



Рынок мобильной связи в СНГ и контент-услуг в России

Advanced Communications & Media

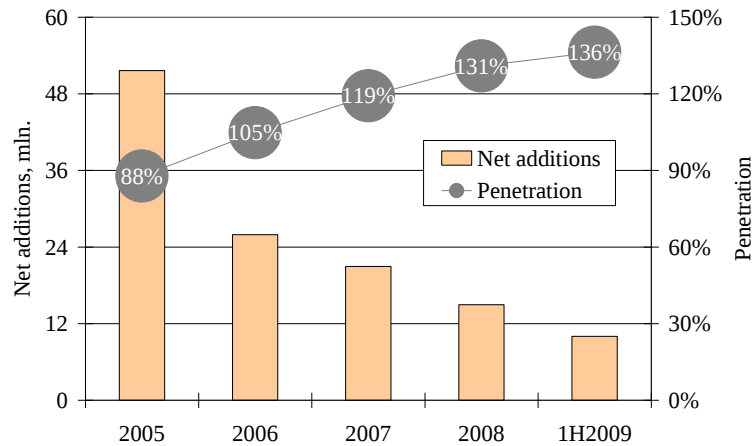
VI Mobile VAS Conference
19-20 ноября 2009, Санкт-Петербург

ЧАСТЬ 1: Рынок мобильной связи в странах СНГ

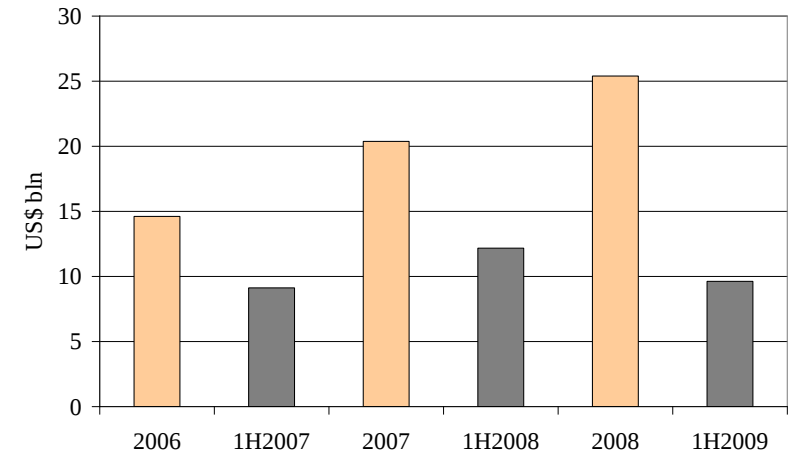
- *Россия*
- *Украина*
- *Казахстан*
- *Другие страны СНГ*

