

Анализ российского рынка дополнительных услуг мобильной связи (VAS)

Advanced Communications & Media

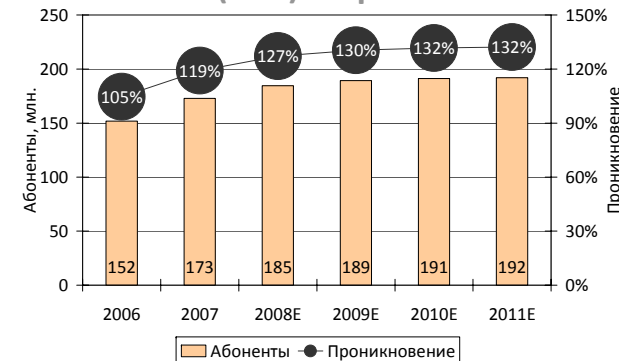
27 ноября 2008 года

Рынок мобильной связи

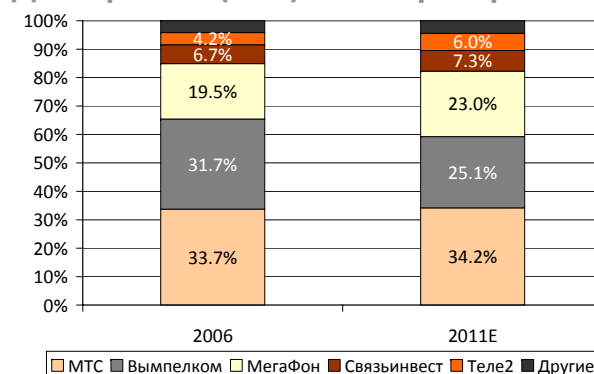
Рост абонентской базы мобильных сетей в России фактически закончился. Большинство новых продаж является результатом перетока абонентов либо кратковременными подключениями.

- Ожидается, что рынок сотовой связи России окончательно стабилизируется на уровне проникновения около 130% (это примерно 190 млн. SIM карт и около 100 млн. активных абонентов)
- Структура рынка стабилизировалась уже в 2007 году, не ожидается заметных изменений доли рынка какого-либо оператора, если не произойдет знаковых приобретений или слияний (например, продажа СМАРТС, Мотив или НТК).
- Сокращение доли Вымпелкома произошло в силу изменения учётной политики оператора. После перехода в 2008 года на отсев абонентов не проявляющих активности в течении 3-х месяцев, компания сократила абонентскую базу на 10 млн.

Абоненты (SIM) и проникновение



Доли рынка (SIM) по операторам

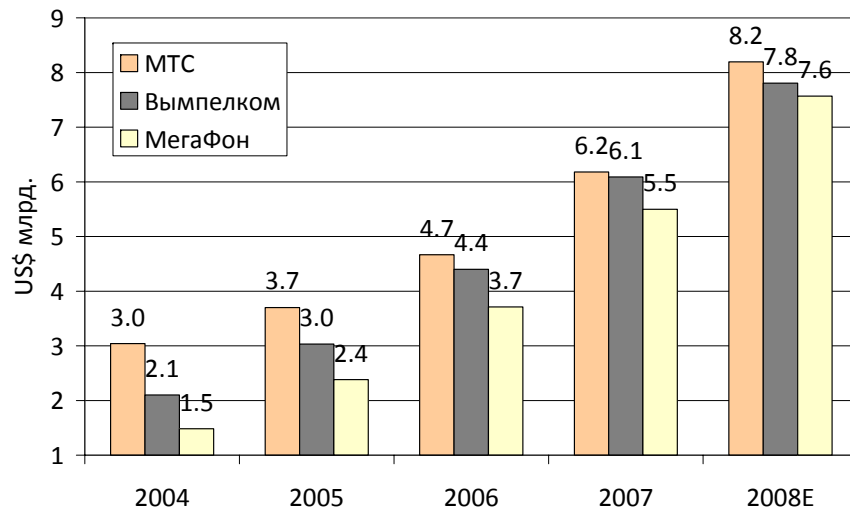


На рынке мобильной связи России исчерпаны возможности экстенсивного роста и дальнейшее развитие связано, прежде всего, с устранением барьеров потребления.

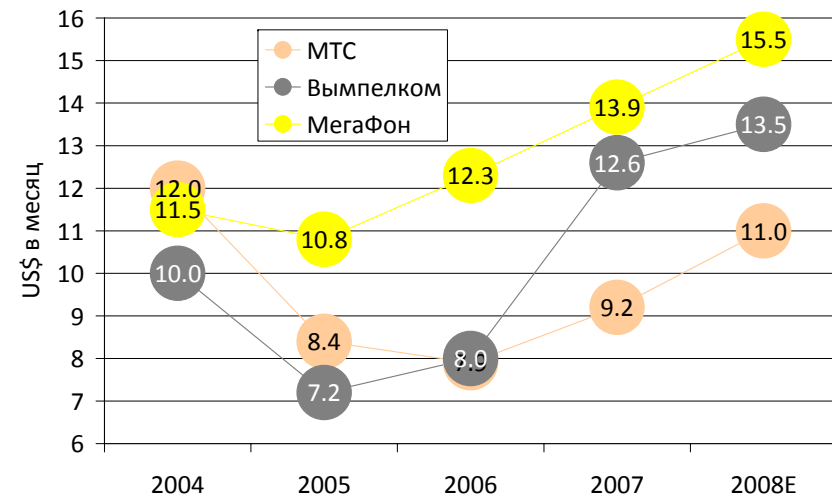
РЫНОК МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ

Несмотря на заметное замедление темпов роста абонентской базы, операторы смогли сохранить внушительные темпы роста выручки. Доходы «Большой Тройки» выросли в 2007 году на 39% , а в 2008 году увеличатся еще по крайней мере на 30%.

Выручка «Большой Тройки»



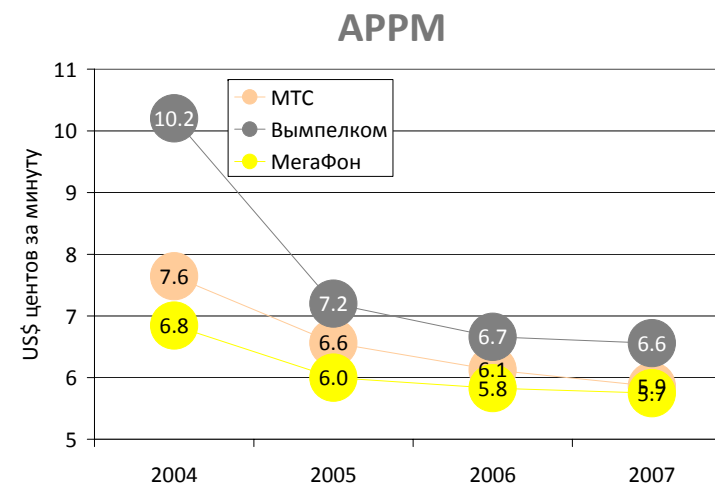
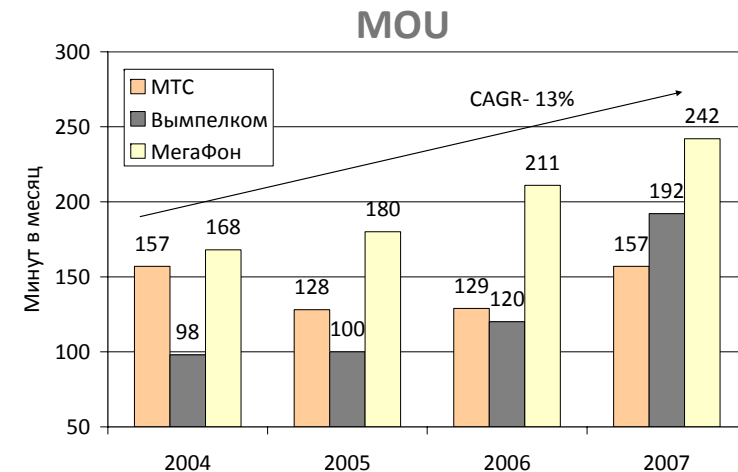
ARPU «Большой Тройки»



До 2007 года наблюдалось постоянное сокращение ARPU в результате сокращения тарифов и привлечения абонентов за счет различного рода бонусов и специальных акций. В 2007 году начал наблюдаться процесс роста удельной выручки на абонента.

