



## **VAS-рынок России и СНГ: где искать Эльдорадо?**

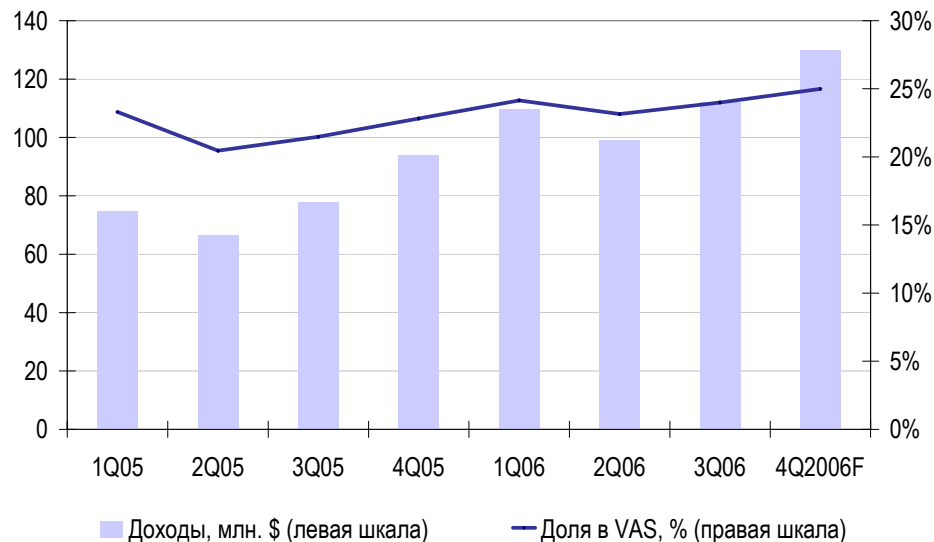
III Mobile VAS Conference  
Санкт-Петербург, 16-17 ноября



Озеро Гуатавита, Колумбия

Поиски загадочного  
Эльдорадо, хранящего  
сокровища инков,  
продолжаются до сих пор.  
Меняется лишь место  
поисков. Как и положено  
легенде, Эльдорадо уже пять  
сотен лет не имеет  
постоянного места...

## Рынок мобильного контента



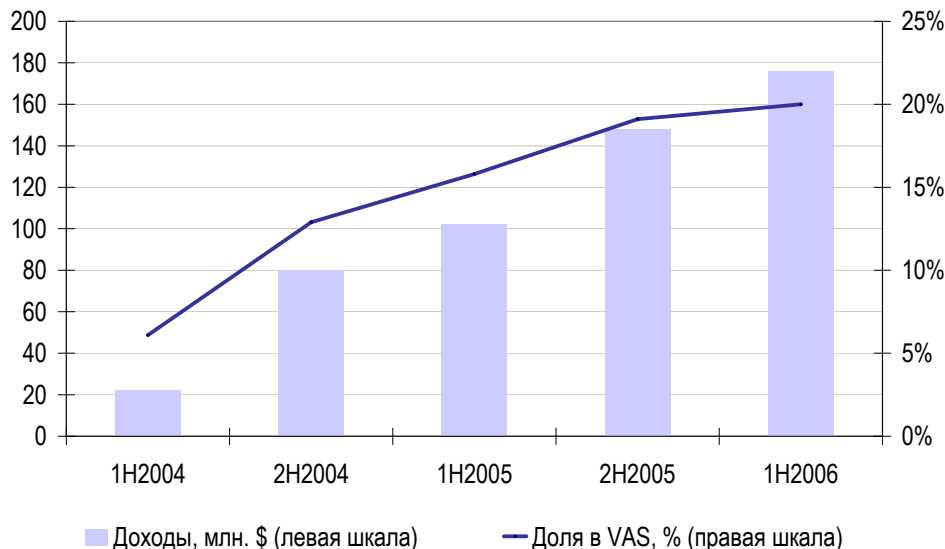
## Ключевые тенденции [9М2006]

- «Утяжеление» контента
  - Развитие IVR
  - Замедление темпов роста
  - Экспансия на смежные рынки
  - Пересмотр стратегий операторами:
    - «портальная» стратегия
    - агрегационная модель
- В итоге – ужесточение контроля за развитием рынка
- Развитие WAP

Ожидается, что по итогам 2006 года рынок мобильного контента в России вырастет до \$450 млн., а к 2010 году превысит \$1 млрд.

