

Всеволод Колюбакин

Тенденции развития платного ТВ

(по материалам CSTB 2012)

Российские DTH-операторы пришли к той ситуации, когда из-за высокой конкуренции стратегия, заключающаяся в простой продаже нескольких пакетов с рядом каналов, становится неэффективной. Операторы начинают не только играть с контентными предложениями (хотя эта политика, разумеется, осталась), но и гораздо активнее применять более хитрую стратегию — в основном, программы для абонентов и дилеров.

Например, «Триколор» собирает гвардию установщиков, которые занимаются только установками «Триколора» — им обещаны особые преференции. Или «Орион-Экспресс», который незадолго до выставки объявил несколько акций для абонентов. Раньше акции, что называется, случались, теперь полное ощущение, что они идут постоянно, причем тот или иной оператор обязательно отвечает на акцию конкурента.

Вторая явно заметная тенденция — операторы стремятся занять все ниши, существующие на рынке платного ТВ. «НТВ-Плюс», который до недавнего времени считался дорогим сервисом, запускает дешевые пакеты и даже объявляет о появлении бесплатного. «Триколор», который наоборот занимал нишу недорогого спутникового ТВ, увеличивает количество каналов, начинает HD-вещание. Разумеется, данная стратегия тоже открывает богатые возможности для игры с контентно-ценовыми предложениями в рамках конкурентной борьбы.

И, наконец, HD. Современный (даже не-искусственный) зритель услышал про каналы в каком-то сверхзамечательном качестве, и ему хочется, чтобы его оператор их предоставлял.

Еще одна услуга, которую сейчас разрабатывают, внедряют или, по крайней мере, заявляют о разработке все без исключения операторы — возможность смотреть с одной подписки два разных канала на разных экранах. Она необычайно востребована рынком, поскольку подавляющее большинство подписчиков — люди семейные, а платить вторую абонентскую плату за то, чтобы ребенок смотрел мультфильмы, когда папа смотрит футбол, не хочет никто.

Все свои новые наработки, планы и проекты операторы представляли на CSTB, потому что от того, как будут новые серви-

сы и программы представлены на первой профильной выставке в году, во многом зависит развитие на весь год вперед.

«НТВ-Плюс»

Этот первый российский DTH-оператор долгое время занимал достаточно высокую ценовую нишу. Но в прошлом году у него появились пакеты «Лайт» и «Лайт Плюс», а в текущем было объявлено о пакете «Стартовый» без абонентской платы. В него вошли «Первый канал», «Россия-1»,

Куда же пойдет спутниковое телевидение, и что делать операторам? На этот вопрос попытался ответить технический директор компании Олег Колесников. Современное спутниковое ТВ не может оставаться спутниковым в чистом виде и существовать в отрыве от других востребованных услуг — в первую очередь, широкополосного доступа и мультимедийных приложений. Ни один спутниковый оператор сегодня не должен заикливаться только на своей технологической платформе, это путь

Операторы начинают не только играть с контентными предложениями, но и гораздо активнее применять более хитрую стратегию — в основном, программы для абонентов и дилеров

«Россия-2», «Россия-К», «Россия-24», «Петербург — 5 канал», «Карусель», НТВ, «НТВ-Плюс Спорт Союз», ТНТ, «Первый развлекательный СТС», «Закон ТВ», Disney, «Муз ТВ». Что интересно, вещание осуществляется в формате MPEG-2 DVB-S. Для активации пакета одновременно надо заплатить 600 рублей, после чего можно смотреть указанный набор каналов сколько угодно долго. Предыдущие пакеты «НТВ-Плюс» невысокой ценовой категории имели под собой еще и цель стимулирования абонентов к подключению или переходу на MPEG-4/DVB-S2. Сейчас и «НТВ-Плюс», и «Триколор» стремятся перевести абонентов на этот стандарт для экономии дорогого спутникового ресурса. Но новый бесплатный пакет транслируется в MPEG-2, то есть теоретически для его приема подходят и старые ресиверы. Видимо, такой акцией «НТВ-Плюс» стремится добиться двух целей: привлечения неактивных подписчиков со старым оборудованием и обеспечения большего числа населения минимальным телепакетом.

к проигрышу — считает Олег Колесников. Оператор должен активно развивать все среды распространения видеоконтента, в первую очередь — те, посредством которых можно распространять контент, используя IP-протокол. Надежды на то, что односторонний интернет-доступ даст толчок к развитию мультимедиа в сетях спутникового телевидения, не оправдались. Заметим, что и «НТВ-Плюс», и «Триколор», в разное время попытавшись с ним играть, свои проекты в итоге закрыли. Сейчас, если говорить об IP-передаче через спутник, то в первую очередь нужно осваивать Ka-диапазон. Но для успеха необходимо максимально упростить взаимодействие абонента с услугой. Одной из важных причин неуспеха одностороннего интернет-доступа стала именно его техническая сложность (необходимость настройки наземного канала и пр.), недопустимая для массового рынка.