Основные тенденции

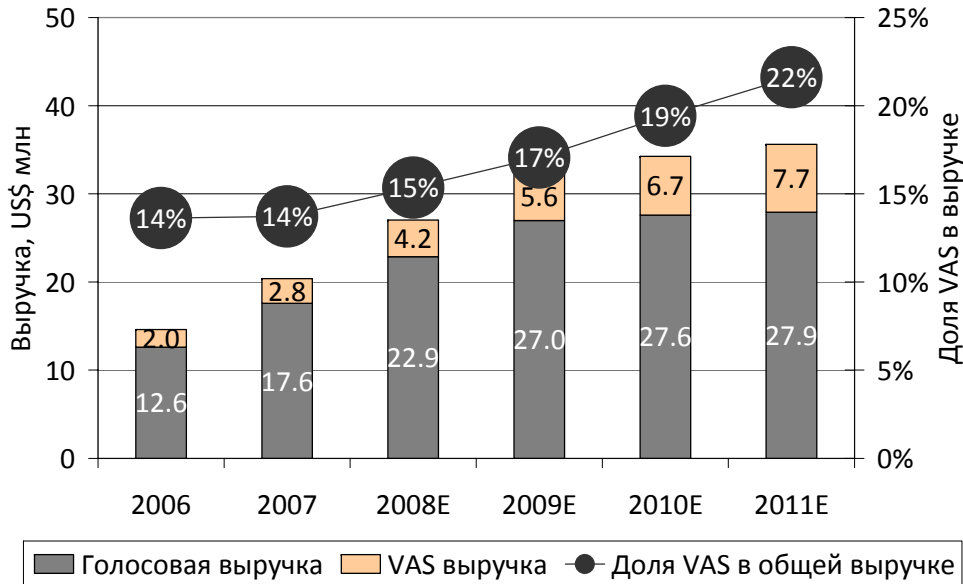
- Рост среднего потребления услуг на абонента и, прежде всего, MOU является основным драйвером роста выручки в мобильных сетях.
- Увеличение реальных доходов населения позволяет добиваться роста потребления услуги при сохранении средней стоимости трафика
- Одним из факторов роста валовой выручки в долларовом эквиваленте является беспрецедентное укрепление рубля по отношению к доллару
- Есть все основания полагать что дальнейший рост трафика в том числе и за счет каннибализации доходов фиксированной связи. Этот процесс активно идет как в сегменте местной, так и, более активно, в сегменте дальней связи, особенно по мере создания магистральных сетей сотовыми операторами.
- Основной задачей операторов на сегодня является персонализация обслуживания абонентов (гибкость и адаптивность тарифных планов и модификаторов, системы лояльности, широкий спектр смежных услуг). Для многих пользователей мобильный телефон - это уже основной инструмент связи с внешним миром.
- Следующий виток конкуренции ожидается после вывода UMTS/HSPA. Многие абоненты станут активно пользоваться двумя-тремя SIM-картами (одна для телефона, другая для модема в портативном компьютере)



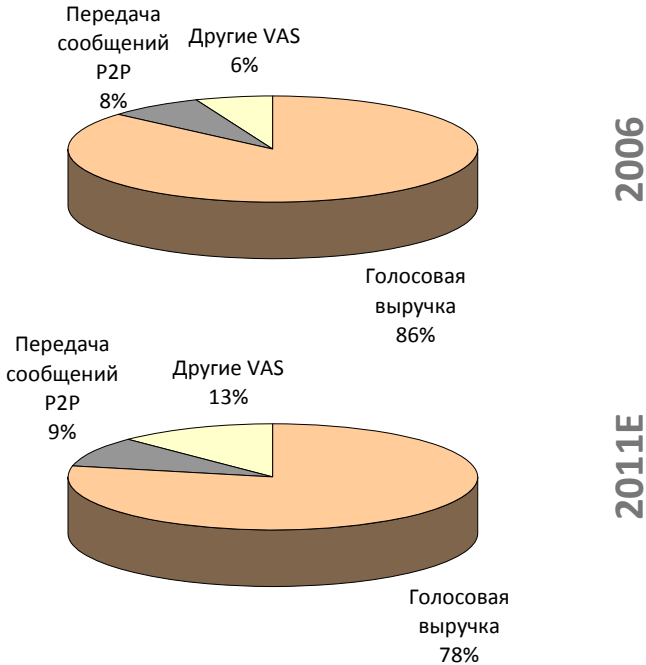
Рынок VAS

Развитие дополнительных услуг является вторым после роста MOU драйвером индустрии мобильной связи. Удельный вес дополнительных услуг в общей выручке операторов растет и превысит 20% к 2011 году. При этом менее половины VAS придется на SMS.

Выручка сотовой связи России



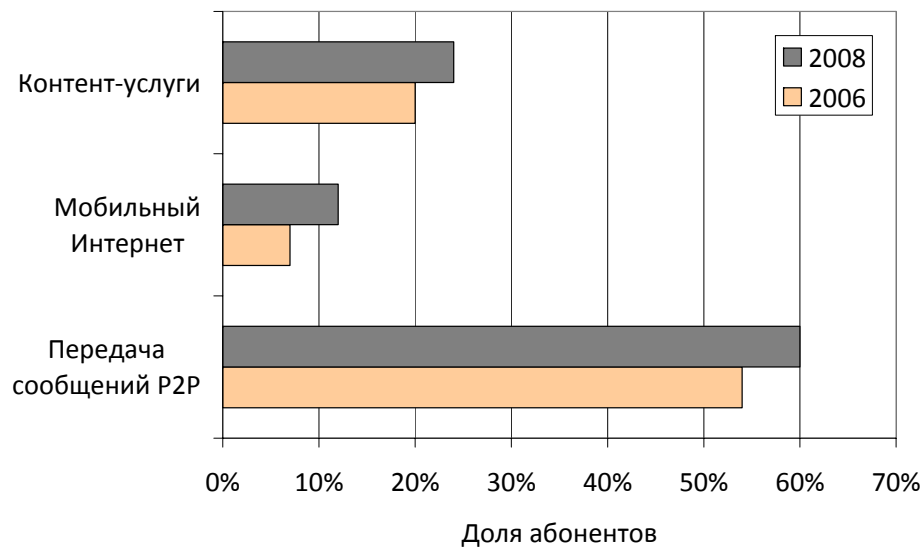
Структура выручки



Ожидается, что общий объем рынка сотовой связи России в 2011 году превысит \$35 млрд., из которых почти US\$ 8 млрд. составит выручка от VAS услуг. Для сравнения в 2007 году эти показатели составили US\$ 20.4 млрд. и US\$ 3.0 млрд.соответственно.