## Рынок мобильного Интернета

## Ключевые тенденции [1 пол. 2006]

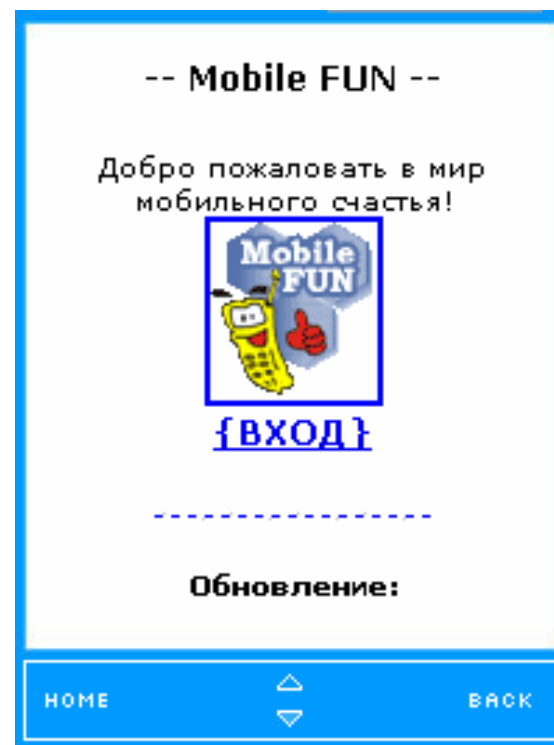


- Самый быстрорастущий сегмент VAS
- Операторы охватили GPRS-сетями практически все регионы
- Активно развивается EDGE
- Рост количества пользователей GPRS: в настоящее время – 16 млн., из них 8,5 млн - активных
- 87% GPRS-пользователей пользуются WAP-GPRS

Ожидается, что по итогам 2006 года рынок мобильного Интернета в России вырастет до \$380 млн., а его доля в общих доходах от VAS – до 25%.

## WAP в России

- 
- Количество WAP-сайтов в зоне .ru:  
~50 тыс. (рост в 100 раз за 1,5 года)
  - Операторы и контент-провайдеры прикладывают значительные усилия для продвижения WAP:
    - автонастройки
    - обучение абонентов
    - реклама WAP-порталов
    - WAP-тарификация
- 



WAP-GPRS активно пользуется порядка 7% российских абонентов.

## Топ-20 самых посещаемых WAP-сайтов в зоне .ru

- 
- |   |   |
|---|---|
| <ol style="list-style-type: none"><li>1. <a href="http://blud.net">Please wait (http://blud.net)</a></li><li>2. <a href="#">SOTA-XXX-ZAGRUIZ</a></li><li>3. <a href="http://supersex.wab.ru">W B-City (http://supersex.wab.ru)</a></li><li>4. <a href="#">Супер ПОРНО</a></li><li>5. <a href="http://galaktika.wen.ru">http://galaktika.wen.ru</a> (эротика, mp3, игры)</li><li>6. <a href="http://mobitele.wen.ru">mobitele.wen.ru</a> (музыка, игры)</li><li>7. <a href="http://SymbianClub.ru">SymbianClub.ru</a> (эротика, игры)</li><li>8. <a href="http://twilightwap.com">twilightwap.com</a> (mp3, чаты)</li><li>9. <a href="http://C100.nsk.ru">C100.nsk.ru</a> (контент, чат, форум)</li><li>10. <a href="#">WapGrOb</a> (чаты, эротика, развлечения)</li></ol> | <ol style="list-style-type: none"><li>11. <a href="http://today.wab.ru">http://today.wab.ru</a> (контент, форум, чат)</li><li>12. <a href="#">ЭРОтека</a></li><li>13. <a href="http://smart.nokiazone.ru">Symbian</a> (http://smart.nokiazone.ru)</li><li>14. <a href="#">WAPSTAR.RU</a></li><li>15. <a href="#">Малолетки</a></li><li>16. <a href="http://luber.fatal.ru">Http://luber.fatal.ru</a></li><li>17. <a href="http://x-wap.ru">http://x-wap.ru</a></li><li>18. <a href="#">AnimeWAP</a> (чат, новости, контент)</li><li>19. <a href="#">Java раздел</a> (игры и программы)</li><li>20. <a href="#">Zagruzki.Ru</a> (контент, эротика)</li></ol> |
|---|---|
- 

