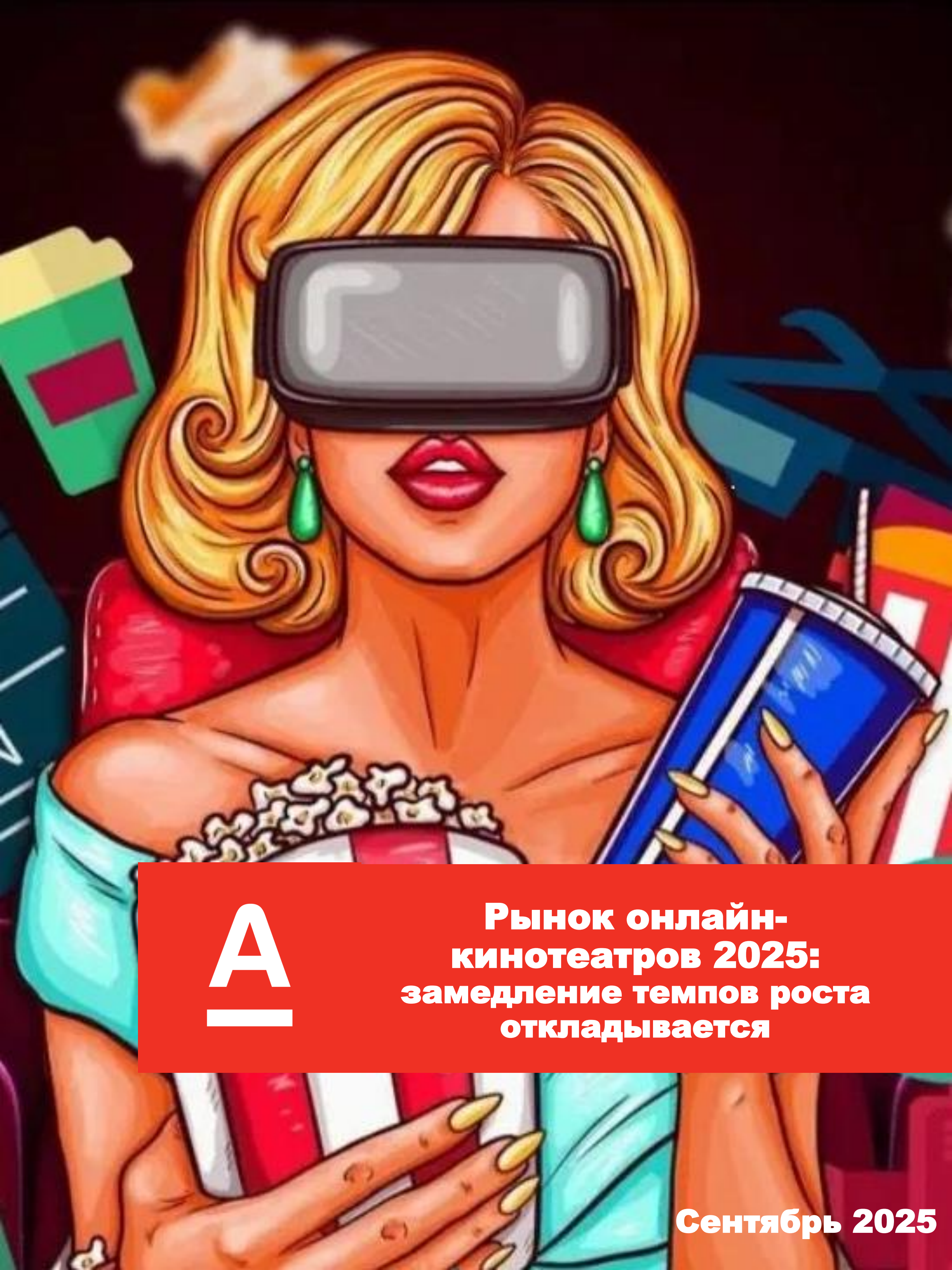




А

Рынок онлайн-кинотеатров 2025: замедление темпов роста откладывается

Сентябрь 2025

Начиная с 2023 года рынок онлайн-кинотеатров динамично растет — в среднем более чем на 37% в год в 2023–2024 гг. При этом согласно прогнозам начала года, отраслевые эксперты ожидали более чем двукратного снижения темпов роста уже в 2025 году, но результаты первого полугодия на фоне заметного увеличения стоимости подписок без потери аудитории, на наш взгляд, свидетельствуют об обратном. Наши ожидания результатов по итогам 2025 года изложены ниже.

- Мы ожидаем во 2П25 **сохранения динамики роста рынка онлайн-кинотеатров** на уровне 1П25, когда этот рынок вырос на 40% по сравнению с 1П24. **По итогам 2025 года общий объем рынка, по нашим оценкам, составит около 170 млрд руб.,** без учета партнерских платежей и лицензирования контента, а с учетом партнерских платежей и доходов VOD-операторов (но без лицензирования контента) — **около 180 млрд руб.**
- **Основным драйвером по итогам 2025 года,** как в абсолютном, так и в процентном выражении, по нашему мнению, **будет подписная (SVOD) модель монетизации (ожидается рост выручки приблизительно на 45% г/г).** На динамику этого сегмента позитивно влияют рост стоимости подписок и базы подписчиков для отдельных сервисов (в основном за счет увеличения среднего числа подписок на одного пользователя).
- В целом, потребители проявили **готовность платить больше за качественный и разнообразный контент.** Повышенным спросом в 2025 году пользуются **спортивные трансляции, детский контент и сериалы.** При этом в связи с существенным ростом затрат на производство контента прослеживается **тенденция к развитию коллаборации и расширению партнерских программ.**
- **В топ-5 онлайн-кинотеатров входят Кинопоиск, Okko, Wink, Иви и KION,** и по итогам 2025 года, по нашему мнению, **этот список не изменится.** Возможно некоторое изменение долей рынка и перераспределение позиций в рейтинге по долям выручки от общего объема рынка (с сохранением лидерства Кинопоиска), а также незначительное увеличение суммарной доли топ-5 игроков, которые получают более 80% общей выручки всех онлайн-кинотеатров.
- **Сохраняются предпосылки к замедлению роста в 2027 и последующие годы:** существенный рост затрат на производство контента и, как следствие, сокращение выпущенных проектов, конкуренция с соцсетями (потенциально обеспечивающими лучшее таргетирование целевой аудитории), а также высокий уровень видеопиратства.

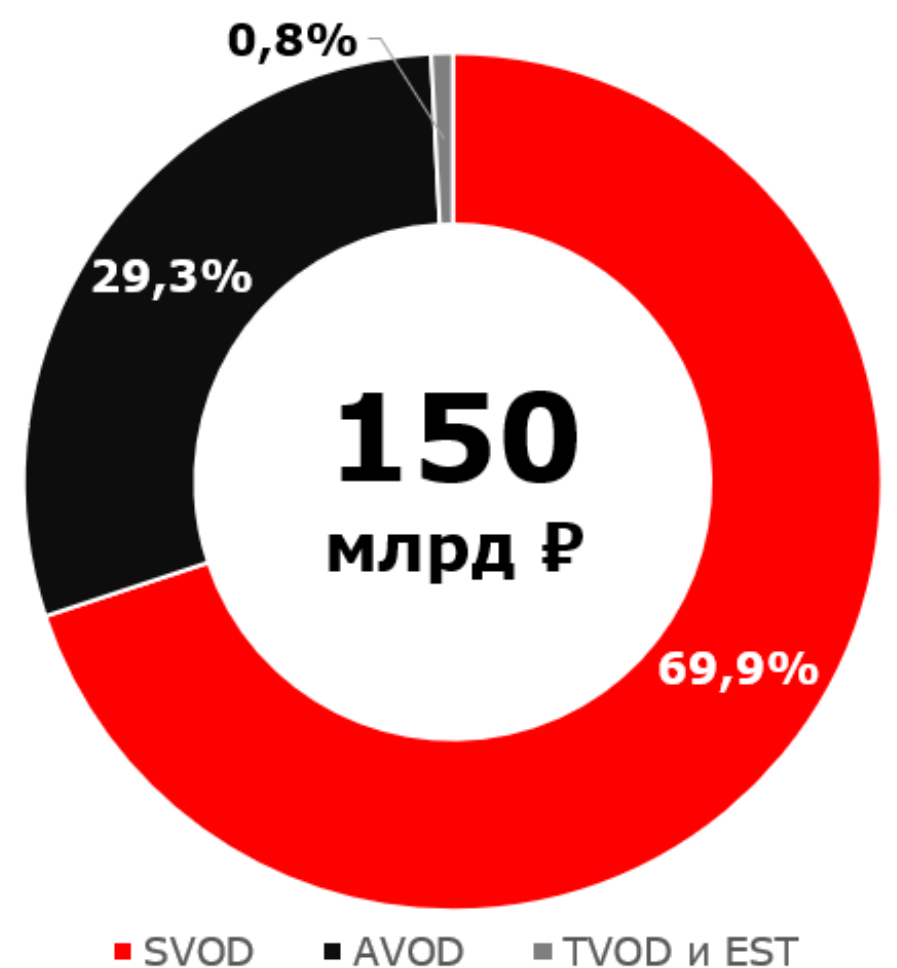
Содержание

• Рынок 2024 в цифрах	3
• Рынок 1П25 в цифрах	8
• Тенденции и прогнозы	18
• Термины и сокращения	20
• Контакты	21

Итоги 2024 в цифрах

- По данным J'son & Partners Consulting («Атлас рынка легальных видеосервисов России, итоги 2024 г.»), выручка российского рынка легальных видеосервисов от предоставления B2C-услуг за 2024 год составила 149,97 млрд руб. (+34,4% г/г).
- Наибольшие доходы в 2024 году обеспечила подписная (платная) модель (SVOD) – 104,87 млрд руб. (+40,8% г/г). Доходы от рекламной модели (AVOD) за тот же период составили 43,9 млрд руб. (+22,4% г/г). Меньше всего выручки в 2024 году принесли платные модели с оплатой за единицу контента (TVOD и EST) – суммарно 1,21 млрд руб. (-3% г/г). **В целом, российские видеосервисы в 2024 году сосредоточились на развитии подписной модели на фоне роста числа пользователей и потенциала увеличения стоимости подписки при более скромной динамике рекламных бюджетов и стагнации в моделях монетизации с оплатой за единицу контента.**
- Также авторы исследования оценили выручку по отдельным смежным направлениям бизнеса: лицензирование контента онлайн-кинотеатров, рекламные видеоинтеграции и пиратские видеосервисы, по этой оценке, суммарно обеспечили 29,4 млрд руб. (+25,7% г/г).
- Исследование J'son & Partners Consulting охватывает не только онлайн-кинотеатры (16 в 2024 году), но и другие сегменты рынка легальных видеосервисов: социальные сети (5), телеканалы (11), VOD-операторы (7), агрегаторы и инфосервисы (10). При этом среди легальных видеосервисов именно онлайн-кинотеатры имеют наиболее значительную долю в структуре доходов, продолжая ее увеличивать: по оценке J'son & Partners Consulting, их доля выросла с 75,3% в 2023 году до 78,4% в 2024 году.

Структура выручки
российского рынка легальных
видеосервисов по моделям
монетизации, 2024 год.



Источники: J'son & Partners Consulting, Альфа-Банк.

+34,4% г/г
рост рынка в 2024 году

₽ 29,4 млрд
оценка выручки по отдельным
значимым смежным
направлениям бизнеса

78,4%
доля онлайн-кинотеатров в
общем объеме выручки
легальных видеосервисов
в 2024 году

Итоги 2024 в цифрах

- Также свои оценки объема рынка российских легальных видеосервисов по итогам 2024 года представили TelecomDaily и TMT Консалтинг.
- При этом если эксперты TelecomDaily оценивали рынок по итогам 2024 года по результатам основной деятельности онлайн-кинотеатров, то TMT Консалтинг также дополнительно учел деятельность VOD-операторов (операторских VOD-сервисов)** и партнерские платежи. Оба аналитических агентства сознательно не учитывали в общей оценке рынка доходы от лицензирования контента.
- По оценке TelecomDaily, общая выручка онлайн-кинотеатров в 2024 году составила 121,3 млрд руб. (+44% г/г).
- По оценке TMT Консалтинга, общая выручка онлайн-кинотеатров и VOD-операторов в 2024 году составила 128,8 млрд руб. (+37% г/г). Доходы от платных моделей (SVOD, TVOD и EST, суммарно) в 2024 году выросли до 121,4 млрд руб. (+38,6% г/г). Рекламная AVOD-модель принесла 7,4 млрд руб. (+12% г/г). Структура по отдельным моделям монетизации в 2024 году была следующей: SVOD-модель принесла онлайн-кинотеатрам и VOD-операторам 93,3% выручки, AVOD-модель – 5,7%, TVOD и EST – около 1%.

* Представители J'son & Partners Consulting, комментируя результаты исследований коллег, отметили, что существенные структурные расхождения с их собственной оценкой долей выручки по моделям монетизации в первую очередь обусловлены отличиями в формировании выборки наблюдаемых субъектов, в частности, включением в круг собственного исследования социальных сетей, телеком-операторов и телеканалов. В качестве примера был приведен сегмент out-stream рекламы (внешней рекламы вокруг видео), выручка от которого является существенной составляющей дохода социальных сетей и существенно повышающей долю AVOD-модели при рассмотрении рынка видеосервисов в целом.

