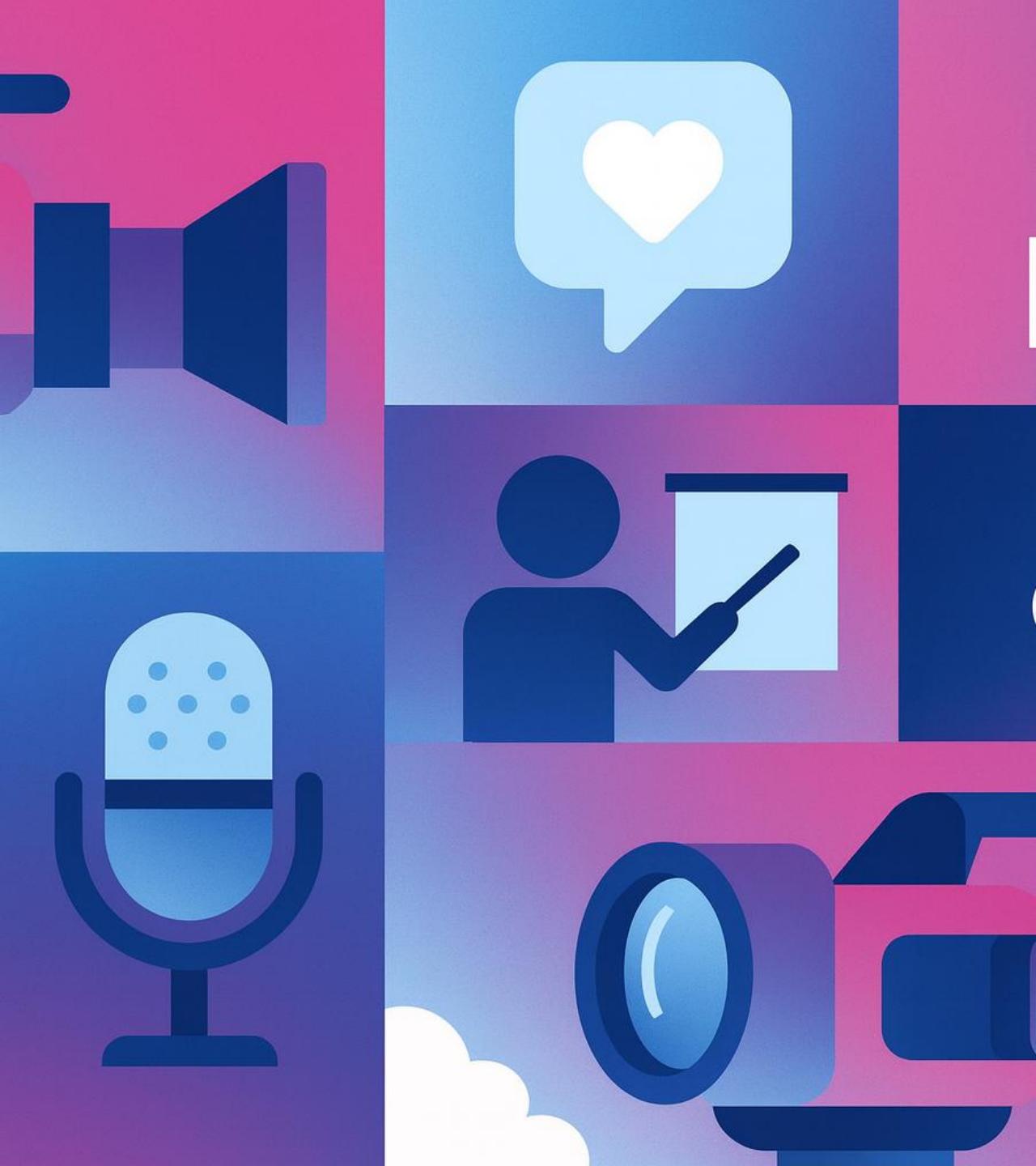


ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА МЕДИАТЕХНОЛОГИЙ В РОССИИ

Декабрь 2025



КЛЮЧЕВЫЕ ЦЕЛИ ИССЛЕДОВАНИЯ

Определить текущее состояние медиатехнологий в креативных индустриях, выявить отраслевые потребности и перспективные для развития технологические ниши

ОБЪЕКТ ИССЛЕДОВАНИЯ

Рынок медиатехнологий России, включающий программное обеспечение и оборудование, используемые на всех этапах цепочки создания медиаконтента:



Предпродакшн – планирование и подготовка медиаконтента;



Продакшн – производство контента;



Постпродакшн – обработка и финализация контента;



Дистрибуция – распространение и продвижение контента

МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

- Проведение онлайн-опроса **30+** представителей медиатехнологического и креативного секторов;
- Проведение **20+** глубинных интервью с отраслевыми экспертами;
- Проведение **кабинетного исследования** – анализ открытых источников, статистики, отраслевых отчётов, карт рынка и данных вендоров

ПРОФИЛИ РЕСПОНДЕНТОВ

- Руководители рекламных агентств
- Руководители анимационных студий
- Продюсеры кино и сериалов
- Руководители медиаплатформ и дистрибуционных сервисов
- Руководители музыкальных лейблов
- Представители компаний-разработчиков ПО
- Представители компаний-разработчиков оборудования
- Руководители платформ управления контентом

ГЛОССАРИЙ КЛЮЧЕВЫХ ТЕРМИНОВ

SaaS [Software as a service]	Модель предоставления программного обеспечения как услуги через Интернет по подписке
DRM [Digital Rights Management]	Системы управления правами – набор технологий, которые контролируют доступ к контенту
Медиабаинг	Процесс закупки рекламных площадей и эфирного времени в различных медиа
VFX [Visual Effects]	Виртуальные эффекты
CGI [Computer generated imagery]	Компьютерная графика
GPU [Graphic processing unit]	Графический процессор
Enterprise-решения	Масштабные ИТ-решения для нужд крупных компаний
Digital out-of-home	Цифровая наружная реклама
ML-решения	Решения с использованием машинного обучения
Рендеринг	Превращение компьютерной модели в конечное изображение
Риггинг	Процесс создания цифрового скелета в анимации
Вещательный комплекс	Комплекс ПО и оборудования, созданный для теле- и радиовещания
Пайpline	Производственный процесс создания продукта
CDN [Content Delivery Network]	Системы доставки контента

СОДЕРЖАНИЕ

Обзор рынка медиатехнологий	05
Тренды и барьеры рынка	17
Ключевые выводы интервью с представителями индустрий	28
Перспективные для развития технологические ниши	33

ОБЗОР РЫНКА МЕДИАТЕХНОЛОГИЙ

Мировой рынок медиатехнологий демонстрирует быстрый рост

Объем мирового рынка в 2024 г.¹

\$56 млрд

Темпы роста мирового рынка в 2024-30 гг.¹

13%

Медиатехнологии – это оборудование и программное обеспечение, применяемые для создания, обработки, управления и распространения медиаконтента

Медиаконтент – контент, передаваемый с помощью средств массовой информации:

 Текст

 Аудио

 Изображения

 Видео

Однако отсутствует единый подход к оценке

В России и мире отсутствует единая методология оценки контура рынка медиатехнологий. В зависимости от подхода учитывается либо ядро, либо расширенный контур с включением сопутствующих сегментов



60% мирового рынка медиатехнологий сосредоточены в странах Америки и Азии¹

Глобальный рынок медиатехнологий опирается на западные стандарты ПО и оборудования азиатских стран. Лидирующие регионы формируют развитие рынка в том числе через программы господдержки:

Долгосрочные инвестиции в R&D и инновации

-  National Science Foundation (NSF) + Digital Media R&D Grants, США

Финансирование исследований в области цифровых медиа, ИИ, стриминга, обработки контента

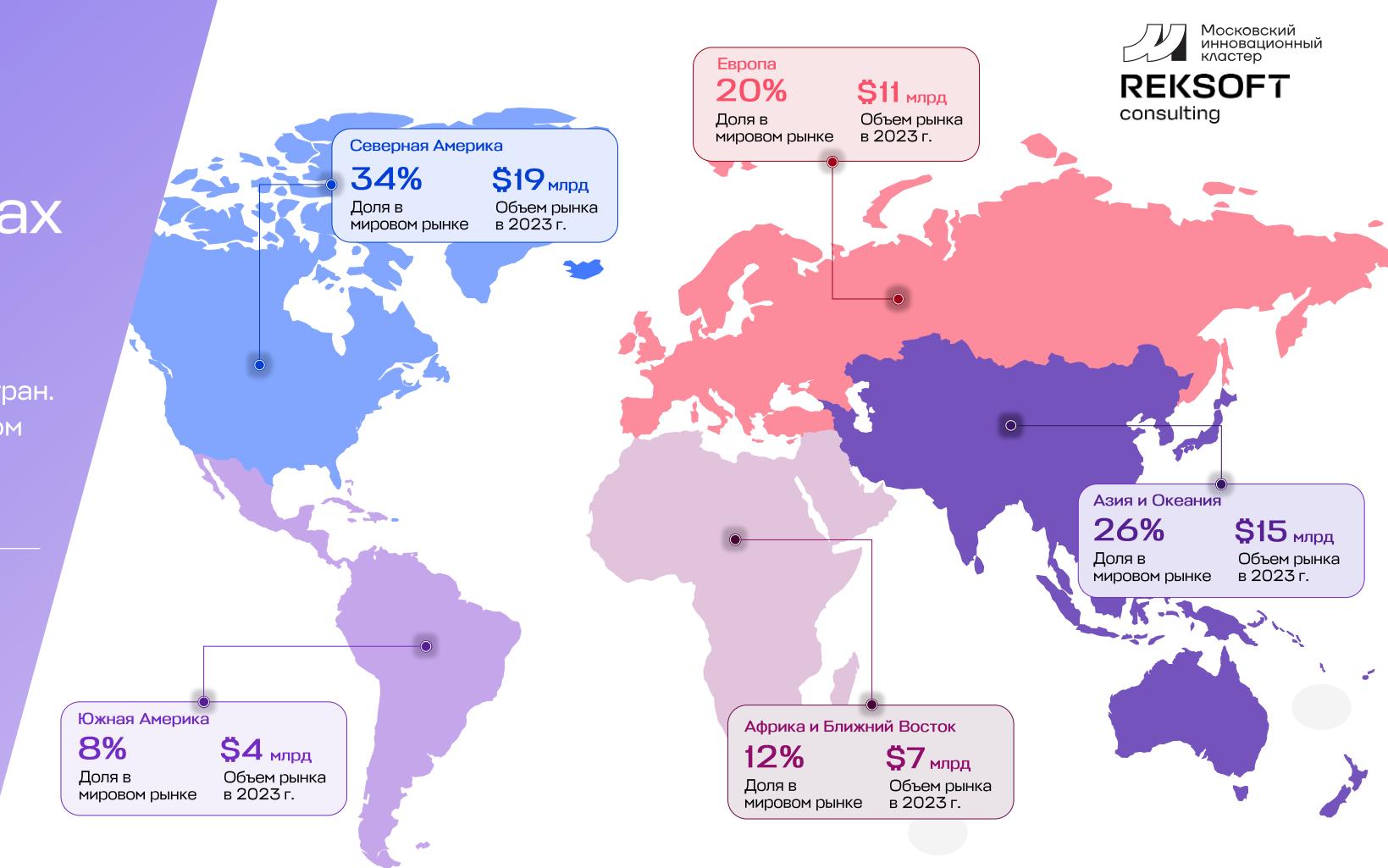
Поддержка экспорта медиатехнологий

-  IMDA International Co-Production Fund и Media Talent Progression Programme, Сингапур