Рынок мобильной связи: Россия

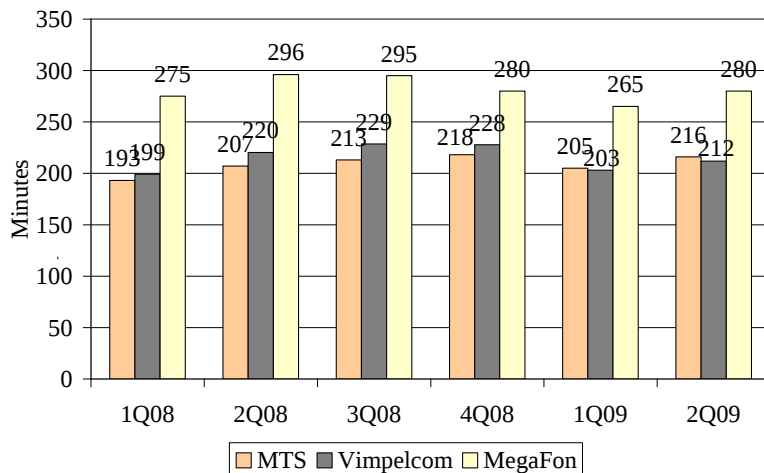
Чистый прирост и проникновение



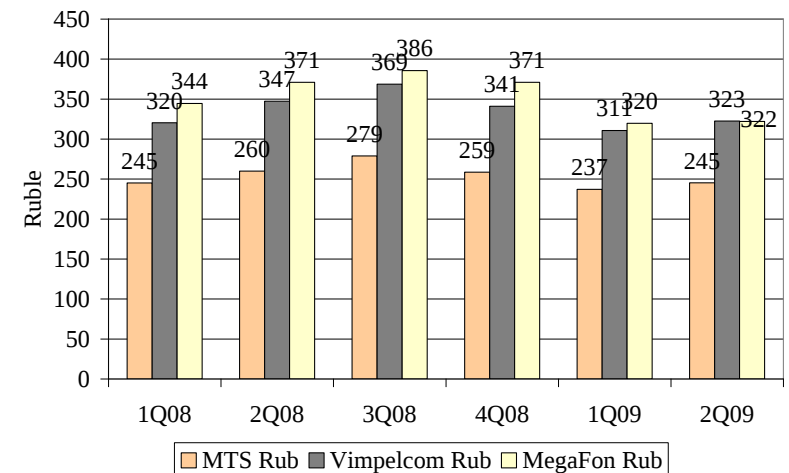
Выручка



MoU

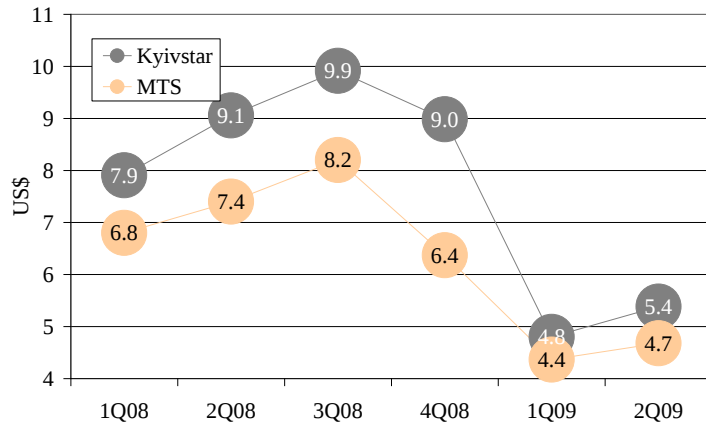


ARPU

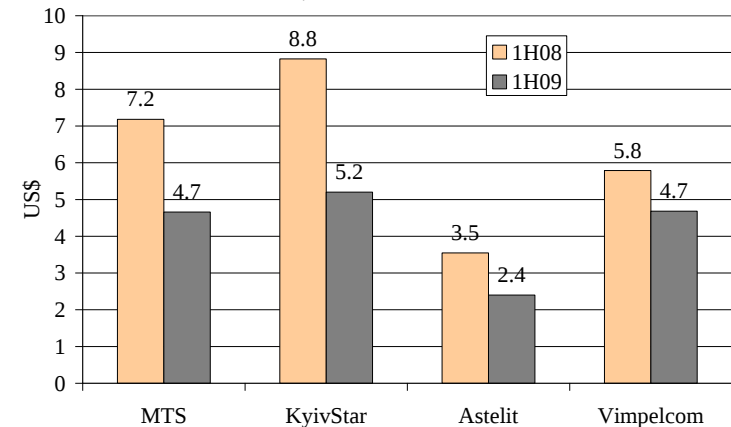


Рынок мобильной связи: Украина

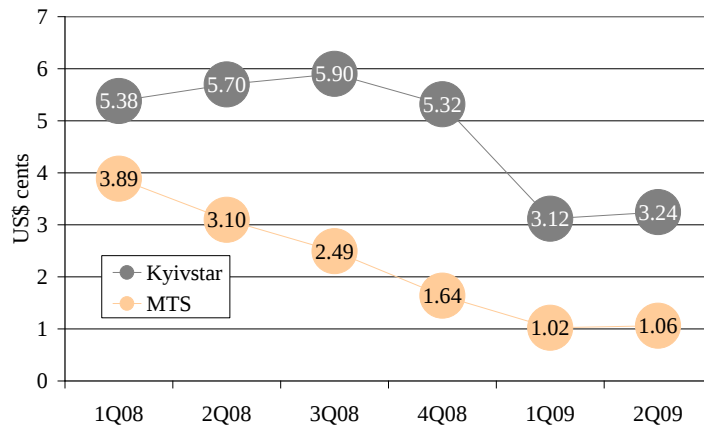
