



Срез внешней статистики рынка услуг с добавленной стоимостью мобильной связи (VAS)

Март 2007

О документе

Срез информационного поля представляет дайджест со ссылками на полный текст материалов и первоисточник и оглавлением – рубрикатом публикаций, свидетельствующим об информационной насыщенности интересующих заказчика тем. Документ оптимизируется таким образом, чтобы представлять только релевантную информацию, исключает повторы (за исключением оговоренных случаев, когда требуется определить распространение публикаций по источникам).

Об Analyte

Analyte - аналитическая лаборатория, исследующая ключевых игроков, продукты и тенденции на рынках телекоммуникаций и авангардных масс-медиа, создающая свои документы на основе полуавтоматизированного контент-анализа профильных СМИ и экспертных интервью. Выбор продуктов и методов обусловлен нашей историей, которую мы ведем с 2006 года - с того времени, когда наша компания входила в состав кабельного телеканала и обеспечивала экспертное обеспечение его деятельности. С тех пор мы значительно расширили сферу наших интересов и тематический профиль создаваемых продуктов, стимулом к чему во многом стали интеграционные процессы в области инфокоммуникаций, стремительность и многоаспектность которых потребовали сконцентрироваться на регулярном мониторинге событий рынка, специфике рыночных связей и характере деятельности отдельных игроков и персоналий. Максимальная достоверность и разносторонность исследования - ключевые ценностные ориентиры при подготовке наших продуктов, из которых мы предлагаем:

- мониторинг СМИ
- аналитические обзоры рынка
- анализ организационной структуры
- перевод зарубежных СМИ
- отраслевой профиль страны
- исследования media benchmarking

Portio Reseach – о мировом рынке SMS до 2012 года. В 2012 г. мировой рынок SMS достигнет \$67 млрд., а всего будет разослано более 3,7 трлн. сообщений. К 2012 году население Земли превысит 7 млрд. человек (сейчас оно составляет примерно 6,55 млрд.), а количество пользователей мобильной связи за это время вырастет с 2,65 млрд. до 4,8 млрд.

Research and markets – об интересе операторов сотовой связи Европы к triple play в 2007 году. В середине 2006 года в 14 регионах из 29 показатель проникновения превысил 100%. ARPU несколько снизился, что стало следствием бурного роста SMS-услуг и появления большого числа виртуальных операторов (MVNO). В 2006 году в Европе работало свыше 200 MVNO. Доля сервиса SMS в доходах операторов оценивается аналитиками на уровне 15-20%. Доля SMS в услугах передачи данных составила 95%. К середине 2006 года число подписчиков услуг связи 3G достигло 35 млн. человек. В 2006 году в Европе продолжился бурный рост услуг широкополосного доступа в Интернет. Однако темпы постепенно замедляются – если в 2005 году ежеквартальный рост этих услуг составил 15%, то в 2006-м всего 9%. Созданные сети позволяют пропускать данные со скоростью, необходимой для VoD и IPTV. Следующей тенденцией на рынке широкополосного доступа будет сдвиг в сторону услуг triple-play (доступ в Интернет, телефония и ТВ). Этот сегмент в 2007 году будет одним из самых быстрорастущих.

Pew Internet & American Life Project – о потреблении моб-интернета гражданами США (опрос 800 человек). 34% Интернет-пользователей когда-либо пользовались беспроводным соединением (Wi-Fi или мобильный телефон). 20% отметили, что пользуются беспроводным соединением дома (в 2 раза больше, чем в январе 2005 года). 25% пользователей отметили, что имеют мобильное устройство, с которого возможен доступ в Интернет, а 54% из имеющих такую возможность уже воспользовались ею. Около 13% Интернет-пользователей имеют КПК, и 56% из таковых пользуются им для доступа к Интернет или почте дома или на работе. В целом около 13,5% Интернет-пользователей входят в него с мобильных устройств.

Handango – о состоянии мировой индустрии моб-контента в 2006 году. Количество мобильных приложений и контент-провайдеров продолжает расти. В 2006 г. более 11000 названий приложений было добавлено в каталог Handango. К Партнерской программе Handango присоединилось 1230 новых провайдеров. Самая быстрорастущая библиотека контента в 2006 г. была у BlackBerry, количество добавленных новых приложений увеличилась на 81% по сравнению с 2005 годом.