** При этом не включена в оценку деятельность видеопорталов, сайтов телеканалов и магазинов приложений.

₽ 121,3 млрд

общая выручка онлайн-кинотеатров в 2024 году, по оценке TelecomDaily

₽ 117,6 млрд

общая выручка онлайн-кинотеатров в 2024 году, по оценке J'son & Partners Consulting

Структура выручки онлайн-кинотеатров и VOD-операторов по моделям монетизации в 2024 году, по оценке TMT Консалтинга

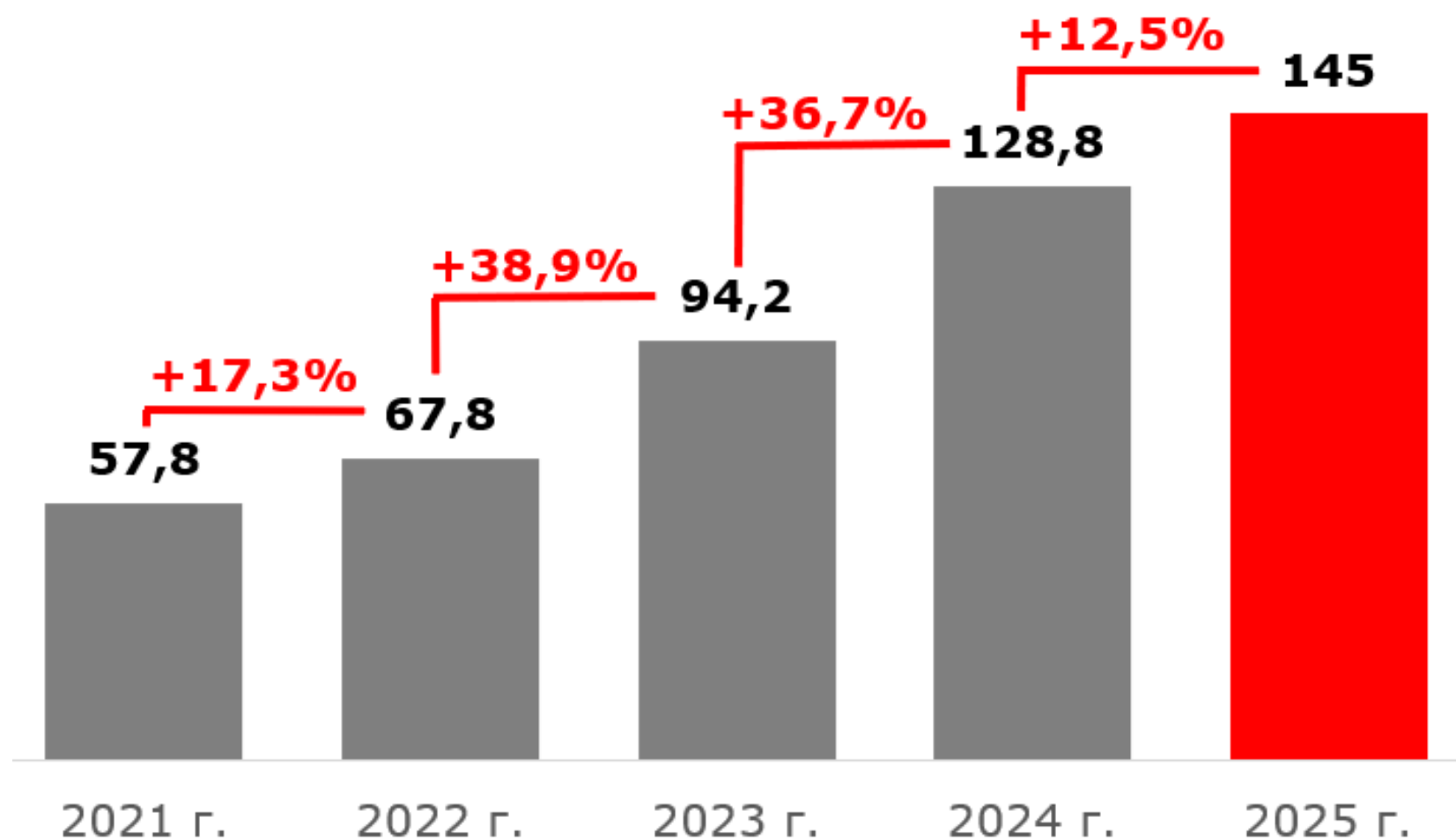


Источники: TMT Консалтинг, Альфа-Банк.

Прогнозы на 2025 год

- По прогнозу J'son & Partners Consulting, представленному в начале 2025 года, среднегодовой темп роста российского рынка видеосервисов в 2025–2029 гг. составит 17%, а объем рынка в абсолютном выражении в 2029 году превысит 300 млрд руб. (расчетно — 327,74 млрд руб.).
- В TelecomDaily в начале года ожидали снижения темпов роста выручки онлайн-кинотеатров по итогам 2025 года до 20–22%.
- По оценке TMT Консалтинга (также на начало 2025 года), рынок онлайн-кинотеатров и VOD-операторов в 2025 году вырастет на 10–15% и составит около 145 млрд руб.

Динамика объема рынка онлайн-кинотеатров и VOD-операторов, по оценке TMT Консалтинга, млрд руб.



Источники: TMT Консалтинг, Альфа-Банк.

- В целом, исследователи **по состоянию на начало 2025 года** сошлись во мнении (с учетом расхождений конкретных методик оценки), что существенное замедление роста выручки онлайн-кинотеатров возможно уже в 2025 году, так как исключительно ценовые инструменты повышения выручки (в первую очередь, удорожание подписки) не могут быть ключевым драйвером роста длительное время, а привлекать новых пользователей все сложнее и дороже.
- При этом, по мнению генерального директора Ассоциации «Интернет-видео» Алексея Бырдина, до реального потолка емкости рынку еще очень далеко, рынок будет расти сразу по всем ключевым направлениям, включая **количество подписчиков, число подписок на одного пользователя, число оплаченных месяцев в году и стоимость подписки.**



Ключевые игроки рынка по итогам 2024 года

- Лидером по выручке (внутри бизнес-сегмента исследования) по итогам 2024 года, по оценкам TelecomDaily*, является **Кинопоиск** (более 40 млрд руб.), далее идут **Иви** (около 20 млрд руб.), **Wink** (около 19 млрд руб.), **Okko** (около 15 млрд руб.) и **KION** (около 7 млрд руб.). В TMT Консалтинге распределили места среди лидеров рейтинга по итогам 2024 года аналогичным образом при незначительных методологических расхождениях при проведении исследования и оценки выручки бизнес-сегмента.
- Доля топ-5 игроков по выручке в 2024 году составила около 85% по оценке TelecomDaily и около 80% по оценке TMT Консалтинга.