Поддержка выхода компаний на глобальные рынки: финансирование международных партнерств, участие в отраслевых мероприятиях

Инфраструктурная поддержка

-  Korea Digital Media City (DMC), Сеул
Медиатехнологический кластер, объединивший производство оборудования (дисплеи, свет, микрофоны), исследовательские институты и крупнейшие медиа-компании



СЕВЕРНАЯ АМЕРИКА – ГЛОБАЛЬНЫЙ ЦЕНТР РАЗРАБОТКИ ПО ДЛЯ МЕДИАТЕХНОЛОГИЙ

Фокус: ПО, SaaS-решения, AI-инструменты, системы управления контентом и дистрибуции

Лидеры: Adobe, Avid, Autodesk

АЗИАТСКИЙ РЕГИОН – ВЕДУЩИЙ ХАБ ПРОИЗВОДСТВА ОБОРУДОВАНИЯ

Фокус: производство оборудования, компонентов, дисплеев, LED-панелей, камер, сенсоров и аудиотехники

Лидеры: Sony, Wacom, Rode, Samsung

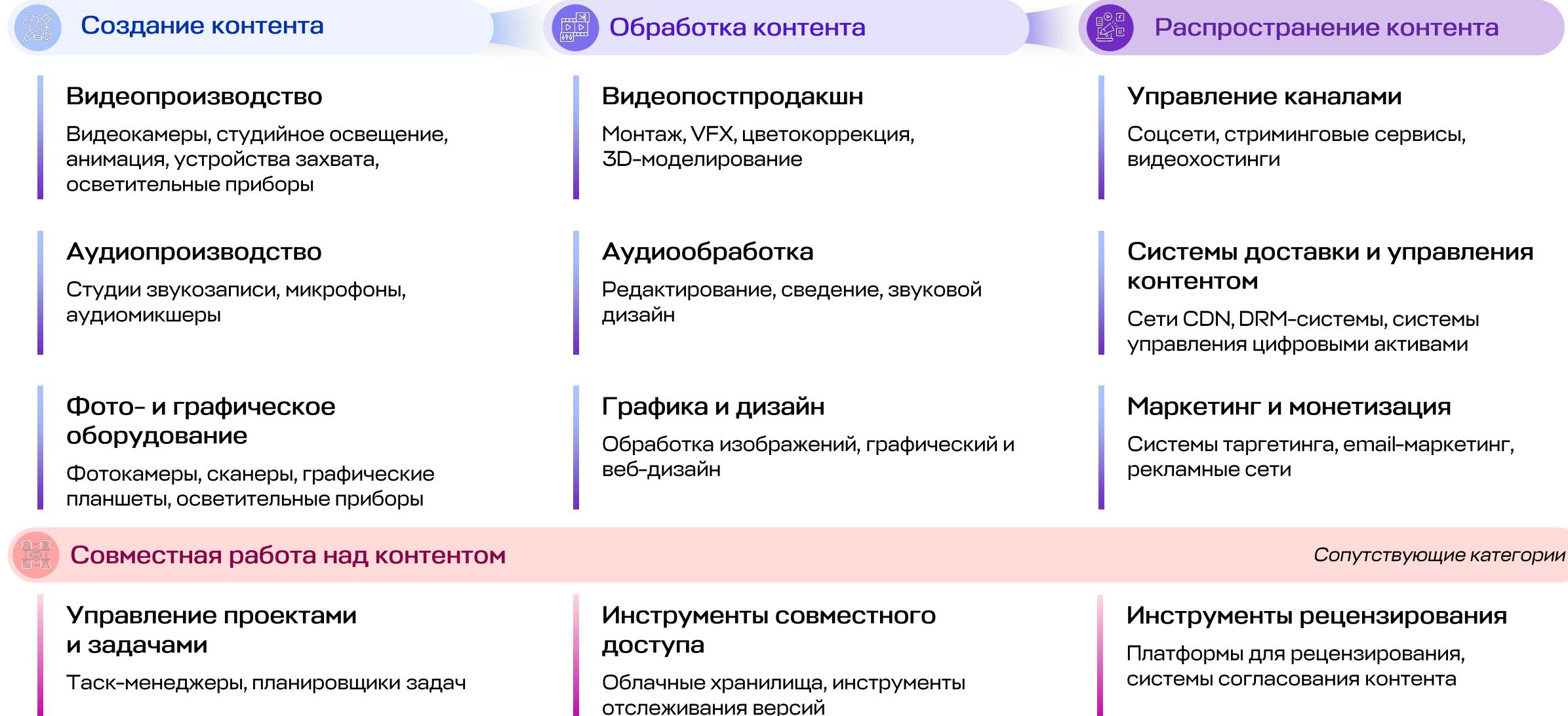
АФРИКА И ЮЖНАЯ АМЕРИКА – ФОРМИРУЮЩИЕСЯ РЫНКИ МЕДИАТЕХНОЛОГИЙ

Фокус: базовая цифровая инфраструктура, развитие стриминга и мобильного видео

Лидеры: локальные студии, стартапы и облачные сервисы

Технологии медиапроизводства применяются по этапам создания и распространения продукта

Сегментация рынка медиатехнологий по этапам работы с контентом



Для исследования выбраны 4 индустрии с наибольшим использованием медиатехнологий в производстве контента

Проведен анализ **17 креативных индустрий** на предмет присутствия медиатехнологий в производственных процессах



Выделены **4 индустрии** с наиболее широким использованием медиатехнологий в ключевых звеньях цепочки:



Музыка

Сосредоточены на аудиопроизводстве и обработке, а также в дистрибуции



Кино и сериалы

Охватывают все ключевые этапы производства и распространения контента



Анимация

Включена наряду с кино, поскольку использует иной тип и технологии создания контента



Реклама

Технологии медиапроизводства применяются наиболее комплексно среди всех индустрий

✓ Широкое применение медиатехнологий при создании

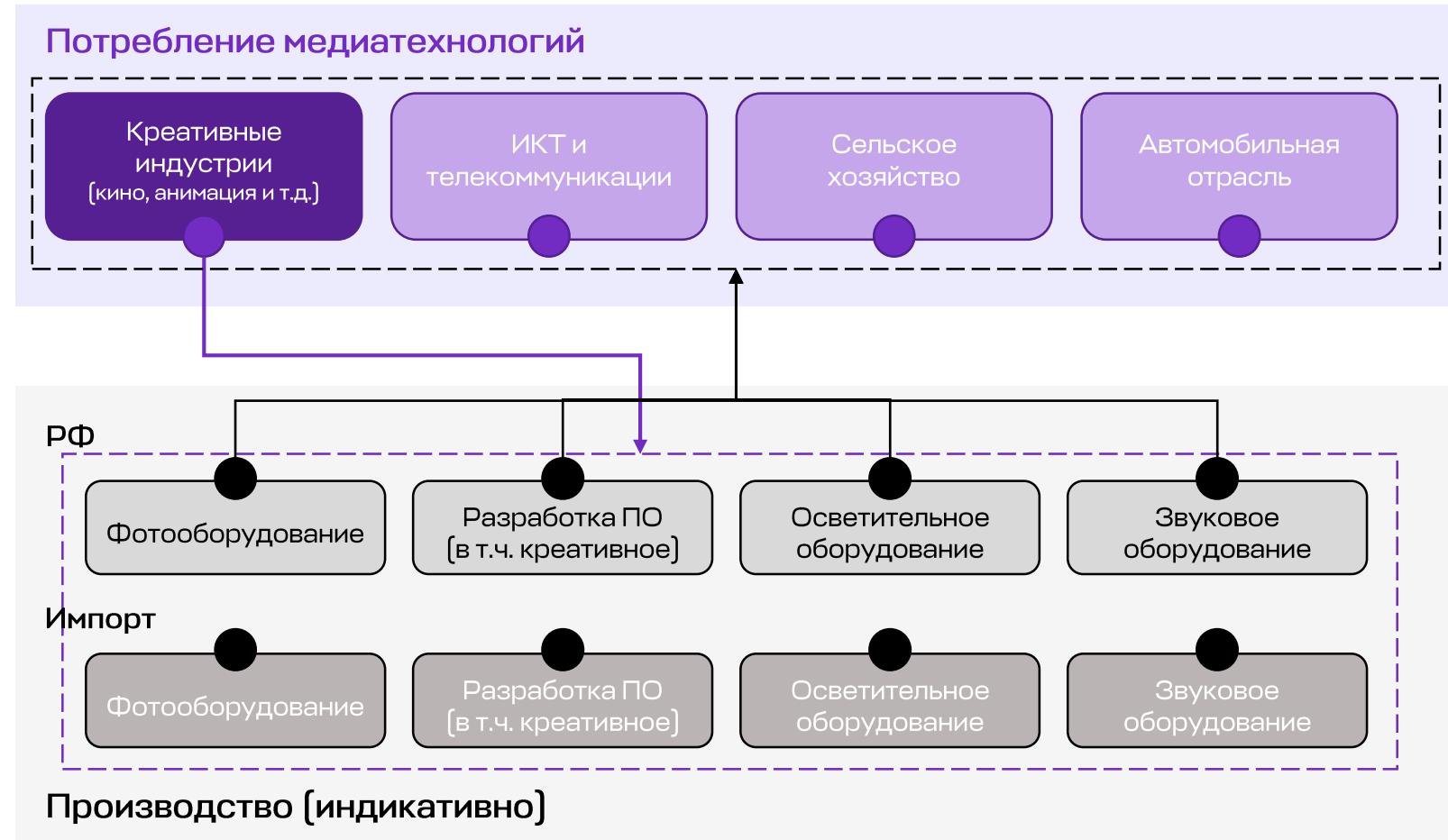
✗ Ограниченнное применение медиатехнологий в индустрии