Самым динамично развивающимся сегментом VAS является мобильный интернет. По существу и число пользователей мобильного интернета увеличивается за год примерно на 50%, а доходы операторов от этого вида услуг удваиваются каждые 12 месяцев.

Доля абонентов, использующих VAS



Динамика роста доходов от VAS в по сегментам в 2007-2008 гг.

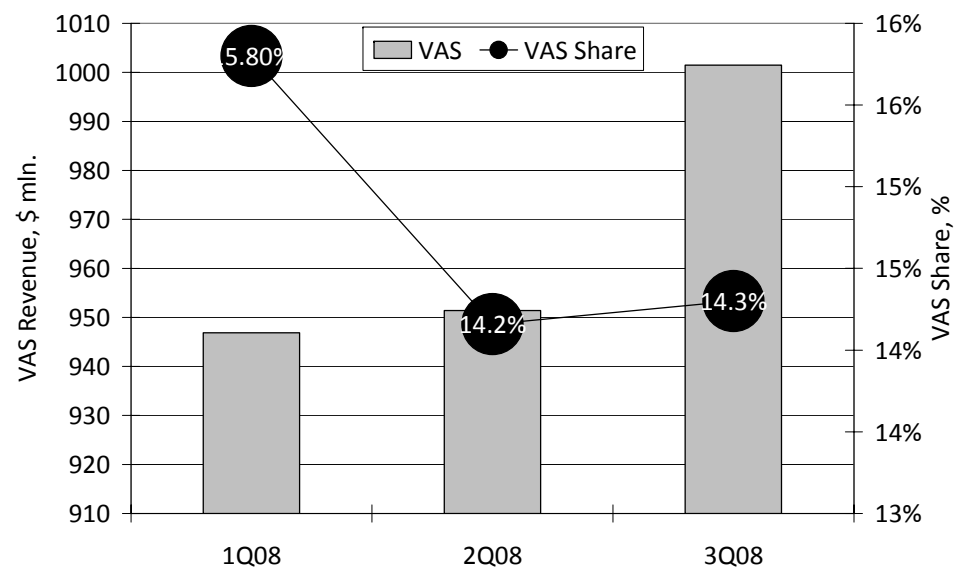


Доходы от услуг мобильного доступа в Интернет растут как за счет расширения аудитории, так и за счет более интенсивного использования Интернет транспорта для реализации многочисленных контент услуг. Рынок SMS близок к насыщению – аудитория P2P SMS будет расширяться медленно (за счет естественной смены поколений), а удельный трафик достиг предела роста.

Рынок VAS

В первые три квартала 2008 года общий объем рынка VAS в России составил \$2,9 млрд. (75% от всего рынка СНГ), в третьем квартале 2008 г. - \$1001 млн.

Доходы от VAS и VAS Share, 2008



По итогам 2008 года рынок может вырасти до \$3.9 млрд.

Рынок VAS: передача сообщений P2P

SMS остается самым важным сегментом VAS на который в 2007 году пришлось более половины доходов от VAS (\$1,509 млн.)

- **Номинальная стоимость SMS не снижалась** на рынке с 2004 года. После перехода на рублевые тарифы, стоимость SMS растет вместе с укреплением рубля. Несмотря на это наблюдается рост трафика.
- **Тарифные модификаторы**, позволяющие использовать большие объемы SMS в обмен на некоторую ежемесячную абонентскую плату стимулируют рост трафика SMS даже при том, что номинальная стоимость SMS не снижается.
- **Надежды на то, что MMS будет такой же популярной услугой** не оправдались. MMS приносит менее 3% общей выручки от передачи сообщений. В среднем абоненты отправляют менее 1 MMS в месяц.



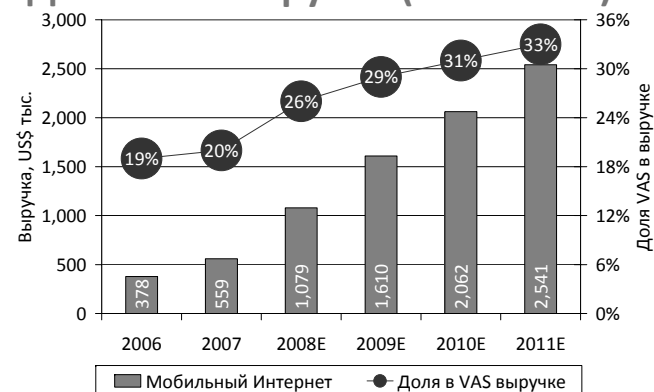
Вероятно российский рынок подтянется к средним по Европе показателям трафика SMS (около 25-30 на одного активного абонента). Однако доля SMS в VAS будет сокращаться.

Рынок VAS: мобильный Интернет

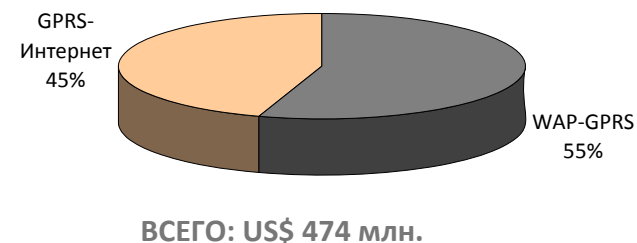
Мобильный Интернет наиболее динамично развивающийся сегмент VAS. Ожидается, что в 2008 году доходы в этом сегменте превысят \$1 млрд., а в 2009 - \$1.6 млрд.

- Одним из главных драйверов развития мобильного Интернет является эволюция абонентских устройств: рост доли аппаратов с большим дисплеем и оснащенных HTML браузерами. В настоящее время более 80% все мобильных терминалов, находящихся на руках у населения России, поддерживают технологию GPRS, 60% - технологию EDGE.
- Вторым важным фактором развития является общий рост аудитории Интернет. Число пользователей Интернет в России увеличилось с 11 млн. в начале 2007 года до 22 млн. в начале 2008 г.
- Ожидается, что новое ускорение сегмент получит за счет развертывания сетей 3G, в 2008-2009 гг. Широкополосный доступ позволит мобильным операторам конкурировать за аудиторию с проводными операторами.

Динамика выручки (2006-2011)



Структура выручки (1П2008)



Если ориентироваться на европейские страны, где уровень проникновения мобильного интернета достиг 30%, потенциальная аудитория этой услуги в России оставляет порядка 40 миллионов.

