

Рынок мобильного контента. Итоги 3 кварталов 2005.

Рынок мобильного контента стагнирует на протяжении последних двух кварталов, достигнув объема в \$210 млн за прошедшие 9 месяцев. Можно ожидать, что в 2005 году его объем не превысит \$370 млн. Количество участников рынка мобильного контента к лету 2005 стабилизировалось. Сейчас в России существует чуть больше 200 контент-провайдеров и агрегаторов.

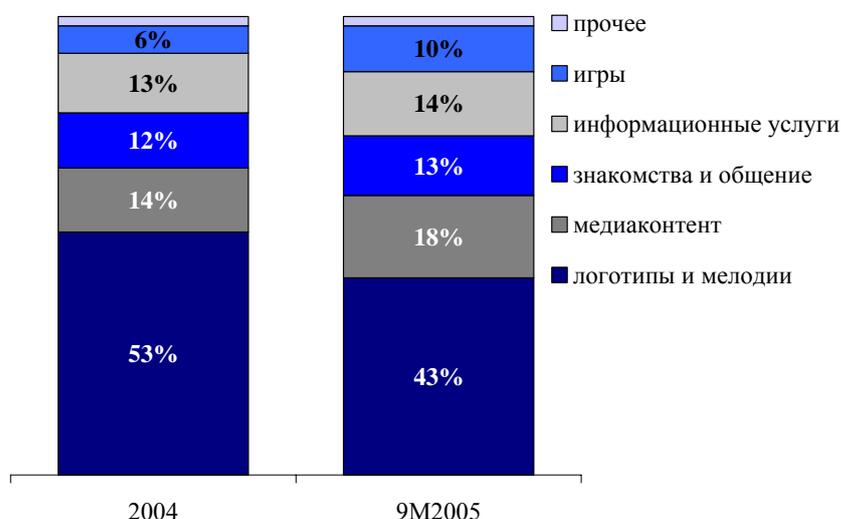
Под влиянием слияний и реорганизаций, произошедших в 2005 году, а также изменения структуры рынка, рейтинг контент провайдеров по реализации контент услуг претерпел значительные изменения:

1	Инфон
2	I-Free
3	Юник
4	SMS Media Solutions / Союзтелеком
5	Никита

Источник: Данные участников рынка (операторов и контент провайдеров), Прайм Консалт.

Прошедшие 9 месяцев характеризовались стагнацией сегмента кастомизации, составлявшего более половины рынка в 2004 году. При этом существенно выросли сегменты, ранее составлявшие небольшую часть рынка. Прежде всего, это касается медиаконтента. Суммарно это привело к следующему изменению структуры рынка:

Структура рынка мобильного контента



Источник: Данные участников рынка (контент-провайдеров и операторов), Прайм Консалт.

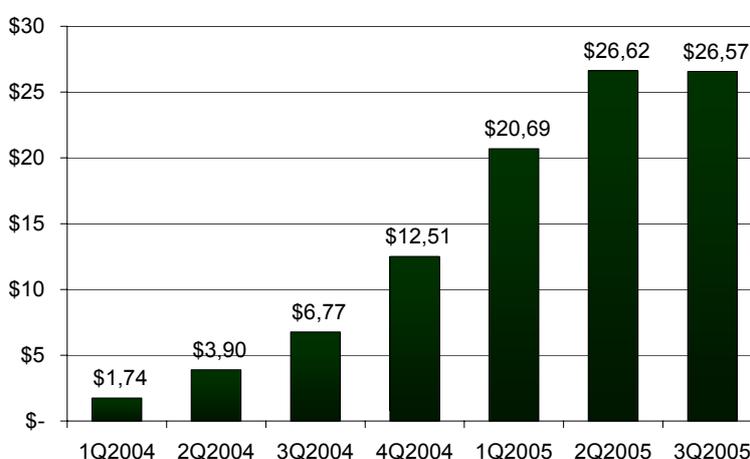
Рынок мобильного контента. Итоги 3 кварталов 2005.

Результаты исследований, проведенных компанией TMR, показали, что потенциал роста сегмента персонализации за счет вовлечения новых пользователей, по крайней мере, в Москве практически исчерпан. Значительная часть абонентов сотовой связи (43%) имеет опыт скачивания рингтонов и логотипов.

Влияние двух важных факторов существенно ограничивает фактический объем рынка относительно потенциального. Первый фактор - это проблемы с качеством мобильного контента, ведущие к уходу разочарованных потребителей с рынка и их переключению на другие сервисы. Второй фактор – ориентация контент-провайдеров в производстве и продвижении многих видов контента на аудиторию младших возрастов без дифференциации по потребностям различных групп потребителей и особенностям их восприятия рекламы. По данным всероссийского исследования потребителей мобильного контента, проведенного TMR в октябре 2005, не менее 40% рынка рингтонов приходилось на потребителей в возрасте старше 24-х лет.

Потребление мобильного контента находится в большой зависимости от рекламы контент услуг. Фактически, реклама выполняет функцию витрины. Поэтому, несмотря на снижение прибыли от наиболее рекламируемых видов услуг и товаров, расходы контент-провайдеров на рекламу значительно увеличились.

Динамика расходов на рекламу мобильного контента (в млн)



Источник: Данные GallupAdEx, Trade Marketing Research.

Описанные тенденции свидетельствуют о коренном переломе в характере рынка, случившемся в 2005 г.

По ряду признаков рынок мобильного контента вступает в фазу зрелости, характеризующуюся снижением темпов роста и сокращением прибыли участников рынка. Тем не менее, вывод о ее наступлении может быть преждевременным, поскольку влияние как минимум четырех факторов может отсрочить переход к стабильному состоянию рынка.

Рост рынка может возобновиться за счет четырех ключевых факторов:

- изменения стратегий провайдеров,
- развития новых услуг,
- повышения качества мобильного контента,
- приход новых крупных игроков, ожидающийся в начале 2006 года.

Предоставление услуг на рынке мобильного контента определяют два основных вектора. Первый – все более активное предоставление развлекательных услуг, в частности медиа - контента, на фоне возрастающего спроса отдельных групп абонентов, в основном молодежи. Второй – предоставление специализированных услуг, для удовлетворения спроса со стороны корпоративных и бизнес пользователей.

За комментариями по рынку мобильного контента, пожалуйста, обращайтесь:

Маргарита Зобнина,

Ведущий эксперт
Прайм Консалт,
Тел.: +7 (095) 974 7664
Моб.: +7 (095) 510 8898
E-mail: zobnina@primeconsult.ru

Для получения более детальной информации об исследованиях TMR, пожалуйста, обращайтесь:

Юрий Ковенский,

Старший специалист,
TMR,
Тел. +7 (095) 997 0401
E-mail: research@grouptmr.com