	Музыка	Кино и сериалы	Анимация	Реклама	Дизайн ¹	Видеогames
Создание контента						
Видеопроизводство	✗	✓	✓	✓	✗	✓
Аудиопроизводство	✓	✓	✓	✓	✗	✗
Фото- и графическое оборудование	✗	✗	✓	✓	✗	✗
Обработка контента						
Видеопостпродакшн	✗	✓	✓	✓	✗	✓
Аудиообработка	✓	✓	✓	✓	✗	✗
Графика и дизайн	✗	✓	✓	✓	✓	✓
Распространение контента						
Управление каналами	✓	✓	✓	✓	✗	✓
Системы доставки и управления контентом	✓	✓	✓	✓	✗	✗
Маркетинг и монетизация	✗	✗	✗	✓	✗	✗

¹ – включает промышленный, средовой и графический дизайн

Российские рынки производства и потребления медиатехнологий не совпадают по своим размерам

Иллюстративная схема взаимодействия на рынке медиатехнологий



- 1 Российские креативные индустрии (включая медиапроизводство) потребляют как российские, так и зарубежные медиатехнологии
- 2 Основная доля потребления медиатехнологий (~90%) – зарубежные решения за счет их дешевизны и преимущества в функционале
- 3 Российские производители медиатехнологий реализуют свою продукцию в различных секторах экономики (например, продавая оборудование для внутренних маркетинговых отделов промышленных холдингов)
- 4 Учитывая данную специфику рынка, объемы потребления и производства медиатехнологий в России не совпадают по своим размерам

Российский рынок медиатехнологий считается от объема потребления якорными креативными индустриями



Емкость российского рынка медиатехнологий [2024]

Структура затрат на медиапроизводство, %		Отрасль ¹	Объем затрат ² , млрд руб.	Доля затрат на медиа-технологии ^{3,4} , %	Рынок медиа-технологий, млрд руб.	Доля затрат на медиа-технологии Москвы, %	Доля выручки Москвы в креативных индустриях ⁵ , %
Категория	Доля затрат, %	Реклама	1 503	20%	301	89	79
ФОТ	50-55	Кино и сериалы	142	30%	43	96	83
Подготовка локации, включая аренду	20-25	Анимация	51	60%	31	91	67
Медиатехнологии (ПО и оборудование)	25-30	Музыка	17	20%	3	94	71
Прочие расходы	5-10	Всего	1713 млрд	377 млрд	90%		
			Объем затрат на производство контента	Емкость рынка медиатехнологий в России	Доля Москвы в общей структуре рынка		

¹ – Отрасли рассчитаны на основе группировки ДК АСИ.² –Показатель « себестоимость проданных товаров и услуг [ЕМИСС]»³ – Источник: открытые источники, экспертная оценка,⁴ – При учете покупки медиатехнологий под проект. Компании могут использовать набор медиатехнологий для производства нескольких продуктов сразу,⁵ –Данные АКИ по анимации. Доля Москвы от соответствующего размера рынка [выручки] креативных индустрий. В отрасли кино и сериалов размер отрасли посчитан по кодам 59.11, 59.12, 59.13, 59.14. Оценка рынка Москвы по данным Москино учитывает коды 59.11, 59.12.⁶ – С учетом прогнозов ЦБ РФ по инфляции и совокупного темпа рынка

Рост рынка производства медиатехнологий в основном обеспечивается некреативными отраслями экономики



Структура производства медиатехнологичных отраслей (2024)

География применения продуктов медиатехнологичных отраслей

На примере продукции компании *Osterrig* (светодиодные лампы для создания разноцветного освещения)

Клиент	Отрасль
BMW, Aurus, Mercedes	Производители автомобилей
Первый канал, канал Пятница	Телеканалы
НИУ ВШЭ, Британская школа дизайна	Образование
Constage, Парк Патриот	Световые инсталляции
Keystone Production	Продюсерская компания

Ключевые отрасли ¹	Выручка РФ, млрд руб.	Доля Москвы, %	Регион-лидер, %
Производство радио и телевизионной аппаратуры	147	4	Удмуртия (17%)
Производство осветительного оборудования	137 ²	29	Москва (29%)
Производство фото- и кинооборудования	38	16	Московская область (50%)
Производство звуко-записывающего оборудования	36	13	Санкт-Петербург (27%)
Производство креативного ПО	7 ³	31	Москва (31%)
Всего	365	16	Москва⁴ (16%)

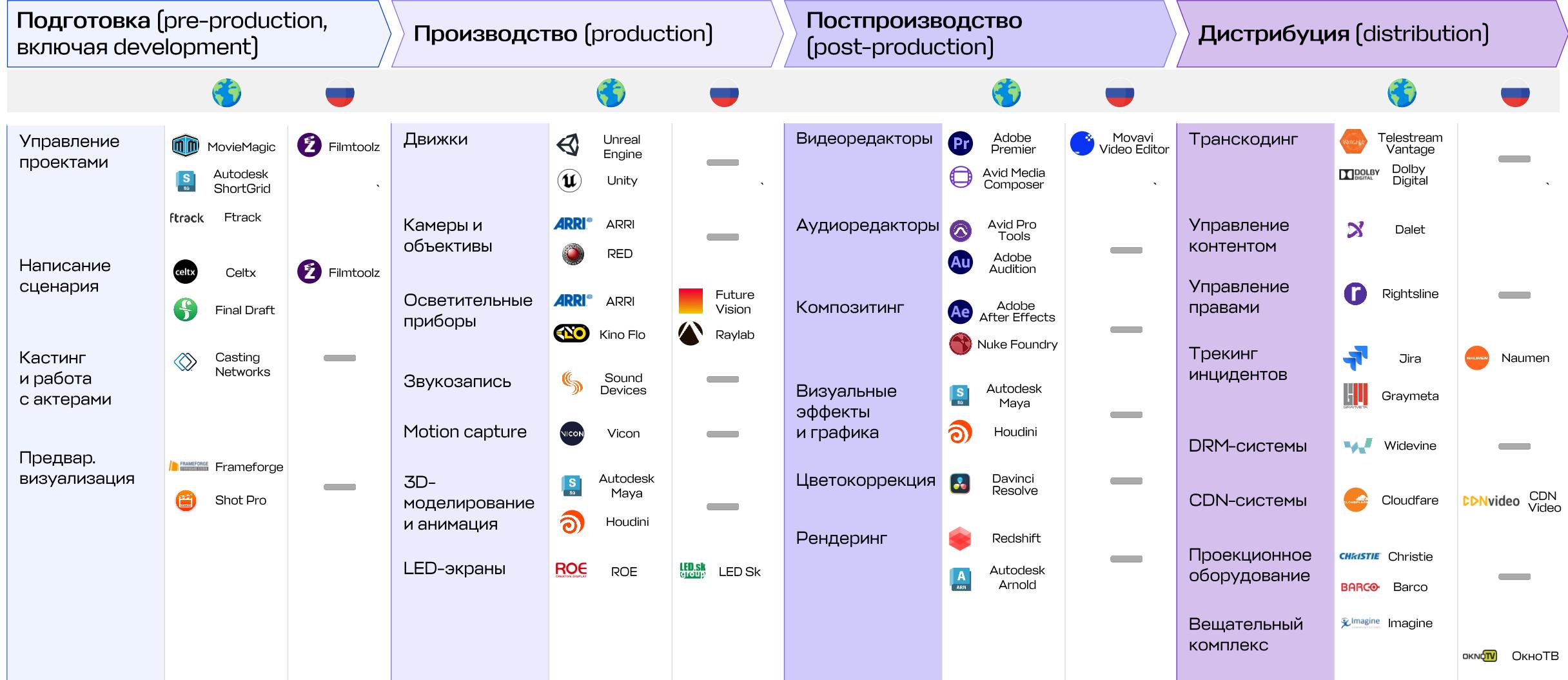
- Географически производство значительно дифференцировано по регионам, однако Москва остается лидером по доле выручки (16%)
- Среди отраслей основная выручка создается радио и телевизионной аппаратурой
- Основные потребители российского оборудования – смежные с креативными отрасли (например, ИКТ) и отдельные пользователи

¹Учитываются следующие ОКВЭДы – 26.30.17, 26.30.18, 26.40.3, 26.40.4, 26.40.5, 27.4, 26.70.1, 32.2, 62.01.²Отрасль включает в себя различные виды осветительного оборудования. Реальный рынок для медиапроизводства будет ниже.³ – На основе данных реестра отечественного ПО Минцифры по коду 06.08 Редакторы мультимедиа. Доля Москвы рассчитывается как доля программных продуктов зарегистрированных в Москве от общего объема креативного ПО х доля креативного ПО.⁴ – Топ-5 регионов: Москва (16%), Санкт-Петербург (12%), Московская область (9%), Удмуртия (7%), Рязанская область и Тверская область (5,4%). Остальной объем выручки распределен равномерно между прочими регионами в зависимости от производственного фокуса региона

Используемое российское и зарубежное ПО на цепочке создания продукта кино и сериалов



