

Екатерина Баранова

Мобильное ТВ операторов 3G

Существует множество технологий доставки телевизионного сигнала в абонентские мобильные устройства, но в России значительное распространение получили только две: вещательная технология DVB-H и мобильное ТВ с использованием сетей передачи данных операторов сотовой связи. На последней и хотелось бы остановиться подробнее.

Мобильное телевидение, предоставляемое операторами связи 3G, — это потоковая передача данных, реализуемая в режиме точка-точка (unicast). На сегодняшний день услуги по такой технологии в России предлагают три крупнейших мобильных оператора: «МегаФон», «Билайн» и группа компаний «МТС». Первые два в рамках одной услуги, продаваемой на рынке под брендами «Мобильное телевидение» и «Видео-Портал», реализуют два варианта передачи видео — трансляцию предварительно сформированных каналов или просмотр отдельных роликов. У «МТС» видео по запросу позиционируется как самостоятельная услуга, не связываемая в рекламной кампании с «Мобильным телевидением».

Технологическая составляющая

При запуске услуги каждый провайдер стоит перед выбором: транслировать видеопоток стандартными средствами, рассчитанными на его просмотр стандартными плеерами (например, интегрированными в браузер), или же формировать собственный поток, но при этом вынуждать пользователей скачивать и устанавливать стороннее программное обеспечение. Сегодня на российском рынке можно найти представителей каждой из этих идеологий.

«Билайн» использует стандартный протокол передачи (RTSP), воспринимаемый встроенным плеером телефонов (имеется в виду практически любой предустановленный плеер, например, Real Player). Услуга продается под брендом «Видео-портал». Сервис доступен владельцам всех телефонов, поддерживающих протоколы передачи данных EDGE/3G, кроме обладателей iPhone. Доступ к видеопотоку осуществляется через «личную» страницу на специальном портале, ссылку на которую абонент получает в виде SMS-сообщения после подключения услуги. Сервис «виден» в интернет по адресу streaming.temafon.ru. Портал представляет собой каталог с различными телевизионными каналами и видеороликами. Выбрав контент, абонент получает SMS с прямой ссылкой, по которой инициируется начало трансляции. Минимальная скорость соединения, необходимая для просмотра мобильного телевидения, оценивается специалистами компании в 70-80 кбит/с.

Запуск продукта с доступом через мобильную страничку без жесткой необходимости скачивать и устанавливать какие-либо приложения для просмотра ТВ и видео — осознанный маркетинговый ход

«Билайна». Правда, сейчас параллельно запускается отдельное мобильное приложение с расширенными сервисными функциями, такими как быстрое переключение каналов, «картинка в картинке», составление плейлистов, обмен сообщениями и рядом других.

Группа компаний «МТС» придерживается другой идеологии, сразу внедрив специальное клиентское приложение MTC TV, не базирующееся на стандартных плеерах ОС-коммуникатора. Решение основано на приложении SPB TV компании SPB Software House¹, которое, по словам пресс-службы «МТС», перед внедрением в сети было улучшено и брендировано. При просмотре телевизионных каналов через MTC TV трафик передачи данных — бесплатный, а пользование ТВ-приложением оплачивается согласно тарифному плану абонента.

Для функционирования услуги мобильного телевидения MTC TV необходимо, чтобы абонент находился в зоне охвата сети 3G (здесь проявляется еще одно различие MTC TV и SPB TV: в сети 2G услуга MTC TV не работает, хотя приложение SPB TV может функционировать). Программа поддерживает целый список мобильных устройств под управлением ОС Windows Mobile, Symbian S60, Android, iPhone и Blackberry. Ссылку на программное обеспечение абоненты получают в виде SMS после отправки запроса на подключение услуги. Настройки программы позволяют абонентам выбрать качество трансляции (низкое, среднее или высокое), что позволяет адаптироваться к снижению скорости соединения в «пограничных» районах сети 3G.