Forum to Advance the Mobile Experience (FAME) – о VAS-предпочтениях пользователей стран мира (опрос 15 000 человек из 37 стран). жители США отстают от других стран в части наличия мобильного доступа в Веб или желая им пользоваться – только 22,6% из них считают эту функцию важной или очень важной. В других странах этот показатель выше: в Западной Европе - 30,4%, в Восточной – 53,9%, в Азии – 56,4%, а в Латинской Америке – 63,5%. В некоторых случаях интерес жителей развивающихся стран к мобильным сервисам вызван недостатком инфраструктуры для проводной телефонии и Интернета.

Telephia – о потреблении моб-игр в США в 4Q 2006. Продажи моб-игр с порталов выросли на 61% по сравнению с данными аналогичного периода 2005 года и составили \$151 млн. Всего за 4Q игры загрузили около 17,4 млн. абонентов, (на 45% больше, чем в 2005 году – 12 млн. чел.). Доходы от порталных продаж – 74% всех доходов от игр (остальные 26% – оффпортальные продажи). Группы покупателей игр не ограничены мужчинами 18-24 лет (типичными потребителями), 65% всех игр покупаются женщинами, 40% – потребителями в возрасте 25-36 лет. Рынок моб-игр в США высококонкурентный – около 90 издателей. Лидер порталных продаж

– компания EA Mobile (около 28% общего дохода), Gameloft и Glu Mobile имеют 11% каждый и делят второе место. Следом за ними идут Namco, I-play, Digital Chocolate, Hands-On Mobile, Superscape, Capcom и Oasys Mobile, их рыночные доли составляют 2-6%

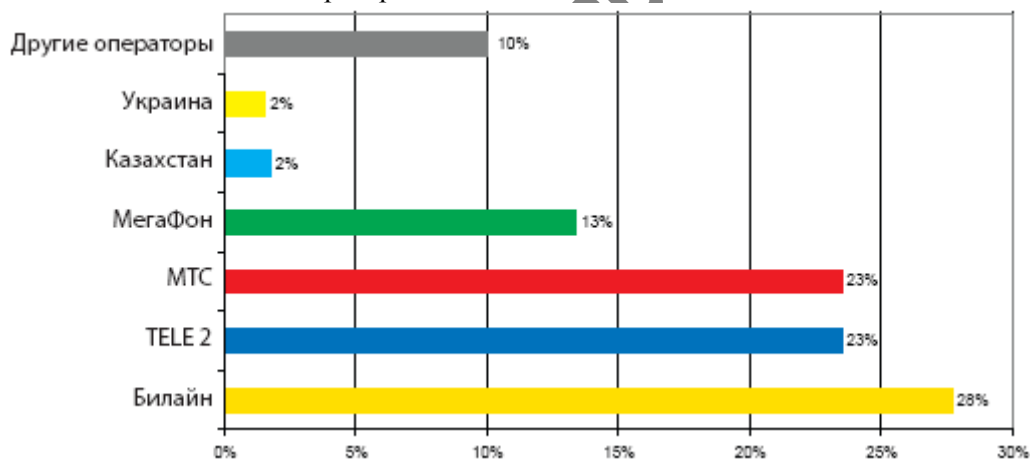
MindShare Asia Pacific Insights – о потреблении моб-контента и моб-музыки в странах ЮВА (опрос 1 500 человек 15-35 лет из Австралии, Китая, Индии, Малайзии, Сингапура и Тайваня). 28% респондентов предпочитают слушать музыку на мобильном телефоне, а не на MP3-плеере. Этот показатель варьируется в разных странах: от 16% на Тайване до 37% в Малайзии. 28% респондентов готовы платить \$1 за загрузку 30-минутного ТВ-шоу с рекламой, 62% – за поддерживаемый рекламой кинофильм. 20% опрошенных готовы покупать ТВ-шоу без рекламы за \$2 и 53% – кинофильм. 49% участников опроса когда-либо платили за загрузку контента – 67% в Китае и 62% на Тайване, 40% в Сингапуре и 38% в Австралии.

World Forum Research – о перспективах штрих-кодовых моб-сканеров до 2009 года. К 2009 году 70% потребителей в США и Европе будут регулярно пользоваться своими телефонами как распознавателями штрихкодов.