Кино и сериалы



Наиболее часто используемое ПО

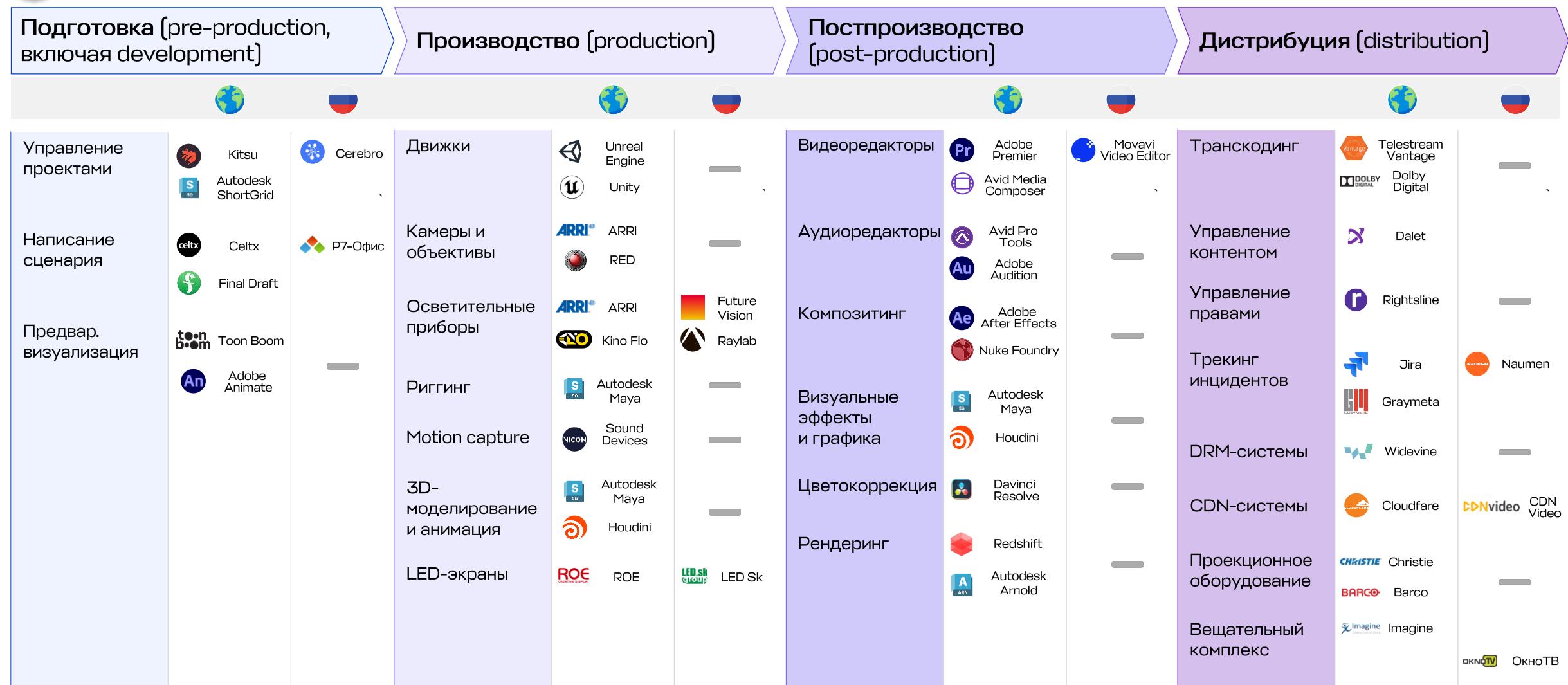


Российский аналог

Используемое российское и зарубежное ПО на цепочке создания анимационного продукта



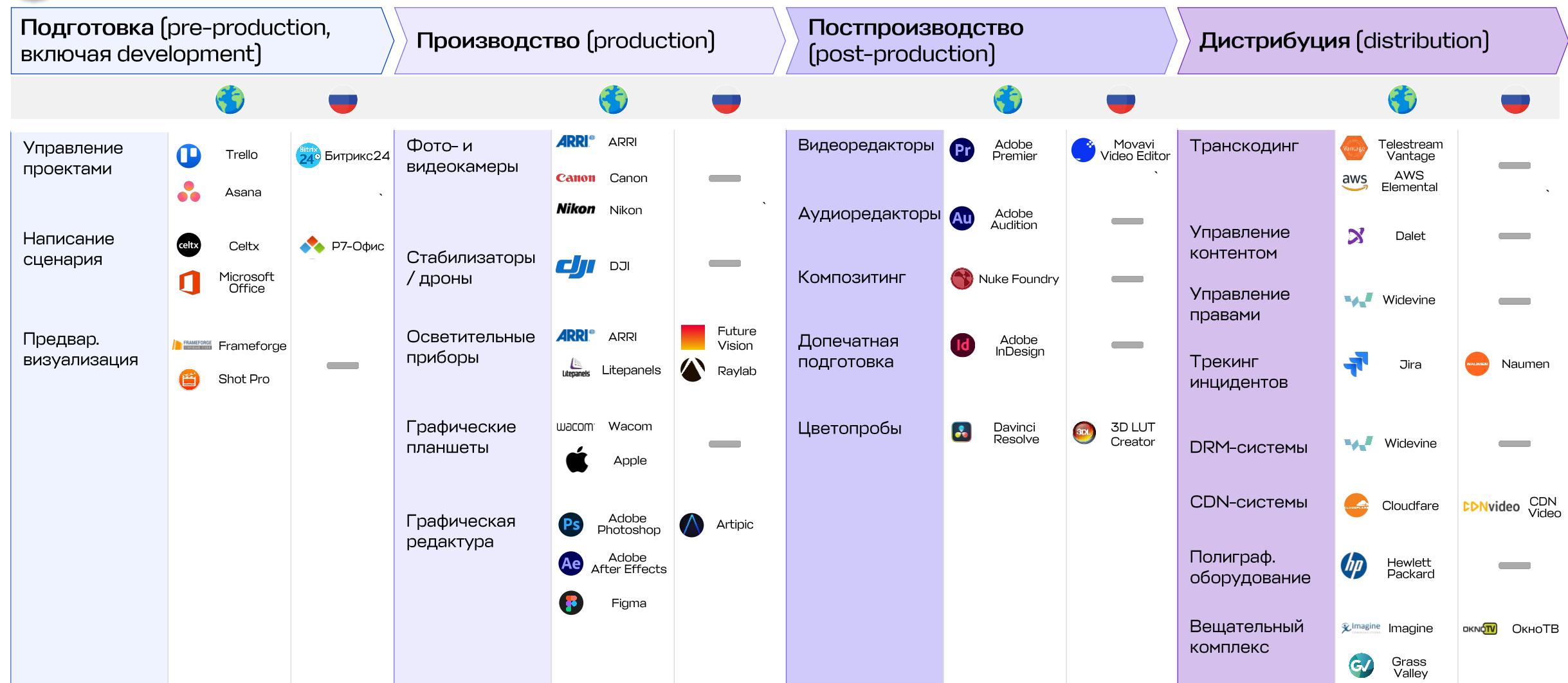
Анимация



Используемое российское и зарубежное ПО на цепочке создания рекламного продукта



Реклама



Наиболее часто используемое ПО



Российский аналог

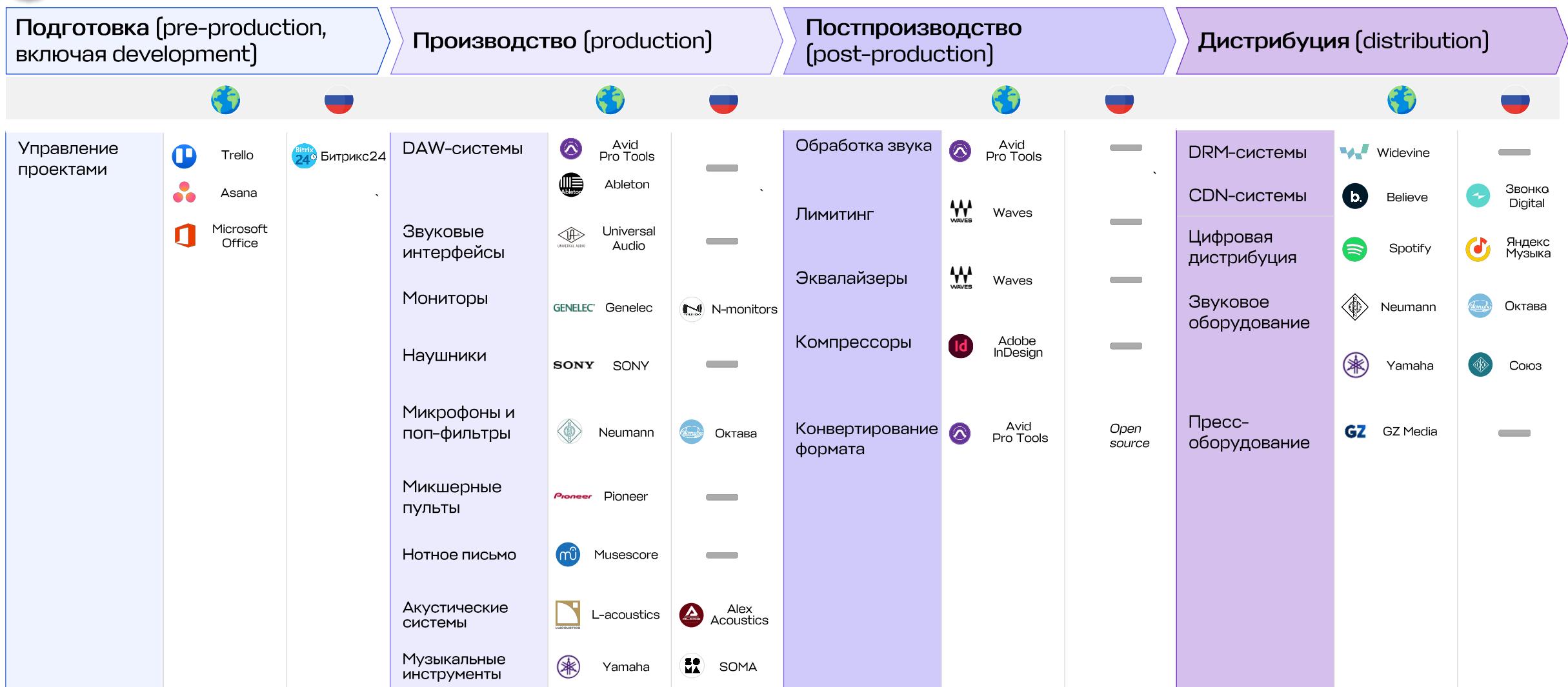


Российский аналог не представлен / не известен

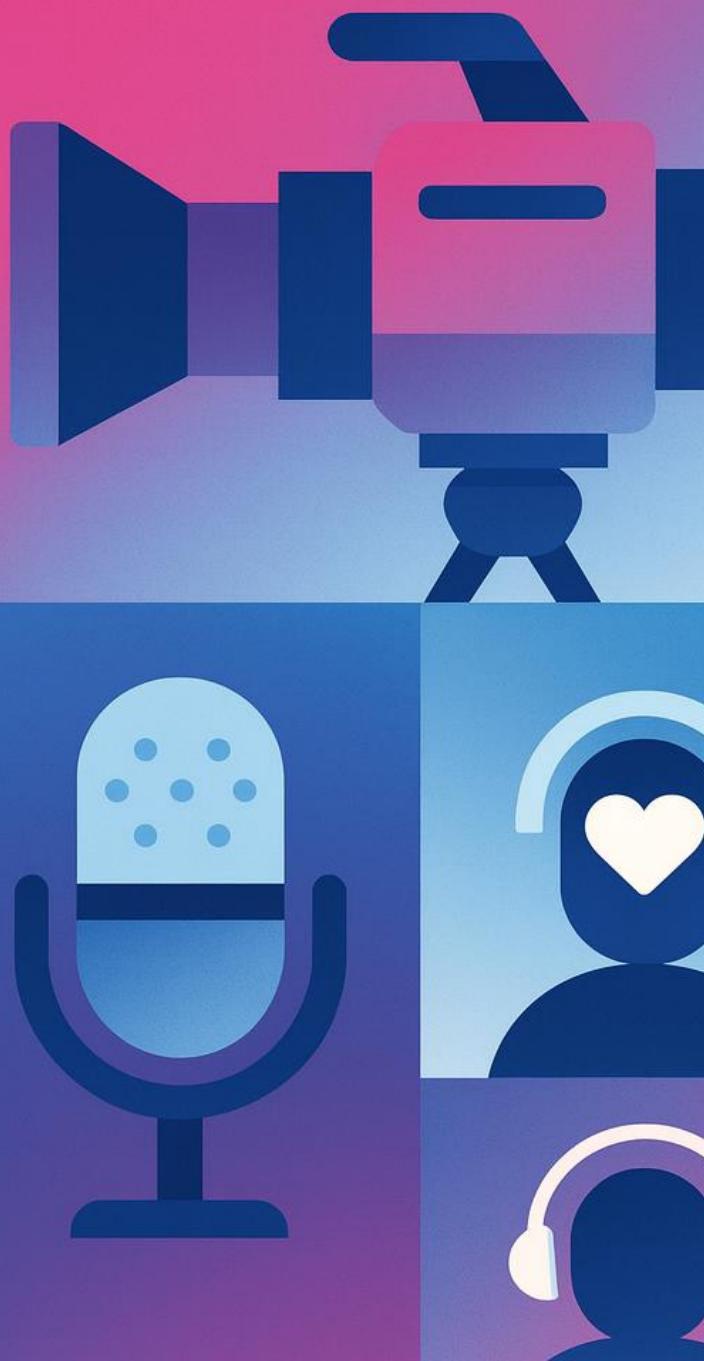
Используемое российское и зарубежное ПО на цепочке создания музыкального продукта