В случае с услугой «МТС» мобильное телевидение предоставляется компанией SPB Software как сервис. «Преобразование потока в параметры приложения осуществляется на оборудовании компании SPB Software. Оператор обеспечивает развитие сетей 3G для качественной работы услуги, впоследствии — тарификацию трафика», — Юлия Неменова, специалист по связям с общественностью филиала ОАО «МТС» «Северо-Запад».

На момент написания данного материала у группы компаний «МТС» мобильное телевидение находилось на стадии тестирования; за пользование услугой оператор пока не взимает никаких денег.

Компания «МегаФон», как и «Билайн», в рамках своей услуги мобильного телевидения предлагает «стандартный» видеопоток, проигрываемый многими



Онлайн видео

Новости

- Крутое пики - Успею посадить дерево
 - смотреть
 - подписаться
- Каламбур - Все гениальное - просто
 - смотреть
 - подписаться
- Деревня дураков - Волшебная щучка
 - смотреть
 - подписаться

Еще новости >>

Хиты

- Сестры Зайцевы - Спортивная страничка
 - смотреть
 - подписаться
- Бойкие девочки
 - смотреть
 - подписаться
- Нежные кошечки
 - смотреть
 - подписаться

Каталог

- COMEDY
- EROTIC CLUB
- PLAYBOY
- ИНТЕРВЬЮ
- МИНИМУВИ
- МУЗЫКА

встроенными плеерами. Для тех, кому недостаточно возможностей стандартного ПО, предлагается апплет «Видео-портал», разработанный компанией «ВАС-Медиа» для мобильных ОС Android, Symbian, Windows Mobile и iOS. Ранее апплет не отменял необходимости встроенной поддержки потоковой передачи в форматах 3GP или RealMedia со стороны ПО мобильного телефона, но совсем недавно «МегаФон» представил совместный сервис с SPB Software House (на базе того же приложения SPB TV). Без специального приложения доступ к услуге осуществляется через war-портал, где собраны ссылки на все видеоролики и потоки телевизионных каналов.

Стоит отметить, что услуга «МегаФона» была на рынке первой. Тестирование осуществлялось под брендом «Мобильное телевидение» с 2004 года, но на сегодняшний день коммерческое мобильное телевидение предоставляется под брендом «Видео-портал».

Контент и информационные сервисы

Если в вопросе о принципах реализации мобильного телевидения существуют какие-то разногласия, то по поводу модели предоставления информации на мобильных устройствах вопросов давно уже нет. Отрасль сходитесь во мнении, что телевидение на мобильном телефоне не для длительного просмотра; это, скорее, средство «скоротать время».

Ю. Неменова, «МТС»: «Основными потребителями мобильного телевидения станут те, кому необходим доступ к онлайн-телевещанию (спортивные болельщики, бизнесмены, те, кто следит за новостями, в том числе по долгу службы). Услуга не является конкурентом другим видам телевидения, это скорее дополнение или «телевидение для особых случаев» — например, в пробке или там, где нет возможности воспользоваться другими видами видеотрансляций».

П. Фомин, «Билайн»: «Профиль использования мобильного телевидения сильно отличается от профиля домашнего ТВ. Для мобильного характерно использование в ситуациях, когда необходимо занять время или посмотреть то, что не успеваешь дома».

Специалисты «МегаФона» оценивают среднее время просмотра мобильного телевидения в день в 10 минут. «Это время может быть увеличено, но незначительно, до 10-15 в день. Кстати, около года назад наши маркетинговые исследования показывали, что абоненты тратят в среднем по 8 минут в день», — Михаил Рештаков, Департамент по новым технологиям СЗФ ОАО «МегаФон».