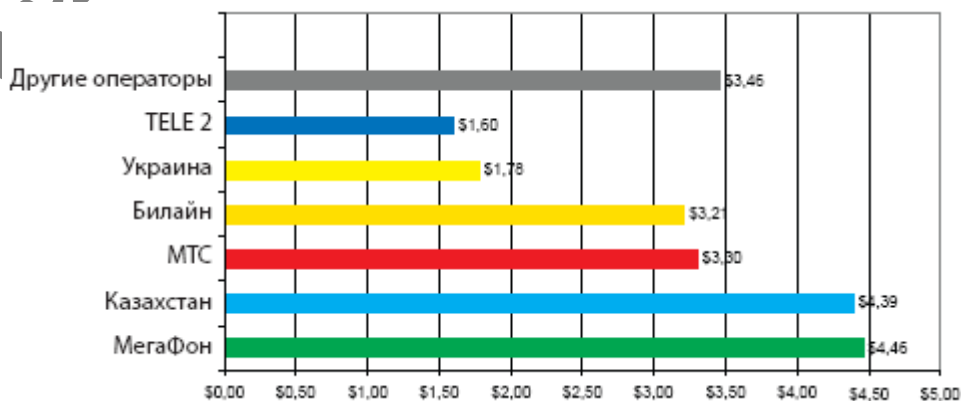
AK Goldmedia – о перспективах моб-тв в Германии. К 2012 году пользователями мобильного ТВ будут около 8,7 млн. абонентов – 10% абонентской базы страны.

Релиз Infon статистики посещаемости WAP-сайта за февраль 2007.

Рейтинг операторов по посещаемости WAP.INFON.RU



Рейтинг операторов по показателю ARPU



ТОП10 мелодий на wap.infon.ru

	НАЗВАНИЕ	ИСПОЛНИТЕЛЬ
1.	Знаешь ли ты	Maksim
2.	My Love	Justin Timberlake Feat. T.I.
3.	Финская полька (rus.ver)	DJ Skop
4.	Невозможное возможно	Билан Дима
5.	Миллион Долларов США	Сергеа
6.	Когда ты плачешь	Tokio, из к/ф Жара
7.	Песенка мамонтенка	из м/ф МАМА ДЛЯ МАМОНТЕНКА
8.	Колумбия Пикчерз Не Представляет	Бандарос
9.	Белые розы	Солисты группы Ласковый Май
10.	Relax, Take It Easy	Мика

ТОП-10 JAVA-игр wap.infon.ru

	НАЗВАНИЕ
1.	SEX общага
2.	Бункер 3D
3.	Такси ТНТ
4.	Моя прекрасная няня
5.	Дурак Interactive - 2
6.	Футбольный менеджер 2007
7.	Волкодав
8.	Раздень училку
9.	Тысяча на раздевание
10.	Man in Black

Динамика доходов Gameloft в 2006 году. Доходы компании выросли на 46%, с 46,8 млн. евро (US\$61,9 млн.) в 2005 году до 68,4 млн. евро (US\$90,5 млн.). Доходы от загрузки игр выросли на 78% и составляют 91% всех продаж. В 1H2006 операционный убыток составил 5,9%, однако замедление темпов роста числа работников обернулось прибылью в 11,4% во 2H2006. Операционная прибыль по итогам года составила 19,2 млн. евро (US\$25,4 млн.) благодаря продаже доли в jeuxvideo.com, что вылилось в чистый прирост капитала в 20,4 млн. евро. Чистая прибыль составила 16,3 млн. евро.

Romir – о предпочтениях родителей относительно потребления моб-сервисов их детьми. 4% родителей не против участия детей в мобильных викторинах и скачивании разной информации. 86% родителей детей в возрасте до 16 лет недовольны тем, что их чада могут закачивать без спроса рингтоны, игры, картинки на мобильные телефоны и участвовать в платных мобильных викторинах. 2/3 опрошенных готовы платить мобильному оператору, чтобы тот ограничил детям доступ к этим услугам через мобильный телефон. 4% сказали, что ничего плохого в подобном хобби своих детей они не находят. Ни один из опрошенных не ответил, что полностью одобряет выбор своего ребенка.

