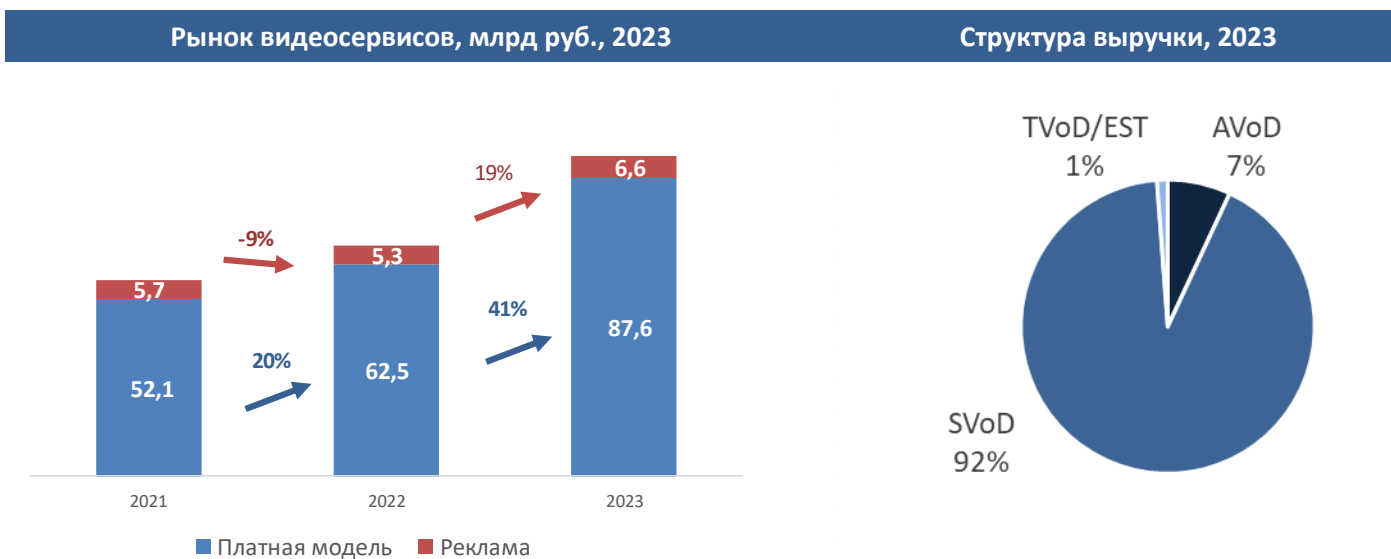


По оценкам «ТМТ Консалтинг», в 2023 году доходы **российского рынка легальных VoD-сервисов**, предлагающих для просмотра профессиональный видеоконтент¹, увеличились **на 39%** и составили **94,2 млрд руб.** Темпы роста оказались выше прошлогодних 31% (суммарный рост рынка без учета выручки Netflix и Megogo в 2021 и 2022 гг. С учетом выручки ушедших видеосервисов рост рынка в 2022 году по отношению к 2021 году составил 17%).

Реклама принесла видеосервисам **6,6 млрд руб.** – на 19% больше, чем в предыдущем году. После снижения рекламной выручки в 2022 году на 9% вследствие ухода с российского рынка многих крупных зарубежных рекламодателей темпы роста вернулись к уровню 2021 года (тогда они составили 15%).

Рост доходов, полученных по **платной модели**, составил 41% (87,6 млрд рублей). При этом доходы от TVoD/EST еще сократились: снижение в 2023 году составило уже около 70%, доля этого сегмента в структуре выручки приблизилась к 0. Доходы, полученные от подписки, выросли на 49%.



Причинами роста рынка стали:

- ◆ Нарращивание объемов производства собственного кино- и сериального контента
- ◆ Повышение качества производимого контента, практика его эксклюзивного показа
- ◆ Технологическое совершенствование платформ, в частности, рекомендательных сервисов
- ◆ Укрепление привычки пользователей к платным подпискам
- ◆ Рост затрат на продвижение онлайн-кинотеатрами своих оригинальных проектов
- ◆ Развитие видеосервисов в составе цифровых экосистем
- ◆ Продолжающееся расширение онлайн-кинотеатрами партнерских отношений с операторами связи
- ◆ Выстраивание отношений с новыми зарубежными поставщиками контента
- ◆ Повышение стоимости подписки рядом видеосервисов.

В то же время негативное влияние на рынок оказали:

- ◆ Сокращение объема зарубежного контента от крупных производителей, отсутствие западных киноновинок, что отрицательно сказалось на сегменте разовых покупок.
- ◆ Высокий уровень видеопиратства.

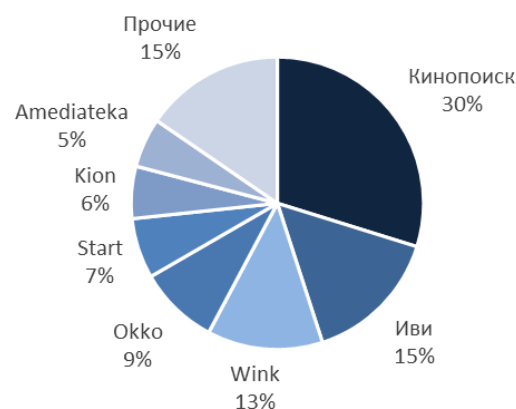
¹ В состав рынка входят онлайн-кинотеатры (OTT VoD), операторские VoD-сервисы и не входят видеопорталы, сайты телеканалов и магазины приложений – такие, как iTunes, Google Play. В состав выручки входят партнерские платежи (около 10,5 млрд рублей) и не входят доходы от лицензирования.

