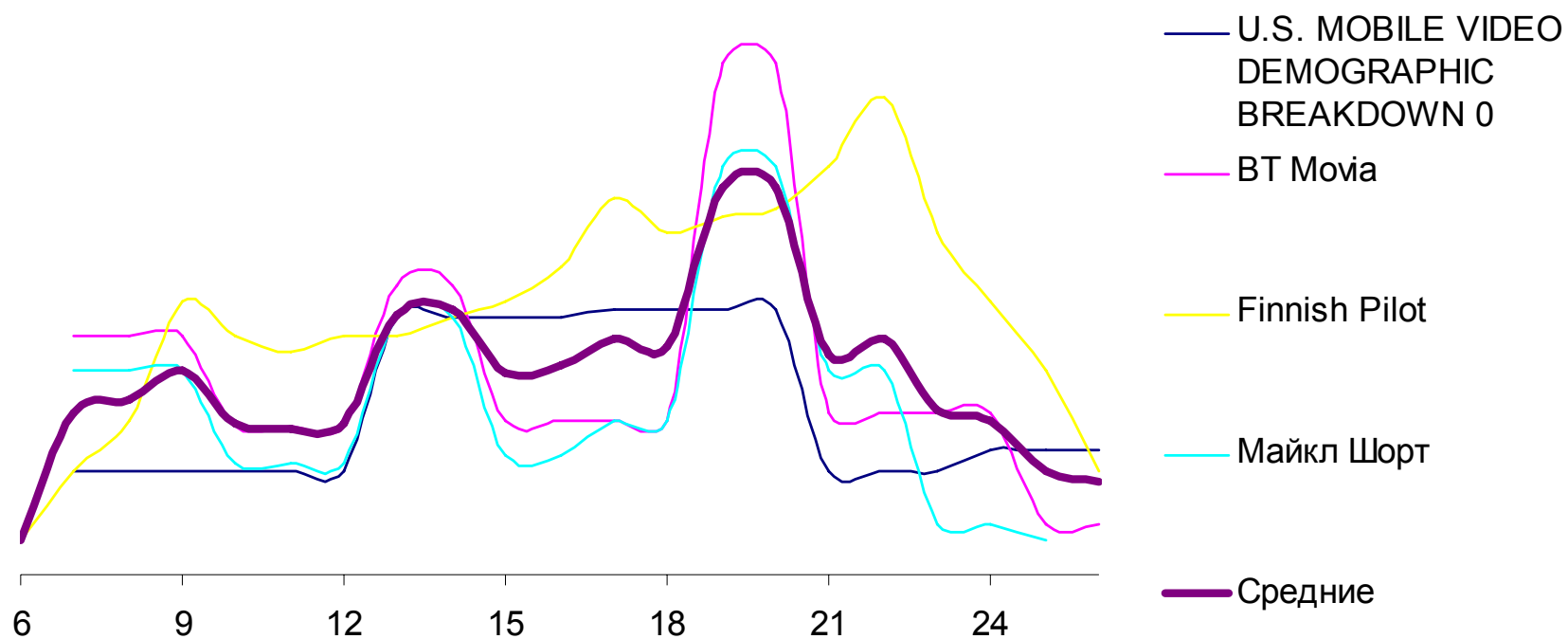
СЕГОДНЯ

- «Продвинутый» телефон
- Уже использовал мобильные сервисы
- Основные интересы:
 - Новости
 - Музыка
- Модель использования
 - По дороге на работу
 - Ожидая кого-то
 - Для спортивных фанатов когда не можешь посмотреть матч дома

ЗАВТРА?

Может быть домохозяйки гуляющие с маленькими детьми – это наша аудитория?

МОБИЛЬНОЕ ТВ ЗАМЕЩАЕТ ОБЫЧНОЕ?



ВЫВОДЫ

- Технические проблемы мобильного ТВ уже почти решены и дело стоит за спросом
- Терминалы для мобильного ТВ будут как совмещённые с мобильным телефоном, так и отдельные
- Операторы сотовой связи могут поучаствовать в данном рынке, но не являются неизбежным звеном
- Текущая ориентация на пользователей-новаторов должна смениться на ориентацию на узкие пользовательские сегменты

Спасибо за внимание!



www.telecominfo.ru

cominfo@telecominfo.ru

телефон: (495) 545-06-26

факс: (495) 545-06-27