Oracle – о перспективах instant-сервисов в беспроводных сетях. Более 80% топ-менеджеров индустрии ИТ уверены, что в течение ближайших 6 лет голосовая связь перестанет быть главным источником дохода для операторов. Более 1/2 считают, что это произойдет в ближайшие 4 года, и подчеркивают необходимость для операторов определять и развивать новые потоки прибыли, если те хотят избежать резкого спада своего бизнеса. VoIP называют главной причиной спада доходов от фиксированной связи 68% респондентов, а 72% считают, что введение новых сервисов – наиболее эффективная стратегия борьбы с падением доходов, более правильная, нежели изменение цен или рекламные кампании. 65% считают важными или критически важными для компаний предложение рынку triple play. 51% менеджеров считают, что слияния и поглощения среди мобильных операторов – наиболее вероятная для рынка тенденция на ближайшие 2 года.

Hitwise – об онлайн-сообществах США. Посещаемость 20 крупных социальных сетей в январе выросла на 11,5%. MySpace остаётся крупнейшим ресурсом подобного типа: здесь зарегистрировано четверо из пяти пользователей социальных сетей. На социальные сети в феврале пришлось 6,5% всех посещений сайтов. Рост MySpace составил 10,2%; сайты помельче показали более внушительные результаты: 148,4% у Buzznet, 145,7% — у iMeem. На втором месте после MySpace по популярности идёт Facebook с 10% рынка; десятку завершают Bebo, BlackPlanet.com, Xanga, iMeem, Yahoo! 360, Classmates, hi5 и Tagged.

Zanzara – о результатах SMS-голосования в рамках конкурса «Оператор года».

Таблица 1. Общая статистика голосования.

Начало голосования	03.03.2007
Окончание голосования	17.03.2007
Принято SMS	26642
Отправлено SMS	45398
Принято голосов	24281

График 1. Активность голосования

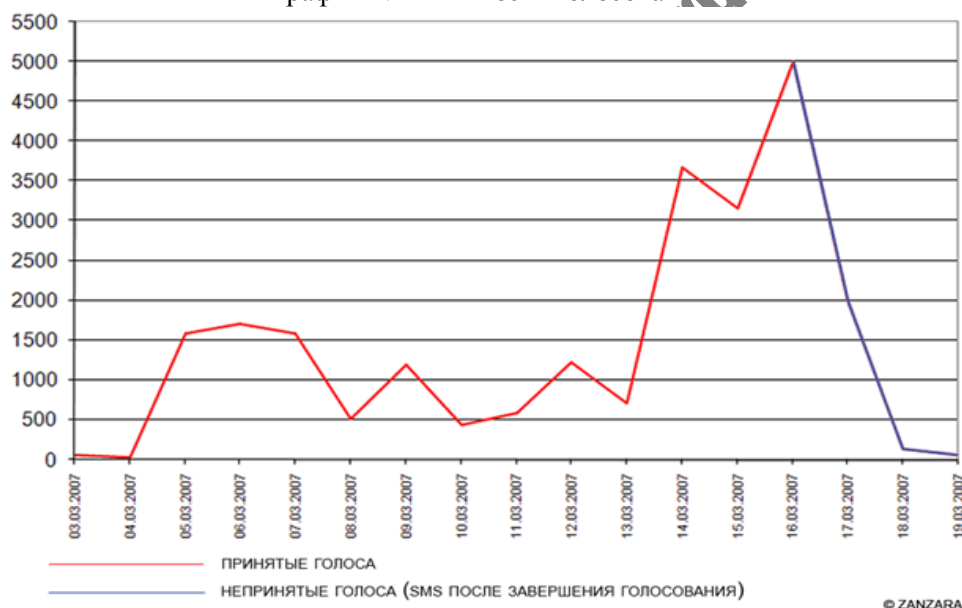


Таблица 2. Статистика принятых голосов по операторам связи.