ARPU крупнейших операторов



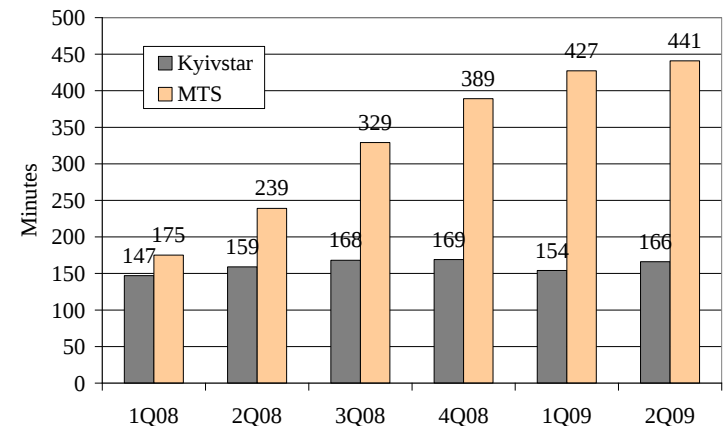
ARPU, 1H09 vs 1H08



APPM крупнейших операторов

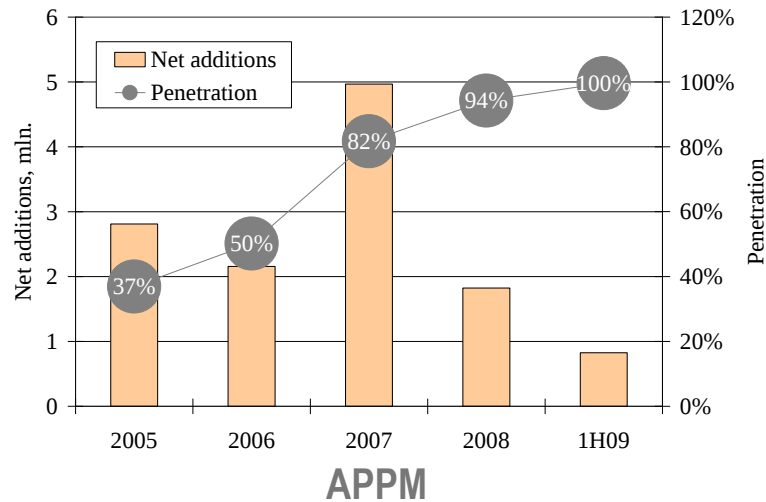


MOU крупнейших операторов

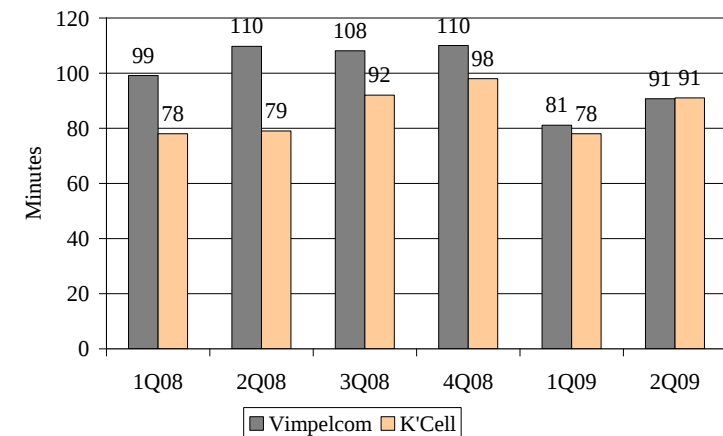
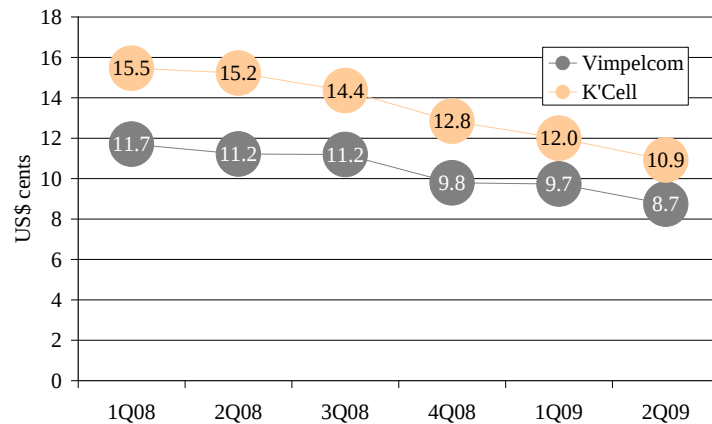
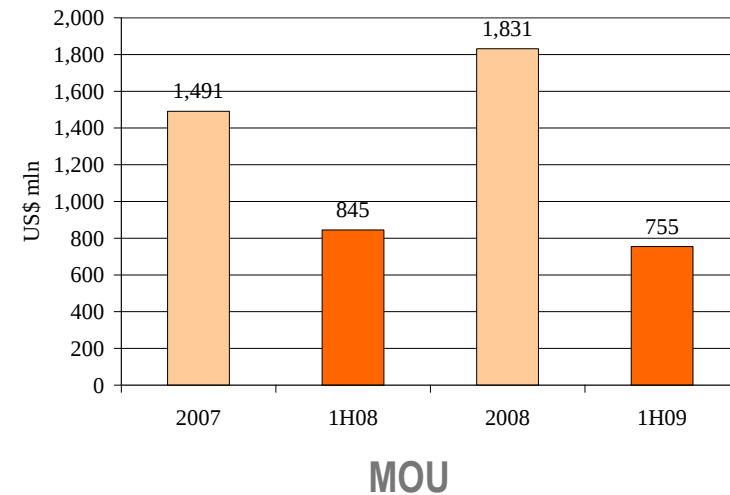