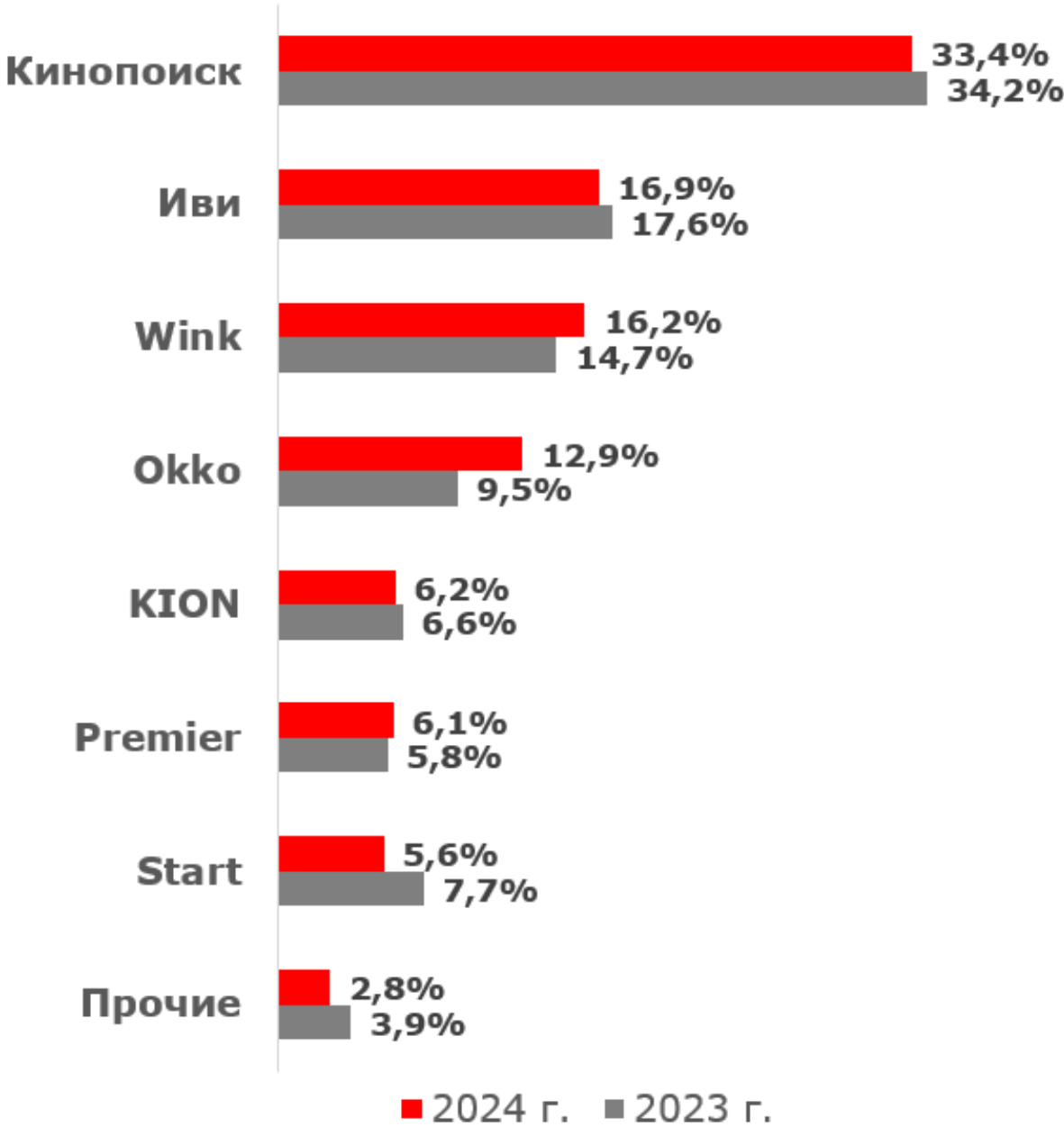
> 80%

доля выручки топ-5 игроков рынка по итогам 2024 года

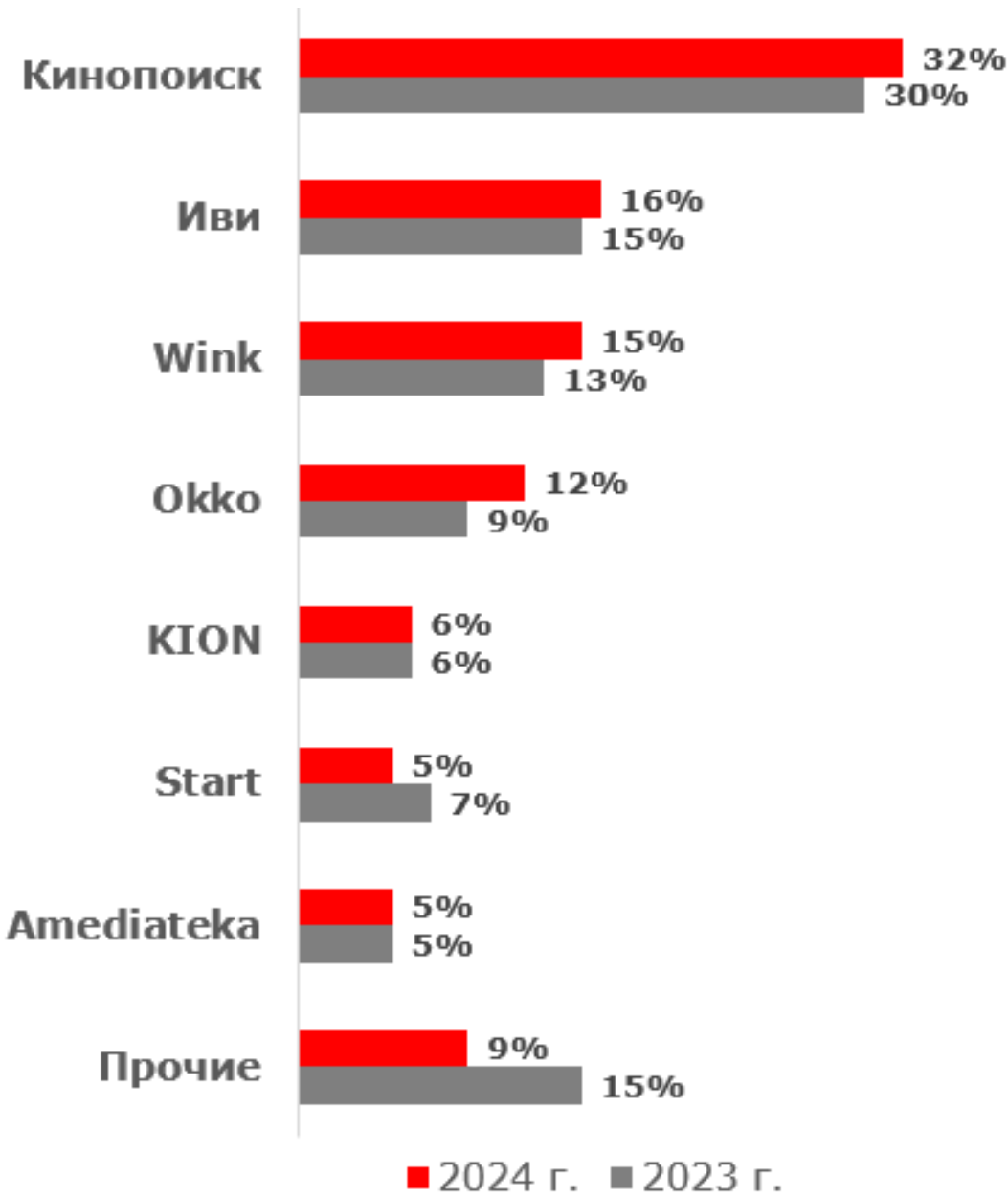
~ 1/3

доля выручки основного игрока по итогам 2024 года

Динамика долей ключевых игроков рынка, по оценке TelecomDaily



Динамика долей ключевых игроков рынка, по оценке TMT Консалтинга



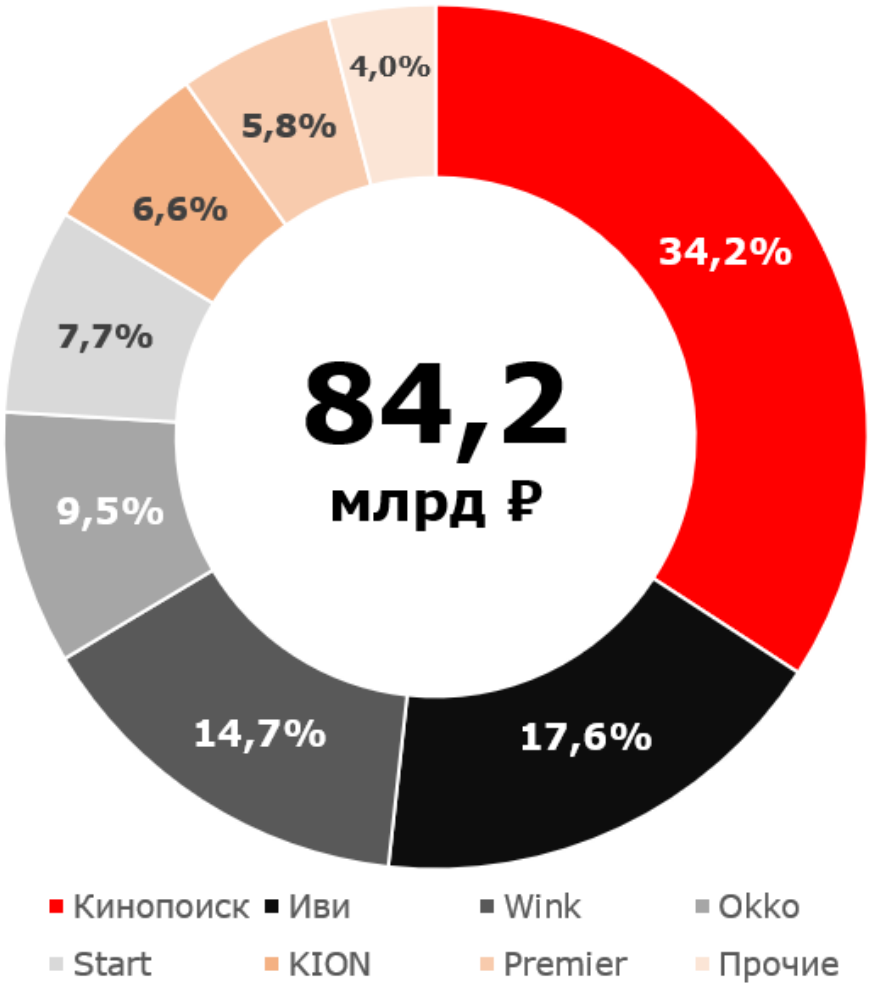
Источники: TelecomDaily, TMT Консалтинг, Альфа-Банк.

* В Кинопоиске оценили собственную выручку в 2024 году в 47,16 млрд руб. (по всем видам деятельности), что существенно превосходит оценки исследователей в соответствии с выбранными ими подходами к оценке. В Wink не согласились с подходом исследователей к оценке выручки видеосервиса отметив, что учтена лишь ее часть. Например, не учтены доходы от лицензирования контента, которое в Wink считают неотъемлемой частью рынка.



Доли ключевых игроков рынка, годовая динамика

Доли ключевых игроков рынка по итогам 2023 года, по оценке TelecomDaily



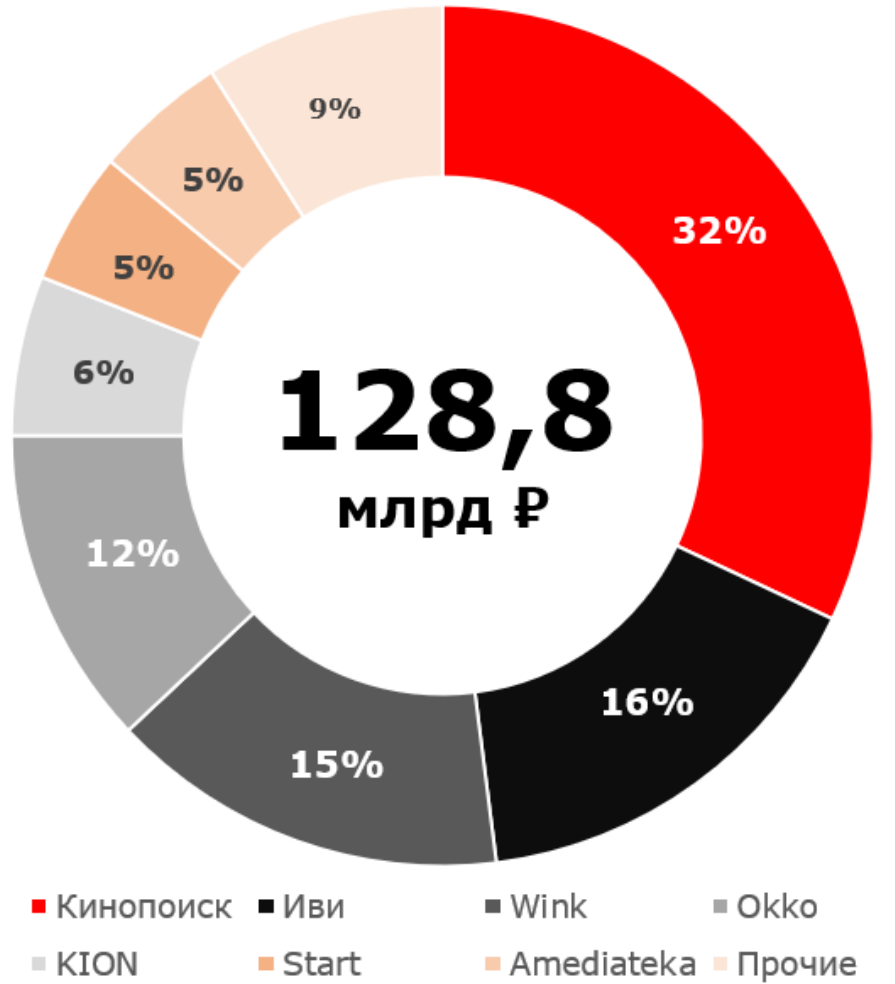
Доли ключевых игроков рынка по итогам 2024 года, по оценке TelecomDaily



Доли ключевых игроков рынка по итогам 2023 года по оценке TMT Консалтинга



Доли ключевых игроков рынка по итогам 2024 года по оценке TMT Консалтинга

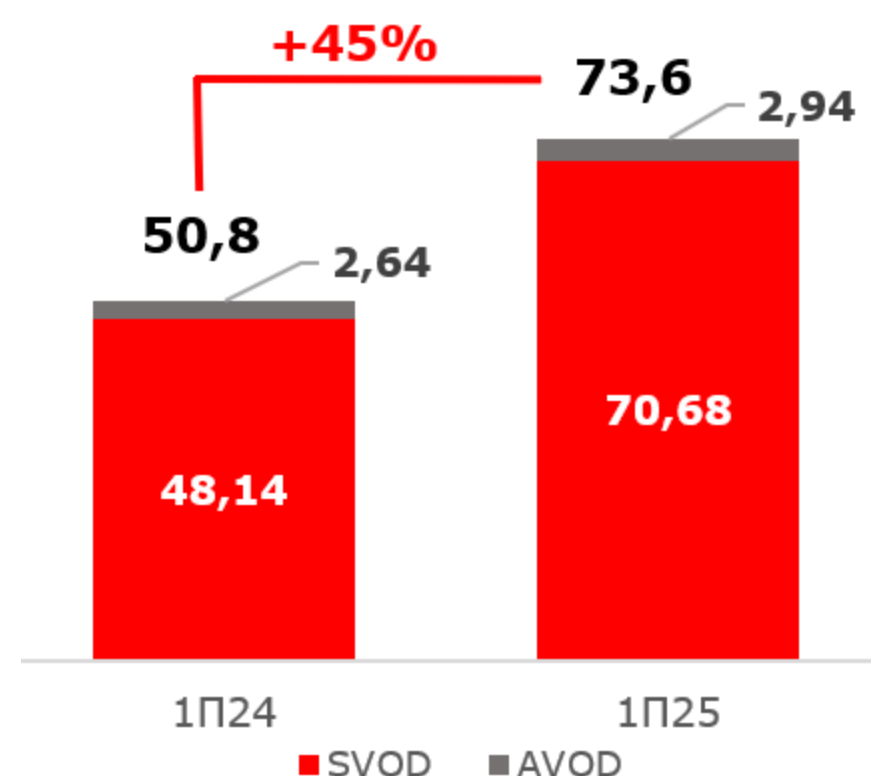


Источники: TelecomDaily, TMT Консалтинг, Альфа-Банк.

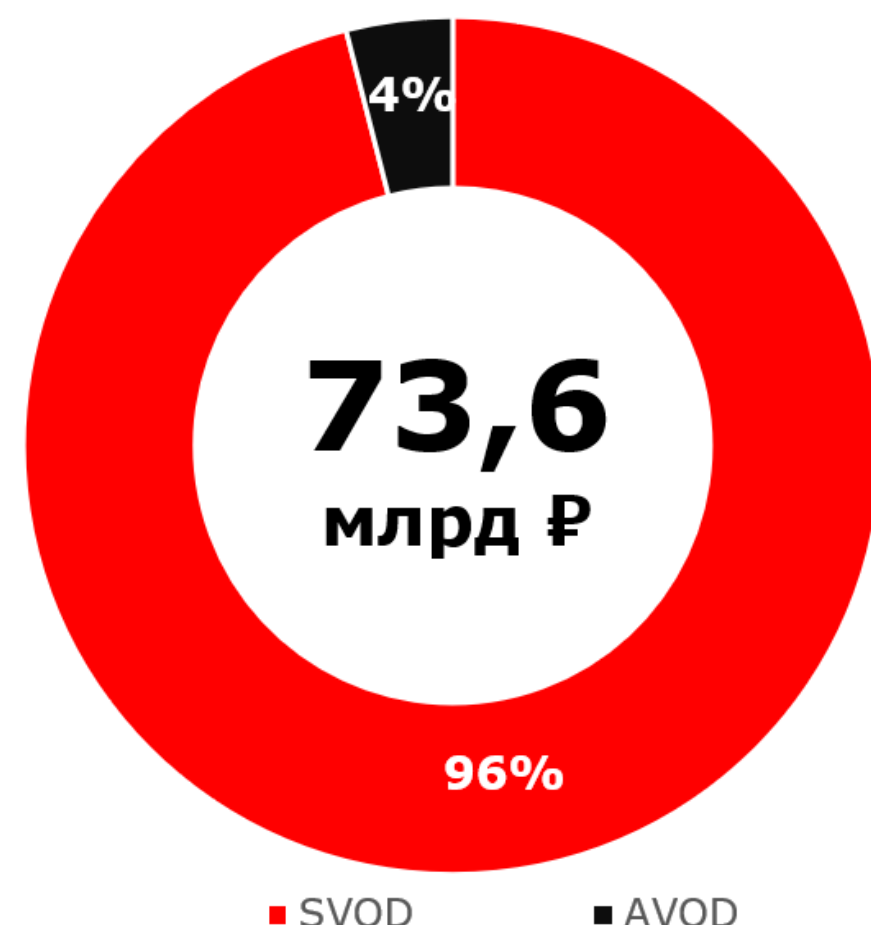
Итоги 1П25 в цифрах

- TelecomDaily и TMT Консалтинг представляют свои оценки российского рынка онлайн-кинотеатров ежеквартально, также собственное квартальное исследование рынка публикует ГфК-Русь*.
- Так, по итогам второго квартала 2025 года TelecomDaily оценивает общую полугодовую выручку онлайн-кинотеатров (без учета лицензирования контента и партнерских платежей) в 73,617 млрд руб. (+45% по сравнению с 1П24), что не только **не оправдало прогнозы начала года (когда ожидалось ощутимое замедление роста), но и продемонстрировало, что темпы роста увеличились на 3 п. п., согласно представленной оценке.**
- Основной рост обеспечили платные модели (фактически, SVOD-модели монетизации)** — в этом сегменте доходы выросли на 46,8%, тогда как выручка от AVOD-моделей выросла скромнее — всего на 11,3% (по сравнению с 1П24). Таким образом, доля платной модели в структуре выручки онлайн-кинотеатров еще больше выросла — до 96%, по оценке TelecomDaily.
- Лицензирование контента и партнерские платежи (TVOD и EST) выделены исследователями TelecomDaily в отдельный сегмент, выручка по которому в суммарной оценке рынка не учитывается. При этом по сегменту отмечается отрицательная динамика: выручка снизилась на 10,6% г/г, с 11,375 млрд руб. в 1П24 до 10,164 млрд руб. в 1П25.

