

МУЗЫКАЛЬНЫЕ ЗАПИСИ В ЦИФРОВОМ ФОРМАТЕ – КОМУ ЭТО ВЫГОДНО?

01 июля 2008 года

Пресс-релиз

В последние десять лет в медиа-индустрии наблюдался “цифровой бум”, который коснулся как потребителей музыки, так и звезд шоу-бизнеса и звукозаписывающие компании, что, в конечном счете, привело к трансформации экономики сектора в целом. Специалисты компании PricewaterhouseCoopers подготовили обзор медиа-индустрии «Музыкальные записи в цифровом формате – кому это выгодно?» (“Recorded Music – Who benefits from digital?”) рассмотрели экономические изменения, произошедшие в связи с развитием новых технологий записи музыки.

В обзоре отмечается, что за последние годы технологического прогресса в медиа-секторе многие рекорд-лейблы понесли значительные финансовые убытки. Вопреки расхожему мнению, уровень потребления музыки все возрастает. Цифровые технологии открыли новые возможности для распространения музыкальных записей, меломаны же теперь не ограничены ни во времени, ни в пространстве.

По мнению специалистов PricewaterhouseCoopers рост потребления музыки никак не стимулирует уровень продаж, более того, нарушает ранее существовавший в медиа-секторе “цикл замещения” одного физического носителя другим. Возможность загрузки обширной коллекции музыки с CD-носителей в компьютер для дальнейшей ее оцифровки в формат MP3, или другой более качественный цифровой формат, означает, что с развитием цифровых технологий «цикл замещения» полностью оборвался.

До начала “цифровой революции” основные игроки рынка обладали определенной властью: отбирали и промотировали артистов, формировали предпочтения аудитории. Точно также в сегменте розничной торговли определенные законы мерчендайзинга и ритейла в целом сказывались на доступности той или иной продукции для потребителя.

В настоящее время звукозаписывающие компании терпят убытки в связи с высоким уровнем пиратства и огромным ассортиментом музыкальных ресурсов в интернете. За счет снижения розничной стоимости и производственных затрат распространение музыки в цифровом формате также стало более выгодным в сравнении с дистрибуцией музыки на физических носителях. Однако доходы он-лайн дистрибьюторов в последнее время резко снизились, в связи с тем что потребители музыки чаще всего заинтересованы в приобретении отдельных синглов, а не всего альбома.

Несмотря на то, что некоторые эксперты прогнозируют спад в медиа-индустрии, на рынке появляются новые игроки, среди которых онлайн порталы, мобильные операторы, независимые рекорд-лейблы, а также онлайн радио. Ресурсы, представляющие разнообразие музыки для мобильных телефонов, обеспечивают половину прибыли глобального рынка цифровой музыки.

В обзоре PricewaterhouseCoopers среди тех, кому выгодно развитие цифровых технологий, в первую очередь названы:

- **потребители:** ритейлеры значительно сократили стоимость CD, в то время как онлайн ресурсы предлагают более продуманный ассортимент по ценам ниже стоимости продукции на физических носителях;
- **артисты, которые** выигрывают от увеличения новых каналов распространения как музыкальных записей, так и живых выступлений.

Прочие выводы, содержащиеся в обзоре:

1. Развитие процесса производства и реализации цифровой музыки изменило традиционную структуру медиа-индустрии.
2. С появлением цифрового формата носителя фундаментально изменился подход к потреблению музыкальных записей, что отразилось на стоимости продукции и прибыли музыкальных компаний.
3. Крупным звукозаписывающим компаниям уже недостаточно использовать с целью сохранения стабильной прибыли такие традиционные инструменты маркетинга, как ТВ и радио. В новых условиях рынка им необходимо осуществлять более широкий спектр активностей.
4. Для адекватного существования в сложившихся условиях конкурентной среды основным игрокам рынка необходимо использовать новые бизнес-модели, не зависящие от уровня продаж музыки на физических носителях, например:
 - лицензирование гастрольных туров артистов наряду с промоутерами;
 - использование новых каналов распространения музыки: мобильные телефоны, портативные устройства, онлайн проигрыватели.
5. Специалисты прогнозируют рост потребления музыкальной продукции посредством Интернета и мобильной связи к 2012 году, когда глобальная прибыль от продаж музыки на цифровых носителях составит от 15 до 35 миллиардов долларов США.
6. В ближайшее время ожидается формирование менее прибыльной, но более "гибкой" индустрии, ориентированной на получение дополнительной выгоды в новых условиях рынка.

Примечания для редактора:

1. За дополнительной информацией и комментариями обращайтесь, пожалуйста, к Вере Тоцкой по тел.: +7 (495) 967-6179, e-mail: vera.totskaya@ru.pwc.com или Анне Когосовой по тел.: +7 (495) 967-6179, e-mail: anna.kogossova@ru.pwc.com
2. Копия Обзора медиа-индустрии «Музыкальные записи в цифровом формате – Кому это выгодно?» ("Recorded Music – Who benefits from digital?"), подготовленного PricewaterhouseCoopers в 2008 году, а также его аудио-версия доступны на сайте http://www.pwc.co.uk/eng/publications/on_media_3rd_edition.html.
3. PricewaterhouseCoopers (www.pwc.com) предоставляет аудиторские услуги, услуги в области бизнес-консультирования, налогообложения и права компаниям разных отраслей. Наши услуги направлены на увеличение стоимости бизнеса клиентов, а также его ценности для общества в целом. Более 146 000 сотрудников в 150 странах используют свои знания, богатый опыт и творческий подход для разработки практических советов и решений, открывающих новые перспективы для бизнеса.

Под "PricewaterhouseCoopers" понимаются фирмы, входящие в глобальную сеть компаний PricewaterhouseCoopers International Limited, каждая из которых является самостоятельным юридическим лицом.