Оператор связи	Получено SMS	%
МТС	7233	29,79
Билайн	4401	18,13
Мегафон	3319	13,67
Прочие операторы	9328	38,42
в т. ч. Ульяновск-GSM	5352	
Итого:	24281	100,00

График 2. Статистика принятых голосов по операторам связи

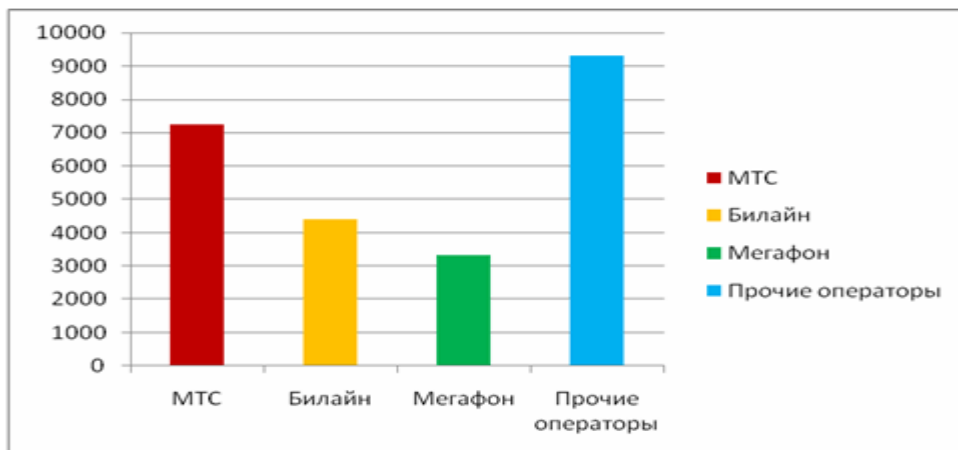
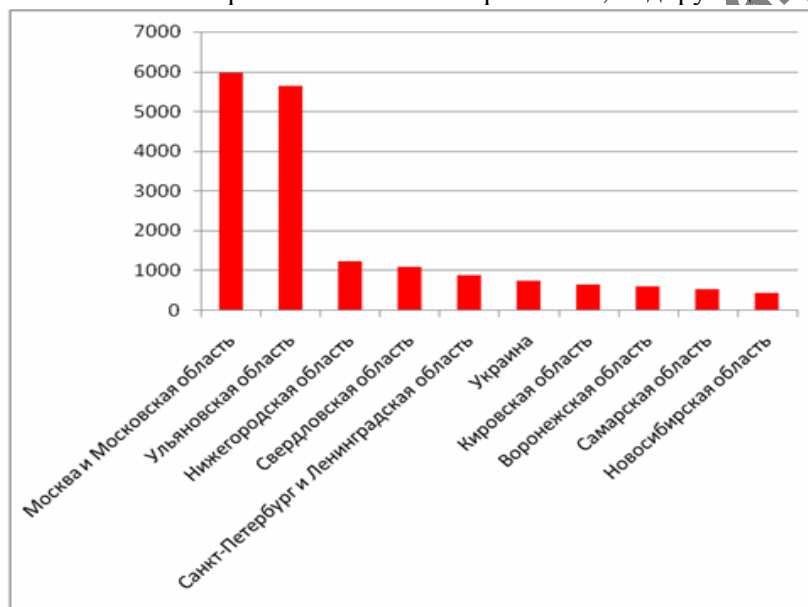


График 3. Статистика принятых голосов по регионам, лидирующие позиции.



Warstart.ru – о рейтинге наиболее Популярных поисковых запросов в своей поисковой системе в феврале 2007 г.

Запрос	%
1. Порно	28,89%
2. Халява	16,87%
3. Программное обеспечение (ICQ, jimm, Opera, антивирусные программы)	6,63%
4. Геи	5,58%
5. Поздравления	4,98%
6. Mail.ru	4,62%
7. Максим	4,36%
8. Книги	3,87%

9. Yandex	3,54%
10. Дима Билан	3,26%
11. Авто	2,96%
12. Rambler	2,49%
13. Спорт	2,45%
14. Tokio Hotel	2,21%
15. Город 312	1,91%
16. Nelly Furtado	1,57%
17. Google	1,38%
18. Памела Андерсон	1,12%
19. Работа	0,64%
20. Дом2	0,48%
21. Тимати	0,19%

M:Metrics – о соотношении числа владельцев музoфонов в странах Европы и США. Самый высокий уровень проникновения – в Британии (40%), за ней – Германия (34%), Италия (32%), Испания (29%) и Франция (23%). В США – 17% абонентов, (33 млн.), рост на этом рынке очень быстрый: 385% за период с января 2006 по январь 2007 года. 67% владельцев Sony Ericsson W850i в Великобритании скачивают музыку со своих ПК на телефоны, а среди обычных телефонов с функциями плеера это делают только 28%.