Источник: WAP Look

Самые популярные WAP-сайты/разделы в России – эротика, развлекательный контент, общение.

## Бизнес-модели в Интернет

---

- Посредническая
- **Рекламная**
- Информационная
- Торговая
- Производственная
- Партнерская
- Коммьюнити
- Подписная
- По потреблению

## Рекламная бизнес-модель

---

Произошла из традиционной модели медиа-вещания. К **рекламной модели** относятся:

- Портал
- Доски объявлений
- Регистрация пользователей
- Платное размещение, основанное на запросе
- Контекстная и поведенческая реклама
- Контентно-таргетированная реклама
- Infomercials
- Ultramercials

---

Источник: Michael Rappa

В 2005 г. объем рынка Интернет-рекламы в России вырос на 89% и составил \$100 млн.

## Бизнес-модели WAP в России

В российском WAP-пространстве доминирует **торговая модель** – WAP-портал выступает инструментом торговли (витриной).

Другие модели:

- Информационная
- Партнерская
- Коммьюнити
- Подписная

По мере роста количества российских WAP-пользователей, начинает использоваться и **рекламная модель**.











WAP-пространство становится более организованным и прозрачным:

- поисковые системы в WAP (**WAP Look**)
- баннерообменные сети (**Wapbanners.ru**)
- WAP-счетчики

Разрыв между бизнес-моделями Интернета и WAP будет сокращаться. Основной источник этой тенденции – рост числа игроков в WAP и WAP-аудитории.

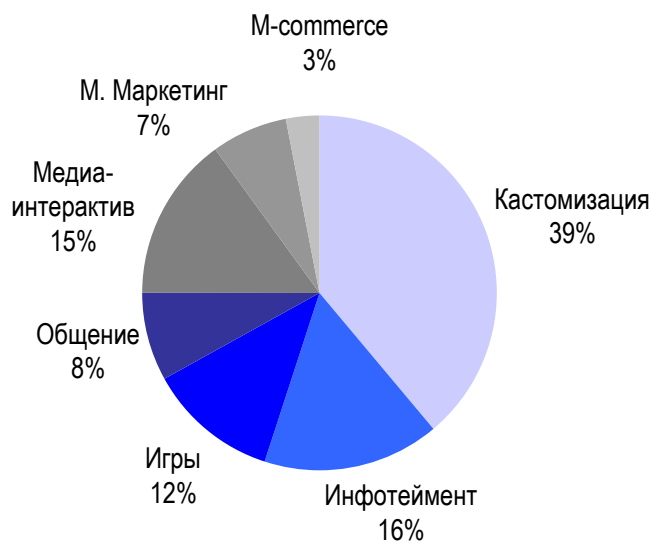


## Топ-10 контент-провайдеров [9М2006]

- 
- |  |   |
|--|---|
| 1. «Инфон»              | 6. PlayFon                 |
| 2. «Информ-Мобил»       | 7. «Никита Мобайл»         |
| 3. SMS Media Solutions  | 8. «Ириком»                |
| 4. i-Free               | 9. Next Media              |
| 5. «Нева Лайн»         | 10. Solvo International  |
- 

