

# Путь мобильного телевидения на массовый рынок

**НИКОЛЯ ШЕВАЛЬЕ,**

*руководитель отдела  
маркетинга мобильного ТВ  
компании Nagravision*

нему добавилось еще одно, GPS-навигатор Garmin GPS PND (Portable Navigation Device).

Вскоре после запуска проекта 3 Italy два других ведущих итальянских оператора мобильной телефонии – Vodafone и TIM – запустили собственные проекты DVB-H и тем самым вывели Италию в мировые лидеры в этой области. Все три проекта используют систему доступа Nagravision.

## Внедрение мобильного ТВ в общемировых масштабах

В настоящее время внедрение DVB-H приняло общемировой характер, новые коммерческие проекты запущены или планируются к запуску в будущем году во Франции, Германии, Финляндии, Швейцарии, Австрии, России, а также в Тихоокеанском регионе – в Малайзии и на Филиппинах.

Одновременно можно наблюдать внедрение альтернативных вещательных технологий – MediaFLO в США и STIM/СММВ в Китае. Поэтому можно предположить, что на рынке будут параллельно существовать разные вещательные технологии.

90% абонентов мобильного ТВ пользуются сегодня услугами, закрытыми Nagravision. А среди партнеров Nagravision, планирующих запуск или работающих в тестовом режиме, можно назвать «Доминанту» («Вымпелком») в России, T-Mobile в Чехии и Telefonica del Peru в Латинской Америке.

## Тенденции рынка мобильного телевидения

По мнению Nagravision, с развитием рынка принцип просмотра мобильного ТВ должен измениться.

1. Модели платного и бесплатного ТВ будут сосуществовать друг с другом, но при этом бесплатное ТВ тоже будет кодироваться для возможности собирать разовую оплату за подключение к услуге и для поддержки родительского контроля.

Анализ рынка и практический опыт подтверждают предположение, что пользователи будут платить за мобильное ТВ умеренную абонентскую плату, которая будет собираться различными способами. Одна из возможных моделей предусматривает разовый сбор с каждого продаваемого приемного устройства. Этот незаметный для абонентов разовый сбор обычно предназначен для финансирования ввода новых сетевых мощностей. Эта же модель

*Еще 5 лет назад просмотр ТВ на мобильном телефоне казался нереальной фантазией. Первые услуги, реализованные на базе сетей 3G, позволили оценить стартовый интерес абонентов, но это было только начало. Скоро стало ясным, что рынок мобильного ТВ, которым к 2012 году, по прогнозам, будет охвачено 350-500 млн пользователей, может создать новые источники доходов не только отдельно для вещателей, правообладателей и мобильных операторов, но также и для комплексной экосистемы.*

Революция в мобильном телевидении подготавливалась провайдером услуг, производителями карманных приемников и разработчиками необходимых технологий на протяжении нескольких лет, и теперь результатами их усилий пользуются миллионы.

В отличие от сетей 3G, которые могут обслуживать ограниченное количество ТВ-абонентов, сети DVB-H, в силу их вещательной природы, прекрасно масштабируются, и их услуги могут быстро превратиться в массовые.

Первые успешные коммерческие внедрения показали, что люди готовы платить за такой востребованный контент, как спорт и новости, а также за популярные фильмы.

Особенный интерес к мобильному ТВ проявляют абоненты возрастной группы от 18 до 35 лет. В то же время, при реализации коммерческих схем работы этих сетей возникает ряд проблем, требующих решения. Операторы должны быть уверены, что абоненты исправно оплачивают не только подписку на базовый и премиальный пакеты, но также и услуги, предоставляемые в формате «оплата за просмотр» или разовый доступ к ТВ-трансляциям. Поэтому решение Nagra Mobile TV разработано с учетом возможных вариантов получения платных услуг.

## Ретроспективный взгляд

В мае 2006 года произошел запуск первого в мире проекта DVB-H. Первой компанией, запустившей коммерческий проект DVB-H, стала 3 Italy – итальянская компания, занимающаяся мобильными медиа, контролируемая телекоммуникационным гигантом Hutchison Whampoa. Уже будучи лидером на рынке 3G, Hutchison 3 рассматривал запуск мобильного ТВ как закономерный шаг в своем развитии. За очень короткое время 3 Italy и Nagravision ввели в эксплуатацию первую коммерческую услугу. В рамках проекта использовались телефоны Samsung и LG с тюнерами DVB-H и системой доступа, реализованной в SIM-карте.

