

МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

имени М.В. Ломоносова

Факультет журналистики

Кафедра новых медиа и теории коммуникации

Оригинальный контент российских онлайн-кинотеатров

(На примере KION, Wink и Start)

Работу выполнила
студентка IV курса
дневного отделения
ДЗИОЕВА А.Э.

Научный руководитель:
Аспирант ПЕРШИНА Е.Д.

Москва 2021

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ.....	3
KION.....	5
Wink.....	7
Start.....	10
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	12
Библиографический список.....	13

ВВЕДЕНИЕ

OTT-сервисы – один из наиболее быстрорастущих и перспективных сегментов рынка медиа и развлечений в России. Пандемия коронавируса, изменения в укладе жизни во многом определили стремительное развитие онлайн-кинотеатров как значительной доли рынка OTT-видео. Так, по итогам 2020 года рынок онлайн-кинотеатров (или же легальных VoD-сервисов, действующих по модели OTT) составил 27,8 млрд руб и показал рост 66% по сравнению с 2019 годом, по оценке «ТМТ Консалтинг».¹

Сегмент онлайн-кинотеатров можно охарактеризовать как огромное поле деятельности, на котором конкурирует большое число игроков. Неудивительно, что крупные цифровые и телеком компании стремятся развивать собственные онлайн-кинотеатры в качестве компонента своих систем. Эта тенденция во многом определена потребностью пользователей в качественном видеоконтенте, удобно «упакованном» на единой платформе.

На рынке OTT все время присутствует запрос на новые сериалы и фильмы. Термин «УТП» (уникальное товарное предложение) применительно к индустрии онлайн-кинотеатров можно сузить до термина «УКП» (уникальное контентное предложение). Многие онлайн-кинотеатры стремятся производить собственный контент, который можно предложить аудитории эксклюзивно.

Цель исследования – доказать или опровергнуть гипотезу, что одним из главных условий успешной конкурентной борьбы между российскими онлайн-кинотеатрами выступает оригинальный контент.

¹ ТМТ РЕЙТИНГ: Российский рынок онлайн-кинотеатров 2020. URL: <http://tmt-consulting.ru/wp-content/uploads/2021/03/%D0%A2%D0%9C%D0%A2-%D1%80%D0%B5%D0%B9%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3-%D0%9E%D0%A2%D0%A2-%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BE%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%B2%D0%B8%D1%81%D1%8B-2020.pdf>

Под «оригинальным контентом» в тексте работы следует понимать проекты онлайн-кинотеатров, созданные в рамках производства внутри компании или же проинвестированные предприятием.

Работа посвящена сегменту ОТТ-сервисов телекоммуникационных компаний. Для исследования выбраны следующие онлайн-кинотеатры: KION (МТС), Wink (Ростелеком) и Start (Мегафон).

Задачи исследования:

— Проанализировать интервью представителей исследуемых онлайн-кинотеатров;

— Проанализировать, как много оригинального контента представлено на площадках;

— Сделать выводы о том, является ли оригинальный контент ведущим фактором конкурентоспособности онлайн-кинотеатра.

Для проведения исследования мы использовали разные источники, в основном, комментарии представителей онлайн-кинотеатров KION, Wink и Start для СМИ и аналитические отчеты.

KION

Запуск стриминг-сервиса KION произошел в апреле 2021 года, это результат ребрендинга «МТС ТВ». Создатели платформы не ограничились сменой «вывески». KION представляет собой обновленную площадку. К моменту запуска проекта МТС уже были готовы выложить первые релизы и анонсировали большое количество оригинальных тайтлов (единиц контента) – около 30 за 2021 год

Вслед за такими лидерами рынка, как Okko, Кинопоиск HD и Start, KION решили сделать упор на *originals*. Меньше года прошло с момента запуска стриминг-сервиса, но в библиотеке онлайн-кинотеатра есть уже 20 оригинальных релизов. На презентации KION, с которой в августе 2021 года выступил генеральный директор МТС Медиа Игорь Мишин, сообщили, что наибольшей популярностью у подписчиков KION пользуются именно оригинальные проекты.²

Одни из самых успешных релизов: психологический детектив «Хрустальный», фантастический сериал в формате киносторис «Отец Сергей», проект «Клиника счастья», музыкальный киноальманах «Шестнадцать+» и сериал «Коса». В октябре эти и другие произведения были представлены на международной выставке аудиовизуальной продукции MIPCOM в Каннах, после которых у KION начались переговоры с несколькими крупными европейскими дистрибьюторами.³