Динамика выручки онлайн-кинотеатров в 1П25 по сравнению с 1П24, по оценке TelecomDaily, млрд руб.



Структура выручки онлайн-кинотеатров по моделям монетизации в 1П25, по оценке TelecomDaily



* ГфК-Русь (ООО «ГФК-Русь», GfK Russia) — до 2024 года российское дочернее предприятие крупнейшей в Европе исследовательской компании GfK Group, в 2024 году продано российскому менеджменту.

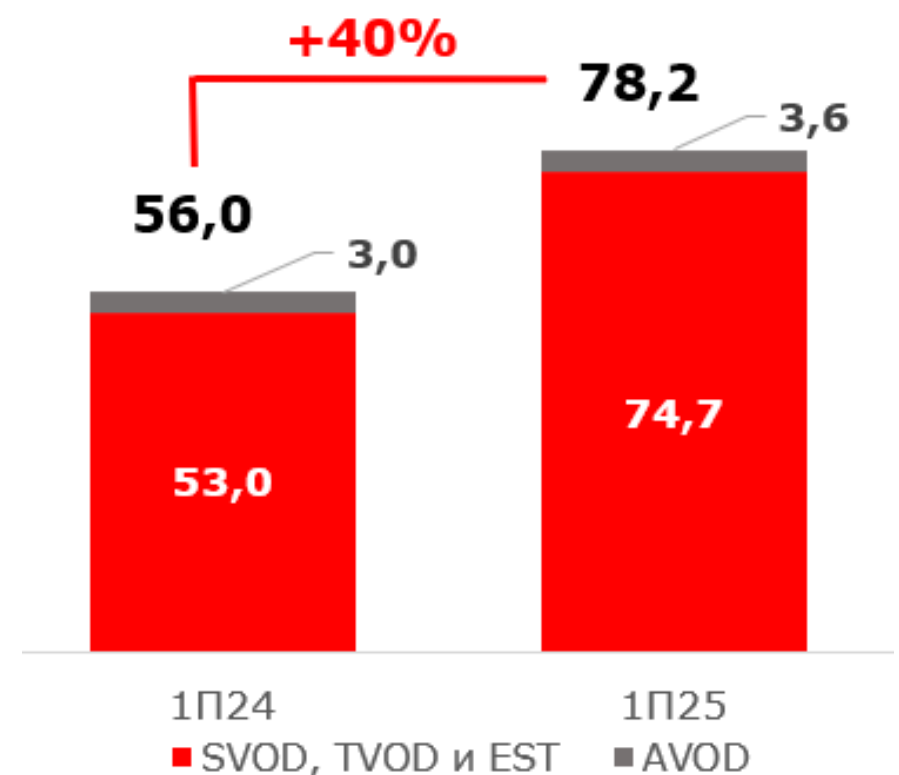
** Платная модель рассматривается без учета доходов от лицензирования контента и партнерских платежей (TVOD и EST) и фактически сводится к модели подписки (SVOD) в соответствии с методологией проведения исследования.

Источники: TelecomDaily, Альфа-Банк.

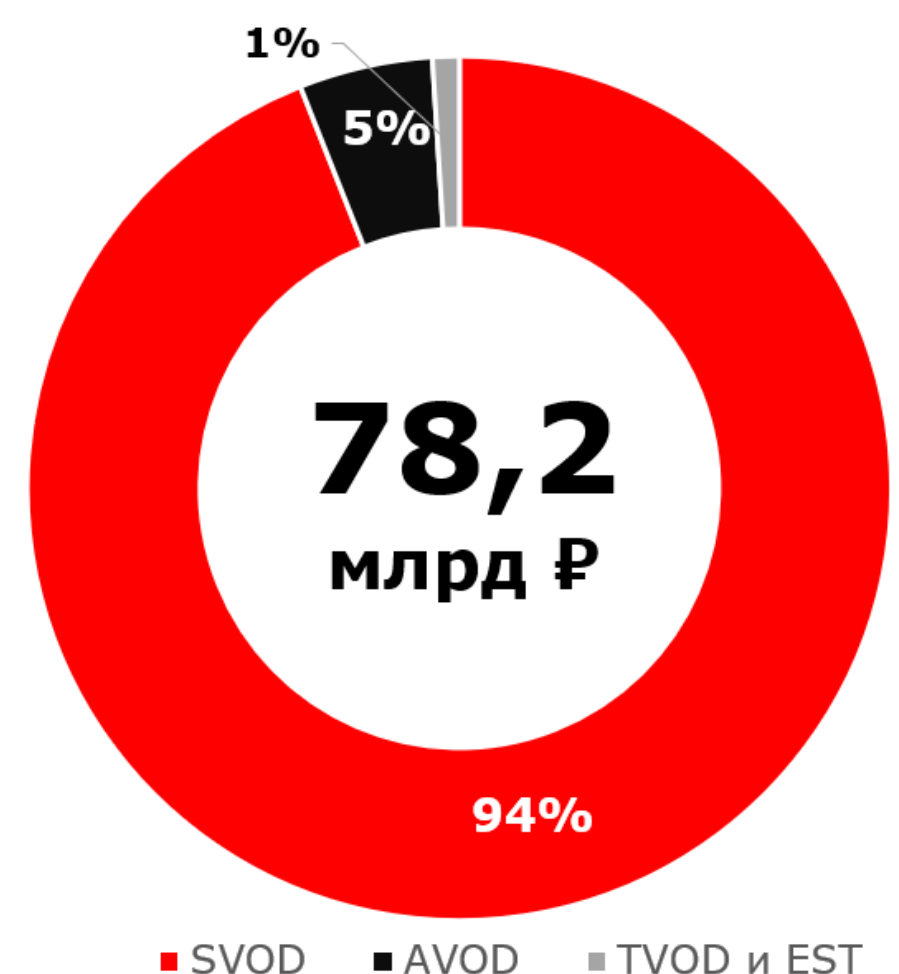
Итоги 1П25 в цифрах

- TMT Консалтинг по итогам 1П25 также представил собственную оценку выручки онлайн-кинотеатров и VOD-операторов, в том числе с учетом партнерских платежей.
- Исследователи TMT Консалтинга оценивают общую выручку онлайн-кинотеатров и VOD-операторов (без учета лицензирования контента, но с учетом партнерских платежей) в 78,2 млрд руб. (+40% г/г), что в целом соответствует оценке TelecomDaily с учетом методологических различий. По оценке TMT Консалтинга, в 1П25 темпы роста были на 7 п. п. выше, чем в 1П24.
- Платные модели монетизации продемонстрировали рост выручки на 41%, а сегмент AVOD — на 19% (по сравнению с 1П24). В составе платных моделей доходы от партнерских платежей (TVOD и EST) выросли незначительно и составили, как и годом ранее (по сравнению с 1П24) около 0,8 млрд руб. Доля сегмента SVOD составила около 94%, AVOD — около 5%, TVOD и EST — около 1%, по оценке TMT Консалтинга.
- Отдельно было отмечено, что у большинства игроков увеличилась выручка от продажи прав на собственный контент. По оценке TMT Консалтинга, в 1П25 онлайн-кинотеатры заработали на лицензировании около 7,7 млрд руб., т. е. на 1 млрд руб. меньше, чем в 1П24.
- Помимо повышения стоимости подписок как основного фактора роста выручки, в качестве значимых положительных факторов было отмечено развитие спортивного направления контента и сериального производства, а также пересмотр стратегий сотрудничества отдельных игроков в рамках партнерских программ.

Динамика выручки онлайн-кинотеатров и VOD-операторов в 1П25 по сравнению с 1П24, по оценке TMT Консалтинга, млрд руб.



Структура выручки онлайн-кинотеатров и VOD-операторов по моделям монетизации в 1П25, по оценке TMT Консалтинга



Источники: TMT Консалтинг, Альфа-Банк.



Ключевые игроки рынка по итогам 1П25

- По итогам 1П25 состав пятерки лидеров не изменился, хотя **Okko** поднялся с четвертого места по годовой выручке (по итогам 2024 года, внутри сегмента) сразу на второе (по итогам 1П25), продемонстрировав лучшую динамику выручки — рост на 95% по сравнению с 1П24.
- Существенными факторами роста выручки **Okko** стали **расширение предложения на спортивные трансляции, сериалы и мультипликацию** (повышение спроса на детский контент после замедления YouTube в середине 2024 году), а также **рост количества подписок СберПрайм** в целом. Выручка **Кинопоиска** и **Start** выросла на фоне **партнерства по расширению предложения эксклюзивного контента** (Start) для самой большой базы подписчиков (Кинопоиск).