Рынок мобильной связи: Казахстан

Новые подключения и проникновение

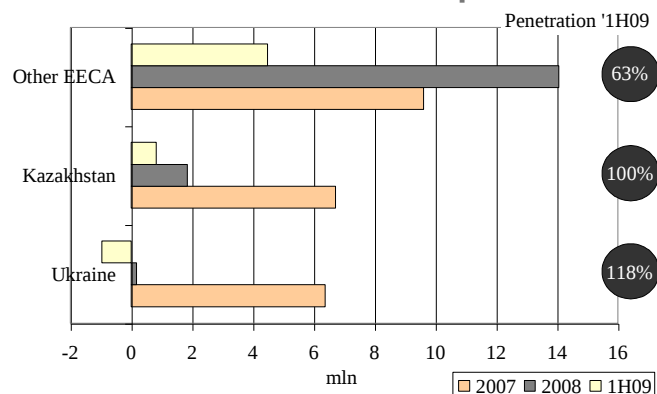


Выручка

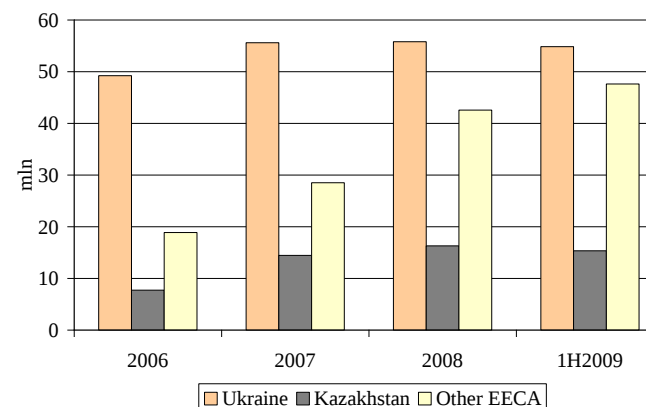


Рынок мобильной связи: другие страны СНГ

Новые подключения и проникновение



Абоненты



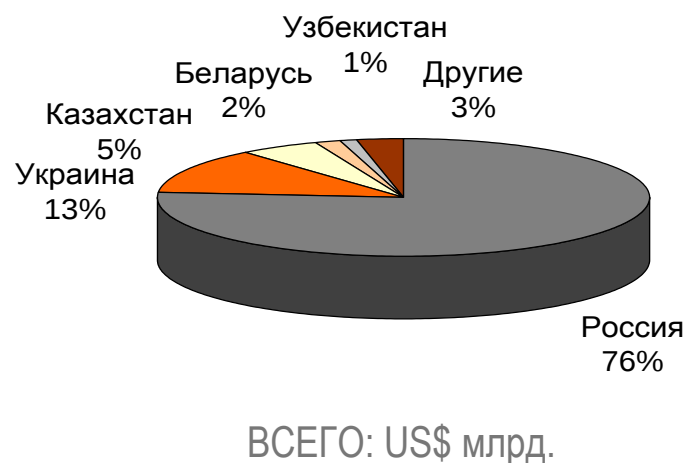
Крупнейшие операторы

	1Q2008	2Q2008	3Q2008	4Q2008	1Q2009	2Q2009
Velcom (BY)	3,227,100	3,369,000	3,525,000	3,697,900	3,762,900	3,817,400
MTS (BY)	3,944,617	3,961,004	4,161,074	4,322,475	4,415,786	4,483,909
Sky Mobile (KG)	1,440,000	1,590,000	1,690,000	1,790,000	1,860,000	1,950,000
BiMoCom (KG)	774,401	949,886	1,059,320	1,168,754	1,250,000	1,350,000
MTS (UZ)	3,555,657	4,367,908	5,059,152	5,646,855	5,971,373	6,527,311
Ucell (UZ)	1,005,000	1,458,000	2,056,000	2,683,000	3,143,000	3,923,000
Vimpelcom (UZ)	2,422,215	2,754,203	3,148,021	3,636,243	3,653,069	3,604,599
Azercell (AZ)	3,160,000	3,323,000	3,395,000	3,471,000	3,584,000	3,633,000
Magticom (GE)	1,550,000	1,800,000	1,900,000	1,950,000	1,950,000	2,000,000

Рынок VAS: СНГ

Весь рынок VAS-услуг в СНГ в 1H2009 вырос на 40% и достиг \$2,250 млн. Россия до сих пор генерирует более 75% от всех доходов.

Структура VAS-выручки



Крупнейшие операторы по VAS-выручке

Оператор	Страна	Доля
МТС	Россия	25%
МегаФон	Россия	22%
ВымпелКом	Россия	19%
Киевстар	Украина	7%
МТС	Украина	4%
Теле2	Россия	4%
К'Cell	Казахстан	3%
ВымпелКом	Казахстан	2%
Астелит	Украина	1%
Другие	-	13%

Топ-10 операторов по объему выручки от VAS удерживают 88% от всего рынка в СНГ, из которых $\frac{3}{4}$ приходится на Топ-3 оператора.