Ведущие контент-провайдеры используют разные стратегии:  
диверсификация vs. специализация

## Структура контент-рынка по услугам [9М2006]



### Рост:

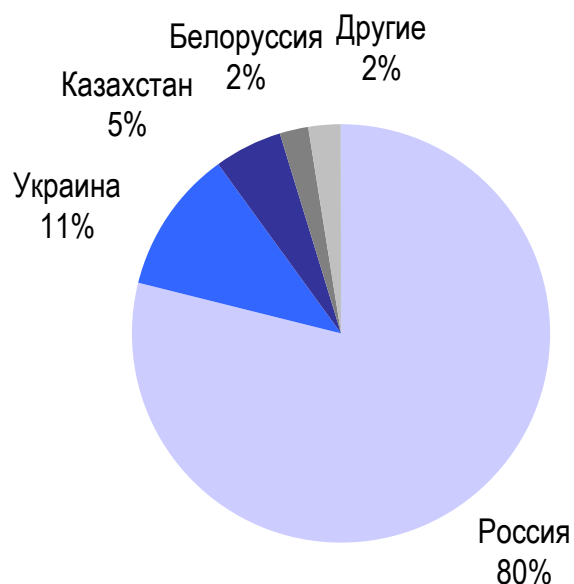
- Инфотеймент
- Игры
- Общение
- Медиа-интерактив
- Мобильный маркетинг
- Мобильная коммерция

### Спад:

- Кастомизация

Помимо поиска источников роста в новых сервисах, контент-провайдеры выходят на смежные рынки (широкополосный доступ, интернет-коммерция)

## Структура контент-рынка СНГ по странам [9М2006]

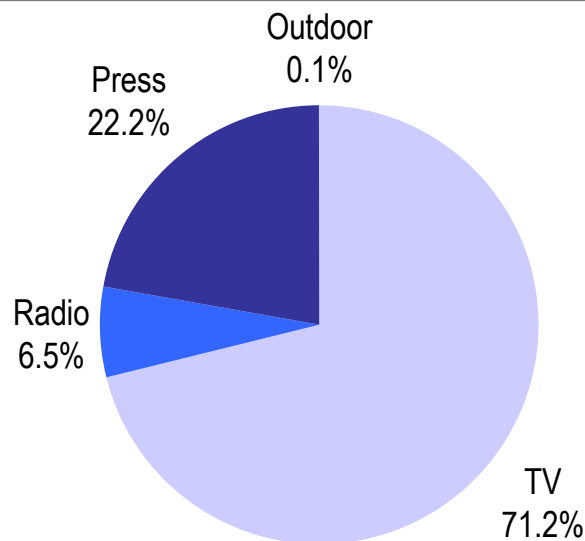


### Основные негативные факторы:

- Политические риски
- Особенности ведения бизнеса
- Неразвитая инфраструктура
- Низкое проникновение сотовой связи
- Низкие доходы населения
- Низкая мобильная грамотность
- Маленькие рынки

При принятии решения о выходе в другие страны СНГ необходимо тщательно изучить особенности местных рынков и проанализировать перспективы как всего рынка, так и компании в целом.