ABI Research – о перспективах мирового рынка моб-рекламы. К концу 2007 года капитализация составит \$3 млрд., к 2011 году – \$19 млрд. К 2011 году широкоэ debateльное мобильное видео достигнет \$9 млрд.

Sony Ericsson Mobile Communications – о потреблении музыки в Дании, Финляндии, Германии, Индии, Индонезии, Норвегии, России, Швеции, Тайване, Турции, Англии, США (опрос 4603 человек старше 18 лет). Музыка больше всего слушают россияне – 4,8 часов в сутки (73 дня в году), в Индонезии – 4,7 часов в сутки (71 день в году), в Финляндии – 4,5 часов в сутки (68 дней в году). В Турции – 4,4 (67 дней в году), в Индии – 3,7 часов в сутки (56 дней в году). Особой популярностью пользуется рок-музыка: в Германии (48%), Дании (68%), Финляндии (65%), Норвегии (63%), России (59%) и Швеции (61%). В Индонезии слушателей привлекает поп-музыка (71%), в Индии и Турции – местные исполнители. Больше половины участников (55%) исследования слушают музыку исключительно с помощью мобильных телефонов.

Рейтинг лучших партнеров Билайна на февраль 2007 года.

1	INFON
2	«Бифри» (i-Free)
3	«Нева Лайн»
4	«Никита Мобайл»
5	«Плэйфон»
6	«Союзтелеком» / SMS Media Solutions

7	«Шемрок Геймс»
8	«Ириком»
9	«Солво Интернешнл»
10	«Связной Загрузка»

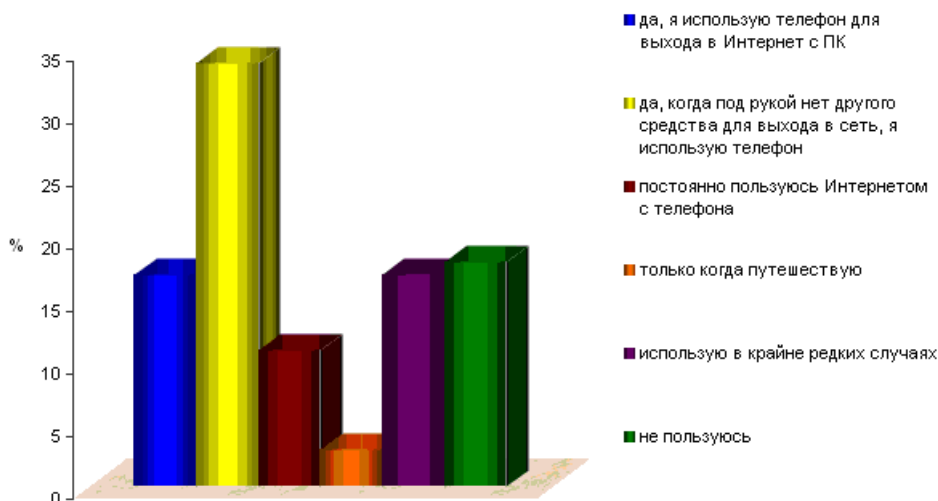
comScore Networks – о долях поисковиков на рынке поиска в США в январе 2007 года. За январь поисковик увеличил свою долю с 47,5% до 48,1% (в декабре Google удалось набрать лишь 0,2%). В январе 2005 года на долю портала приходилось 35,1% всех поисковых запросов из США за месяц, против 31,8% для Yahoo. Через год Google стал обрабатывать уже 41,4% запросов. Доля Yahoo в феврале не изменилась по сравнению с январём и осталась на уровне 28,1%. Поисковая система Microsoft стала чуть менее популярной: 10,5% против 10,6% за тот же период. 0,2% (до 5%) набрал Ask.com от IAC/InterActiveCorp. AOL и другие поисковые мощности Time Warner отметили спад на 0,1% до 4,9%.