3 Italy приурочила запуск своих услуг к проведению Чемпионата мира по футболу 2006 года, и это позволило ей уже за первые 6 недель работы привлечь 111 тысяч подписчиков, а за полтора года работы количество абонентов выросло до 800 тысяч. Сегодня 3 Italy доставляет своим абонентам базовый и премиальный пакеты в рамках разных моделей доступа, таких как оплата за подписку, оплата за просмотр программы и оплата за время просмотра.

В 2007 году 3 Italy расширила набор приемных терминалов, включив в него не голосовое устройство Quantum PMP (Portable Media Players). А в 2008 году к



луг. С учетом этой тенденции, в 2007 году Nagravision представила законченное решение для организации условного доступа на базе карт MicroSD, предусматривающее использование карт MicroSD для хранения загружаемой из сети музыки, фильмов или ТВ-программ с возможностью программирования режимов загрузки и хранения материалов.

3. Различные стандарты, присутствующие сегодня на рынке мобильного ТВ, будут конкурировать между собой и в последующие годы. Транспортные стандарты, такие как ATSC-M/H, CMMB, DVB-H, DVB-SH, ISDB-T, MediaFLO и T-DMB, уже получили внедрение или находятся в стадии разработки. То же самое справедливо и в отношении стандартов безопасности, таких как OMA-BCAST и Open Security Framework. Система Nagra Mobile TV не привязана ни к одному из стандартов, постоянно модернизируясь для поддержки появляющихся стандартов.

*Перевод Анны Бителевой*

может использоваться для «бесплатного» телевидения, то есть для каналов, предоставляемых без подписки. Альтернатива – подписка на определенный период времени, самая распространенная схема оплаты ТВ-сервисов. И, наконец, денежные отчисления могут быть привязаны к фактам получения услуг, например, в форме оплаты за просмотр или оплаты за время просмотра. Разумеется, эти три подхода могут комбинироваться для создания оптимальной схемы коммерческой эксплуатации сети, с которой сосуществуют и платные, и бесплатные каналы. Можно, например, сочетать разовую плату за подключение к сети, налагаемую на владельцев негословых приемников, и ежемесячную, которую будет собирать оператор мобильной сети со своих подписчиков, получающих ТВ на мобильные телефоны.

Позже, когда услуга станет массовой, заработает механизм получения прибыли от рекламы, в зависимости от числа просмотров. Но в краткосрочной и среднесрочной перспективе рекламные доходы не позволят окупить затраты на строительство сети и запуск услуг.

Обнадеживает то, что за многие годы существования платного ТВ абоненты привыкли платить за премиальные и тематические каналы – спортивные, новостные и развлекательные, равно как и за мобильную телефонию. Поэтому они, скорее всего, согласятся платить и за мобильное телевидение, конечно, при наличии привлекательного контента, разумных цен, а также простоты и удобства получения услуг. Но для этого необходимо предварительно сформировать базу контента, адаптированного для задач мобильного телевидения. Фильмы, в частности, должны быть разбиты на короткие серии с фиксированной длительностью и повторяться несколько раз за день. Должна также быть пре-

дусмотрена интерактивность, позволяющая пользователю выбирать варианты развития событий.

2. Развитие рынка мобильного ТВ будет характеризоваться все более широким применением негословых терминалов, таких как PMP (Portable Media Player) и PND (Portable Navigation Devices) и автомобильных развлекательных устройств.

В регионах, где мобильное ТВ уже получило распространение, таких как Корея и Япония, мобильные телефоны составляют только половину терминалов, используемых для приема ТВ. Другая половина – это карманные телевизоры, PMP, PND, ноутбуки и различные автомобильные устройства, оборудованные тюнером. Данный факт указывает на растущую потребность пользователей принимать мобильное ТВ на приемные устройства такого рода, что создает дополнительные коммерческие возможности для операторов мобильных ус-