Музыка



ТРЕНДЫ И БАРЬЕРЫ РЫНКА



Мировой спрос стимулирует инновации в медиатехнологиях

 Мировые драйверы рынка медиатехнологий¹

1

Расширение каналов распространения

Увеличение объёма стриминга и пользовательского контента стимулирует развитие технологий доставки и управления медиа

2

Активное внедрение AI

Применение AI на всех этапах работы с контентом: автоматический монтаж, синтез речи, субтитры, таргетинг рекламы, рекомендательные системы

3

Мультиформатное развитие контента

Рост спроса на интерактивный опыт ведёт к развитию технологий, объединяющих традиционные и цифровые медиа [AR/VR, иммерсивные форматы, интегрированные экосистемы]

4

Переход на облачные технологии

Уход от аппаратных комплексов к гибким программным решениям: монтаж, VFX, хранение и трансляция контента всё чаще работают по модели SaaS/Cloud

5

Монетизация как ключевой фактор роста

Сдвиг в сторону рекламных и подписных моделей, рост вложений в digital-рекламу и технологии аналитики как основа доходной модели медиарынка

Фокус медиарынка РФ – на импортозамещении



Российские драйверы рынка медиатехнологий²

1

Импортозамещение и тех. суверенитет

Уход зарубежных вендоров открыл нишу для отечественных решений – от точечных до комплексных

2

Внедрение AI и аналитики

Алгоритмы персонализации, автоматизация постпродакшна и рекламных процессов становятся ключевыми направлениями развития медиарынка

3

Рост стриминговых сервисов

Увеличение объёмов стриминга и on-demand сервисов усиливает значение медиатехнологий в дистрибуции

4

Переход на облачные технологии

Переход от аппаратных решений к программным и индустриальным облачным платформам снижает затраты и повышает гибкость

5

Рост локальных стартапов и инноваций

Новые проекты в AdTech, AI и автоматизации усиливают конкуренцию и расширяют предложение

Технологии трансформируют ключевые процессы производства и дистрибуции киноконтента



AI и автоматизация креатива

Нейросети и AI-алгоритмы применяются для VFX, постпродакшна, дубляжа, субтитров, при создании цифровых инфлюенсеров и виртуальных актёров



Respeecher – синтез голоса, использовался в сериале «Мандалорец» [Disney+], Flawless AI – технология TrueSync для дубляжа с lip-sync



Использование ИИ для создания костюмов для фильма «Чебурашка», превизуализация сцен для фильма «Последний богатырь»



Виртуальный продакшн

Использование LED-экранов, виртуальных павильонов и движков позволяет снимать сцены в реальном времени, сокращая стоимость и время производства



HBO использовала виртуальные павильоны для съемок сериала «Дом дракона», Netflix и Amazon Studios инвестируют в полномасштабные виртуальные павильоны



В павильоне «Мосфильма» при участии Sber Metaverse Tech снимался фильм «Баба Яга спасает Новый год», где использовались LED-экраны и volumetric video



Рост стриминга и онлайн-платформ

Платформы формируют требования к формату и качеству контента, а также инвестируют в оригинальные проекты



При CAGR 21% Netflix, Amazon, Disney+ инвестируют в оригинальный эксклюзивный контент, формируют глобальные стандарты качества и формата сериалов



В 2024 г. объем рынка онлайн-кинотеатров РФ увеличился на 37%. Лидерами рынка являются компании BigTech – Кинопоиск [Яндекс], KION [МТС], Okko [Сбер]



Новые форматы изображения

4K/8K, HDR, 3D, VR и 360°-видео становятся стандартом, формируя новые требования к продакшн- и постпродакшн-процессам



Netflix и Apple TV+ выпускают весь новый оригинальный контент в 4K HDR; японский канал NHK активно использует 8K; VR/360-видео применяется в проектах Google



Крупные онлайн-кинотеатры выпускают контент в 4K, VR-проекты остаются нишевыми

Глобальные технологические тренды анимации задают новые стандарты, российская индустрия делает первые шаги



AI и автоматизация креатива

ИИ используется от интерполяции кадров и автоматической раскраски до lip sync и генерации движения. Это снижает затраты и ускоряет производство



Использование Runway ML и Adobe Sensei для автоматической генерации анимации и обработки кадров. Disney Research разрабатывает ИИ-инструменты для прорисовки промежуточных кадров



Эксперименты с внедрением ИИ в производство мультфильмов в студиях «Союзмультфильм» и «Самовар»; улучшение качества советских мультфильмов (Яндекс)



Виртуальный продакшн

Использование игровых движков позволяет работать в реальном времени, интегрировать motion capture и получать визуализацию без долгого рендеринга



Unreal Engine применяется для real-time анимации в проектах Netflix и Pixar; Unity активно используется в сериалном производстве и при создании интерактивной анимации



Применяется редко: Союзмультфильм совместно с Magic Factory и Окко представил мультфильм «Формула воды» на движке Unreal Engine (2024)



Глобализация производства

Рост копродукций студий из разных стран, передача задач на аутсорс, объединение команд через облачные решения и удалённые форматы работы



Мультсериал «Arcane» создавался совместно Riot (США) и Fortiche (Франция); работа над мультфильмом «Человек-паук: через Вселенные» выполнялась распределёнными командами в Канаде и Азии



Применяется редко: «Союзмультфильм» сотрудничает с азиатскими студиями для отдельных задач



Новые форматы: гибридность и иммерсивность

Смешение 2D и 3D закрепляется как новый стандарт визуального языка. Параллельно растёт использование VR/AR, делая анимацию интерактивной и иммерсивной



Мультфильм «Человек-паук: через Вселенные» закрепил тренд смешения 2D и 3D; мультсериал «Arcane» (Netflix) стал эталоном гибридного подхода



На данный момент гибридные форматы анимации не представлены

Технологическая трансформация рекламы: от автоматизации к новым форматам и платформам управления



AI и автоматизация креатива

Использование AI для генерации изображений, видео и текстов, что ускоряет производство баннеров, роликов, адаптаций под разные форматы и локализации



Coca-Cola запустила кампанию «Create Real Magic» с использованием DALL-E и GPT для генерации изображений и слоганов



Нейросеть Kandinsky [Сбер] широко применяется на создания рекламных роликов (Балтика, НЗХБ)



Data-driven персонализация рекламы

Алгоритмы анализируют данные о пользователях и автоматически подстраивают рекламу под разные аудитории, чтобы повысить отклик и эффективность кампаний



Google Ads и Meta Ads применяют AI-алгоритмы для персонализации, показывая разные версии объявлений в зависимости от аудитории



VK Ads внедряет алгоритмы для динамического подбора формата и сообщения под пользователя



Новые форматы и каналы дистрибуции

Расширение в digital out-of-home, интерактивные экраны, AR/VR-реклама, in-game advertising. Форматы становятся более интегрированными в пользовательский опыт



Nike и Snapchat используют AR-рекламу с примеркой кроссовок в приложении; Nike x Fortnite – бренд Jordan [под Nike] интегрировался в игру Fortnite



Russ запустила программно-продажи рекламы на цифровых экранах 47 станций Московских диаметров



Новые технологии управления рекламой

AdTech-платформы позволяют автоматизировать закупку и размещение рекламы, что повышает эффективность кампаний и снижает издержки



The Trade Desk и Google DV360 автоматизируют закупку рекламы, управляя размещением через единую платформу



МТС AdTech и Hybrid DSP развивают локальные платформы для автоматизации закупки и размещения рекламы

Музыкальный рынок движется к полной цифровизации: новые форматы, AI и платформы дистрибуции



AI и автоматизация креатива

AI и алгоритмы выполняют задачи по созданию музыки, мастерингу и обработке звука



Сервисы **LANDR** и **Amper Music** автоматизируют мастеринг и генерацию треков, позволяя выпускать музыку без профессиональной студии



Артисты зависят от зарубежных плагинов и сервисов, доступ к которым ограничен, отечественные аналоги в зачаточном виде



Новые форматы продакшна

Развитие пространственного звука, мобильных приложений и гибридного аналого-цифрового продакшна меняют способы создания музыки



Apple представила технологии пространственного звука в новых наушниках Airpods, GarageBand и BandLab позволяют создавать и сводить музыку напрямую на смартфоне



Пространственный звук остаётся нишевым, но растёт использование зарубежных мобильных приложений для записи и сведения



Демократизация создания музыки

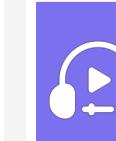
Цифровые студии и интеграция со стримингами делают производство и дистрибуцию более доступными для музыкантов



BandLab и **Spotify for Artists** обеспечивают полный цикл – от записи до мгновенной дистрибуции на стриминговые платформы, облегчая и удешевляя путь для музыканта



Артисты используют сервисы Яндекс. Музыки и VK Music для коммуникации с аудиторией, выходя к аудитории без участия лейблов



Новые модели потребления и продвижения

Алгоритмические плейлисты, соцсети и визуальный контент определяют, как слушатели находят музыку и как артисты выходят к аудитории



TikTok, персонализированные плейлисты Spotify и Apple Music формируют основные каналы продвижения музыки