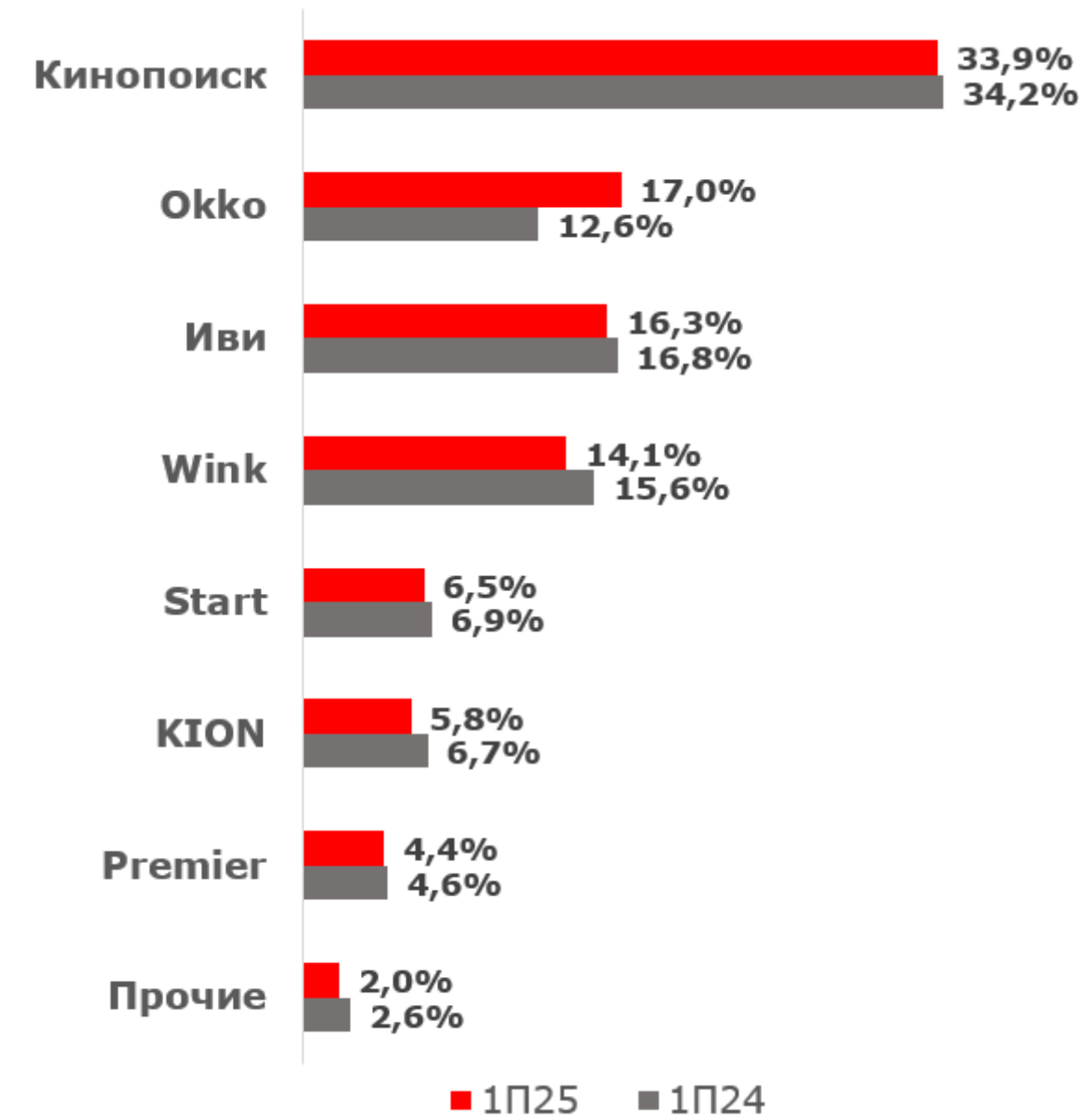
> 84%

доля выручки топ-5 игроков рынка по итогам 1П25

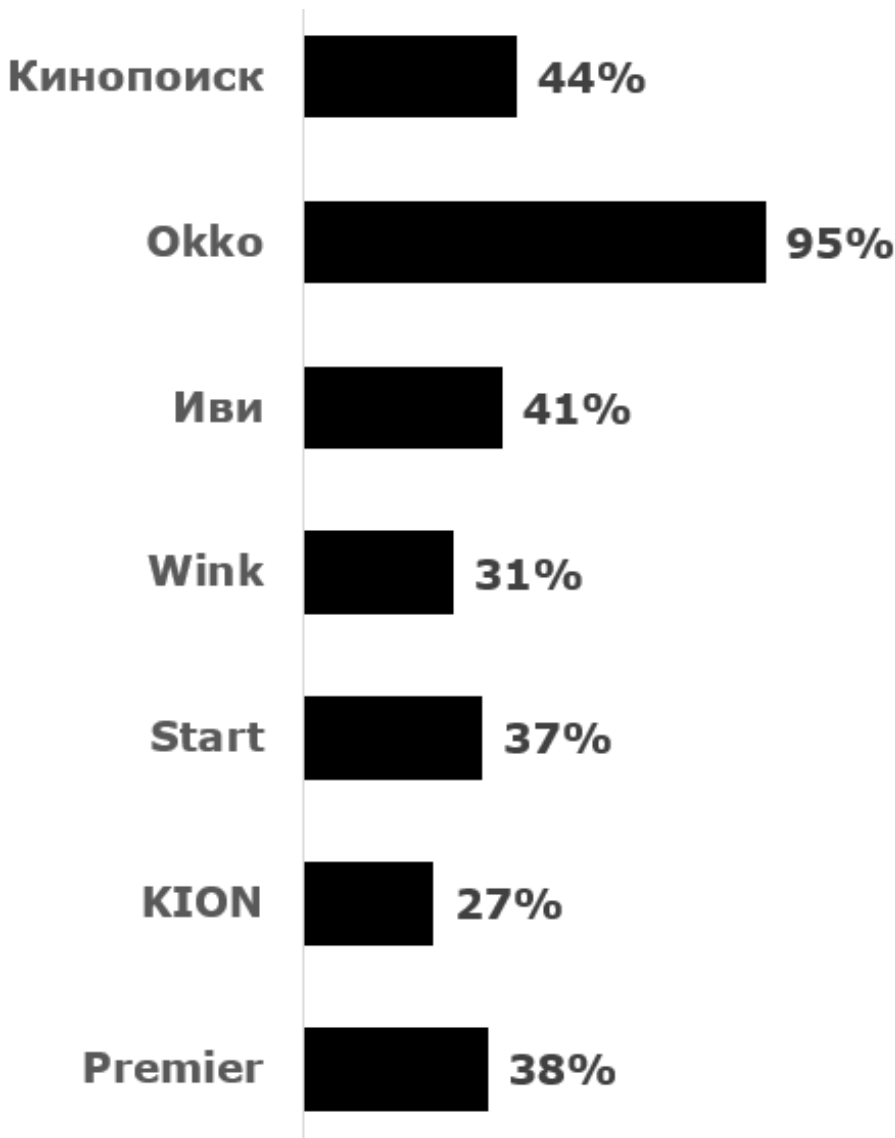
~ 1/3

доля выручки основного игрока по итогам 1П25

Динамика долей ключевых игроков рынка в 1П25 по сравнению с 1П24



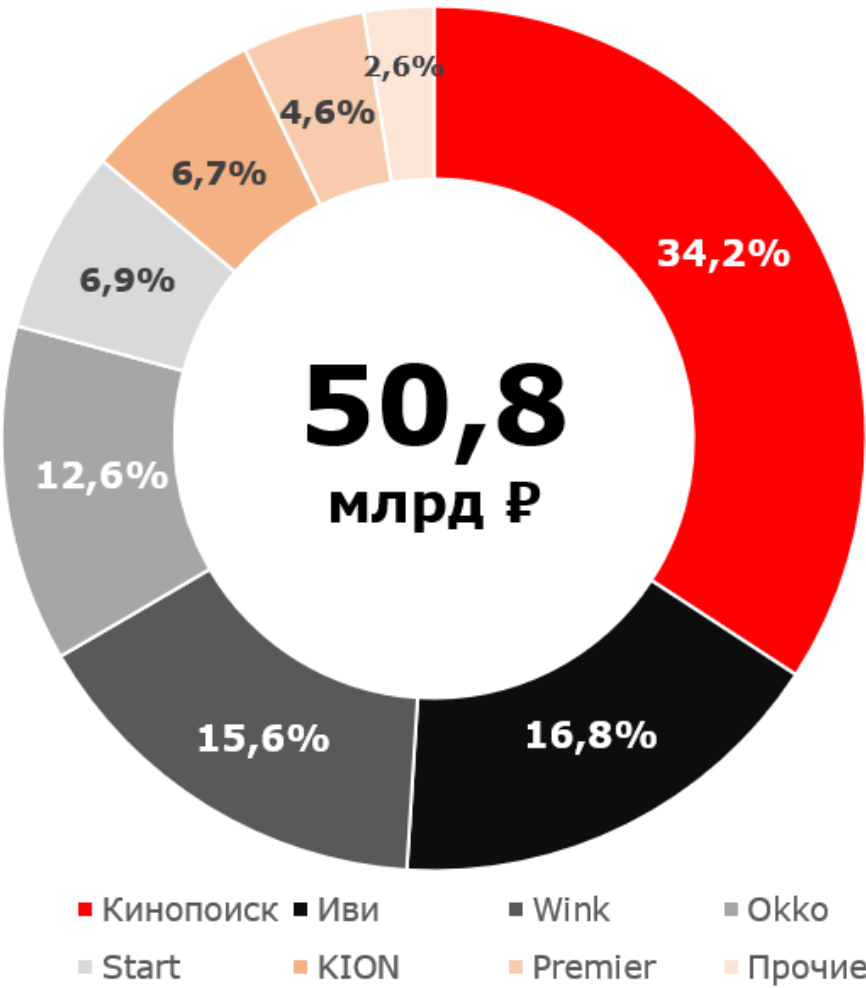
Рост выручки ключевых игроков в 1П25 по сравнению с 1П24



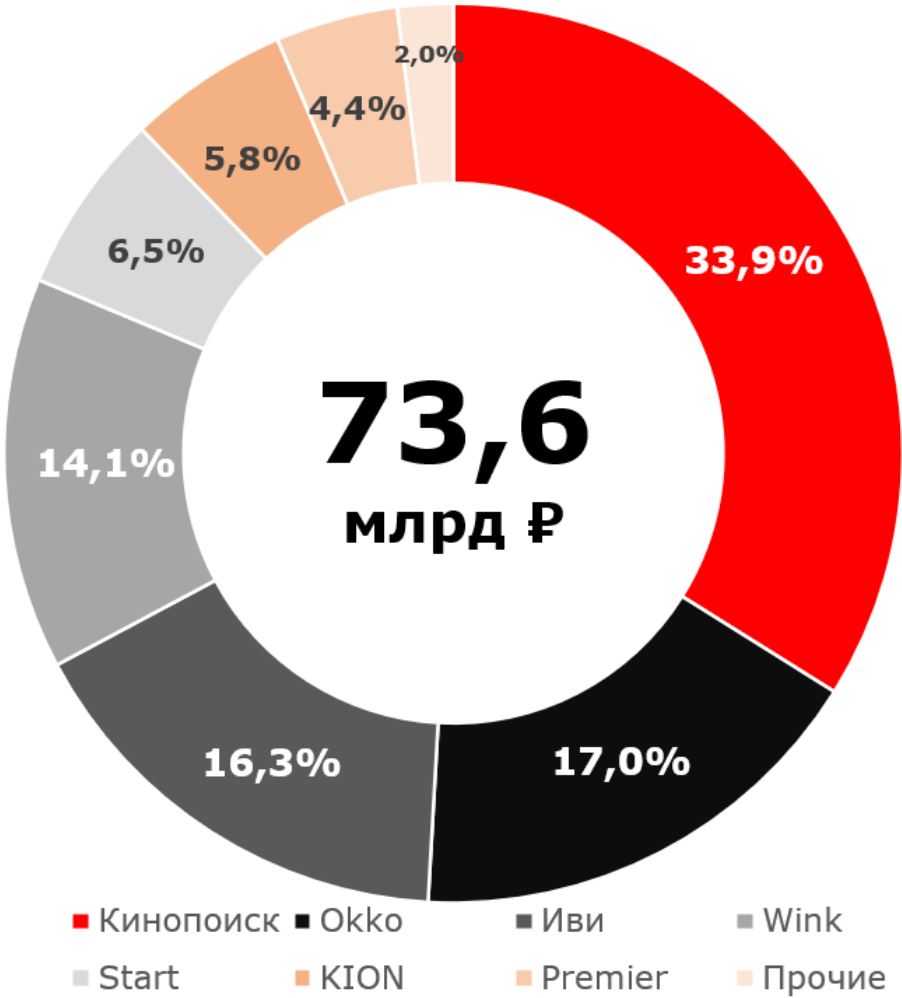


Динамика ключевых игроков рынка по итогам 1П25

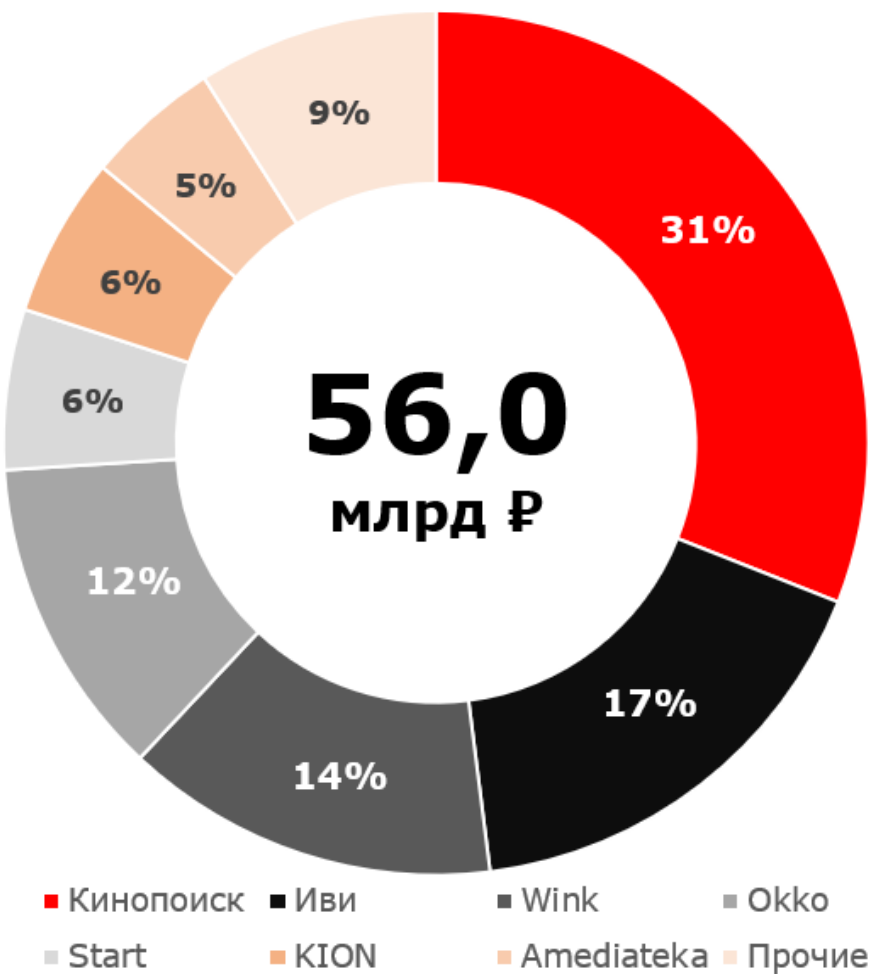
Доли ключевых игроков рынка по итогам 1П24, по оценке TelecomDaily



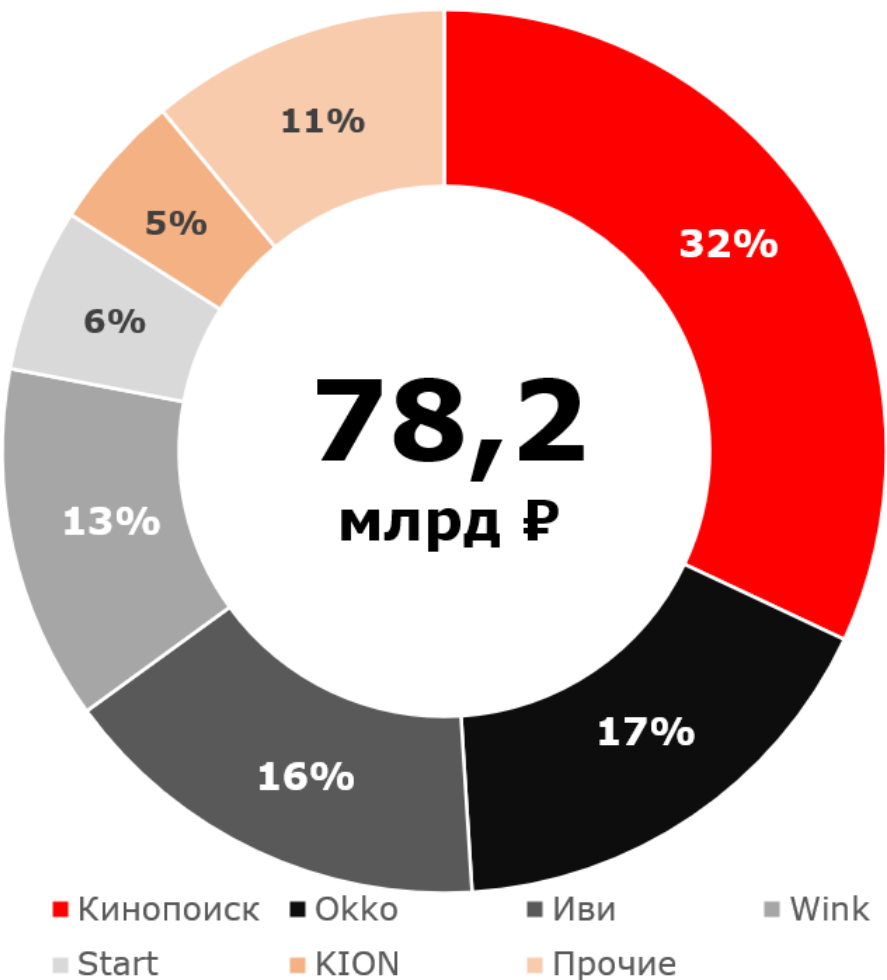
Доли ключевых игроков рынка по итогам 1П25, по оценке TelecomDaily



Доли ключевых игроков рынка по итогам 1П24, по оценке TMT Консалтинга



Доли ключевых игроков рынка по итогам 1П24, по оценке TMT Консалтинга



Источники: TelecomDaily, TMT Консалтинг, Альфа-Банк.