MVNO Disney Mobile – о потреблении сервисов своей сети. 30% абонентов регулярно используют сервисы отслеживания местоположения абонента с помощью GPS. Родители используют эту услугу примерно 14 раз в месяц (каждые 2 дня). 30% запросов на определение местоположения приходят с веб-сайта, 70% – с мобильных телефонов. 23% детей используют тарифный план «стартовый», который предлагает 200 минут звонков в любое время за 25 долларов в месяц. Более 65% абонентов пользуются текстовой услугой «Family Alert», которая позволяет отправить срочные текстовые сообщения одному или нескольким членам семьи.

Broadcast Music (BMI) – о перспективах рынка рингтонов США в 2007 году. Объем продаж рингтонов составит \$550 млн., что на \$50 млн. меньше чем в 2006 году, а рингбэки принесут \$65 млн.

Media-Screen – о низком уровне потребления моб-Интернета в США. Только 5% широкополосных пользователей являются потребителями мобильного Интернета, хотя пригодные для этого устройства есть у 60% пользователей. Они считают моб-Интернет слишком дорогой услугой, а его установку и настройку слишком сложными. А те, кто все-таки пользуется мобильным доступом в цель, делают это для решения ограниченного круга задач. На мобильных устройствах пользователи практикуют в среднем 3,3 онлайн-активности против 13,4 активностей на их ПК. Среди широкополосных пользователей самой популярностью мобильной активностью являются коммуникации в том или ином виде, например, отправка почты (47%), а также игры (27%). Хотя мобильные устройства часто называют «третьим экраном» (вслед за телевизором и ПК), меньше 20% пользователей смотрят со своих устройств новости или ТВ-шоу.

Sotovik.ru – о потреблении мобильного Интернета в России.

Пользуетесь ли вы мобильным Интернетом?


iKS-Consulting – о пользовании мобильным Интернетом в России. В 2006 году сотовые операторы заработали на мобильном Интернете \$ 379 млн. Эта услуга принесла сотовым операторам всего 3% от их дохода и 14% от среднего дохода на одного абонента (ARPU), который в 2006 году составил \$8-8,5. Аналитики прогнозируют, что через два года услуги по доступу в Сеть станут намного доходней – в 2009 году мобильный Интернет принесет сотовым операторам более \$700 млн. К этому времени данной услугой ежемесячно будет пользоваться 31 млн. сотовых абонентов, а допслуги будут приносить 19% ARPU.

iKS-Consulting – о состоянии рынка VAS на Украине. В 2006 г. номинальное проникновение сотовой связи достигло 105% общей численности населения. Несмотря на то, что реальное проникновение на конец года составляло чуть более 60%, украинский рынок сотовой связи уже демонстрирует отчетливые признаки зрелости. Объем рынка составил чуть более \$450 млн., что всего на 40% больше, чем в предыдущем году. Для сравнения - в 2005 г. рынок VAS вырос практически вдвое. В 2005-2006 годах среднемесячный доход от дополнительных услуг в расчете на одного абонента сотовой связи (VAS ARPU) снизился с \$1,2 до менее чем \$1. Таким образом, VAS ARPU не стал фактором компенсации снижения голосового ARPU.

iKS-Consulting – о структуре доходов на рынке мобильного контента в 2006 году в России.

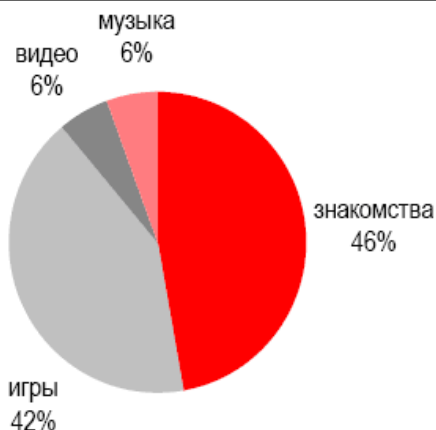
Каналы дистрибуции	Доходы, \$ млн	Доля в доходах
По сетям мобильной связи	408	85%
По сети Интернет	73	15%
Всего:	481	100%

Услуги	Доходы, \$ млн	Доля в доходах
Развлечения ²	349	72%
Общение	84	18%
Информация	48	10%
Всего:	481	100%