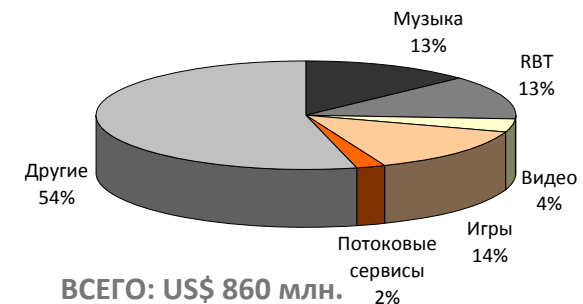
Рынок VAS: контент услуги

Общий объем контент-ориентированных услуг в 2007 году составил US\$ 571 млн. Основной объем услуг приходится на различные варианты кастомизации (около 31%)

- После непродолжительного периода стагнации в 2005-2006 годах к концу 2007 наметилась тенденция к оживлению рынка. В 1 пол. 2008г. рынок вырос по сравнению с аналогичным периодом 2007 г. на 45%
- Значительные изменения претерпела структура спроса на смену массовым услугам по кастомизации (мелодии, экранные заставки) пришли более сложные в продвижении и реализации услуги: Ring-Back-Tone, видео и музыкальный контент, микро-платежи.
- В значительной степени наиболее массовые контент-услуги (такие как приобретение музыкальных и видео клипов, стриминг по запросу и т.д.) сдерживаются отсутствием адекватного по скорости и стоимости транспорта.



Структура доходов (2008П)

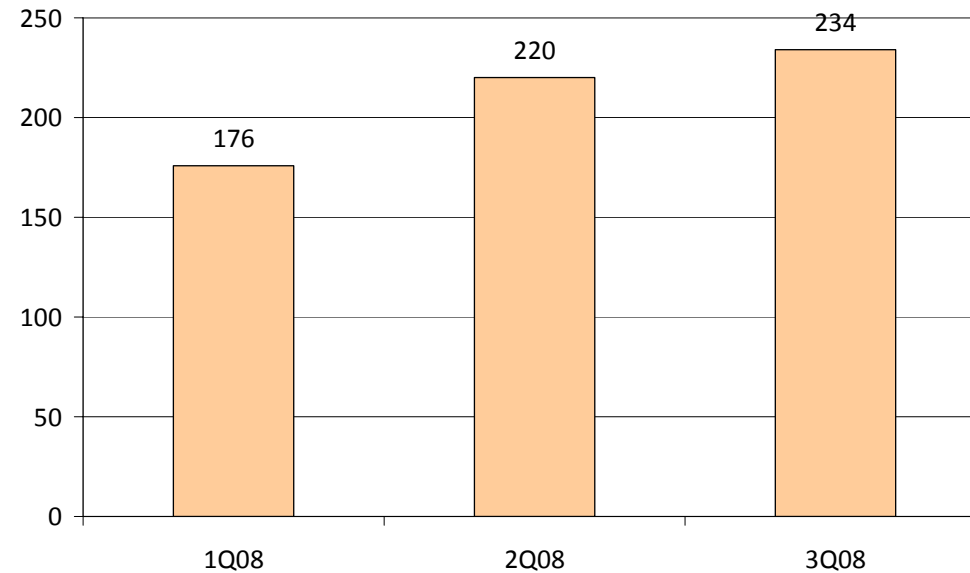


Прогнозы относительно стагнации в сегменте контент услуг не оправдываются. В 2008 ожидается рост контент услуг на 51% по сравнению с 2007.

РЫНОК КОНТЕНТ-УСЛУГ

В первые три квартала 2008 года общий объем рынка контент-услуг в России составил \$630 млн. (76% от всего рынка СНГ), в третьем квартале 2008 г. - \$234 млн.

Доходы от контент-услуг, 2008

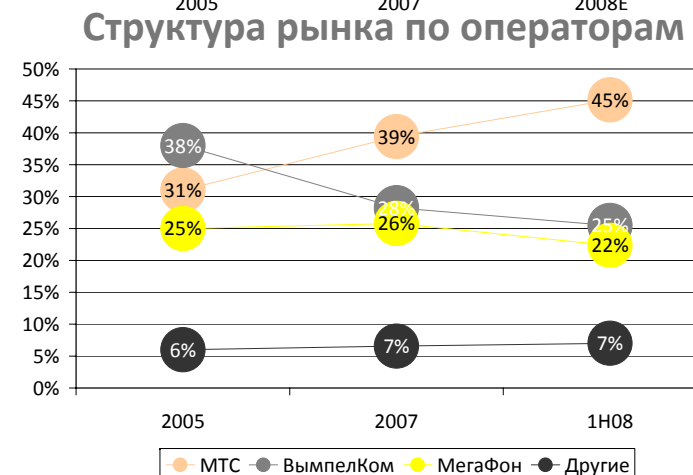
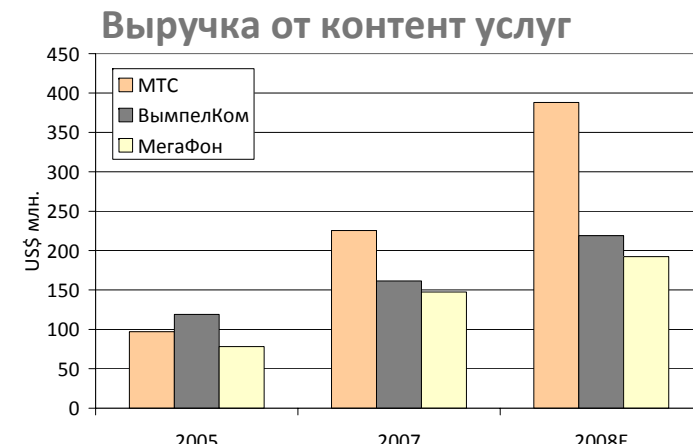


По итогам 2008 года рынок может вырасти до \$860 млн.

Контент услуги - структура

Развитие контент услуг в рамках той или иной сети мобильной связи определяется в значительной степени субъективными факторами: отношение топ-менеджмента к контент услугам, готовность инвестировать в соответствующие платформы, гибкость во взаимоотношениях с партнерами.

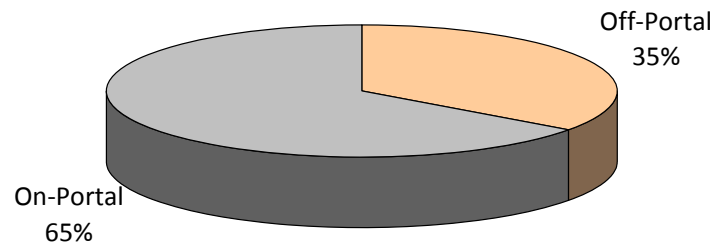
- Доля мелких и средних региональных операторов по сравнению с компаниями «Большой Тройки» непропорциональна мала: они не способны тратить адекватные материальные и людские ресурсы на развитие VAS.
- МТС существенно опережает конкурентов по доле в общей выручке от контент-ориентированных услуг: компания первая реализовала платформы для наиболее популярных услуг (таких как RBT) и новые бизнес-модели (WAP-Sharing).
- Вымпелком, некогда лидер в области VAS, отстает от конкурентов.



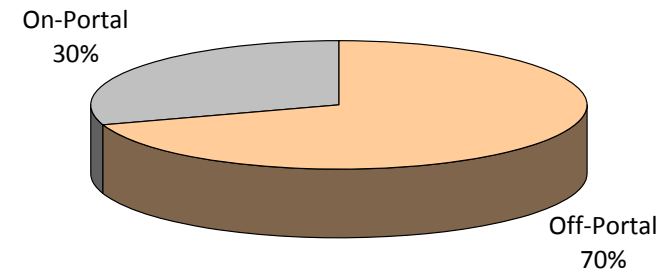
Контент услуги - структура

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.