Алгоритм «Моя волна» в Яндекс. Музыке, VK Клипы

Российский рынок медиатехнологий сдерживается инфраструктурными и регуляторными барьерами

Недостаток инфраструктуры



Развитие медиатехнологий ограничено уходом ключевых поставщиков и слабостью российских решений

- После 2022 г. значимая часть зарубежных вендоров ПО и оборудования ушла с рынка;
- Российские продукты по ряду направлений отстают от мировых аналогов на 5–7 лет;
- Отсутствует устойчивая экосистема вокруг отечественных решений для креативных индустрий



Технологический разрыв и широкое использование нелицензионного ПО, что снижает конкурентоспособность и ограничивает экспортный потенциал

Фрагментация рынка



Отсутствие консолидации снижает устойчивость и масштабируемость индустрии

- Множество мелких игроков разрабатывают схожие решения;
- Ограниченные ресурсы малого и среднего бизнеса мешают долгосрочным инвестициям и развитию сложных продуктов;
- Конкуренция между закрытыми экосистемами и открытыми маркетплейсами затрудняет формирование устойчивой рыночной архитектуры



Отсутствует экосистема для профессионального сообщества вокруг российских продуктов (ПО и оборудование) для креативных индустрий

Регуляторные ограничения



Дополнительные регуляторные требования формируют высокие ожидания к медиакомпаниям и разработчикам

- Локализация данных и контента увеличивает издержки в производстве и хранении контента;
- Рост требований к лицензированию и сертификации решений усложняет вывод новых продуктов на рынок;
- Усиление нормативного контроля за контентом ограничивает гибкость в международной колаборации



Рост издержек в производстве и хранении контента и снижение привлекательности российского медиарынка для инвестиций

Отрасль сталкивается с технологическим разрывом,

вызванным зависимостью от недоступного ПО и оборудования



Ограниченный доступ к профессиональному ПО

После ухода зарубежных вендоров отрасль зависит от устаревших версий и пиратских решений

- После 2022 г. значимая часть зарубежных вендоров ПО и оборудования ушла с рынка;
- ПО для монтажа, VFX, цветокоррекции и звукопостпродакшна стало труднодоступным
- Российские аналоги пока не закрывают все потребности



Импортозависимость оборудования

Киноиндустрия критически зависит от поставок камер, светового и студийного оборудования, LED-экранов

- Параллельный импорт становится дороже и нестабилен
- Локальное производство ограничено любительским или узкопрофильным сегментом



Снижение инвестиций и льготных программ

Снижение инвестиций и сокращение льготных программ ограничивают развитие технологической базы

- Отсутствуют меры поддержки по обновлению оборудования и ПО;
- Высокая стоимость эксплуатации и сервисного обслуживания;
- Студии испытывают трудности с привлечением инвестиций



Снижение глобального сотрудничества

Отрасль теряет доступ к глобальным партнёрам и копродукциям, что ограничивает обмен технологиями

- Уход крупных западных дистрибуторов и инвесторов;
- Сокращение совместных проектов с зарубежными студиями;
- Ограничение доступа к международным платёжным и лицензионным системам



Технологический разрыв и широкое использование нелицензионного ПО, что снижает качество визуального контента



Рост издержек и торможение внедрения технологий виртуального продакшна



Низкая инновационная активность и слабое внедрение передовых медиатехнологий в кинопроизводстве



Низкий обмен лучшими практиками приводит к снижению конкурентоспособности российского контента на мировом рынке

Отрасль сталкивается с технологическим и кадровым разрывом, ограничивающим развитие анимации



Зависимость от зарубежного ПО

Большинство студий работают с зарубежными вендорами, доступ к которым осложнён

- Отсутствие обновлений и техподдержки иностранных решений
- Увеличивается число нелицензионного использования ПО
- Российские аналоги на текущий момент не покрывают весь цикл анимационного производства



Ограниченнная производственная инфраструктура

Высокотехнологичное оборудование (motion capture, графические станции, рендер-фермы) практически не производится в России

- Параллельный импорт становится дороже, нестабилен и связан с гарантированными и юридическими рисками
- Российское ПО сложно интегрировать в производственные цепочки



Дефицит квалифицированных кадров

Образовательная база отстает от требований рынка, что приводит к нехватке профессионалов

- Большинство вузов используют неактуальное ПО и оборудование, программы не практикоориентированы
- Молодые специалисты с опытом быстро уходят в смежные IT-направления



Высокая стоимость производства и барьеры входа

Создание конкурентоспособной анимации требует крупных инвестиций в технологии, оборудование и специалистов

- Реалистичная 3D-анимация и визуальные эффекты требуют сложных методов производства и затрат
- Для выхода на международный уровень требуется инфраструктура, недоступная большинству студий



Технологический разрыв и широкое использование нелицензионного ПО, что снижает конкурентоспособность и ограничивает экспортный потенциал



Рост себестоимости и снижение скорости производства контента, что снижает конкурентоспособность российского анимационного продукта



Низкая способность студий создавать конкурентный и технологически сложный продукт, отвечающий требованиям рынка



Индустрия остается на базовом уровне производства и не успевает за технологическим развитием мирового рынка ввиду дороговизны решений

Снижение доступности инструментов и регуляторные ограничения снижают эффективность рекламных технологий



Уход зарубежных платформ и AdTech-инструментов

Рынок лишился привычных инструментов закупки и аналитики рекламы

- Недоступны ключевые каналы дистрибуции (Google, Meta, YouTube Ads)
- Сократилось количество инструментов точного таргетинга и оценки эффективности кампаний
- Форсированный перенос кампаний в локальные экосистемы



Зависимость от импорта креативного ПО

Переход на российские решения после ухода зарубежных вендоров сопровождается функциональными ограничениями

- Российское ПО не всегда поддерживает форматы и интеграции, используемые в зарубежных продуктах
- Снижение скорости и качества разработки рекламных материалов
- Рост трудозатрат и издержек на организацию продакшна



Раздробленность медиаканалов

После ухода международных площадок и роста числа локальных форматов аудитория стала более рассеянной, управление кампаниями – сложнее

- Рекламные инструменты разных платформ не интегрированы между собой
- Отсутствие единой аналитики мешает оценивать эффективность кампаний
- Пользователи всё чаще ограничивают доступ к данным и избегают рекламы



Рост издержек и регуляторные ограничения

Медиаинфляция и усиление требовательности к маркировке/отчёtnости повышают стоимость и риски

- Дорожающий инвентарь на ключевых площадках.
- Дополнительные требования к маркировке, отчёtnости, модерации.
- Риски блокировок/штрафов, рост compliance-нагрузки



Снижение эффективности планирования и аналитики кампаний, ограничение возможностей масштабирования и экспорта технологий



Замедление темпов технологического обновления рынка и рост издержек при производстве рекламного контента



Усложнение управления кампаниями и рост затрат на поддержание эффективности проведения и аналитики кампаний



Сокращение инновационной активности и смещение фокуса в сторону менее рискованных форматов и каналов

Российская музыкальная индустрия сталкивается с ограниченным доступом к технологиям



Ограниченный доступ к ПО и сервисам

После ухода зарубежных вендоров рынок остался без лицензионных решений, а отечественные аналоги пока не способны закрыть весь функционал

- Подписки на зарубежные сервисы недоступны или требуют обходных схем
- Высокая стоимость сложных программных инструментов
- Российские продукты отстают по ряду направлений на 5-7 лет



Импортозависимость оборудования

Студийная и концертная инфраструктура напрямую зависит от поставок извне, а локальное производство не закрывает базовые потребности

- Дефицит концертного и студийного оборудования
- Параллельный импорт дороже и нестабилен
- Отсутствие серийных отечественных решений для профессионального звука



Низкий уровень финансовой поддержки

Музыкальная индустрия практически не включена в программы господдержки, что делает инвестиции в технологии ограниченными

- Отсутствие налоговых и финансовых льгот
- Высокая стоимость оборудования и софта для студий и артистов
- Ограниченные возможности привлечения инвестиций в технологии



Концентрация рынка дистрибуции

Рынок дистрибуции музыки сосредоточен в руках нескольких игроков, что ограничивает возможности независимых артистов и студий

- Уход Spotify и мейджоров лишил артистов ключевых каналов monetизации
- Монополия локальной «большой тройки» снижает конкуренцию
- Нерегулируемые проблемы с роялти на локальных сервисах



Широкое использование нелицензионного ПО, снижение конкурентоспособности и экспортного потенциала



Задержка внедрения новых технологий и снижение качества инфраструктуры

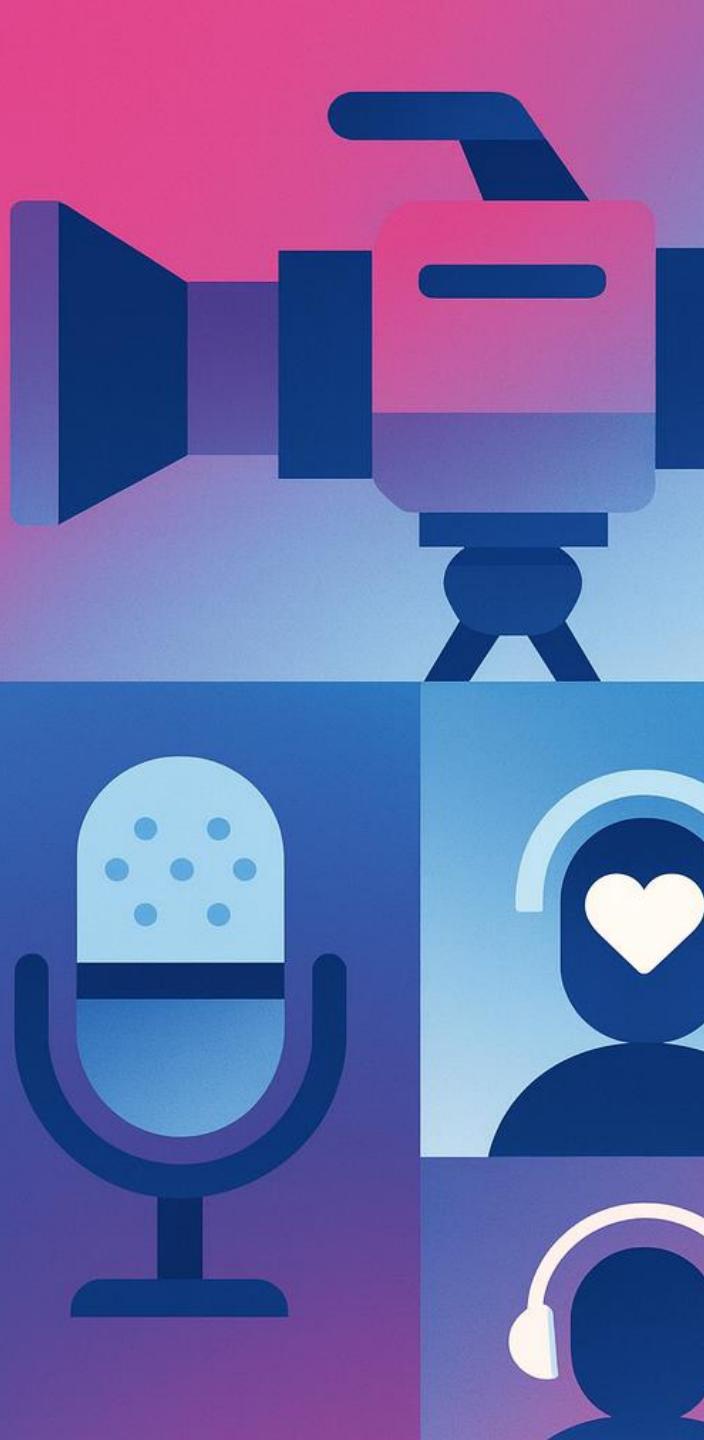


Низкая инновационная активность и слабое внедрение передовых медиатехнологий



Сосредоточение технологических решений у крупных игроков и сложности в развитии независимых компаний

КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ ИНТЕРВЬЮ С ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ ИНДУСТРИЙ



Индустрия кино и сериалов развивает точечные технологические решения, но остаётся зависимой от зарубежных продуктов



1

Технологическая зависимость от зарубежных решений остаётся критической

Пайплайны студий строятся на импортных инструментах. Российские аналоги развиваются точечно, но пока не обеспечивают требуемую глубину интеграций и стабильность

2

Отсутствие единых стандартов замедляют технологическую адаптацию

Частые изменения требований, сложность включения ПО в реестр и отсутствие отраслевых стандартов препятствуют развитию стратегических решений в пользу более быстрых и дешевых в реализации

3

Инфраструктурные разрывы препятствуют формированию современных продакшн-пайплайнов

При наличии сильных точек рынок испытывает дефицит зрелых решений в оборудовании, live-кодировании, студийной автоматизации и виртуальном производстве

4

ИИ становится рабочим инструментом, но его использование ограничено

ИИ активно применяется в предпродакшне и рутинных задачах, но редко затрагивает ядро креативных и технологических процессов

ДРАЙВЕРЫ

Рост спроса на новые форматы и расширение контент-потребления (премиальный и иммерсивный контент)

Ускоренная интеграция ИИ-инструментов в препродакшне, постпродакшне и аналитике

Укрепление межотраслевых связей и переход к гибридным моделям производства (коллaborации с игровым, рекламным и IT-секторами)

БАРЬЕРЫ

Зависимость от зарубежных технологий на критических этапах производства, отсутствие сопоставимых локальных альтернатив

Фрагментированная инфраструктура, снижающая возможности системного импортозамещения

Дефицит высококвалифицированных кадров для работы над высокотехнологичными решениями

Импортозамещение в анимации остаётся затруднённым из-за высокой стоимости разработки высокотехнологичных решений и выраженной кадровой инерции



1

Высокая зависимость от зарубежного ПО

Несмотря на развитые производственные процессы, анимационные студии остаются критически зависимыми от зарубежного ПО на всех технологических этапах, за исключением систем управления проектами

2

Рост отрасли невозможен без инфраструктурной базы

Масштабирование производства невозможно без существенного укрепления инфраструктурной базы – рендер-фондов, данных центров и распределённых вычислительных мощностей

3

Сквозная интеграция становится главным технологическим вектором

Крупные студии стремятся оптимизировать ПО и операционные потери между отделами. Стратегическая цель – собственные платформы, объединяющие моделинг, риггинг, анимацию, рендер и композитинг

4

Кадровая инерция остаётся одним из главных ограничителей технологического прогресса

Даже при наличии самописных инструментов и альтернативных решений отрасль продолжает работать в привычных пакетах. Переход на локальное ПО требует переобучения и перестройки устоявшихся пайплайнов

ДРАЙВЕРЫ

Рост спроса на ускорение производственных циклов и снижение стоимости

Формирование собственных платформ и сервисов как фундамент для развития технологических экосистем

Государственный спрос на технологическую автономию – развитие ресурсоемких решений

БАРЬЕРЫ

Недостаток инвестиций в инфраструктуру (разработку и мощности) и компетенции (развитие высококвалифицированных кадров)

Небольшая ёмкость внутреннего рынка – ограниченный экспортный потенциал

Сопротивление команд изменениям и низкая готовность к переходу на новое ПО

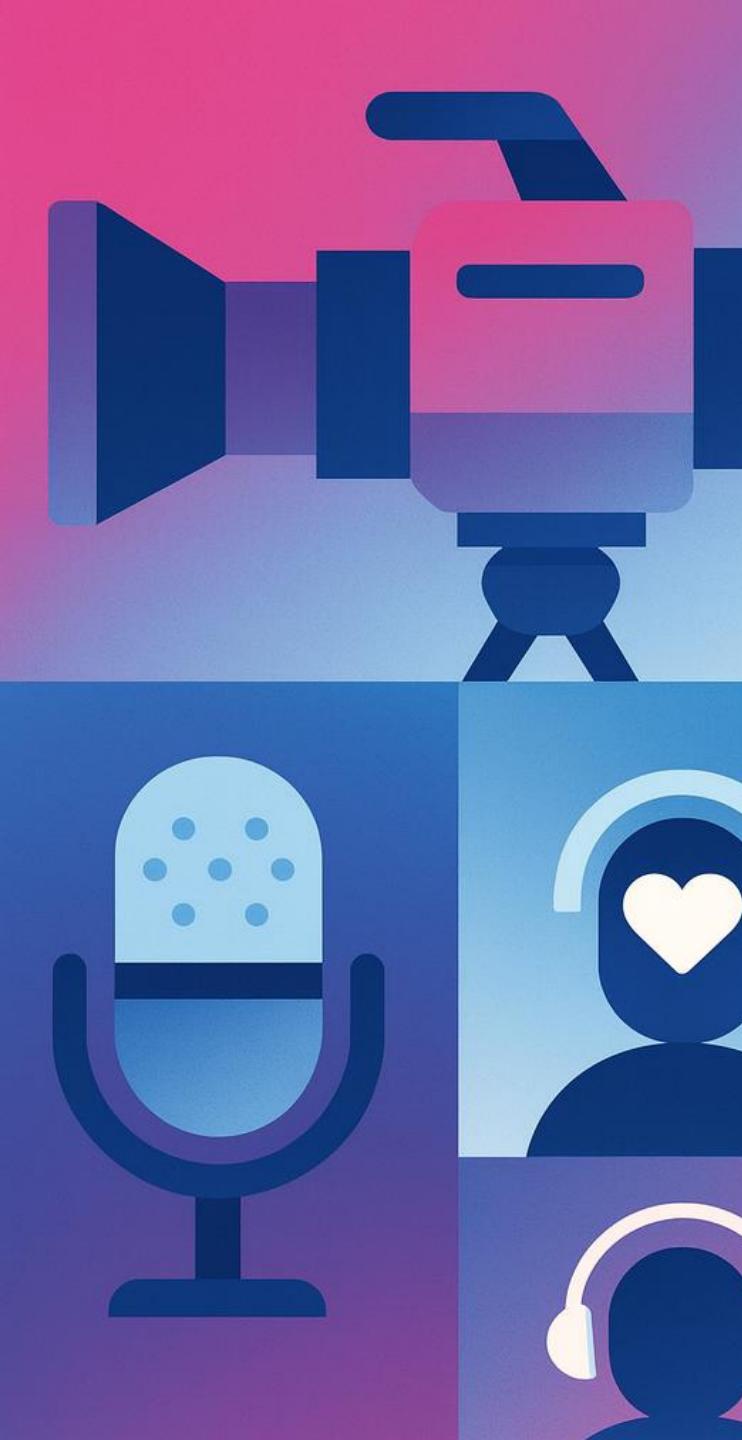
Индустрия рекламы демонстрирует наибольшую технологическую устойчивость среди всех креативных сегментов



Индустрия музыки остаётся высоко импортозависимой, локальное развитие ограничивается аппаратными решениями



ДРАЙВЕРЫ	БАРЬЕРЫ
Рост стриминга и укрепление локальных экосистем после ухода большинства зарубежных игроков	
Интеграция AI в операционные процессы для уменьшения издержек на рутинные задачи	
Внутреннее развитие IT-решений для дистрибуции и управления каталогами с упором на технологическую независимость от зарубежных поставщиков	
Критическая зависимость от зарубежных DAW и ПО для постпродакшна	
Монополизация отдельных участков рынка и отсутствие единых стандартов	
Недостаток индустриальной базы и коммерциализации в аппаратном сегменте	



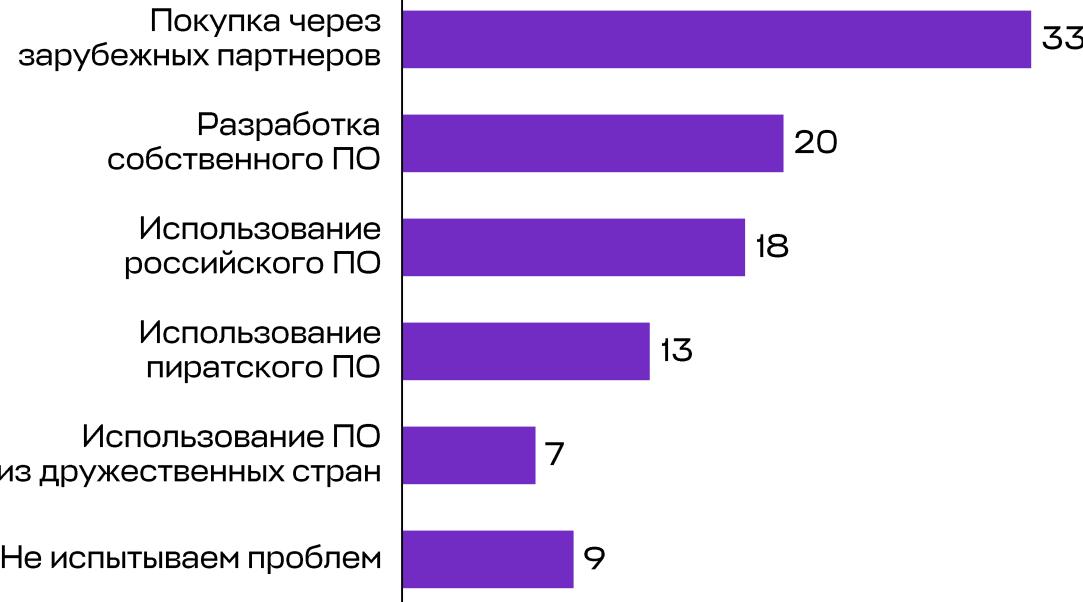
ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ НИШИ

