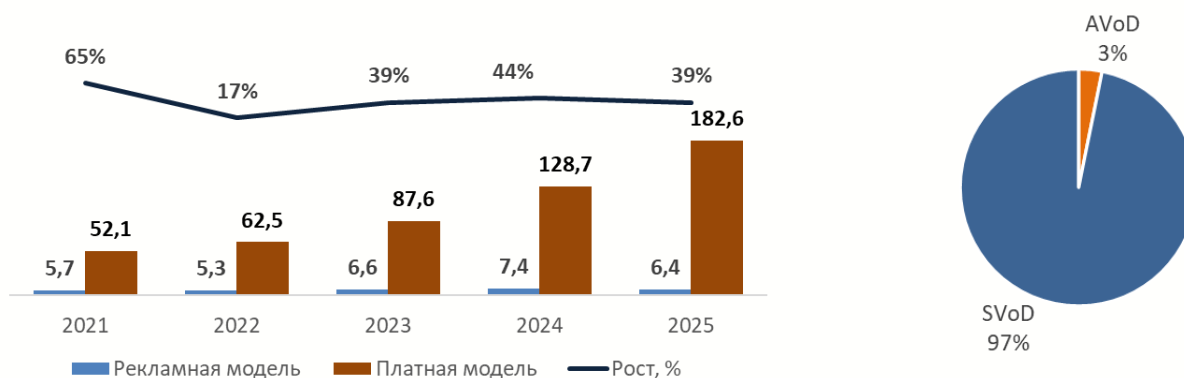


По оценкам «ТМТ Консалтинг», по итогам 2025 года объем **российского рынка онлайн-кинотеатров**, предлагающих для просмотра профессиональный видеоконтент<sup>1</sup> вырос на **39%** и составил **189,0 млрд рублей**<sup>2</sup>. Темпы роста сохранились на уровне, близком к показателям двух последних лет.

Рост рынка происходил за счет подписки. Доходы, полученные по **платной модели**, выросли на 42% до **182,6 млрд рублей**. При этом выручка от разовых покупок (TVoD/EST) оказалась ничтожной – ее доля в структуре рынка не превысила половины процента.

**Реклама** принесла видеосервисам всего **6,4 млрд рублей** – на 13% меньше, чем в предыдущем году. В итоге доля AVoD в структуре рынка снизилась до 3%.

**Рынок онлайн-кинотеатров<sup>3</sup>, млрд рублей****Структура выручки, 2025**

#### Причинами роста рынка стали:

- ◆ Развитие партнерских программ, ставшее главной особенностью 2025 года. «Кинопоиск» начал функционировать как платформа, продающая контент других онлайн-кинотеатров, телеканалов, стримингов. Переход видеосервиса START от практики продажи прав на контент собственного производства к партнерским программам с другими онлайн-кинотеатрами стал выгодным для всех участников и привел к росту как отдельных игроков, так и рынка в целом.
- ◆ Повышение стоимости подписки большинством онлайн-кинотеатров.
- ◆ Развитие отдельных контентных направлений – например, развитие видеосервисом Okko спортивного направления, рост интереса к детскому контенту после замедления YouTube.
- ◆ Дальнейшее развитие сериального производства, продолжающееся несмотря на увеличение затрат. Трендом последнего времени стало сопроизводство с целью сокращения расходов.
- ◆ Расширение библиотек за счет партнерства с азиатскими, турецкими и латиноамериканскими производителями.
- ◆ Дальнейшее развитие цифровых экосистем, увеличение числа пользователей мультисервисных подписок (Яндекс.Плюс, СберПрайм, МТС Премиум), в состав которых входит доступ к онлайн-кинотеатрам.
- ◆ Технологическое совершенствование платформ, в частности, рекомендательных сервисов.
- ◆ Рост проникновения smart-телевизоров, упрощающих доступ к OTT-сервисам.

<sup>1</sup> В состав рынка входят онлайн-кинотеатры (OTT VoD), операторские VoD-сервисы и не входят видеопорталы, сайты телеканалов и магазины приложений. В состав выручки входят партнерские платежи и не входят доходы от лицензирования.

<sup>2</sup> Следует упомянуть о факторе некоторого задвоения рынка за счет партнерских выплат, когда продажа подписки осуществляется на площадке партнера – в этом случае выплата партнеру учитывается в составе рынка дважды. По оценкам «ТМТ Консалтинг», объем этого сегмента в 2025 году составил свыше 10% рынка.

<sup>3</sup> В начале 2026 года холдинг ON Media (МТС) и «Ростелеком» пересмотрели методологию подсчета выручки своих видеосервисов КИОН и Wink, в том числе ретроспективно по 2024 году, что привело к изменению показателей развития рынка в 2024 году (объем 128,8 млрд рублей, рост ев 37%). Теперь часть платежей абонентов, получающих услугу доступа к онлайн-кинотеатрам в пакете с услугами связи, учитывается также и в составе рынка онлайн-кинотеатров.