Стало быть, программы телевизионных каналов или же подборки видеороликов должны быть составлены из относительно коротких сюжетов (в пределах 5 минут, хотя компании не говорят о жестких правилах по длительности) на интересные темы. Это условие хорошо определяет каналы, которые будут популярны при трансляции через мобильные сети. Как было отмечено выше, помимо вещания обычных телеканалов «Билайн» и «МегаФон» предлагают абонентам подборки видеороликов по принципу видео по запросу (у «МТС» каталог видеороликов также присутствует, но организован в виде самостоятельной услуги через war-сайт, не связанной с «Мобильным телевидением»).

«МегаФон» предлагает два пакета телевизионных каналов: «Базовый» и «Пакет 18+». В «Базовый» на момент написания данного материала входили «Россия 24», Music Box, Music Box RU, «ПАРК ТВ», «КиноПоиск», «Армянский юмор», «Армянская музыка», «Где и кто», «Приключения Лунтика», Fashion TV, «Шансон ТВ», «Пилот», «Кто есть кто», А-ONE, КХЛ, NewsTube.Ru, «Мульт ТВ», Maxim TV, «ТВ Живи», «Эгоист», «ТВ Мир» и другие.

Помимо трансляции двух пакетов «МегаФон» формирует закольцованные тематические подборки видеороликов, которые обновляются на ежедневной или еженедельной основе. Сигнал «обычных» телеканалов оператор получают со спутника, а подборки видеороликов формируются совместно с партнером «ВАС Медиа».

«МТС» в настоящий момент транслирует 40 русскоязычных и 130 иностранных каналов. Среди наиболее популярных русскоязычных: «Дождь», РИА NTV, «Эксперт ТВ», «Россия-24», «РТР-планета», Euronews, РБК, «Первый канал бизнеса», А-ONE, «Улыбка ребенка», «Первый Игровой», CCTV, ТБН, «Беларусь-ТВ», «Живое ТВ» и «Мир-ТВ». Популярные иностранные каналы: Massive Bike, Music Box, NRJ Dance, E-Music TV, Comedy Time, NASA TV, NHK World, AFP, France 24, Deutsche Welle и MCM Top. Один из самых новых — канал Look TV телекомпании 1ТВЧ. Как уже было отмечено выше, просмотр видеороликов через МТС TV не осуществляется, а предлагается в виде самостоятельной услуги через war-сайт.

«Билайн», как и «МегаФон», предлагает два пакета: «Базовый» и «Премиум». В «Базовый» вошли телеканалы Deutsche Welle, «Мир», «Дождь», «Сарафан ТВ», Amazing Life, «Эксперт ТВ», РБК ТВ, Russia Today, RU.TV, А-ONE, Zee TV, France 24, Mezzo, Rusoung, Bridge TV, Gulli, English Club, RTG, «Кто есть кто», MCM TOP, TiJi, MGM и ESPN Classic. Пакет «Премиум» включает эротические каналы Sexclusive, X-Girls и HotNight. Одиннадцать тематических подборок видеороликов формируются ЗАО «Тематика».

Список транслируемых телеканалов и подборки видеороликов операторов постоянно пополняются. Здесь мобильным операторам, в отличие, например, от КТВ, нет нужды прибегать к опросам аудитории — статистику просмотра и данные о зрителе оператор знает и так. Подробнее о развитии списка каналов мы поговорим далее.

Что интересно, пока ни один российский мобильный оператор не транслирует первый мультиплекс в своей сети. При этом каждый по-своему смотрит на подобную перспективу. Специалисты «МегаФона» видят будущее такой инициативы, «Билайна» — нет, а отношение «МТС» к первому мультиплексу неоднозначное.

К слову, не только присутствие самого канала в «сетке вещания», но и его позиция в каталоге является инструментом маркетинга. М. Рештаков, «МегаФон»: «Телеканалы и ролики в списках располагаются в порядке популярности (по рейтингу просмотра) или согласно специальным требованиям правообладателей. Позиция в списке телеканалов очевидным образом влияет на частоту просмотров телеканала».