Поэтому «НТВ-Плюс» с нетерпением ждет не только нового аппарата в 56° в.д. для расширения вещания, но и Ka-диапазона, чтобы начать предоставлять абонентам мультимедийный контент.

Второе направление, по которому может наступать DTH-оператор, еще одна ниша, которую он может занять — участие в проектах мобильного телевидения. Данный сектор начал развиваться около шести лет назад, но очень быстро все DVB-H проекты практически прекратили свое существование, технология оказалась коммерчески нежизнеспособной. И сейчас, по мнению технического директо-

ного вещания HD-пакета из 10 каналов на «Континент ТВ» в течение года. Но для того чтобы получить право просмотра этого пакета, надо подключиться к базовому пакету «Классический» и, разумеется, иметь комплект оборудования Continent, приспособленный для приема HD-вещания. В новый HD-пакет «Континент ТВ» вошли десять телеканалов: Fox Life HD, Fox Crime HD, SET HD, AXN Sci-Fi HD и SyFy Universal,

В этом году мы добавим еще два-три. Весной ожидается появление телеканала Paramount Comedy, до середины года — русская версия «АвтоМотоСпорт», а в начале лета ожидаем телеканал качественного кино SonyMax. В 2013 году нас ждет появление порядка десяти каналов высокой четкости, то есть целого семейства телеканалов HD».

Современное спутниковое ТВ не может оставаться спутниковым ТВ в чистом виде и существовать в отрыве от других востребованных услуг — в первую очередь, широкополосного доступа и мультимедийных приложений

ра «НТВ-Плюс», мобильное ТВ становится одним из подмножеств трансляции контента через IP-сети. Наиболее актуальной обещает стать телетрансляция в LTE-сетях, поскольку у абонента есть возможность смотреть мобильный контент, не используя специальных устройств.

Еще одно направление, которое г-н Колесников считает перспективным, — Connected TV или Smart TV. Это возможность через телевизор с помощью одного пульта (на этом акцентировано внимание — именно одного) смотреть как обычное ТВ, так и получать контент из интернета. По мнению Олега Колесникова, через год-два эта среда станет очень популярной и повсеместно распространённой.

Во всех указанных направлениях, считает г-н Колесников, явно выраженных лидеров пока нет, и спутниковые операторы должны вступить в игру. Тем более что у них есть преимущество — возможность перекачки больших объемов контента на большие расстояния и с большими зонами охвата. Поэтому операторы СНТВ-платформ, наряду с Ка-диапазоном, ждут от спутниковых операторов больших тяжелых аппаратов и много транспондеров. Емкость Ка-диапазона подойдет как для запуска дополнительных услуг, так и для расширения существующего вещания и внедрения новых сервисов — в первую очередь, HD и даже, возможно, 3D. Кроме того, г-н Колесников не исключает и появление на рынке super high-vision вещания.

«Орион-Экспресс»

На CSTB 2012 оператор представлял проекты «Континент ТВ», «Телекарту» (где количество каналов увеличилось до 30), а также «Восточный Экспресс» для Сибири и Дальнего Востока. Одним из самых интригующих моментов стали планы запуска HD-вещания, причем не просто запуска чем, сейчас мало кого удивит, а бесплат-

National Geographic HD, Nat Geo Wild и Travel Channel HD, «Спорт 1 HD», Outdoor HD, HD Life. В течение года HD-пакет планируется расширить.

Кроме этого, были продемонстрированы сервисы «Жанровый телегид» и «Домашний кинозал». Кабельным операторам была представлена спутниковая распределительная телеплатформа из 18 телеканалов.

«Радуга ТВ»

На выставке оператор награждал своих партнеров по итогам работы в 2011 году и с «Первым каналом — Всемирная сеть» проводил семинар «Совместное продвижение канала и оператора». На семинаре компании «Первый канал. Всемирная сеть», производящая контент для четырех каналов «Цифрового Телесемейства», для канала «Карусель» и «ДалГеоКом», представляющая оператора кабельного телевидения «Радуга ТВ» заявила об объединении маркетинговых мощностей с целью привлечения большего числа абонентов. «Мы считаем наиболее эффективными

«Рикор ТВ»

На CSTB 2012 «Рикор» анонсировал появление более дешевых приставки и пакета. Приставки будут представлять собой STB для просмотра пакета «Актив ТВ» без встроенного жёсткого диска, но с возможностью его подключения. Телевизионный пакет также будет дешевле текущего предложения «Рикор ТВ»; предполагается, что пакет из восьми федеральных каналов будет транслироваться бесплатно.

Кроме того, было объявлено что «Рикор» и французская компания Quadrille заключили стратегический альянс, имеющий целью продвижение технологии QuadriCast, позволяющей реализовать услугу VOD (видео по запросу) и оптимизирующей использование спутникового ресурса. «Рикор» внедряет технологию QuadriCast в «Актив ТВ», а впоследствии обе компании начинают продвижение технологии на российском и международном рынках.

«Триколор ТВ»

Прошедший год был весьма успешен для компании — было подключено 2,1 миллиона новых абонентов. Темп оператор сбавлять не намерен: в текущем году планируется подключить еще 2,5 миллиона.