Структура выручки от контент-услуг,
Европа, 2008



Структура выручки от контент-услуг,
Россия, 2008

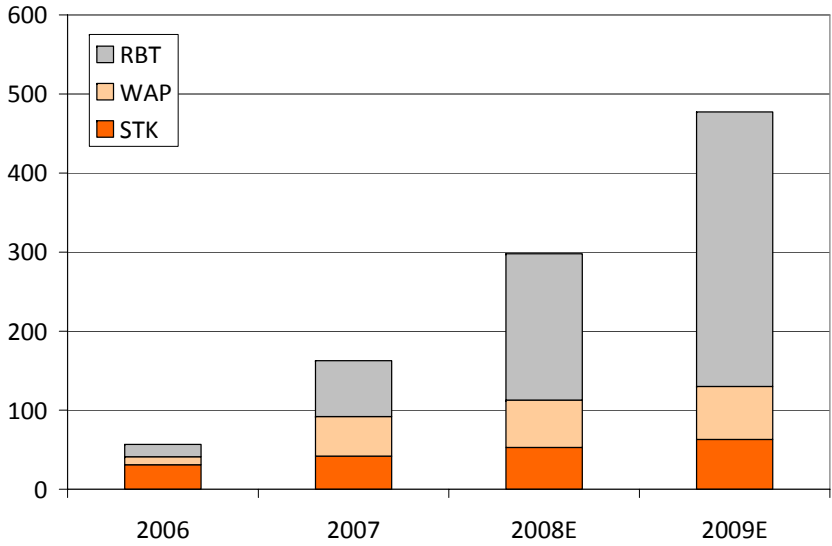


Стабилизация динамики доходов от собственных порталов в последние два года заставила европейских и североамериканских операторов обратить внимание на рынок офф-портал и активно заняться его развитием. Тем не менее в Европе три четверти доходов приходится на порталы операторов. В России прямые продажи контент-провайдеров пока остаются основным источником доходов на рынке контента (без учета доходов от трафика).

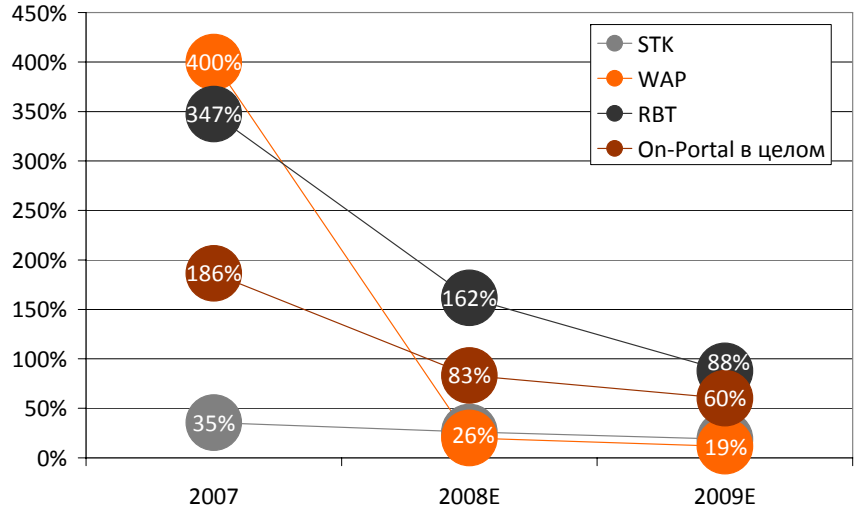
Рынок On-Portal

В 2008 году общий объем рынка on-portal в России составит около \$298 млн., что на 83% больше показателя 2007 года. Темпы роста рынка постепенно сокращаются, рынок стабилизируется через 2-3 года на уровне \$750-800 млн. в год.

Динамика выручки от on-portal



Темпы роста выручки от on-portal по сегментам

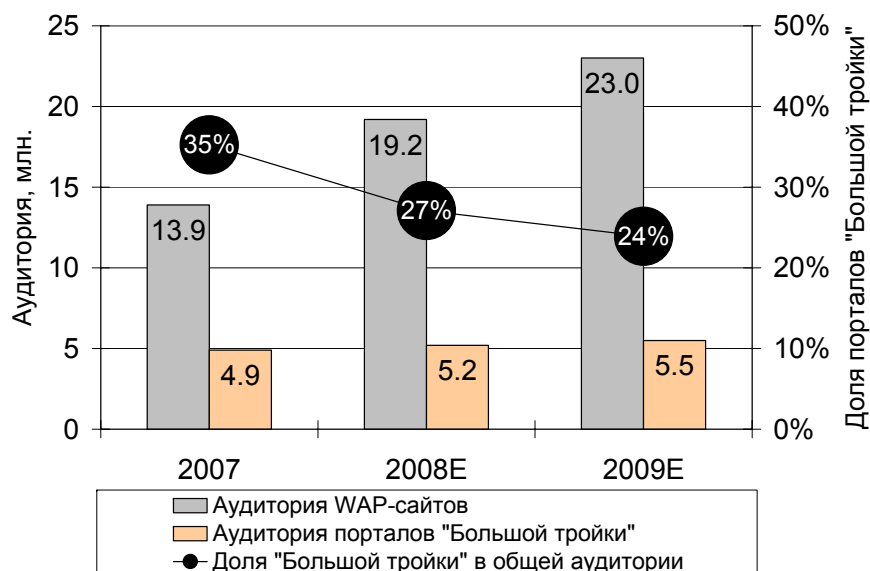


Начиная с 2007 года, наибольшую долю в структуре рынка on-portal занимают операторские витрины по продаже услуги Ring-Back Tones – в 2008 году они принесут операторам около 62% доходов. Доходы от STK растут медленнее всего, однако планируемая модернизация этих порталов у всех трех федеральных операторов должна поддержать рост в 2009 году.

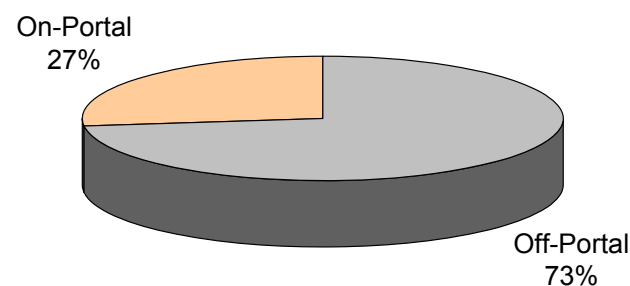
Аудитория WAP-порталов

Общий размер аудитории WAP-сайтов в России в настоящее время превышает 17 млн. уникальных пользователей в месяц. Говорить об «отмирании WAP» говорить пока не приходится – число пользователей WAP-сайтов растет на 38% в год.