Что касается сервисных функций, то на момент написания данного материала программный гид с расширенными возможностями предоставлялся



лишь компанией «МТС». Компания предлагает своим абонентам установку напоминаний в календарь телефона из оболочки МТС TV, а также такую функцию, как «картинка в картинке». «МегаФон» и «Билайн» заявляют о том, что появления их интерактивных сервисов следует ждать в обозримом будущем. Вероятно, в первую очередь стоит ждать тех же услуг, что предоставляет МТС, ведь «МегаФон» уже заявил о запуске совместного решения с SPB TV; «Билайн» также обещает запуск некоего мобильного приложения, но не раскрывает информацию о разработчике. «В настоящее время у нас есть планы по реализации интерактива на базе апплетов», — М. Рештаков, «МегаФон».

Юридическая сторона вопроса

Для вещания телеканалов в мобильных сетях операторы должны получать соответствующие лицензии (на трансляции в мобильных сетях, не совпадающие с правами на интернет-трансляции). Но на данный момент в коммерческом режиме услуга запущена только у двух операторов — «МегаФона» и «Билайна». «МТС», пока она находится в тестовой эксплуатации, поступает немного по-другому: «Пока идет тест услуги, мы заключаем соглашения с теми каналами, которые имеют права на вещание и на распространение информации в интернет. В перспективе мы планируем заключить договор с агрегатором, который будет осуществлять мониторинг потребностей зрителей и определять сетку вещания, и, естественно, оформить права на мобильное вещание контента», — Ю. Неменова, «МТС».

За распространение своего сигнала каналы взимают плату по договору чаще по количеству уникальных пользователей услуги (подписчиков определенного пакета); но, по словам представителей компаний, возможны и особые условия. Правда, такая схема кажется наиболее логичной, учитывая, что гарантировать какую-то определенную аудиторию по договору невозможно. Ведь сервис предоставляется только «при наличии свободных сетевых ресурсов» (цитата из условий оказания услуги на сайте «МегаФон»).

Примечательно, что ни у одного оператора предлагаемый контент не предназначен для скачивания. Если отвлечься от юридических проблем, логичной показалась бы, например, услуга отложенного просмотра, когда абонент заранее выбирает конкретные ролики, тематическую группу или телеканал, а мобильное устройство закачивает их в память, когда сеть оказывается наиболее свободной. Но, с точки зрения закона, на данный момент такая услуга выглядела бы юридическим тупиком. Правда, существует и противоположное мнение. Ю. Неменова, «МТС»: «Функция записи не будет реализовываться, так как, на наш взгляд, для формата мобильного ТВ она не будет востребована».

Монетизация услуги

Основным препятствием популяризации просмотра интернет-телевидения через сотовые сети раньше являлись объемы, а главное — стоимость потребляемого трафика. Посему все без исключения операторы предлагают воспользоваться сервисом мобильного

телевидения по принципу абонентской подписки (рубли в сутки), не оплачивая трафик мобильного интернета. Стоит, правда, отметить, что бесплатным оказывается только трафик видеопотока; доступ к порталам с каталогами видеороликов и ссылками на трансляции телевизионных каналов, а также сами скачиваемые приложения (если таковые требуются для просмотра) оплачиваются по тарифам для передачи данных.

Глобально все три оператора построили свой бизнес мобильного телевидения на одной и той же идеологии получения доходов от абонентов, а не от рекламодателя. Возможно, в будущем эта политика изменится, но перед тем как говорить о дальнейших планах операторов, подробнее остановимся на текущей ситуации.

Доход от показанных телеканалов можно получать по принципу абонентской подписки или за разовые просмотры отдельных роликов. К сожалению, оценивать эффективность той или иной модели, сравнивая успехи операторов, пока рано, так как до недавнего времени услуга находилась в режиме тестирования. Так, например, «Билайн» запустил в коммерческую эксплуатацию свое мобильное телевидение только 1 февраля текущего года, немногим ранее стартовал «МегаФон» (ранее получавший доход от услуги за счет оплаты абонентами трафика передачи данных), а «МТС» продолжает ее тестирование до сих пор.