Комментарии ключевых игроков рынка итогов 1П25

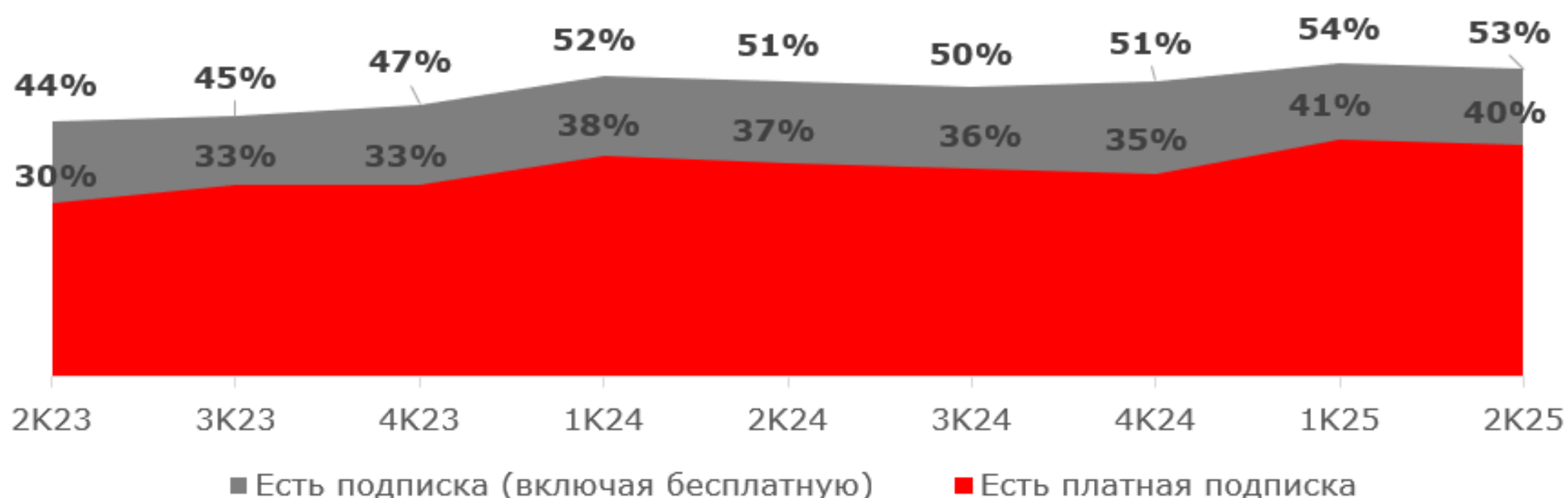
- Как сообщали «Ведомости», в **Okko** подтвердили почти двукратный рост выручки по итогам 1П25 по сравнению с 1П24, связав это с увеличением числа подписчиков на фоне «последовательных инвестиций в оригинальный контент». Как заявили представители компании, ежемесячно на платформе выходят оригинальные проекты, рассчитанные на широкую аудиторию, одним из наиболее ярких релизов платформы в 2025 году стал сериал «Аутсорс». Кроме того, летом видеосервис проводил эксклюзивные трансляции матчей Лиги чемпионов УЕФА и Клубного чемпионата мира по футболу.
- Финансовые показатели **Кинопоиска** Яндекс не раскрывает, но в целом в компании согласны с оценками аналитиков, сообщила «Ведомостям» директор Яндекса по взаимодействию с индустрией Ксения Болецкая. По словам Болецкой, лидерство видеосервиса объясняется тем, что Кинопоиск развивает различные сценарии просмотра: помимо фильмов и сериалов, в том числе оригинальных, для подписчиков на платформе доступны спортивные трансляции и передачи, стриминг эфира телеканалов и ТВ-контент «по запросу» и прочее. Кроме того, растет количество подписчиков Кинопоиска, которые приобретают доступ к контенту партнеров на платформе – Амедиатеки и Start. Драйвером привлечения новых подписчиков выступают оригинальные сериалы.
- Представители **Иви** результаты проведенных исследований публично не комментировали. При этом в апреле 2025 года Иви озвучивала планы (цитирует «Коммерсантъ») по выходу на турецкий рынок видеосервисов. Компания запустила там отдельный стриминг ivi. Основной каталог составляют сериалы, на которые сервис приобрел права, а также релизы местных ТВ-каналов.
- В **Wink** не согласились с подходом аналитиков к оценке выручки видеосервиса и отметили, что в исследовании учтена только ее часть (в частности, не учтены доходы от лицензирования контента, которое в Wink считают неотъемлемой частью рынка).
- Основным фактором роста **KION**, по словам представителя компании (цитируют «Ведомости»), стало увеличение базы подписчиков, а главным драйвером привлечения новых зрителей в 1П25 стали оригинальные сериалы KION, в частности, «Актерище», «Почка», «Танго на осколках» и другие.



Динамика роста цен на подписки

- Согласно материалам исследования TelecomDaily, по итогам 1П25 почти все представители рынка онлайн-кинотеатров по сравнению с 1П24 года значительно повысили цены на свои подписки. Прирост, в зависимости от участника рынка, составил от 17% до 50%.
- Так, у **Кинопоиска** стоимость подписки выросла на 33% г/г, до 399 руб. в месяц. **Okko** поднял цену на 50%, до 299 руб., **KION** — на 20%, до 299 руб., **Premier** — на 33%, до 399 руб., а **Wink** — на 17%, до 349 руб.
- При этом общий рост стоимости подписки не только не привел к снижению количества подписчиков, но на фоне улучшения объемов и качества оригинального контента доля зрителей с платной подпиской увеличилась на 3% — с 37% во 2К24 до 40% во 2К25, согласно материалам исследования ГфК-Русь. Общая доля подписчиков (включая пользователей с бесплатной подпиской) также незначительно увеличилась — с 51% в 2К24 до 53% во 2К25.
- Кроме того, TelecomDaily было отмечено, что клиенты стали выбирать более дорогие тарифы благодаря расширению ассортимента, включающего в себя как сериалы, так и книги или музыку.
- Незначительное ежегодное снижение доли подписчиков во втором квартале года исследователи объясняют сезонным фактором, так как с конца весны до начала осени онлайн-кинотеатры вслед за телеканалами заметно сокращают выпуск крупных премьер.

Динамика наличия подписки на онлайн-кинотеатры у городских жителей России (доля подписчиков среди опрошенных)



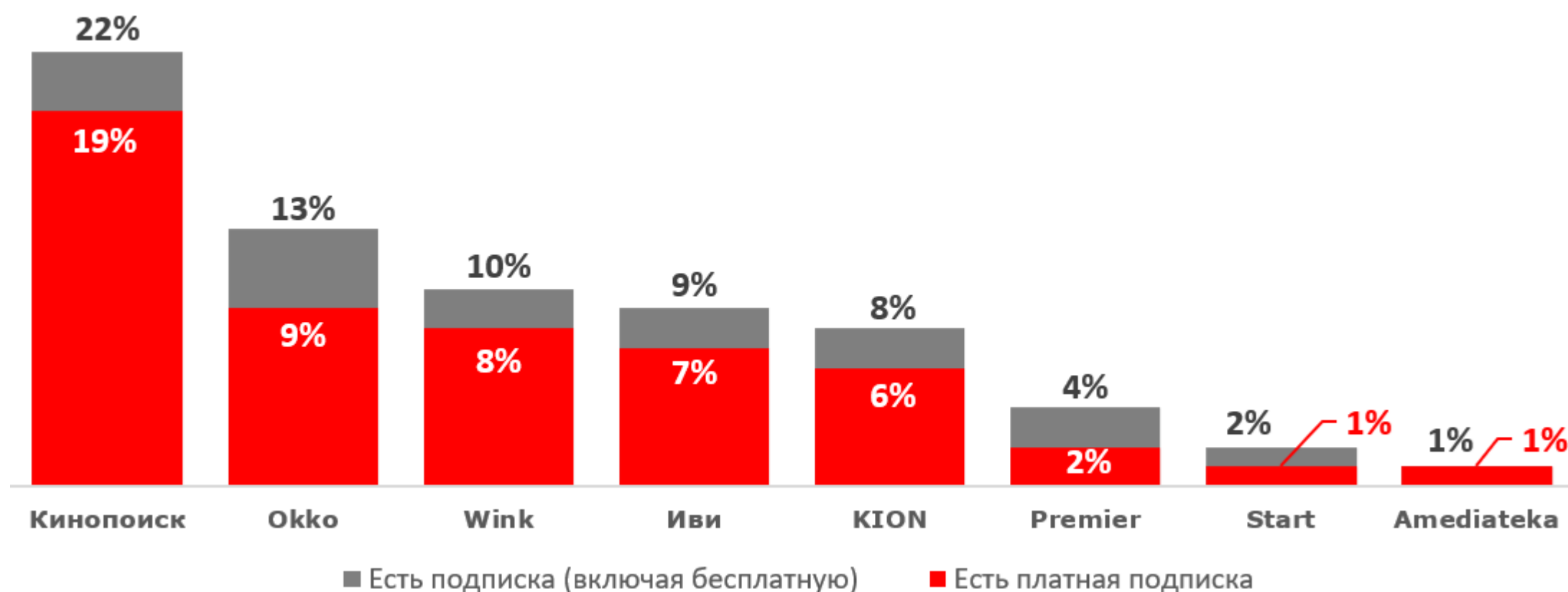
Источники: ГфК-Русь, Альфа-Банк.

* В исследовании (опросе) ГфК-Русь принимали участие 7 200 респондентов в возрасте от 16 до 55 лет, проживающих в городах России, включая малые города с населением до 100 тыс. чел. Под подписчиками в исследовании понимаются не только те жители городов, на которых непосредственно оформлены аккаунты с подпиской, но и члены домохозяйств, которые совместно пользуются оформленной подпиской.

Рейтинг игроков по количеству подписчиков

- Согласно материалам исследования ГфК-Русь, по результатам 1П25 лидерство по количеству подписчиков среди онлайн-кинотеатров с заметным отрывом сохраняет **Кинопоиск** – 22% респондентов сообщили, что имеют на него подписку, при этом 19% на платной основе (не «промо»).
- Okko**, по оценке исследователей ГфК-Русь, обогнав еще в 1К25 **Wink** по общему числу подписчиков по итогам 1П25, сохраняет вторую позицию рейтинга, опережая **Wink** не только по общему числу подписчиков среди опрошенных горожан (13% против 10%), но и по наличию платной подписки (9% против 8%).
- Четвертую позицию рейтинга занимает **Иви** — 9% подписчиков из числа опрошенных горожан, из которых 7% имеют платную подписку. Пятую позицию занимает **KION** — 8% и 6% соответственно.

Наличие подписки у городских жителей России по отдельным онлайн-кинотеатрам (доля подписчиков на конкретный онлайн-кинотеатр среди опрошенных)



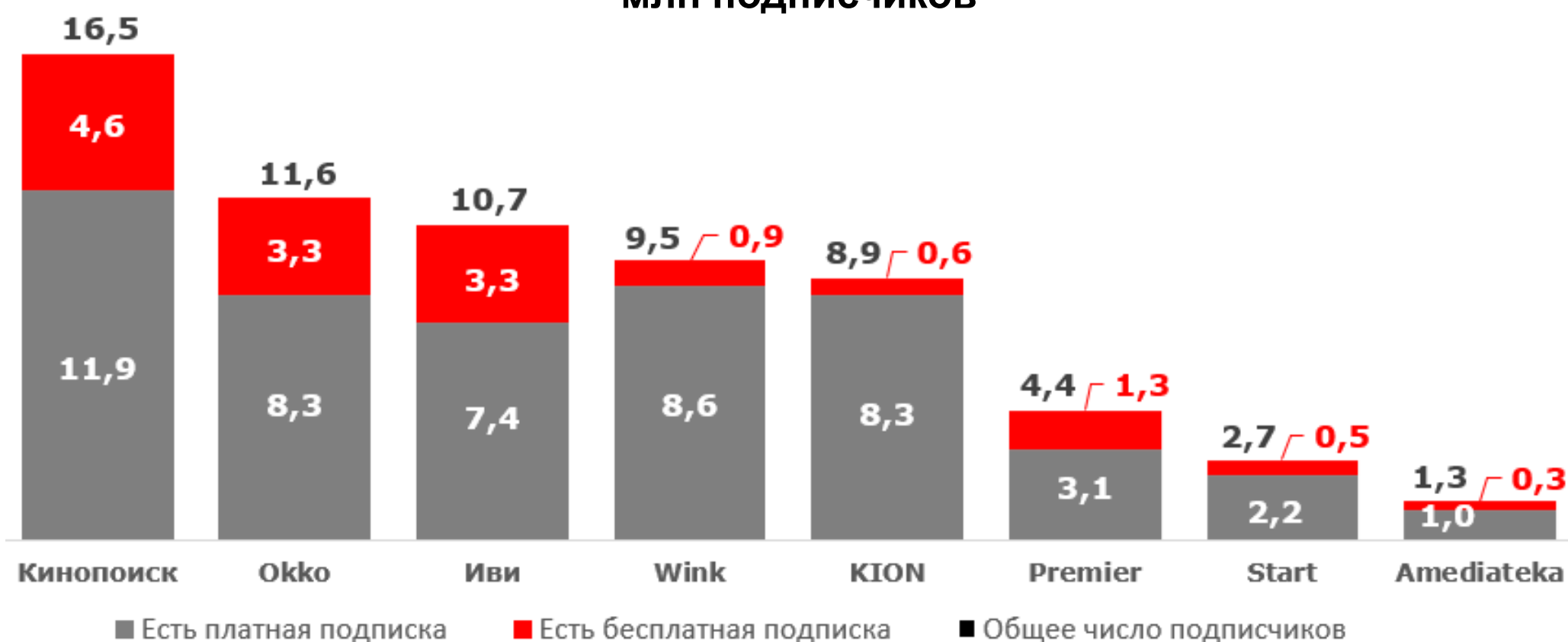
Источники: ГфК-Русь, Альфа-Банк.