Аудитория WAP-сайтов



Структура аудитории WAP-сайтов

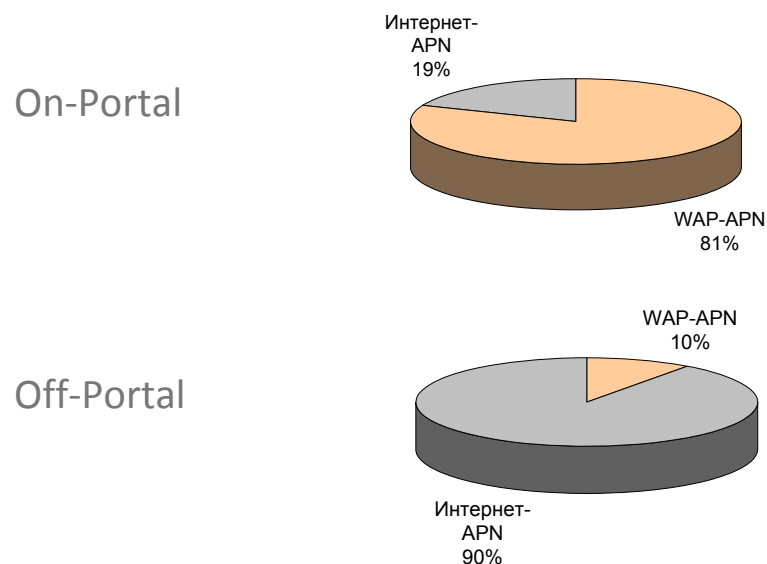


Основной прирост аудитории происходит за счет сегмента off-portal, поскольку число независимых WAP-сайтов стремительно растет и уже составляет несколько десятков тысяч. Однако для более чем 30% ежемесячной аудитории WAP в России WAP-порталы операторов остаются основными медиа-ресурсами мобильного Интернета. Аудитория WAP-порталов операторов «Большой тройки» растет на 5-7% в год и в ближайшие 2-3 года приблизится к 6 млн. уникальных пользователей в месяц.

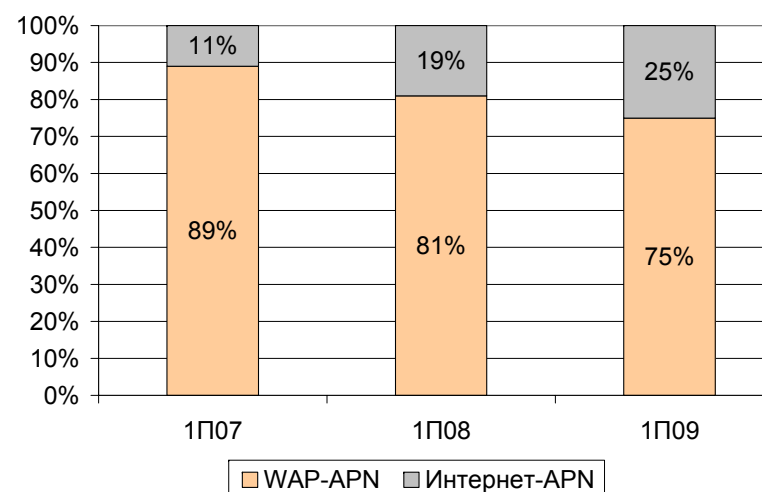
Аудитория WAP-порталов по способам доступа

Не смотря на рост количества пользователей, посещающих WAP-ресурсы через Internet-APN, число пользователей, которые будут обращаться к ресурсам через WAP-APN, продолжает оставаться достаточно большим. Особенно это касается порталов операторов, которые посещает наименее продвинутая часть пользователей.

Способы доступа к WAP-сайтам, 1П2008



Способы доступа к порталам операторов



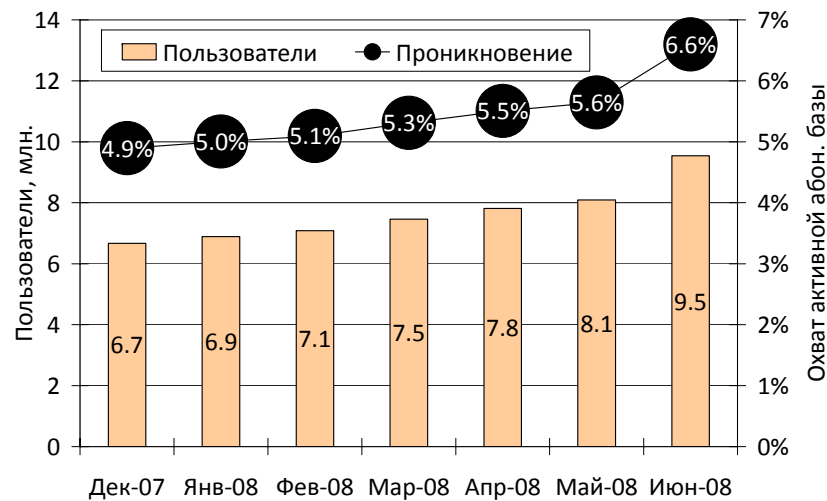
Кроме того, сохранение высокой доли пользователей WAP-APN обеспечивается и политикой некоторых операторов (в частности, МТС), которые «закрывают» доступ к контенту на своих порталах для пользователей Internet-APN.

- Не смотря на рост количества независимых WAP-ресурсов, в ближайшие два-три года аудитория WAP-порталов крупнейших операторов будет расти на 3-4% в год.
- Не смотря на растущий уровень технической грамотности пользователей и другие факторы, доля пользователей, посещающих WAP-порталы операторов через Internet-APN, не превысит 35%. Этому будет способствовать и политика некоторых операторов по ограничению доступа к контенту для пользователей Internet-APN.
- Существенная доля выручки WAP порталов операторов будет извлекаться за счет трафика (нежели чем платы за контент). Разделение доходов от WAP трафика планирует реализовать «ВымпелКом».

Рынок RBT в России

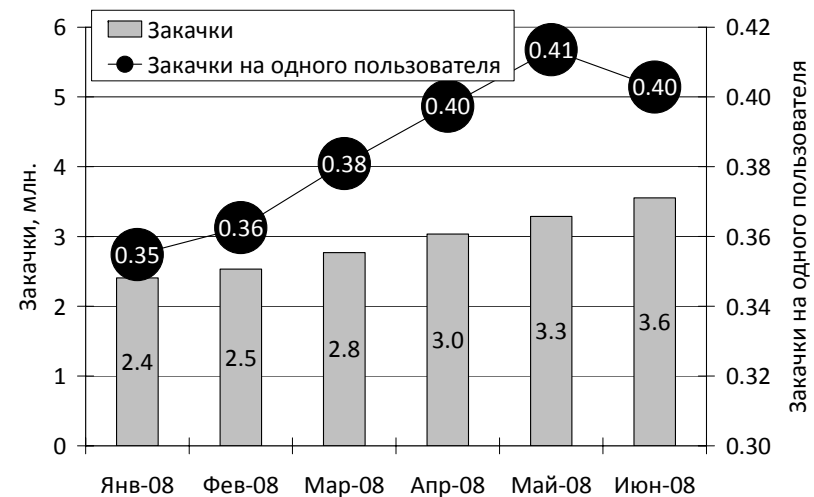
Появившись на российском рынке в конце 2005 года, услуга RBT получила массовое распространение менее чем за три года. Аудитория услуги уже насчитывает более 9 млн. пользователей, которые за первую половину 2008 года в совокупности установили 18 млн. мелодий вместо обычного сигнала «контроль посылки вызова».