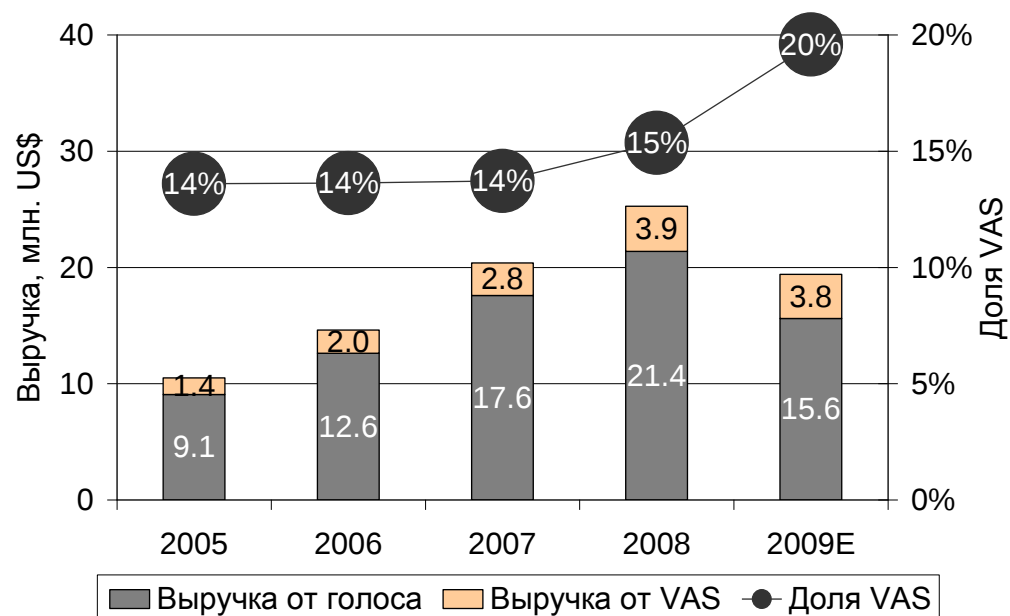
ЧАСТЬ 2: Рынок контент-услуг России

- *Динамика рынка*
- *Источники выручки*
- *Прогноз*
- *Каналы продаж*

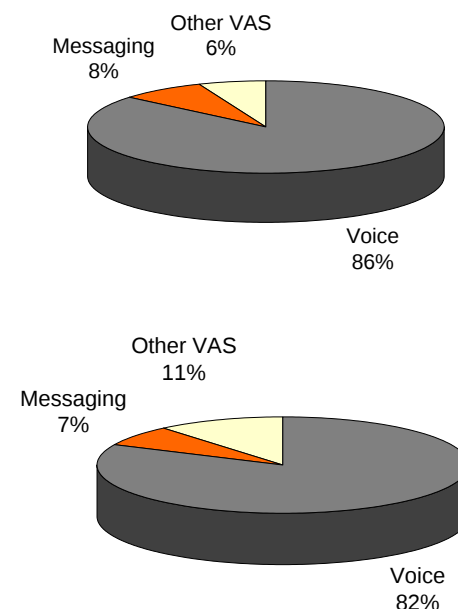
VAS в России

Развитие дополнительных услуг является вторым после роста MOU драйвером индустрии мобильной связи. Удельный вес дополнительных услуг в общей выручке операторов растет и по итогам 1 полугодия 2009 года составляет 17,1%.

Выручка от мобильной связи



Структура выручки от мобильной связи

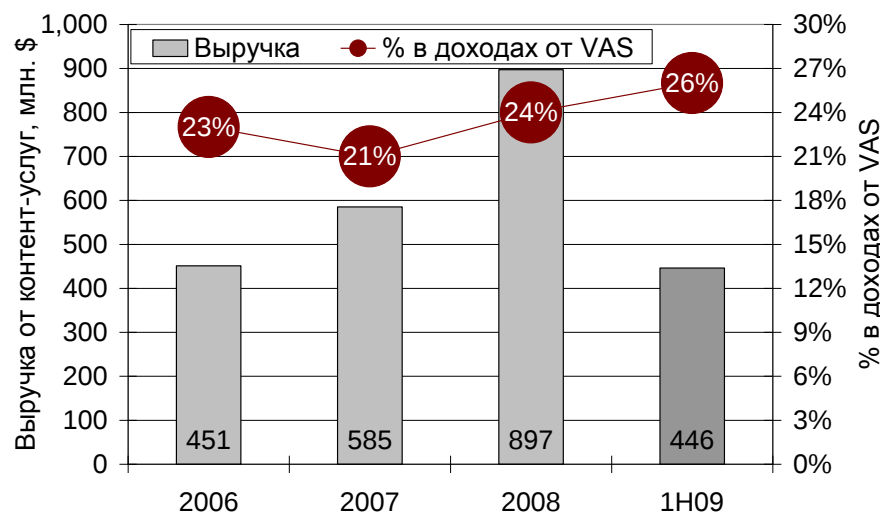


Ожидается, что общий объем рынка сотовой связи России в 2009 году достигнет порядка \$19 млрд., из которых US\$ 3,6 млрд. составит выручка от VAS услуг. SMS остается основным источником выручки от VAS, но вклад других неголосовых услуг растет на 50% в год (с US\$1,267 млн. в 2007 году до US\$ 1,952 млн. в 2008).

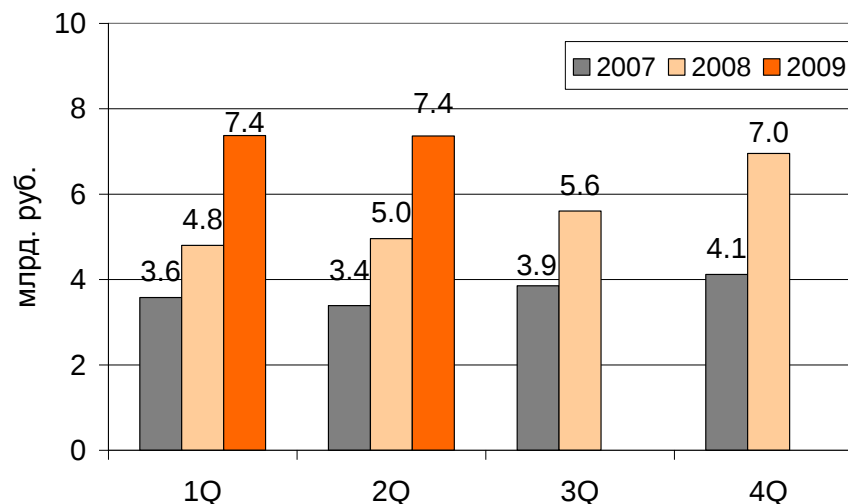
Контент-услуги: объем рынка и сезонность

В 2008 году рынок контент-услуг в России вырос на 53% в долларовом выражении (в рублевом – на 49%). В первом полугодии 2009 рост составил 9% в долларах и 51% в рублях (по сравнению с 1 полугодием 2008).