Структура рынка мобильного контента



Структура рынка интернет-контента



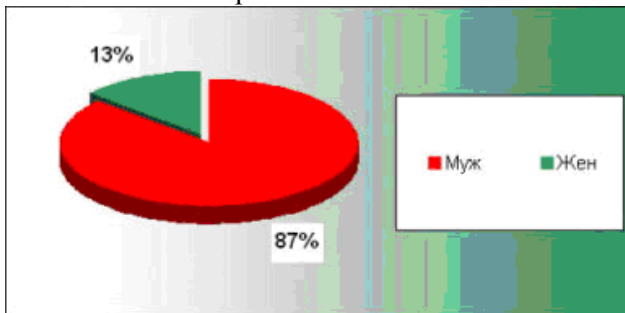
Данные отчета Еврокомиссии о состоянии телекома Евросоюза (на 2006 год). В Европе 45 млн. пользователей сетей 3G (70 операторов). В каждой стране ЕС есть возможность подключения к 3G. В 2006 году более 31,4 млн. человек сохранили свой мобильный номер, 15 млн. – фиксированный. В ЕС насчитывается 478,4 млн. абонентов мобильной связи. Уровень проникновения составляет 103%. Наиболее высоким он является в Люксембурге (171%), Италии (134%) и Литве (133%). В Швеции существует возможность сохранения фиксированного номера даже при переходе к VoIP-провайдеру.

Рейтинг десятки наиболее востребованных моб-мелодий от ЛучшеNET (данные загрузок WAP/WEB-порталов).

- 1 – Дима Билан «Never let you go»
- 2 – Дискотека Авария и Ж.Фриске «Малинки»
- 3 – Ласковый май «Белые розы»
- 4 – Дима Билан «Невозможное возможно»
- 5 – Нэнси «Дым сигарет с ментолом»
- 6 – Михаил Круг «Кольщик»
- 7 – Михаил Круг «Владимирский централ»
- 8 – Город 312 «Вне зоны доступа»
- 9 – Modern Talking «You are my heart»
- 10 – Лигалайз «Будущие мамы»

Brand Mobile и WAP-поисковик WAPLOOK – о демографических характеристиках посетителя WAP-ресурсов.

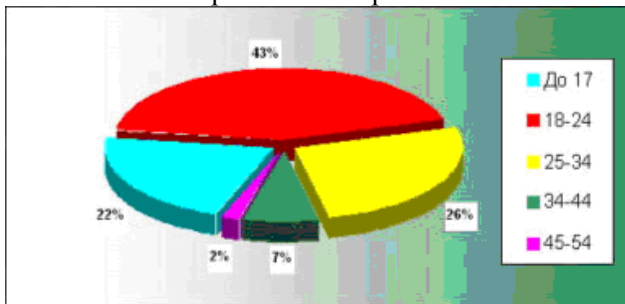
Вопрос: Ваш пол



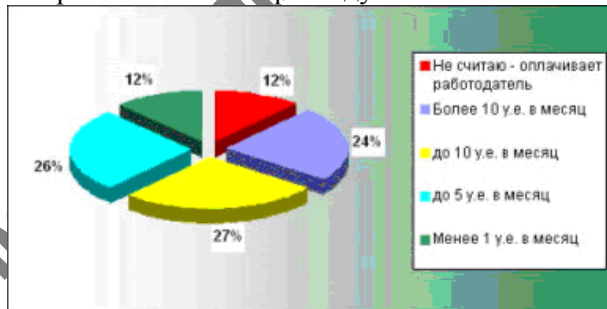
Вопрос: Как часто Вы пользуетесь WAP?



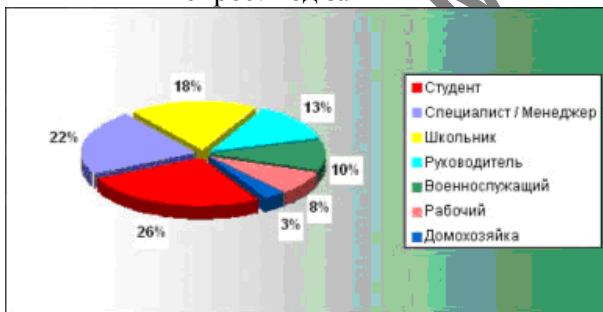
Вопрос: Ваш возраст



Вопрос: Сколько Вы расходуете на WAP?



Вопрос: Род занятий



Вопрос: Для чего обычно используете WAP?