- В целом, отмечается тенденция к постепенному увеличению количества подписок на одного пользователя, а также переход на более дорогие комплексные тарифы.
- Так, например, в **Кинопоиске**, комментируя для Коммерсантъ повышение стоимости подписки, отметили, что «те подписчики, которые в дополнение к «Плюсу» покупали «Яндекс Книги» или «Больше кино», получили еще одну опцию за те же деньги (399 руб.), а для тех, у кого были подключены обе опции, ежемесячный платеж стал даже меньше — 399 руб. вместо 499 руб. ... При этом можно было также купить подписку «Яндекс.Плюс» по акции сразу на год, таким подписчикам она обошлась в 249 руб. в месяц».

Рейтинг игроков по количеству подписчиков

- По оценке TelecomDaily, общее количество подписчиков онлайн-кинотеатров по итогам 1П25 составило около 67 млн чел. На **Кинопоиск** подписаны 16,5 млн зрителей — из них платят за подписку 11,9 млн чел. (72%). У **Okko** это 11,7 млн чел. и 8,3 млн чел. (71%), у **Иви** — 10,7 млн чел. и 7,4 млн чел. (70%), у **Wink** — 9,5 млн чел. и 8,6 млн чел. (91%), у **KION** — 8,9 млн чел. и 8,3 млн чел. (93%). Доля подписчиков топ-5 онлайн-кинотеатров от общего числа подписчиков по итогам 1П25 — 86%. Исследователи TelecomDaily, в отличие от ГфК-Русь, помещают в своем рейтинге **Иви** на третье место, оценивая количество бесплатных лицензий как существенно большее.
- По оценке TMT Консалтинга, число домохозяйств, в которых имеется хотя бы одна платная подписка на онлайн-кинотеатр по итогам 1П25 составляло 23 млн (+13% г/г), или примерно треть домохозяйств. Среднее число подписок на одно домохозяйство, имеющее платные подписки на онлайн-кинотеатры, увеличилось с 2,6 до 3,4 (в 1П25 по сравнению с 1П24).

Структура аудитории подписчиков онлайн-кинотеатров по итогам 1П25, млн подписчиков



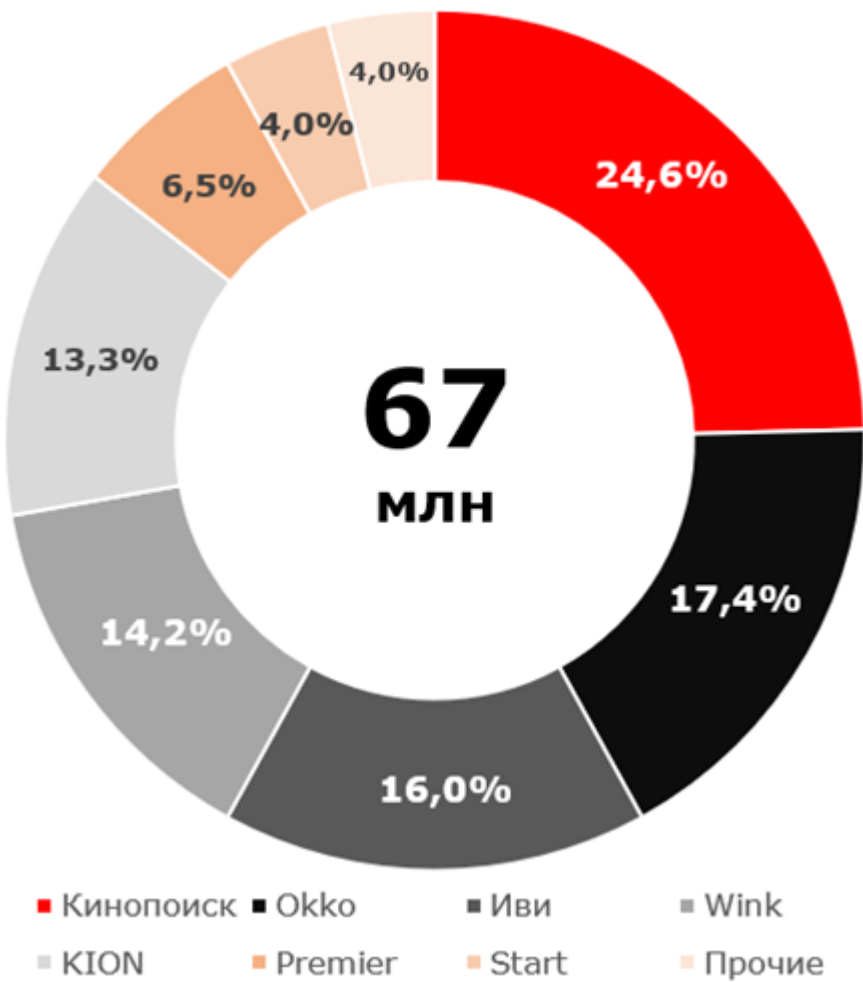
Источники: TelecomDaily, Альфа-Банк.

- В целом, данные ГфК-Русь и TelecomDaily демонстрируют примерно схожую оценку структуры аудитории подписчиков онлайн-кинотеатров, хотя, конечно, имеются заметные расхождения, которые едва ли можно отнести только к особенностям методологии проведения опроса и допустимой статистической погрешности, что свидетельствует о наличии существенных допущений при формировании оценок. **Яндекс**, например, в своем отчете за 1П25 оценивает общее количество пользователей «Яндекс.Плюс» в 43 млн, без детализации активных пользователей **Кинопоиска**.

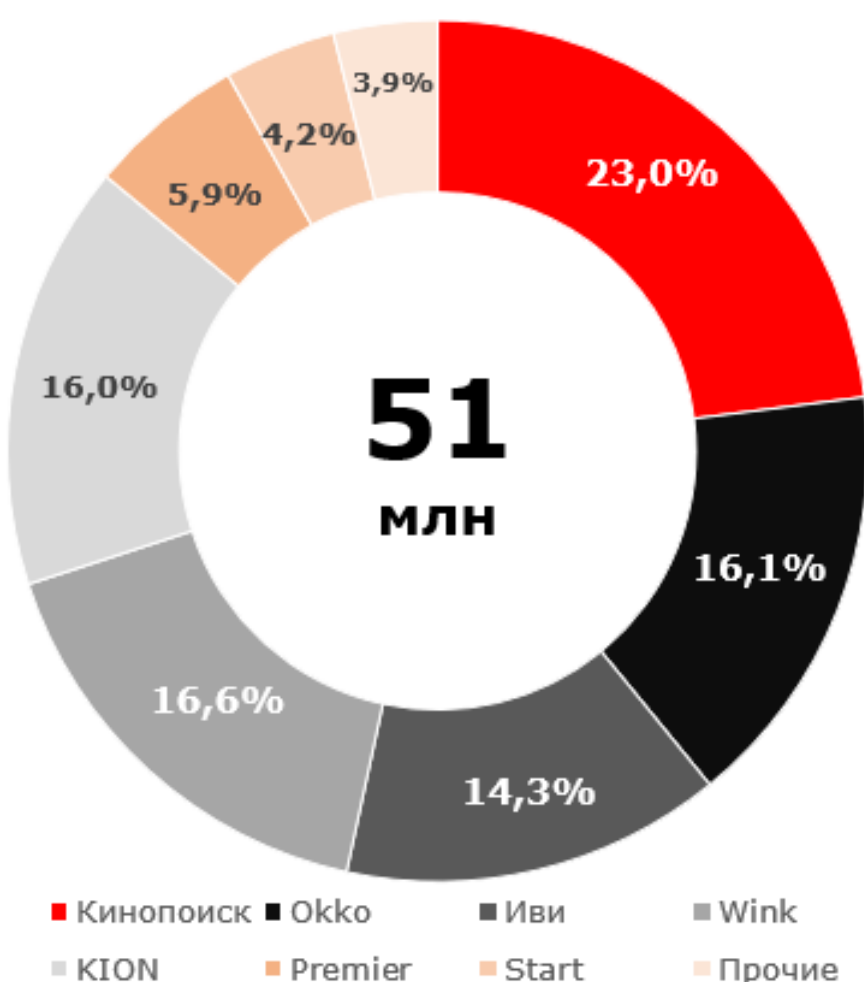


Динамика ключевых игроков рынка по итогам 1П25

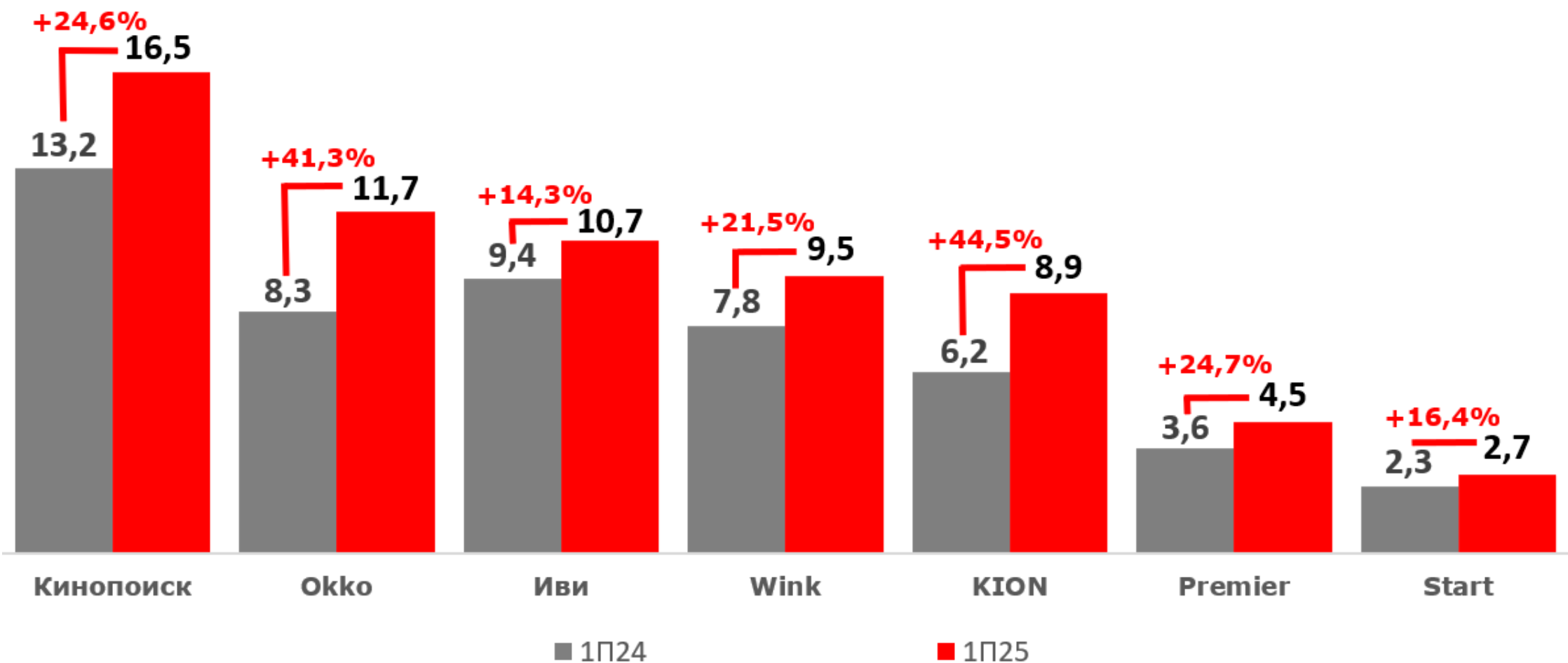
Структура рынка по всем подпискам по итогам 1П25, по оценке TelecomDaily



Структура рынка по платным подпискам по итогам 1П25, по оценке TelecomDaily



Динамика аудитории подписчиков онлайн-кинотеатров, млн подписчиков



Источники: TelecomDaily, Альфа-Банк.

Оценка удовлетворенности пользователей

- По оценке TelecomDaily, подготовленной на основе опроса более 9 тыс. зрителей в период с апреля по июнь 2025 года, наивысший уровень удовлетворенности пользователей работой онлайн-кинотеатров продемонстрировал **Кинопоиск** – 4,35 балла по пятибалльной шкале. Следом идут **Okko** – 4,33 балла, **Premier** – 4,27 балла, **Amediateka** – 4,26 балла, **Wink** и **KION** – по 4,25 балла, **Иви** – 4,24 балла, **Start** – 4,21 балла.
- Примечательно, на наш взгляд, что поставщики качественного зарубежного контента, **Premier** и **Amediateka**, обошли в рейтинге удовлетворенности пользователей онлайн-кинотеатров значительно более крупных игроков: **Wink**, **KION** и **Иви**. Это свидетельствует о **значительном влиянии качества контента на общую удовлетворенность потребителей**.
- В целом, регулярно публикуется несколько десятков различных экспертных рейтингов онлайн-кинотеатров (иногда «откровенно рекламных»), в качестве критериев оценки которых, в частности, используются: **объем (полнота) библиотеки фильмов и сериалов, включая эксклюзивный контент и оригинальные российские проекты; простота и удобство интерфейса, удобство модели подписки**.