Игроки

Крупнейшим игроком по итогам 2023 года вновь стал «Кинопоиск». «Иви» и Wink, как и в прошлом году, занимают соответственно 2-е и 3-е места. Однако разделяют их всего 2, а не 7 процентных пунктов (18% и 11% по итогам 2022 года).

«Кинопоиск», в 2022 году вышедший на 1-е место, по итогам 2023 года увеличил свою долю с 23% до 30%. Показатели роста выручки оказались даже выше, чем в 2022 году – **89%** (против 78% в 2022). К таким результатам привел общий рост числа подписчиков Яндекс.Плюс (с 19,3 млн до 30,4 млн). Соответственно увеличилось и число тех, кто смотрел видеоконтент - с 8,4 до **11,0 млн**. Таким образом, «Кинопоиск» продолжает занимать 1-е место и по числу подписчиков. Увеличению выручки способствовал также рост ARPU за счет повышения доли более дорогих подписок («Плюс Большое кино», «Плюс с Амедиатекой»).

Структура рынка по игрокам (доходы), 2023



Онлайн-кинотеатр «Иви» по итогам года удерживается на 2-й позиции. Выручка компании без учета доходов от продажи лицензий на контент собственного производства по итогам года выросла на 24% (и это также значительно выше прошлогодних 6%). Число платящих подписчиков за год увеличилось на 47% - с 3,5 до **5,1 млн**. Этому способствовало в том числе предложение контента собственного производства (в 2023 году на платформе вышло еще 10 новых сериалов).

Лидером по темпам роста в 2023 году стал видеосервис **Wink** («Ростелеком») – выручка онлайн-кинотеатра за год увеличилась на **91%**. Рост Wink был вызван целым рядом причин, среди которых – предложение оригинального контента (22 новых сериала, в том числе - высокорейтинговый «Слово пацана. Кровь на асфальте», привлекий множество новых подписчиков), объединение с онлайн-кинотеатром more.tv², занимавшим по итогам 1 полугодия 2023 года 6% на рынке видеосервисов. В итоге доля Wink по итогам года выросла с 11% до 13%. По числу платящих подписчиков (**9,5 млн**) видеосервис вышел на 2-е место.

Онлайн-кинотеатр **Okko** продолжает удерживать 4-е место. Выручка видеосервиса за год выросла почти на четверть, а общее время просмотра - в два раза. Число подписчиков росло в первую очередь благодаря оригинальному контенту: за год видеосервис предложил своим подписчикам 17 новых проектов, и, по данным компании, в ТОП-10 по просмотрам попали исключительно сериалы собственного производства.

Видеосервис **Start** также сохранил за собой 5-е место. Рост выручки на 40% произошел благодаря активной контентной политике: в 2023 году Start, как и годом ранее, стал одним из лидеров по предложению оригинального контента (20 новых проектов). Число платных подписчиков выросло за год в полтора раза до **3,4 млн**, время видеопросмотров – в **2,8 раза**.

Выручка онлайн-кинотеатра **KION** (МТС) выросла за год на **29%**. Число платных подписчиков сервиса увеличилось на 1 млн и достигло **5,7 млн**, суммарное время просмотра почти удвоилось. Росту способствовали развитие направления KION Originals – в 2023 году на видеосервисе вышли 28 новых проектов (включая новые сезоны), а также технологическое усовершенствование платформы.

Еще один видеосервис с рыночной долей выше 5% - **AmEDIATEKA** – вырос в 2023 году на 23%, число платных пользователей увеличилось на 60%. Драйвером роста сервиса остается зарубежный контент: в прошедшем году к новым рейтинговым сериалам добавились также познавательные проекты, ранее транслировавшиеся на каналах Discovery.

² начиная с 3 квартала 2023 года

Близок к преодолению отметки в 5% рыночной доли онлайн-кинотеатр **Premier**, продемонстрировавший в 2023 году одни из самых высоких на рынке темпы роста - выручка видеосервиса увеличилась на 88%, число подписчиков – более чем на 40%. С учетом выручки от лицензирования (не входит в состав рынка) рост составил 117% - это произошло благодаря выпуску большого числа новых оригинальных проектов – 28 проектов (65 с учетом новых сезонов). По этому показателю Premier стал лидером среди российских онлайн-кинотеатров в 2023 году.

Аудитория

По оценкам «ТМТ Консалтинг», **число домохозяйств**, в которых имеется хотя бы одна платная подписка на онлайн-кинотеатр, выросло по итогам 2023 года на 40% – к концу года оно составляло **18,0 млн**. Таким образом, в декабре уже у 27% российских домохозяйств имелась хотя бы одна платная подписка. В среднем же одно домохозяйство, имеющее платные подписки, было подписано на **2,5 онлайн-кинотеатра**.

Прогноз

По прогнозам «ТМТ Консалтинг», в 2024 году рынок онлайн-кинотеатров вырастет на 20-25% и составит около **115 млрд рублей**, превывсив по размеру рынок платного телевидения.

«ТМТ Консалтинг», тел.: +7 (495) 740-9880 e-mail: ek@tmt-consulting.ru