Ю. Неменова, «МТС»: «Монетизировать этот сервис реально — пользователи готовы платить за качественный сервис с хорошими телеканалами, который позволяет им скоротать время ожидания (пробки, позднее начало встреч/совещаний, в очереди), смотреть любимые программы, когда рядом нет стационарного телевизора, просто развлечься и получить удовольствие от просмотра интересных телеканалов».

Трансляция телеканалов у обоих операторов, запустивших коммерческую эксплуатацию, реализована по принципу абонентской подписки. Перед тем как приводить цифры, еще раз акцентирую внимание на то, что пакеты каналов имеют принципиально разное наполнение, поэтому их сравнение не имеет смысла.

«Билайн» просит за сутки просмотра «Базового» пакета 8 рублей. Дополнительный «премиум»-пакет, включающий три эротических канала, стоит еще 12 рублей в сутки. «Базовый» пакет «МегаФона» стоит 8 рублей в сутки, пакет «18+» — 10 рублей в день. Интересно, что специалисты «МегаФона» оценивают средний возможный доход от абонента в сутки ориентировочно в 10 рублей (цифра скорее прогнозируемая, чем реальная на сегодняшний день; сегодня, по словам пресс-службы «МегаФон», ARPU ближе к 8 рублям).

Видеоролики, как у «Билайна», так и у «МегаФона», оплачиваются отдельно. «Билайн» реализовал «видео по запросу» сразу в двух моделях: можно заплатить за разовый просмотр ролика или подписаться на определенную рубрику. При этом цена просмотра ролика установлена заведомо выше дневной подписки — 55 рублей для «премиум»-каналов и 40 для остальных. Подписка на рубрики видеороликов стоит 8 рублей в сутки (для всех рубрик, кроме Playboy и

«Эротика», стоимость которых — 12 рублей в сутки). «МТС» с тарифами пока определяется.

Другая потенциальная возможность получения доходов — реклама на транслируемых телеканалах. Пока, правда, владельцы телеканалов запрещают мобильным операторам осуществлять замену рекламных роликов в своем эфире, хотя преимущества рекламодавца здесь сомнительны.

«МегаФон» не скрывает, что планирует развивать направление спонсорских пакетов, за которые будет платить рекламодатель, а не абонент, однако не обозначает никаких сроков нововведений.

География и реклама

Мобильное телевидение в рамках существующих технологий передачи данных не требует значительных преобразований существующей сотовой сети, поэтому быстрому развертыванию услуги на всей территории охвата мобильного оператора не мешают никакие финансовые преграды. Двое из упомянутых в данном обзоре операторов предоставляют свои услуги на всей территории России. «МТС», чье мобильное телевидение пока тестируется, предоставляет услуги для абонентов Москвы, Московской области, Санкт-Петербурга, Ленинградской, Архангельской, Калининградской, Вологодской, Мурманской областей и Республики Коми.

Наиболее показательна ситуация с клиентами «МегаФона» как самого старого игрока рынка мобильного телевидения в сетях 3G. Компания оце-

нивает свою аудиторию в 500 тысяч абонентов, при этом потенциальный объем клиентской базы этой услуги специалисты компании оценивают в 30 процентов от общей базы «МегаФона». Оператор вышел на рынок мобильного телевидения федерального масштаба первым, но действительно лавинообразный рост абонентской базы начался в последний год. С февраля 2010 года число потребителей услуги выросло более чем в три раза. Кстати, при этом «МегаФон» — единственная из компаний, проводящая федеральные рекламные кампании популяризации услуги мобильного телевидения.