На ежегодном международном форуме операторов связи «Телеком 2020» генеральный директор МТС Медиа Игорь Мишин рассказал «Телеспутнику» о нюансах создания оригинального контента.⁴ Когда журналист задал ему

² МТС запустила онлайн-кинотеатр KION. URL: <https://telesputnik.ru/materials/companies/news/mts-zapustila-onlayn-kinoteatr-kion/>

³ KION впервые провел презентацию в рамках MIPCOM. URL: https://www.kinometro.ru/news/show/name/kion_mipcom2021_4454

⁴ Игорь Мишин («МТС Медиа») про развитие собственного контента. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=b5Sq2YtCJds&t=25s>

вопрос, необходимо ли OTT-платформам сейчас производить собственный контент, Игорь Мишин ответил, что это зависит от желания инвесторов и акционеров, хотя и подтвердил, что производство собственного контента – это вызов рынка.⁵

Мишин отметил: «Есть модели, когда акционеры OTT-сервисов принимают стратегическое решение развивать их только как агрегаторов контента, не производителей». При этом директор KION сказал, что он допускает, что через 5-7 лет, когда индустрия достигнет объема выручки и коммуникаций с аудиторией, сравнимых с эфиром телевидения, скорее всего, будут существовать платформы разных моделей: и агрегации, и собственного производства.

Тем не менее Мишин подчеркнул, что, по его мнению, высокие доходы достанутся тем платформам, которые смогут предъявить аудитории уникальное контентное предложение. Платформы, развивающиеся как агрегаторы (пусть и эксклюзивно представленного) «чужого» контента, могут столкнуться с большими проблемами. Он заявил: «Шансов на сегодняшний день для того, чтобы предложить такой лицензионный эксклюзив в достаточном объеме нет ни у кого».⁶

Таким образом, конкурентным преимуществом стримингового сервиса телекоммуникационной компании МТС в числе прочих достоинств выступает производство качественного оригинального сериального и кино контента. Руководители проекта едва ли представляют дальнейшее развитие KION в рамках индустрии без регулярного предоставления аудитории оригинальных релизов.

⁵ Там же

⁶ Там же

Wink

Оператор связи Ростелеком запустил свой видеосервис Wink в 2018 году. В отличие от большинства онлайн-кинотеатров Wink не занимается собственным производством.

По итогам 2020 года Wink вышел на пятое место по объему выручки видеосервисов после лидеров IVI, Okko, YouTube и Netflix. При этом его доля составила 7,3 %, как и в 2019 году.⁷

Руководитель видеосервиса Wink Антон Володькин дал интервью «Телеспутнику» на конференции TeleMultiMedia Forum 2021. Представитель Wink объяснил подход онлайн-кинотеатра к производству эксклюзивов.⁸

Антон Володькин поделился: «Мы агрегатор разных контентных сервисов. У нас есть подписки, контент Amediateka, more.tv, Start». Журналист «Телеспутника» предположил, с какими проблемами могут столкнуться сервисы, нацеленные на производство эксклюзивного контента: инвестиции в производство не всегда окупаются, а эксклюзивные проекты все равно в конечном счете будут доступны и на других площадках.

Антон Володькин согласился с журналистом и указал на принципы своей компании: «Мы придерживаемся стратегии сбалансированного подхода: мы инвестируем, но инвестируем так, чтобы это было прибыльно в ближайшей перспективе».

Володькин подчеркнул, что чаще всего они вкладывают деньги в производство контента совместно с другими предприятиями. Он выразился так: «Соинвестирование – нормальная для нас история». Тем не менее руководитель видеосервиса привел пример проекта, в который компания

⁷ TelecomDaily: в 2020 в выигрыше оказались «Кинопоиск» и Netflix. URL: <https://telecomdaily.ru/news/2021/03/06/telecomdaily-v-2020-v-vyigryshe-okazalis-kinopoisk-i-netflix>

⁸ Антон Володькин (Wink) об эксклюзивном контенте и конкуренции видеосервисов URL: <https://www.youtube.com/watch?v=CwTrFFfGnU4&t=27s>

вложила средства эксклюзивно, а не в числе прочих крупных инвесторов, – документальный многосерийный проект Сергея Минаева «Девяностые».