Аудитория и охват услуги



Проникновение – отношение между числом пользователей RBT и общим числом абонентов мобильной связи

Потребление контента

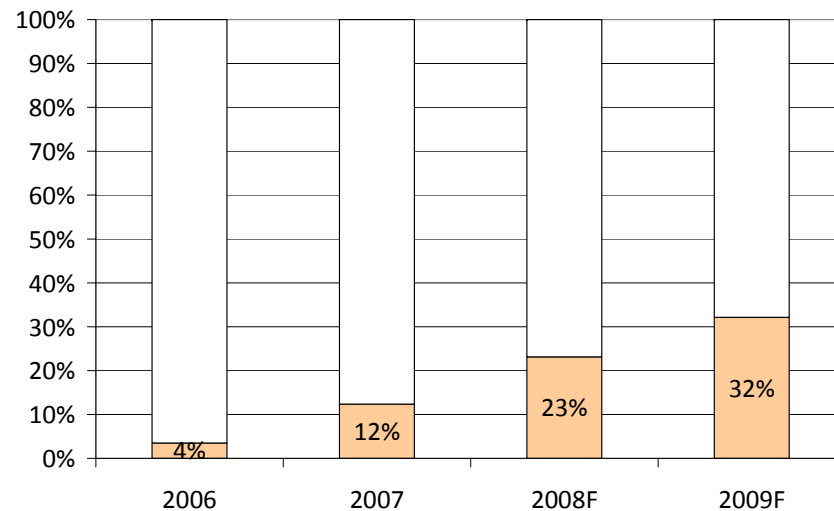


Ожидается, что к концу 2008 года аудитория услуги вырастет на 120% до 14.6 млн., а в 2009 году – до более чем 24 млн. Росту аудитории должен поспособствовать и полноценный запуск услуги компанией «ВымпелКом».

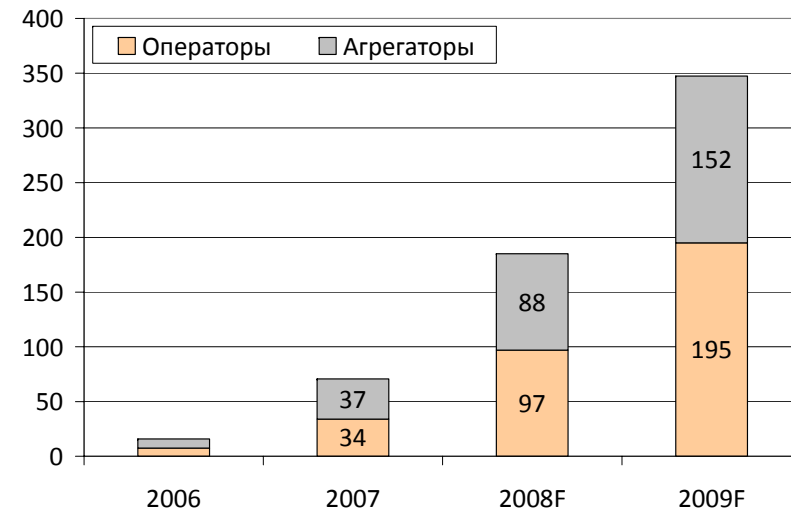
Рынок RBT в России

RBT является одной из самых быстрорастущих услуг на контент-рынке России – по итогам 2008 года выручка от RBT может вырасти на 162% до \$185 млн.

Доля RBT в доходах от контент-услуг



Динамика выручки от RBT, \$ млн.

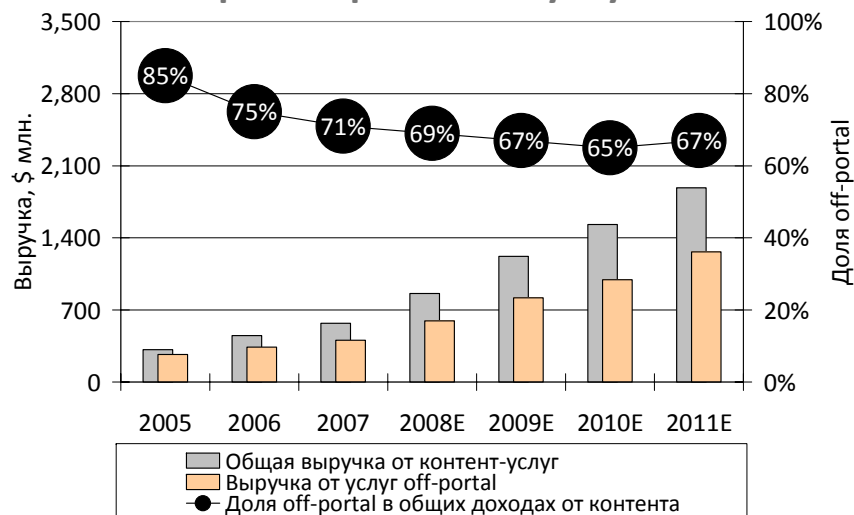


В отличие от европейских стран, где проникновение RBT за 6 лет существования достигло только 5-7%, в России услуга RBT стала своего рода killer application, уже приносящим почти четверть доходов от контент-услуг. Покупка RBT-бизнеса Incore компанией «МегаФон» привела к росту общей маржи операторов – по итогам 2008 года она вырастет с 48% до 52%, в 2009 году – до 56%.

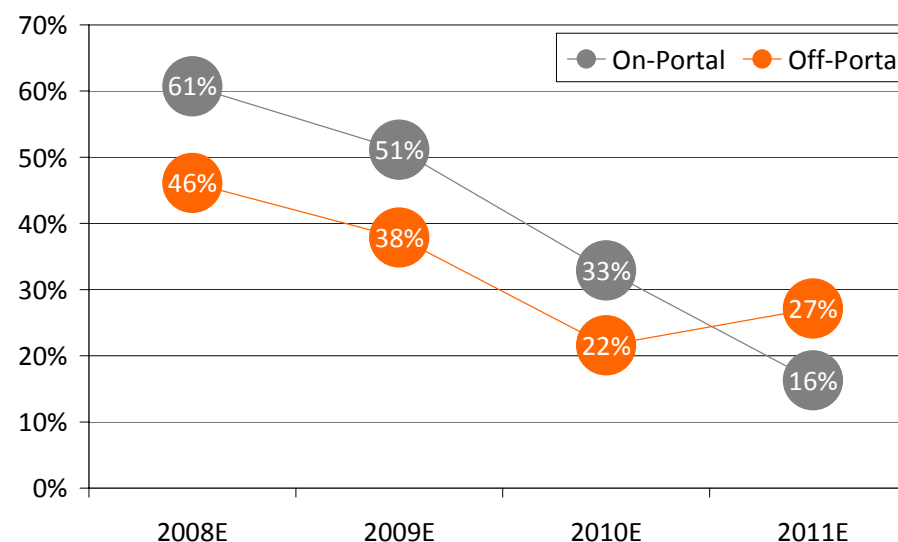
Динамика Off-Portal в России

Оборот off-portal в России пережил период стагнации и даже сокращения в 2006-2007 г.г. в связи с кризисом идей в области кастомизации (ключевой статьи дохода для off-portal). В 2008 году рост возобновился. Ожидается, что в 2008 году доходы от off-portal услуг вырастут на 46% до \$590 млн.