## Игроки

## Структура рынка по игрокам (доходы), 2025

Еще по итогам 1 полугодия 2025 года изменился состав ТОП-3 игроков: в него с 4-го сразу на 2-е место поднялся Okko – видеосервис закончил полугодие с удвоенной выручкой по отношению к 1п2024. Во второй половине года рост сервиса несколько замедлился, что привело к сокращению разрыва до десятых долей процента со следующим за ним «Иви».

К концу года игроки из ТОП-4 подошли в том же порядке, что и в середине: два первых места по-прежнему занимали онлайн-кинотеатры, действующие в составе крупнейших экосистемных подписок – Яндекс.Плюс и СберПрайм.



Выручка «Кинопоиска» увеличилась на **44%** (что больше прошлогодних 40%), число платных подписчиков Яндекс.Плюс, смотревших не реже одного раза в месяц фильмы и сериалы «Кинопоиска», достигло к концу года 18,5 млн (рост на 23%). Росту выручки способствовали также обновление сервиса в формате платформы, продающей в том числе подписки партнеров, а также увеличение среднего дохода на пользователя (ARPU).

Видеосервис **Okko** показал самые высокие на рынке темпы роста, увеличив выручку на **80%** – это позволило онлайн-кинотеатру уже к середине года вернуться на 2-ю позицию, которую он занимал с 2013 по 2020 год. Рывок произошел благодаря значительному успеху спортивного направления: эксклюзивные трансляции футбольных чемпионатов принесли видеосервису около 2/3 новых подписчиков, среднемесячное число подписок выросло на 48%. Большое внимание компания уделяла производству оригинального контента и развитию детского видеосмотра. Заметный вклад в рост выручки внесло также повышение стоимости подписки в конце 2024 года со 199 до 299 рублей.

Доходы онлайн-кинотеатра **Иви** за год увеличились на **35%**. База платящих подписчиков сервиса выросла на 40% год к году: частично за счет притока новой аудитории вслед за замедлением YouTube, частично как результат системной работы по улучшению предложения контента (в 2025 году число сериалов собственного производства выросло до 11), а также снижения оттока подписчиков. Рост поддержало и добавление опции совместной подписки на Иви и Start. Как результат, суммарное время видеосмотра на видеосервисе выросло на 153% по сравнению с 2024 годом.

Выручка **Wink** увеличилась на 16%. Привлечению новых пользователей способствовали расширение производства оригинальных сериалов (всего за год выпущено 16 оригинальных проектов), рост популярности подписки Mixx от мобильного оператора Т2, а также развитие видеосервиса за счет расширения спектра развлекательных сервисов. По числу платящих подписчиков (15,9 млн, IPTV+OTT) Wink к концу года занимал 2-е место после «Кинопоиска».

Выручка онлайн-кинотеатра **КИОН** (МТС) выросла за год на **15%**. Число платных подписчиков сервиса увеличилось на 5%. Применение новой методологии позволило компании вернуть себе 5-е место на рынке, которое она по итогам 1 полугодия уступала видеосервису START.

Онлайн-кинотеатр **START** в 2025 году по темпам роста уступил только видеосервисам Okko и Premier – выручка START увеличилась на 68%. Благодаря запуску новой партнерской подписки (партнерами стали Кинопоиск, Иви, Okko и др.) число платящих подписчиков сервиса увеличилось в 2,7 раза. Start продолжает развивать направление originals – в 2025 году подписчикам было предложено 16 новых сериалов и 10 фильмов собственного производства. При этом видеосервис перешел от практики лицензирования собственных originals другим онлайн-кинотеатрам к партнерским программам, что привело к заметному экономическому эффекту.

Рост выручки **на 70%** позволил онлайн-кинотеатру **Premier** войти по итогам 2025 года в состав игроков с рыночной долей более 5%. На динамику сервиса положительно повлияла новая стратегия, ориентированная на партнерства и объединение с RUTUBE, что привело к росту числа подписчиков, а также выпуск 28 новых originals, выход которых пришелся в основном на второе полугодие.

Из состава игроков с рыночной долей более 5% выбыл видеосервис **Amediateka**. При этом онлайн-кинотеатр продемонстрировал хорошую динамику: выручка компании выросла на **24%**, число платных пользователей увеличилось на 21%.

### Аудитория

По оценкам «ТМТ Консалтинг», **число домохозяйств**, в которых имелась хотя бы одна платная подписка на онлайн-кинотеатр, по итогам 2025 года превысило **23 млн**. Таким образом, в декабре 2025 года у 36% российских домохозяйств имелась хотя бы одна платная подписка. В среднем же одно такое домохозяйство было подписано на **3,7 онлайн-кинотеатра**.

Средний счет на одно домохозяйство, имеющее платные подписки (ARPU) вырос на 37% до **721 рубля** вследствие увеличения числа подписок на одно домохозяйство и повышения тарифов.

### Прогноз

По прогнозам «ТМТ Консалтинг», в 2026 году можно ожидать роста рынка на 20% до 226 млрд рублей.