Выручка от контент-услуг



Поквартальная динамика рынка*



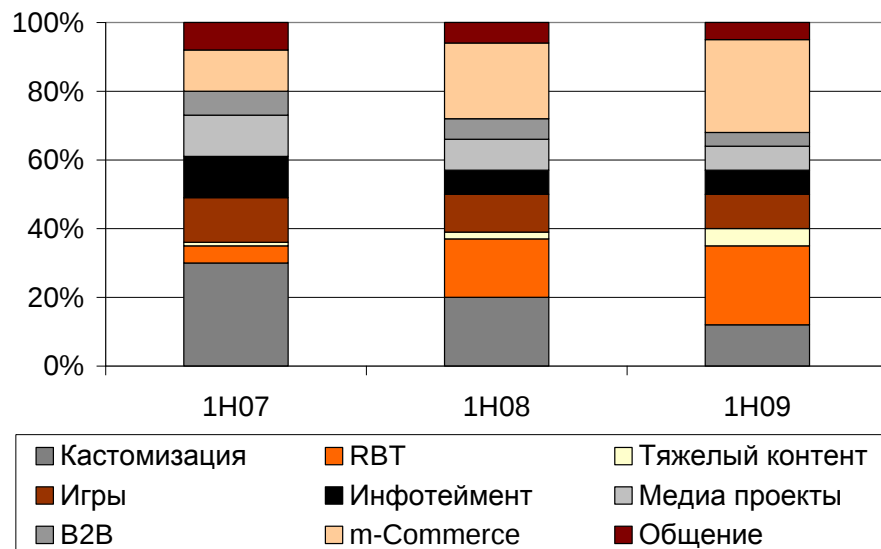
* - график приведен в рублях для избежания курсовых колебаний

На рынке контент-услуг существует ярко выраженная сезонность: пик рынка достигается в период предновогодних продаж, затем объемы падают вплоть до середины года (короткий месяц февраль, две сессии у студентов). В третьем квартале опять начинается рост, вызванный летним бездельем пользователей (и соответственно тягой к развлечениям) и началом делового сезона в сентябре.

Контент-услуги: источники доходов

Даже при сохранении рыночной парадигмы, где большую часть доходов приносят услуги кастомизации, наблюдаются значительные изменения в ее структуре как в целом, так и внутри сегментов.

Структура выручки от контент-услуг

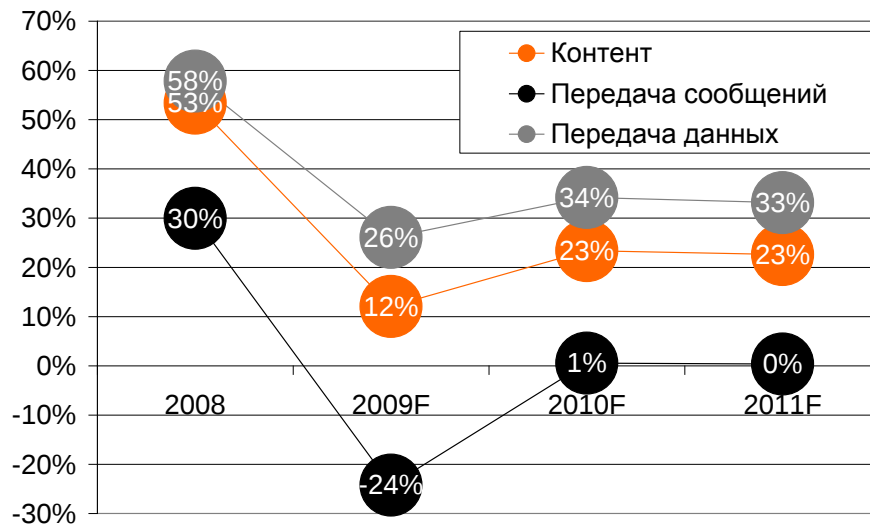


- Доля микроплатежей выросла с 12% в начале 2007 года до 27% в первой половине 2009. Этот сегмент является самым быстрорастущим на рынке, что связано с популяризацией импульсных покупок в интернете.
- RBT постепенно «вытесняет» другие услуги кастомизации – на его долю уже приходится более 2/3 всех доходов этого сегмента.
- Сокращается доля интерактива, особенно на ТВ. В абсолютных цифрах этот сегмент не сокращается, но резервы роста в значительной степени исчерпаны: закончился всплеск call-TV, задействованы почти все возможности на коммерческих каналах, а национальные каналы неохотно идут на совместные проекты.
- Rich media (MP3 и видео) пока еще приносят небольшую долю от всех доходов рынка контент-услуг, однако в абсолютном выражении выручка от этих продуктов увеличилась в несколько раз. Основными ограничениями для роста этого сегмента пока еще является неразвитость бизнес-моделей для продажи тяжелого контента и технические ограничения сетей сотовой связи.