Руководитель Wink рассказал, что у видеосервиса есть партнеры, которые поставляют им контент. Он отметил, что Wink – далеко не главный инвестор на рынке, но «может быть, один из самых эффективных по количеству денег вложенных и количеству денег заработанных».

На вопрос о том, появится ли собственное производство у Wink в будущем, руководитель ответил, что это будет зависеть не столько от денег, сколько от веры в то, что существующие студии и продюсерские центры смогут производить контент определенного уровня, а предприятию удастся минимизировать риски. А на данном этапе команда Wink предпочитает наблюдать за опытом других игроков, производящих свой контент.⁹

Итак, модель онлайн-кинотеатра Wink строится на агрегации контента, то есть основана на продаже аудитории доступа к приобретенному лицензионному контенту. Библиотека видеосервиса состоит из большого числа сериалов и фильмов, права на которые получил «Ростелеком».

Руководители проекта предпочитают с осторожностью вкладывать средства в производство контента и не создают оригинальные материалы в собственных студиях и центрах, как это делают некоторые российские онлайн-кинотеатры.

На сегодняшний день компания «Ростелеком», должно быть, чувствует себя достаточно комфортно на рынке сервисов ОТТ, занимает лидирующие позиции по объему выручки. Отсутствие собственного оригинального контента не мешает сервису получать прибыль. Можно предположить, что это

⁹ Антон Володькин (Wink) об эксклюзивном контенте и конкуренции видеосервисов URL: <https://www.youtube.com/watch?v=CwTrFFfGnU4&t=27s>

во многом связано с тем, что видеосервис хорошо продвигается оператором мобильной связи «Tele2», предлагающим тарифы с доступом к сервису Wink.

Впрочем, это нельзя назвать отличительной чертой Wink, ведь это распространенная модель DoublePay, характерная и для Wink, и для KION, и для Start. МТС предлагает своим абонентам подписку на KION в пакете с домашним Интернетом и интерактивным телевидением, поэтому изначально аудитория кинотеатра сформировалась за счет абонентов МГТС или МТС. Мегафон, увеличивший долю в Start до 50%, также предлагает специальные мобильные тарифы с подпиской на кинотеатр.

Start

Российский онлайн-кинотеатр Start начал работу в октябре 2017 года. С первых дней своего существования видеосервис эксклюзивно предоставляет аудитории сериалы, которые сняты продюсерской компаний Yellow, Black and White и иными серьезными кинокомпаниями и студиями, в том числе зарубежными. По итогам 2020 года показатель доли выручки Start среди ведущих 14 видеосервисов составил 4%, за год увеличился почти вдвое (по сравнению с 2,2% в 2019 году).¹⁰

Самыми известными проектами Start являются сериалы: «Вампиры средней полосы», «Медиатор», «Бывшие», «Содержанки», «Лучше, чем люди», «Шторм», «257 причин, чтобы жить», «Вне игры», «Хороший человек», фильмы: «Завод», «Текст» и «Отель „Белград“».

Большое достижение Start – выход на глобальный рынок. В 2019 году права на показ «Лучше, чем люди» под брендом Netflix Originals были приобретены Netflix, а права на показ первого сезона сериала «Содержанки» купил сервис Amazon Prime.

Директор по стратегическому развитию видеосервиса Start Дмитрий Гудумак в интервью «Телеспутнику» рассказал о том, какую роль играет собственный контент в развитии видеосервиса.¹¹ Это было в феврале 2020 года, еще до роста рынка OTT, связанного с пандемией коронавируса.

Дмитрий Гудумак заявил: «Российский рынок – это крайне конкурентный рынок. Мы выпускаем в год огромное количество профессионального качественного контента». Директор поделился тем, что на рынке есть игроки с рекордным числом тайтлов (единиц контента), в этом ключе он упомянул Okko. Однако он подчеркнул, что Start никогда не стремился предложить

¹⁰ TelecomDaily: в 2020 в выигрыше оказались «Кинопоиск» и Netflix. URL:

<https://telecomdaily.ru/news/2021/03/06/telecomdaily-v-2020-v-vyigryshe-okazalis-kinopoisk-i-netflix>

¹¹ Дмитрий Гудумак (Start) о значимости оригинального контента для развития видеоплатформы. URL:

https://www.youtube.com/watch?v=mB_qUna7gl8

аудитории десятки тысяч фильмов и сериалов. Он пояснил: «У нас достаточно плотная библиотека, которую мы монетизируем в основном за счет собственного контента. Тут важно не количество контента, а то, какова доля просмотров собственного контента среди всего. У нас среднее значение этой доли – 76%».¹²

Директор по стратегическому развитию видеосервиса Start убежден, что регулярные релизы качественных оригинальных фильмов и сериалов обеспечивают конкурентоспособность онлайн-кинотеатрам. Он завершил свое интервью цитатой Билла Гейтса “Content is King”.