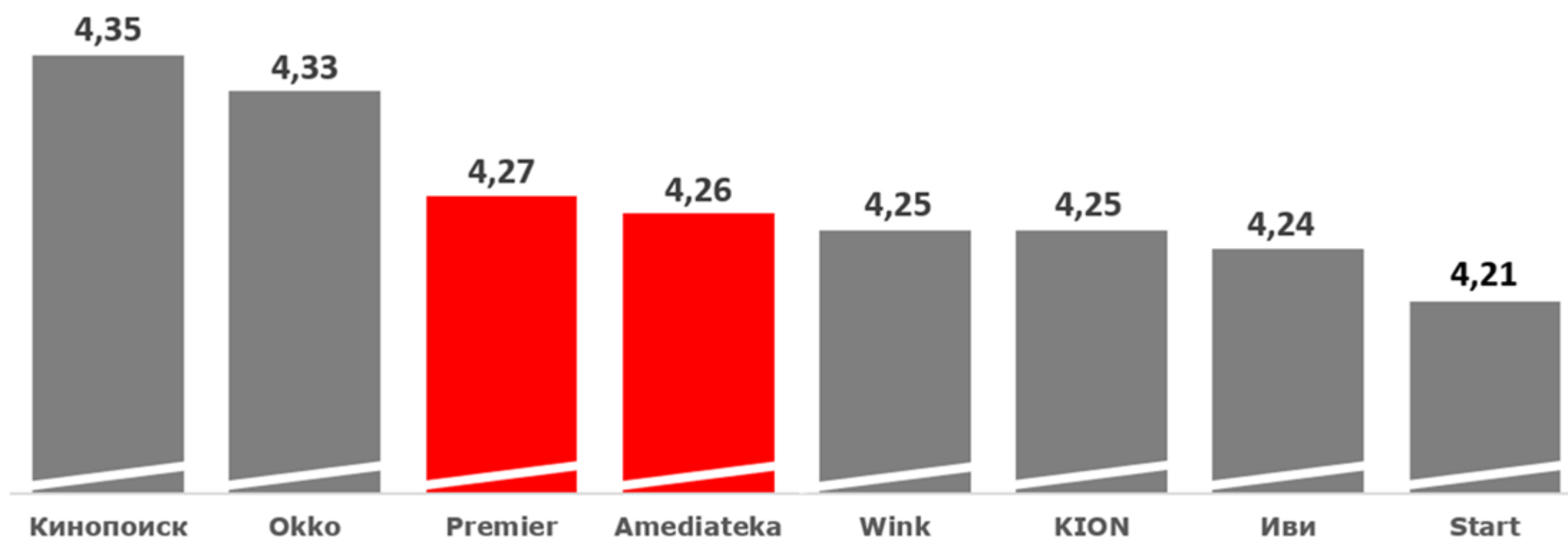
4,35 балла

оценка лидера (Кинопоиск) по удовлетворенности пользователей по пятибалльной шкале

4,35-4,21 балла

диапазон оценки удовлетворенности пользователей среди ключевых игроков рынка онлайн-кинотеатров

Оценка удовлетворенности клиентов (5-балльная шкала, средний балл), 1П25



Источники: TelecomDaily, Альфа-Банк.

Наше видение перспектив

- 1. Во 2П25 ожидается рост рынка онлайн-кинотеатров на уровне 1П25 (+40% г/г), а объем рынка по итогам оценивается приблизительно в 170 млрд руб. (без учета партнерских платежей и лицензирования контента) или около 180 млрд руб. (с учетом партнерских платежей и доходов VOD-операторов, но без учета лицензирования контента).**
 - Динамика выручки онлайн-кинотеатров за 1П25 не оправдывает прогнозы начала года, когда ожидалось снижение темпов роста до 10-20%. Потребители на фоне роста стоимости подписок (на 17–50% г/г) не только не отказались от платных сервисов, но и увеличили среднее количество подписок на одно домохозяйство (с 2,6 до 3,4, по оценке TMT Консалтинга, рост значения показателя около 30% г/г).
 - Мы полагаем, что во 2П25 темпы роста сохранятся на уровне 1П25 – около 40% г/г, а по итогам 2025 года общий объем рынка онлайн-кинотеатров можно оценить приблизительно в 170 млрд руб. (без учета партнерских платежей и лицензирования контента) или около 180 млрд руб. (с учетом партнерских платежей и доходов VOD-операторов, но без учета лицензирования контента). **Сохранение высокого темпа роста, по нашему мнению, будет обусловлено устойчиво позитивной динамикой в SVOD-сегменте (г/г) за счет уже состоявшегося повышения стоимости подписок без утраты аудитории (которая, напротив, увеличилась).**
- 2. Основным сегментом роста по итогам 2025 года как в абсолютном, так и в процентном выражении будет подписная модель монетизации (SVOD), на динамику которой позитивно влияют повышение стоимости подписок и увеличение количества подписчиков для отдельных сервисов (в основном за счет увеличения среднего количества подписок на одного пользователя).**
 - Именно SVOD-модель, по нашему мнению, во 2П25 будет демонстрировать наибольший (среди остальных моделей монетизации) рост в 45% по сравнению со 2П24. Доля данного сегмента в общей выручке онлайн-кинотеатров также будет расти: по итогам 2025 года она может превысить 96% (без учета партнерских платежей и лицензирования контента) или 95% (с учетом партнерских платежей, но без учета лицензирования).
 - Рост доходов от рекламной модели (AVOD) по итогам 2025 года, по нашему мнению, также сохранится на уровне 1П25 года и составит около 20%. Рост доходов от моделей с оплатой за единицу контента (TVOD и EST) будет незначительным. Не входящее в оценку рынка лицензирование контента пока (по итогам 1П25) демонстрирует негативную динамику, которая, по прогнозам, может остаться негативной и по итогам всего 2025 года. При этом во 2П25 продолжают активно развиваться партнерские программы.

Наше видение перспектив

3. Потребители готовы платить больше за качественный и разнообразный контент. Повышенный спрос отмечен на спортивные трансляции, детский контент и сериалы.

- Несмотря на расхождения в оценке выручки отдельных игроков, эксперты рынка сошлись во мнении, что сохранение бурного роста выручки онлайн-кинотеатров во многом обеспечила ставка на расширение тематического контента.
- Так, заметный рывок по выручке в 1П25 **Okko** обеспечили спортивные трансляции. Только эксклюзивные трансляции футбольных чемпионатов (Лиги чемпионов УЕФА и Клубного чемпионата мира ФИФА) принесли онлайн-кинотеатру более 3 млн новых подписчиков, по оценке TMT Консалтинга. Также активно расширяется детский контент. Партнерство **Кинопоиска** и **Start** в части предоставления эксклюзивного контента **Start** для самой большой базы подписчиков **Кинопоиска** обеспечили заметный рост обоим игрокам. О совместной подписке со **Start** также договорилась **Иви**. **Start** только в 1П25 предложил подписчикам 13 новых фильмов и сериалов, **KION** за тот же период выпустил 12 новых фильмов и сериалов, а также анонсировал, что еще 130 находятся в производстве. **Premier** и **Amediateka** традиционно делают ставку на продвижение мировых кинопремьер и сериалов.
- Значимым, на наш взгляд, является тот факт, что именно поставщики качественного зарубежного контента, **Premier** и **Amediateka**, обошли в рейтинге удовлетворенности клиентов онлайн-кинотеатров (от TelecomDaily) значительно более крупных игроков (**Wink**, **KION** и **Иви**).

4. Состав топ-5 игроков рынка онлайн-кинотеатров по итогам 2025 года не изменится, доля их выручки вырастет незначительно.

- Состав топ-5 игроков рынка онлайн-кинотеатров (**Кинопоиск**, **Okko**, **Wink**, **Иви** и **KION**) по итогам 2025 года, по нашему мнению, не изменится. Возможно некоторое изменение долей рынка и перераспределение позиций в рейтинге по долям выручки от общего объема рынка (с сохранением лидерства **Кинопоиска**). Также возможно незначительное увеличение доли суммарной выручки топ-5 — более 80% от общей выручки рынка онлайн-кинотеатров.

5. Предпосылки к замедлению роста сохраняются.

- По нашему мнению, несмотря на значительное повышение стоимости подписок онлайн-кинотеатров, которое должно обеспечить сохранение высокого годового темпа роста выручки по итогам 2025 года, к значимым предпосылкам замедления роста по-прежнему можно отнести: рост затрат на производство контента и, как следствие, сокращение выпущенных проектов, конкуренция с соцсетями (потенциально обеспечивающими лучшее таргетирование), а также все еще высокий уровень видеопиратства.

Используемые сокращения и основные термины

AVOD (*Advertising-based Video On Demand*) — сервис предоставления видео по запросу, в рамках этой модели зрители получают бесплатный доступ к контенту в обмен на просмотр рекламы.

EST (*Electronic Sell-Through*) — сервис предоставления видео по запросу с оплатой за каждую единицу контента практически без дополнительных ограничений (за исключением возможных ограничений правообладателя).

SVOD (*Subscription Video-on-Demand*) — сервис предоставления видео по запросу в рамках подписки.

TVOD (*Transactional Video on Demand*) — сервис предоставления видео по запросу с оплатой за каждую единицу контента с ограничением по количеству просмотров либо по временному промежутку, за которое видео необходимо посмотреть.

VOD (*Video-on-Demand*) — сервис предоставления видео по запросу.

VOD-операторы — операторы платного ТВ, реализовавшие сервисы просмотра платного видеоконтента на приставках (STB) в виде VOD или кинозалов на выделенных каналах (Ростелеком, Билайн, МТС и другие).

УЕФА (*Union of European Football Associations, UEFA*) — Союз европейских футбольных ассоциаций.

ФИФА (*Federation Internationale de Football Association, FIFA*) — Международная федерация футбольных ассоциаций.

Основные российские онлайн-кинотеатры:

1. Кинопоиск (часть экосистемы Яндекса);
2. Okko (часть экосистемы Сбера);
3. Wink (часть экосистемы Ростелекома и Национальной Медиа Группы);
4. Иви;
5. KION (МТС);
6. Premier;
7. Старт;
8. Амедиатека;
9. Смотрешка (Мегафон);
10. Билайн ТВ;
11. Триколор Кино и ТВ (Триколор);
12. viju.ru;
13. tvigle.pro;
14. peers.tv.



**Дмитрий Протас,
старший отраслевой
аналитик**

DProtas@alfabank.ru

**Telegram-канал
«Масштабный бизнес»
для корпоративных
клиентов**



© Альфа-Банк, 2025 г. Все права защищены. Генеральная лицензия ЦБ РФ № 1326 от 16.01.2015 г.

Настоящий отчет и содержащаяся в нем информация являются исключительной собственностью Альфа-Банка. Несанкционированное копирование, воспроизводство и распространение настоящего материала, частично или полностью, в отсутствие разрешения Альфа-Банка в письменной форме строго запрещено.

Данный материал предназначен АО «Альфа-Банк» (далее – «Альфа-Банк») для распространения в Российской Федерации. Он не предназначен для распространения среди частных инвесторов. Несмотря на то, что приведенная в данном материале информация получена из публичных источников, которые по мнению Альфа-Банка, являются надежными, Альфа-Банк, его руководящие и прочие сотрудники не делают заявлений и не дают заверений ни в прямой, ни в косвенной форме, относительно своей ответственности за точность, полноту такой информации и отсутствие в данном материале каких-либо важных сведений. Любая информация и любые суждения, приведенные в данном материале, могут быть изменены без предупреждения. Альфа-Банк не дает заверений и не заявляет, что упомянутые в данном материале ценные бумаги и/или суждения предназначены для всех его получателей. Данный материал распространяется исключительно для информационных целей. Распространение данного материала не является деятельностью по инвестиционному консультированию. Информация, приведенная в данном материале, не является индивидуальной инвестиционной рекомендацией. Альфа-Банк и связанные с ним компании, руководящие сотрудники и прочие сотрудники всех этих структур, в т.ч. лица, участвующие в подготовке и издании данного материала, могут иметь отношения с маркет-мейкерами, а иногда и выступать в качестве таковых, а также в качестве консультантов, брокеров или представителей коммерческого, или инвестиционного банка в отношении ценных бумаг, финансовых инструментов или компаний, упомянутых в данном материале, либо входить в органы управления таких компаний. Ценные бумаги с номиналом в иностранной валюте подвержены колебаниям валютного курса, которые могут привести к снижению их стоимости, цены или дохода от вложений в них. Кроме того, инвесторы, вкладывающие средства в ценные бумаги типа АДР, стоимость которых изменяется в зависимости от курса иностранных валют, принимают на себя валютный риск. Инвестиции в России и в российские ценные бумаги сопряжены со значительным риском, поэтому инвесторы, прежде чем вкладывать средства в такие бумаги, должны провести собственное исследование и изучить экономические и финансовые показатели самостоятельно. Инвесторы должны обсудить со своими финансовыми консультантами риски, связанные с таким приобретением. Альфа-Банк и их дочерние компании могут публиковать данный материал в других странах. Поскольку распространение данной публикации на территории других государств может быть ограничено законом, лица, в чьем распоряжении окажется данный материал, должны быть информированы о таких ограничениях и соблюдать их. Любые случаи несоблюдения указанных ограничений могут рассматриваться как нарушение закона о ценных бумагах и других соответствующих законов, действующих в той или иной стране.