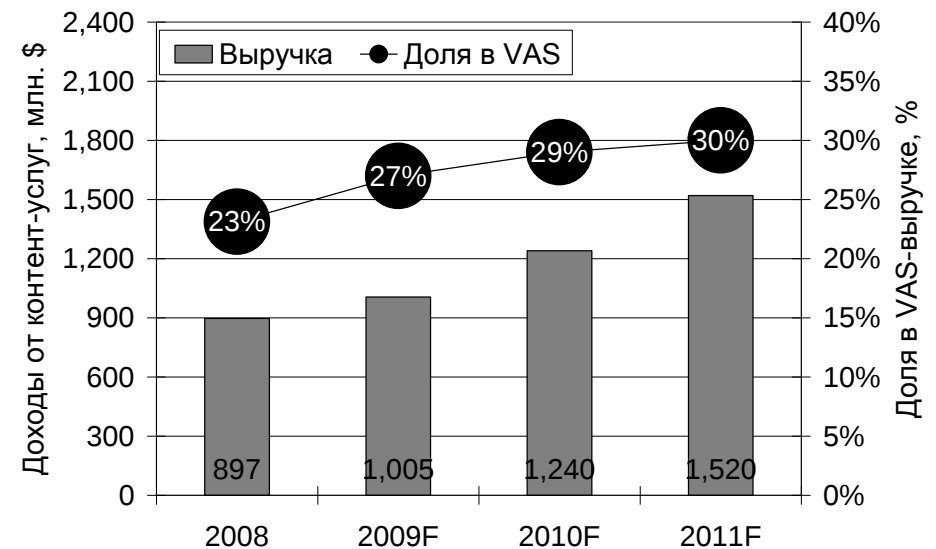
Контент-услуги: прогноз

Общий объем контент-ориентированных услуг в 2009 году превысит US\$ 1 млрд. В ближайшие три года среднегодовой темп роста составит около 30% в рублевом выражении.

Прогноз темпов роста выручки от VAS услуг (\$)



Прогноз роста доходов от контент-услуг



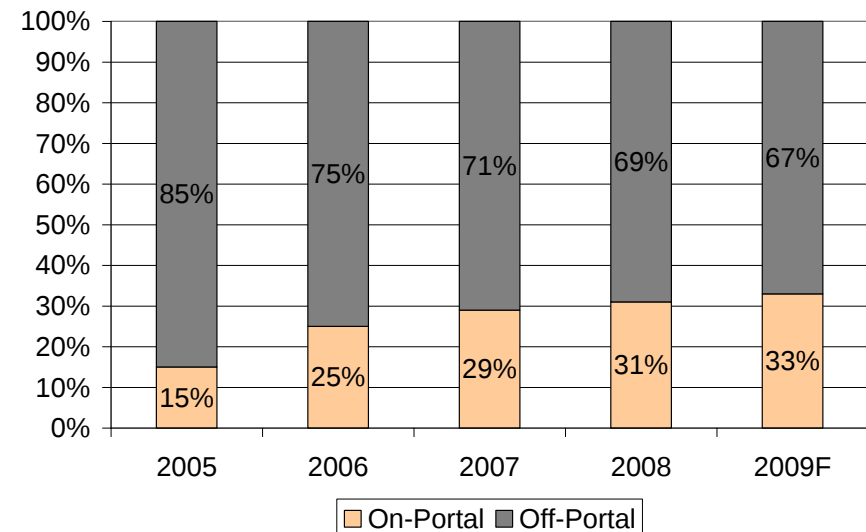
Рынок контент-услуг останется вторым самым быстрорастущим сегментом индустрии мобильной связи в России, уступая по темпам роста только сегменту передачи данных, который, в свою очередь, стимулирует развитие «тяжелого» контента (rich media, мобильное ТВ и т.д.).

Каналы продаж

В отличие от Европы и США, в России двигателем рынка контент ориентированных услуг изначально являлись контент-провайдеры – операторы всерьез занялись развитием своих порталов только в 2006-2007 г.г. Однако, с тех пор доля on-portal сегмента демонстрирует стабильный рост.

- Медиа-инфляция сделала прямую рекламу в СМИ нерентабельной для большинства мелких и средних контент-провайдеров.
- Большая доля потребляемого контента является результатом импульсных покупок пользователей с порталов своего мобильного оператора, которые пытаются «убить» время и исследуют свой мобильный телефон без какой-либо определенной цели.
- Львиная доля доходов в сегменте off-portal приходится на микроплатежи и интерактивные медиа-проекты.

Структура продаж контент-услуг

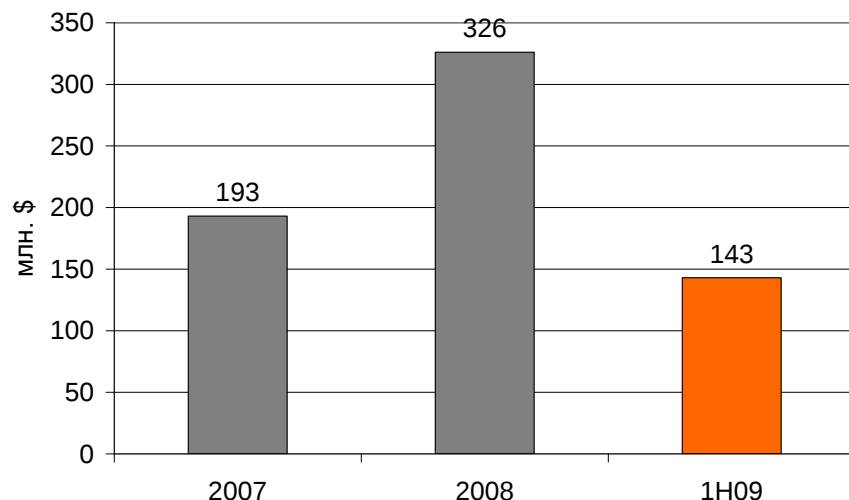


Не удивительно, что крупные агрегаторы и контент-провайдеры, предоставляющие свои услуги на операторских площадках, доминируют на рынке с точки зрения общей выручки и имеют более высокую маржинальность бизнеса.