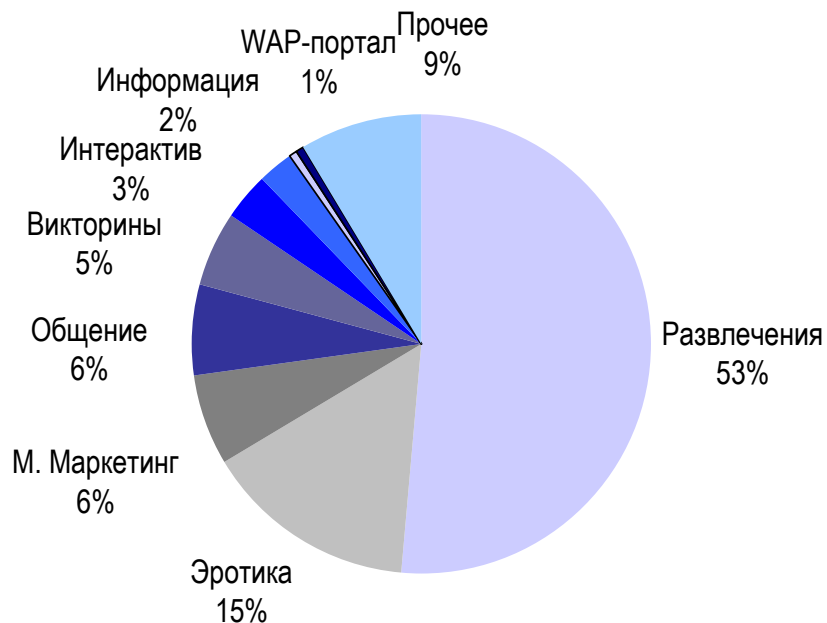
## Структура рекламных затрат по медиа [9М2006]



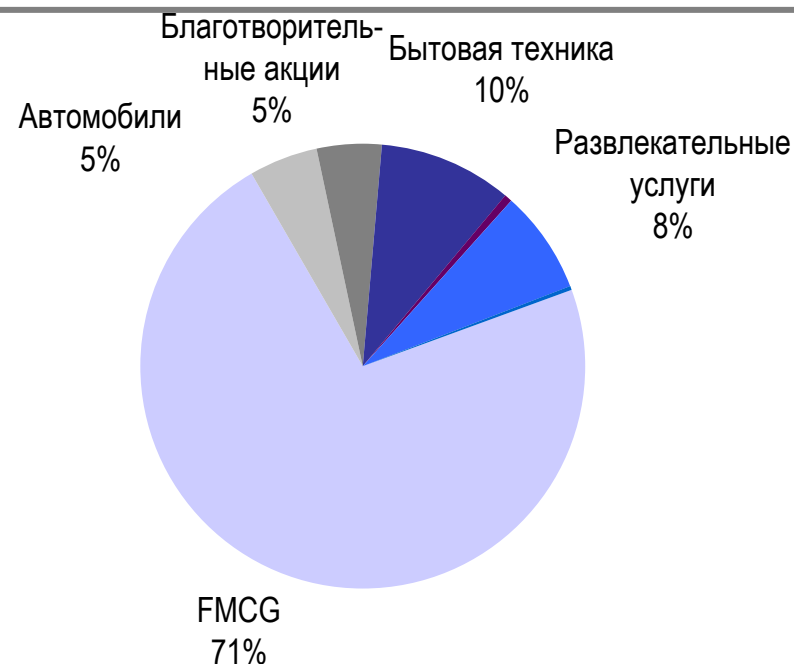
Не смотря на то, что новый Закон о рекламе спровоцировал снижение рекламной активности контент-провайдеров (ограничение рекламного времени, ограничение на рекламу эротики, азартных игр и т.д.), последующий за ним рост цен на ТВ-рекламу предотвратил снижение доли ТВ в общем рекламном миксе контент-провайдеров.

В сентябре ежемесячные затраты контент-провайдеров на рекламу снизились на 30% по сравнению с январем 2006 года.

## Структура рекламных затрат по услугам на ТВ [9М2006]



## Структура рекламных затрат на м.маркетинг на ТВ [9М2006]



Затраты на ТВ на развлекательные услуги снизились с начала года, выросла доля общения и информационных услуг.  
С января по июнь стабильно росла доля мобильного маркетинга.

## Спасибо за внимание!

Контакты:

Оксана Панкратова

Тел.: +7 916 328-3516

E-mail: [o.pankratova@comnews.ru](mailto:o.pankratova@comnews.ru)

[www.comnews-research.ru](http://www.comnews-research.ru)