Онлайн-кинотеатр Start, вне всякого сомнения, основывается на производстве собственного контента. Так, например, сильнейшему аудиторному скачку видеосервис был обязан оригинальной премьерой «Содержанки». На наш взгляд, Start справедливо назвать полноценным медиа брендом. Имидж видеосервис заработал именно благодаря популярным оригинальным сериалам и фильмам, качественному и масштабному продакшну, готовностью представить аудитории новые релизы. Start весьма динамично развивается не только в финансовом плане, но и в креативном.

¹² Дмитрий Гудумак (Start) о значимости оригинального контента для развития видеоплатформы. URL: https://www.youtube.com/watch?v=mB_qUna7gl8

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе исследования гипотеза о том, что одним из главных условий успешной конкурентной борьбы между российскими онлайн-кинотеатрами выступает оригинальный контент, была доказана на примерах таких активноактивно развивающихся видеосервисов, как KION и Start.

Но при этом собственный оригинальный контент – это вовсе не обязательное условие для выживания на современном российском рынке сервиса ОТТ. Так, анализируемый онлайн-кинотеатр Wink не занимается созданием оригинальных фильмов и сериалов, а также редко инвестирует в производство контента, но при этом состоит в пятерке видеосервисов с самыми высокими показателями объема выручки, удерживает свою долю.

Из анализа онлайн-кинотеатров можно сделать вывод, что на рынке могут успешно конкурировать платформы разных моделей: те, что основаны на агрегации контента, и те, которые делают ставку на собственное производство.

Важно помнить, что, несмотря на все преимущества – стремительное привлечение аудитории, уникальное контентное предложение, возможность выхода на мировой рынок и др. – производство собственного контента – рискованный для компании шаг, сопряженный с огромным количеством производственных издержек.

Справедливо отметить, что оригинальный контент может многое дать видеосервису не только в финансовом, но и имиджевом плане, однако влияние оригинальных проектов на репутацию бренда может быть как положительным, так и отрицательным.

Таким образом, оригинальные проекты онлайн-кинотеатров могут сформировать великолепное конкурентное преимущество и стать мощнейшим драйвером роста, но сами по себе, разумеется, не являются гарантом успеха на рынке, зато, бесспорно, связаны с серьезными маркетинговыми рисками.

Библиографический список

1. Антон Володькин (Wink) об эксклюзивном контенте и конкуренции видеосервисов URL:
<https://www.youtube.com/watch?v=CwTrFFfGnU4&t=27s> (Дата обращения: 24.12.2021)
2. Дмитрий Гудумак (Start) о значимости оригинального контента для развития видеоплатформы. URL:
https://www.youtube.com/watch?v=mB_qUna7gl8 (Дата обращения: 24.12.2021)
3. Игорь Мишин («МТС Медиа») про развитие собственного контента. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=b5Sq2YtCJds&t=25s> (Дата обращения: 24.12.2021)
4. KION впервые провел презентацию в рамках MIPCOM. URL:
https://www.kinometro.ru/news/show/name/kion_mipcom2021_4454 (Дата обращения: 23.12.2021)
5. МТС запустила онлайн-кинотеатр KION. URL:
<https://telesputnik.ru/materials/companies/news/mts-zapustila-onlayn-kinoteatr-kion/> (Дата обращения: 23.12.2021)
6. TelecomDaily: в 2020 в выигрыше оказались «Кинопоиск» и Netflix. URL: <https://telecomdaily.ru/news/2021/03/06/telecomdaily-v-2020-v-vyigryshe-okazalis-kinopoisk-i-netflix> (Дата обращения: 24.12.2021)
7. ТМТ РЕЙТИНГ: Российский рынок онлайн-кинотеатров 2020. URL:
<http://tmt-consulting.ru/wp-content/uploads/2021/03/%D0%A2%D0%9C%D0%A2-%D1%80%D0%B5%D0%B9%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3-%D0%9E%D0%A2%D0%A2-%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BE%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%B2%D0%B8%D1%81%D1%8B-2020.pdf> (Дата обращения: 23.12.2021)