На CSTB 2012 «Триколор ТВ» объявил о запуске новых пакетов и об изменениях в старых. Пакет «Оптимум» увеличива-

Галина Светличная, пресс-секретарь «ДалГеоКом»: «Абонент платного телевидения выбирает содержание, поэтому продвижение наших услуг совместно с каналами считаем наиболее перспективным направлением»

акции по продвижению контента, — сказала Галина Светличная, пресс-секретарь «ДалГеоКом»: «Абонент платного телевидения выбирает содержание, поэтому продвижение наших услуг совместно с каналами считаем наиболее перспективным направлением».

«Радуга» также объявила о появлении новых каналов, в том числе HD. Анатолий Сосновский, генеральный директор «Радуга ТВ»: «С апреля прошлого года по данный момент у нас добавилось девять высококачественных телеканалов.

ется до 200 телеканалов. Для того чтобы телезритель мог оценить преимущества HD-вещания, в «Оптимум» включаются два HD-телеканала. Стоимость пакета — 600 рублей в год. Начинается и вещание пакета, состоящего из 25 иностранных каналов различной направленности. Рабочее название — «Лучшие иностранные телеканалы». Стоимость пакета, включающего 200 каналов и «Лучшие иностранные каналы» — 1200 рублей в год. Запускается пакет «Триколор Фулл ЭйчДи», который включает в себя 200 каналов стандартного

разрешения, 25 иностранных каналов и 18 HD-каналов. Его стоимость — 2400 рублей в год.

То оборудование «Триколора», которое продается сейчас, HD не поддерживает. Но с марта уже начнутся поставки HD-ресиверов. Что касается CAM-модулей, то сейчас идет их тестирование на совместимость с HD-ресиверами.

«Триколор» намерен монетизировать два сервиса: кинозал и радиовещание. Кинозал остается бесплатным до 1 декабря, после чего за него будет взиматься плата. То же касается и радиопакета, но он при этом будет увеличен примерно до 100 радиоканалов.

Помимо контентных предложений «Триколор» активно играет на маркетинговом поле, разрабатывая различные программы для дилеров и абонентов. В 2010 году в Калининграде был запущен первый этап программы «Триколор-кредит», вследствие чего город вышел в лидеры по динамике подключений. В 2011 году программа стартовала еще в восьми регионах и принесла дополнительный прирост 50-70 процентов. С начала года стартовал третий этап, в процессе реализации которого в программу будут вовлечены все регионы, где присутствует «Триколор».

В 2011 году начата программа по совместной рекламной кампании «Триколора» и партнеров, в которой сегодня участвуют 53 дилера, а в ближайшее время будут участвовать еще около 180. К концу текущего года не должно остаться ни одного региона, где не было бы одного-двух дилеров, охваченных рекламной кампанией.

«Триколор» разрабатывает институт региональных представителей, которые, не являясь дилерами и установщиками, будут определять главные направления развития маркетинговой политики в регионе. Причина проста: региональный представитель будет лучше знать некоторые реалии региона, например, где и как лучше вести рекламную кампанию. Пока в качестве эксперимента представители появятся в шести регионах. Если по итогам года эксперимент признают успешным, проект будет запущен в полную силу.

Сейчас российский рынок DTH-вещания близок к пику развития классической фазы непосредственного телевидения. Нарастание количества телеканалов еще идет, но предел этому процессу уже виден. После запуска ощутимого количества HD-каналов активно увеличивать контентное наполнение будет уже некуда. Акции и программы для абонентов и установщиков

становятся все более значимыми для развития операторов.

В дальнейшем от операторов можно ожидать, во-первых, «копания в глубину», во-вторых — дополнительных услуг. Первое — это запуск вещания (в первую очередь, регионального), которое не предполагает столь ощутимой выгоды, как, например, HD. Этот сектор будет раскручиваться долго и потребует стабильности рынка и положения операторов, и, разумеется, спутниковой емкости. Нет никаких сомнений, что один региональный канал в первом мультиплексе не удовлетворит потребности в региональном вещании, а третий мультиплекс когда еще будет. Вот здесь и открывается ниша для DTH-операторов. И они уже к этому рынку примеряются; например, «Триколор» внедряет технологию геокодирования, позволяющую принимать телеканал в границах определенного региона.

Что касается дополнительных услуг, то в первую очередь это совместные предложения по приему спутникового ТВ и интернет-доступа. Здесь для операторов тоже открываются заманчивые перспективы по рыночно-маркетинговым хитростям. Но для реализации столь радостных перспектив требуются время и дополнительные спутниковые емкости ■



www.antele74.narod.ru
8(495)545-09-30

Мы научили антенны быть легче

Новые антенны из алюминия по привлекательным ценам





Размеры антенн:
0,65 м



0,80 м



0,97 м

ООО «АНТЕЛЕ»
Оборудование для эфирного и спутникового ТВ.
Двухсторонний спутниковый интернет.
Усиление сотовой связи, репиторы.
Москва ТК «Митинский радиорынок» павильон 62

реклама