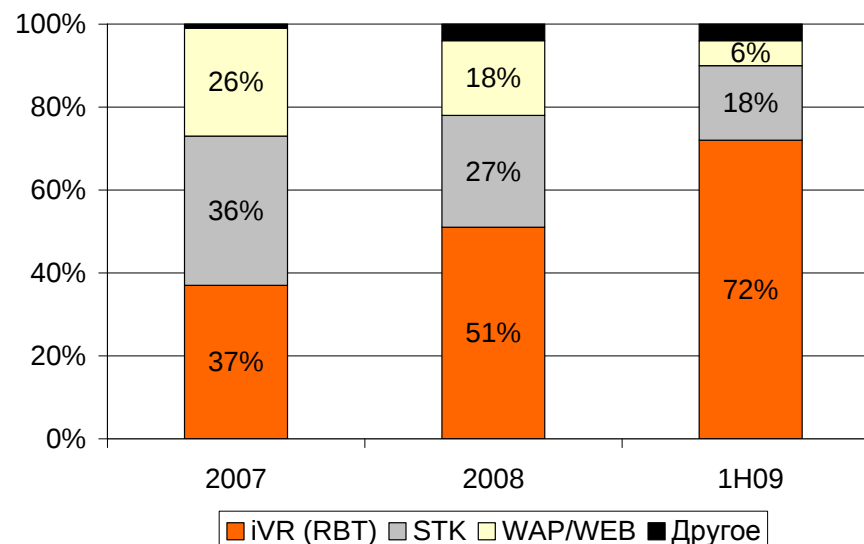
Каналы продаж: On-Portal

В 2008 году общий объем рынка on-portal в России составил около \$330 млн. Темпы роста рынка постепенно сокращаются, но остаются достаточно высокими – в 2008 году они составили 70% (для сравнения, в 2007 году этот сегмент вырос более чем на 150%). Ожидается, что в 2009 году выручка этого сегмента в долларовом выражении останется практически на прошлогоднем уровне, продемонстрировав рост в рублевом выражении на 30-35%.

Динамика выручки On-Portal



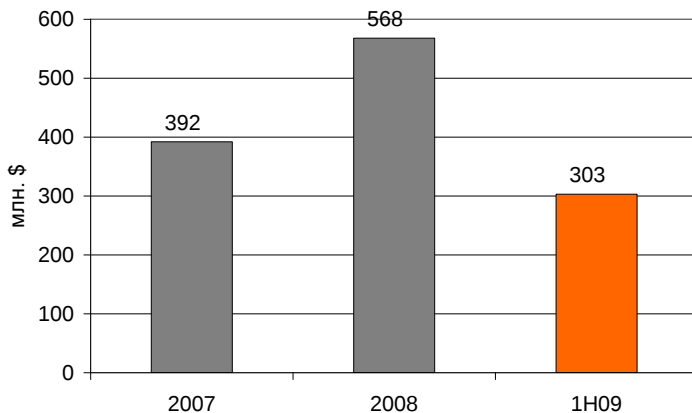
Структура On-Portal выручки



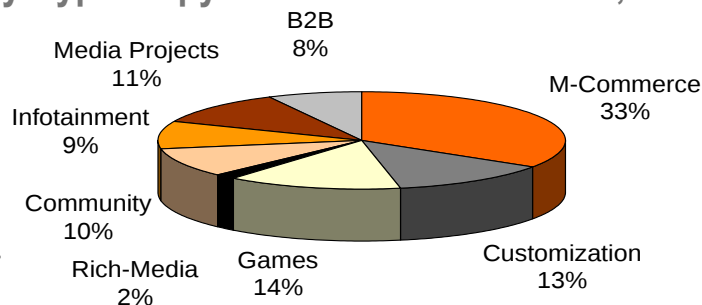
Начиная с 2007 года, наибольшую долю в структуре рынка On-Portal занимают операторские витрины по продаже услуги Ring Back Tones – в 1 полугодии 2009 они принесли операторам более 70% доходов от брендированных операторских контент-услуг.

Каналы продаж: Off-Portal

Выручка сегмента Off-Portal



Структура выручки Off-Portal сегмента, 1H09



- По прогнозам AC&M, объем рынка офф-портал в 2009 должен вырасти до \$630 млн.
- Значительная часть выручки в 2003-2004 гг. приходилась на различные виды кастомизации и медиа-интегрированных проектов на базе SMS-технологий.
- После спада premium-SMS в 2005-2006 годах бестселлерами стали голосовые услуги – развлекательные iVR-порталы, разговоры для взрослых и Call-TV.
- Игры являются единственной услугой в off-portal, которая демонстрирует стабильный рост на протяжении всех лет существования рынка.

2007-2009 стали годами бурного роста сегмента микроплатежей (прежде всего за услуги и контент в мобильном и «большом» Интернете). В 2008 году **рынок микроплатежей** достиг объема по крайней мере в \$190-200 млн. (рост в 9 раз по сравнению с 2007). При этом потенциал рынка остается достаточно высоким.

Advanced Communications & Media Ltd.

Oksana Pankratova, Partner

Phone: +7 916 3283516

E-mail: op@acm-consulting.com

Internet: www.acm-consulting.com