«Билайн» хоть и объявил о запуске услуги в коммерческую эксплуатацию, пока не спешит громко об этом заявлять. «На данный момент используются внутренние каналы продвижения — сообщения при просмотре баланса, SMS-рассылки и другие», — П. Фомин, «Билайн». Данные о своей абонентской базе компания не раскрывает.

«МТС» пока не вкладывает в рекламную кампанию мобильного телевидения серьезных денег, (хотя инвестиции в сам проект были сделаны немалые), в основном ограничиваясь выборочной рассылкой SMS. Тем не менее, рост интереса к услуге в «МТС» оценивают оптимистично, причем в качестве основного критерия в компании руководствуются темпами распространения абонентских 3G приемников. Общее число пользователей таких устройств составляет более 20 процентов (или порядка 13 млн абонентов «МТС»). Эта цифра несколько ниже 30-процентной оценки «МегаФона».

EUROSPORT HD

РОЛАН ГАРРОС
22 МАЯ - 5 ИЮНЯ

LIVE NATIVE HD

eurosport.com

реклама

Перспективы

Развитие услуги мобильного телевидения возможно в двух направлениях: расширение контента или же повышение удобства и качества сервиса. Первому пункту все без исключения операторы уделяют особое внимание.

«Для решения наших задач по привлечению абонентов мы планируем в первую очередь дополнять витрину интересным контентом, популярными телевизионными каналами и видеороликами. Большое внимание будет уделяться запуску наиболее популярных каналов по тематикам: спортивные, музыкальные, развлекательные, познавательные. Также интересной для нас темой является онлайн-видео с web-камер, установленных, например, в публичных местах для слежения за дорожной ситуацией, и других», — П.Фомин, «Билайн».

К слову, для мобильного телевидения на базе дополнительных приложений существует еще одно направление возможного развития — поддержка новых платформ, улучшение самого клиентского ПО.

Если между собой операторы готовы начать жесткую конкурентную борьбу, то ни один из них не видит конкуренции с проектами DVB-H. «В ближайшее время DVB-H не может составить конкуренцию нашей услуге. У DVB-H нет достаточного парка пользовательских терминалов, кроме того, низка зона охвата вещания», — М. Рештаков, «МегаФон».

«Услугами мобильного телевидения абоненты могут воспользоваться с любым телефоном, работающим в стандарте 3G (сегодня такие телефоны стоят

порядка 150-200 долларов), в то время как для просмотра DVB-H требуется достаточно дорогой телефон (средняя стоимость — 500 долларов). Сегодня на рынке представлен очень ограниченный модельный ряд DVB-H-аппаратов (на текущий момент — порядка трех-четырёх штук). Кроме того, для предоставления услуг DVB-H требуется построить отдельную сеть, что увеличивает нагрузку на CAPEX-компании, в то время как услуги мобильного телевидения в формате 3G будут работать на уже построенных сетях 3G; следовательно, и затраты на ее разворачивание минимальны», — Ю. Неменова, «МТС».

«Билайн» — единственный оператор, предоставляющий одновременно обе услуги, считает: «Услуги не могут конкурировать. География присутствия DVB-H и «Видео-портал» пересекается мало, а там, где услуги территориально совпадают, для их просмотра требуются разные мобильные устройства. К тому же качество картинки 3G мобильного телевидения еще достаточно долго будет уступать очень четкой картинке DVB-H, поэтому у DVB-H всегда будут свои абоненты — те, для которых высокое качество изображения является определяющим фактором», — П.Фомин, «Билайн».

В целом, мобильное телевидение на рынке услуг сотовых операторов только набирает обороты, поэтому говорить о долгосрочных прогнозах на этот счет пока рано. Однозначно можно сказать одно: перспектив у такого варианта предоставления потокового видео на данный момент больше, чем у ближайшего конкурента — DVB-H. ■

EUROSPORT 2

LIVE **ОТБОРОЧНЫЙ ТУРНИР ПО ПЛЯЖНОМУ ФУТБОЛУ**

20-22 МАЯ

eurosport.com

реклама