Динамика выручки и доли off-portal в общих доходах контент ориентированных услуг

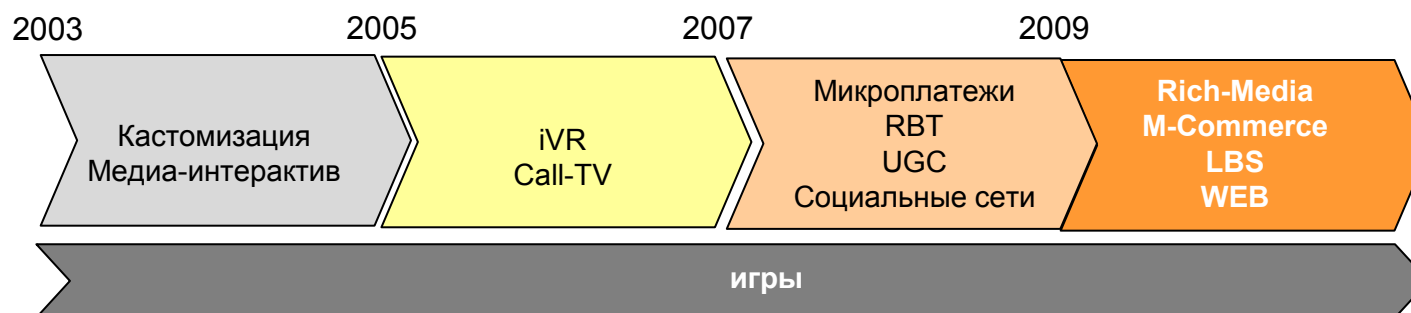


Динамика темпов роста выручки on-portal и off-portal



По мнению AC&M, опережающие темпы роста сегмента on-portal в среднесрочной перспективе сохранятся. Однако, развитие новых направлений и неизбежная конвергенция WEB и мобильной среды приведет к тому, что роль off-portal начнет обгонять on-portal через 2-3 года.

Эволюция Off-Portal в России



- 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.
- 2007-2008 стали годами бурного роста сегмента микро платежей (прежде всего за услуги и контент в мобильном и «большом» Интернете).
- Игры являются единственной услугой в off-portal, которая демонстрирует стабильный рост на протяжении всех лет существования рынка. Однако сегмент игр достаточно ограничен.

Дальнейшее развитие сегмент off-portal получит новый импульс с «легализацией» мобильной коммерции, развитием новых технологий (например, LBS), а также тотальной «мобилизацией» WEB-контента.

Структура Off-Portal в России

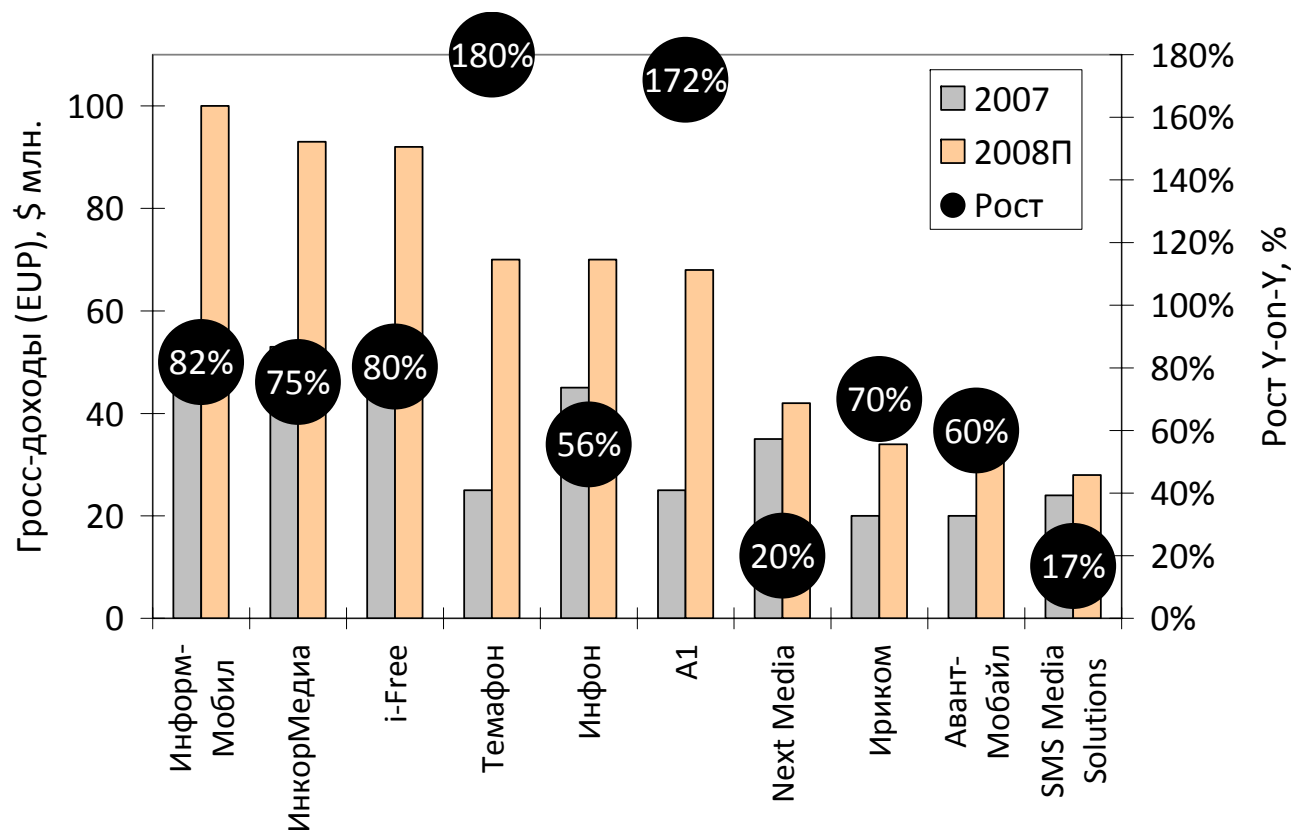
Сегмент	Доля в доходах, 2007	Доля в доходах, 2008E	Динамика, Y-on-Y	Комментарии
Customization	32%	21%	-4%	Большая часть доходов перетекла в on-portal сегмент.
Games	11%	13%	73%	Факторы роста - брендированные и многопользовательские игры.
Rich-Media Content	1%	1%	192%	Пока очень небольшой сегмент. Ключевой фактор роста - WAP/GPRS Revenue Sharing.
Infotainment	15%	10%	-3%	Основной фактор роста до недавнего времени - iVR - в настоящее время демонстрирует спад.
Community	10%	12%	85%	Бурный рост популярности социальных сетей. Фактор роста - WAP/GPRS Revenue Sharing.
Media-Projects	19%	14%	8%	В настоящее время сегмент стагнирует. Ожидаются новые проекты к концу 2008 г.
m-Marketing, Adv & CRM	8%	11%	101%	Ключевые факторы роста в настоящее время - B2B-решения и CRM.
m-Commerce	5%	18%	426%	Сегмент демонстрирует самый большой темп роста за счет микроплатежей в Интернете и WAP.

В настоящее время самыми быстрорастущим сегментом, за счет которого происходит основной рост всего рынка off-portal, являются микроплатежи. Через год этот сегмент станет и самым значимым по абсолютным объемам выручки.

Топ-10 участников рынка-2008

В Топ-10 участников рынка по gross-выручке совершенно очевидно попадают три основных агрегатора on-portal услуг. Наибольший рост среди тех, кто работает в основном на рынке off-portal, демонстрируют компании, занимающиеся микроплатежами.

Доходы Топ-10 участников рынка, 2008П



Контактная информация

Advanced Communications & Media Ltd.

Армянский переулок, д.11/2а
Москва 101990, Россия

Телефон/факс: +7 495 933-5578
E-mail: info@acm-consulting.com
Internet: www.acm-consulting.com