Результаты опроса показывают приверженность компаний к привычным зарубежным решениям

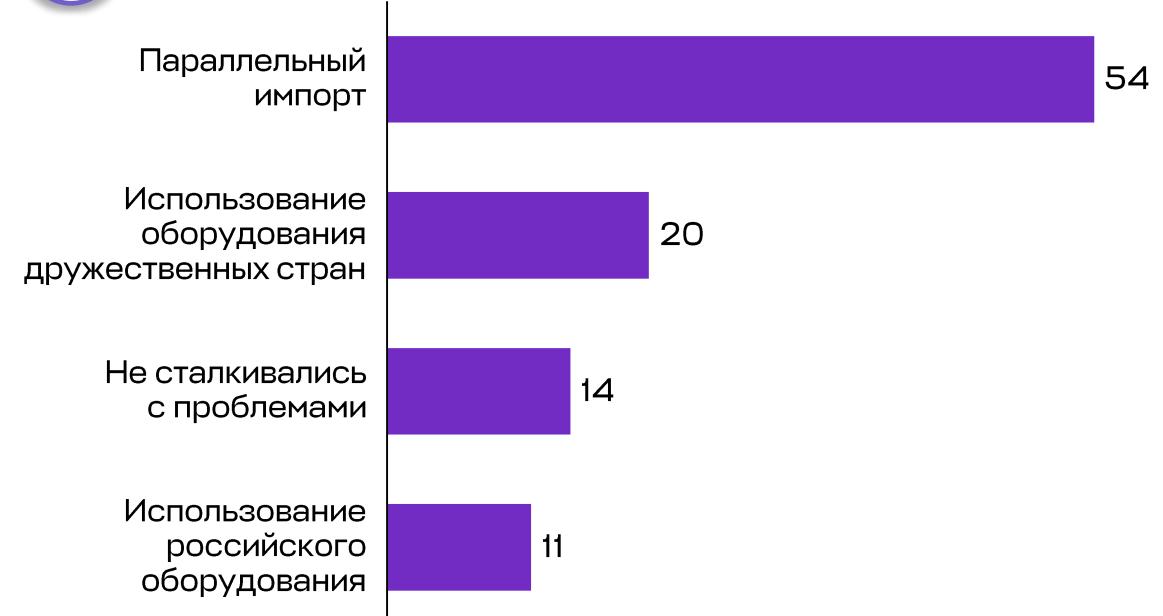
Как компании решают проблемы с доступом к зарубежному лицензионному ПО и оборудованию¹ (%)



Программное обеспечение



Оборудование



Поиск альтернативных доступов к привычным технологиям – основное направление решения санкционных ограничений

- Более **30%** компаний продолжают закупать доступ к нужному зарубежному ПО через дружественных иностранных партнеров, либо через иностранные карты
- В иных случаях компании предпочитают разрабатывать собственные решения (20%) или переходить на российский софт (18%)
- Более **50%** компаний предпочитает пользоваться привычным зарубежным оборудованием за счет использования параллельного импорта
- Российское оборудование выбирают только **11%** компаний, отдавая предпочтение оборудованию из дружественных стран в случае отсутствия доступов

Недостаточная функциональность российских решений препятствует переходу рынка на отечественное ПО

1 ОТСУТСТВИЕ ФУНКЦИОНАЛЬНО СОПОСТАВИМЫХ АЛЬТЕРНАТИВ В КРИТИЧЕСКИ ВАЖНЫХ СЕГМЕНТАХ

- Высокотехнологичные области – звук, VFX, 3D, композитинг, кодирование, DRM, игровые движки – полностью опираются на международные стандарты
- Российские решения пока не обеспечивают нужной глубины функционала, стабильности и совместимости

1

Локальные продукты не рассматриваются как реальная замена в ключевых звеньях производственного цикла

2 СЛОЖНОСТЬ ЗАМЕНЫ ИЗ-ЗА УСТОЯВШИХСЯ ПАЙПЛАЙНОВ И КАДРОВОЙ ИНЕРЦИИ

- Устоявшиеся производственные процессы завязаны на конкретные зарубежные инструменты, форматы, плагины и навыки команд
- Переход требует переработки пайплайна, высоких затрат на обучение, рисков срыва сроков и падения качества

2

Рынок предпочитает пользоваться привычными инструментами, откладывая переход на отечественные решения

3 ВЫСОКАЯ СТОИМОСТЬ И ДЛИТЕЛЬНОСТЬ СОЗДАНИЯ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОГО ПО

- Разработка инструментов конкурентоспособного уровня подразумевает масштабные долгосрочные инвестиции
- Российские разработчики ограничены доступом к капиталу и инфраструктуре, а также не обладают достаточными компетенциями для реализации сложных продуктов

3

Российский рынок производства ПО и оборудования концентрируется вокруг менее ресурсоемких и комплексных технологий

4 НЕДОСТАТОК ИНФРАСТРУКТУРЫ ДЛЯ ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ ЗАДАЧ

- Создание продуктов уровня мировых лидеров требует масштабных R&D-команд, кластеров и долгосрочных инвестиций
- На данный момент инфраструктура развита точечно, что ограничивает технологическую глубину и конкурентоспособность локальных решений

4

Рынок предпочитает пользоваться привычными инструментами, откладывая переход на отечественные решения

По итогу исследования были определены 13 ключевых технологических ниш

ВИДЕОПРОИЗВОДСТВО

Камеры
Осветительное оборудование
Дроны
Motion-capture

АУДИОПРОИЗВОДСТВО

Звуковые интерфейсы
Студийные микрофоны
Аппаратные рекордеры
Музыкальные инструменты
Аудиомикшеры
Акустические системы

ФОТО- И ГРАФИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ

Фотокамеры и объективы
Сканеры
Граф. планшеты
Осветительное оборудование (студийное, переносное, LED)

ВИДЕОПОСТПРОДАКШН

ПО для нелинейного монтажа (NLE)
ПО для цветокоррекции
Движки
VFX и CGI-системы
ПО для 3D-моделирования и анимации

АУДИООБРАБОТКА

Digital Audio Workstations (DAW)
Системы сведения и мастеринга
Плагины для обработки звука [эффекты, шумоподавление]

ГРАФИКА И ДИЗАЙН

ПО для обработки изображений
ПО для графического дизайна
ПО для веб-дизайна
ПО для анимации и motion design

УПРАВЛЕНИЕ КАНАЛАМИ

Соцсети
ВидеоХостинги
Стриминговые сервисы

СИСТЕМЫ ДОСТАВКИ И УПРАВЛЕНИЯ КОНТЕНТОМ

CDN-сети (Content Delivery Networks)
DRM-системы (Digital Rights Management)
Системы управления цифровыми активами и трансляций

AI-ИНСТРУМЕНТЫ

Генерация изображений и видео
AI для обработки контента
AI для постпродакшна и анимации

МАРКЕТИНГ И МОНЕТИЗАЦИЯ

AdTech-платформы (таргетинг, рекламные сети)
Email-маркетинг системы
Аналитика и рекомендательные системы

ПРОЕКТНЫЙ И ТАСК МЕНЕДЖМЕНТ

Task-менеджеры
Системы планирования задач
ПО для управления продакшном и препродакшном

ИНСТРУМЕНТЫ СОВМ. ДОСТУПА

Облачные хранилища (SaaS)
Инструменты отслеживания версий

ИНСТРУМЕНТЫ РЕЦЕНЗИРОВАНИЯ

Платформы для совместного редактирования
Системы согласования контента

Интегральная оценка классифицирует ниши по потенциальному роста и формату поддержки

НИШИ-ЛИДЕРЫ

Балл¹

Маркетинг и монетизация	100,0
Управление каналами	93,3
Инструменты совместного доступа	93,3
Управление проектами и задачами	85,0
Инструменты рецензирования	80,0

РАЗВИВАЮЩИЕСЯ НИШИ

Графика и дизайн	65,4
Системы доставки и управления контентом	57,2
AI-инструменты	57,2
Фото- и графическое оборудование	50,8
Аудиопроизводство	50,8

ИМПОРТОЗАВИСИМЫЕ НИШИ

Аудиообработка	44,4
Видеопроизводство	40,4
Видеопостпродакшн	40,3

Ниши с высокой степенью зрелости, рыночным спросом и сильными российскими игроками

- Полностью сформировавшийся рынок с устойчивым спросом и сильными крупными игроками
- У российских компаний есть конкурентоспособные решения, не требующие масштабной поддержки
- Потенциал развития рынка связан с повышением эффективности процессов и развитием цифровых инструментов управления

Ниши с потенциалом ускоренного роста при наличии технологической и инвестиционной поддержки

- Присутствуют на рынке, но требуют дальнейшего развития продуктовых и технологических компетенций
- Необходима поддержка для доведения решений до уровня зарубежных аналогов и выравнивания соотношения «функционал / стоимость»

Ниши с высокой капиталоёмкостью и зависимостью от зарубежных вендоров

- Требуют масштабных и долгосрочных инвестиций с стратегическим горизонтом 5-10 лет
- Доминирование зарубежных технологий и закрытых экосистем ограничивает локализацию

¹Балл по итогам оценки конкурентоспособности [см. раздел «Конкурентный ландшафт российских медиатехнологий»]

Предложение по мерам поддержки для групп НИШ

НИША	ФОКУС ПОДДЕРЖКИ	МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПРИМЕРЫ
ЛИДЕРЫ Ниши с высокой степенью зрелости, рыночным спросом и сильными российскими игроками	<ol style="list-style-type: none"> 1 Продвижение российских решений на зарубежных рынках (экспорт, участие в выставках, международная сертификация); 2 Поддержка высокотехнологичных и инновационных отраслей (налоговые стимулы, гранты на внедрение передовых технологий, акселерационные программы) 3 Содействие в маркетинге и масштабировании без прямого финансирования R&D (маркетинговые субсидии, информационно-консультационные услуги) 	 Digital Technologies Industry Transformation Plan Стратегия правительства, направленная на рост экспорта цифровых технологических решений, включая инструментов для медиа, облачных сервисов, SaaS-медиатехнологий
РАЗВИВАЮЩИЕСЯ Ниши с потенциалом ускоренного роста при наличии технологической и инвестиционной поддержки	<ol style="list-style-type: none"> 1 Формирование среды для R&D и тестирования решений (гранты, пилоты и лаборатории для разработок медиатехнологий до коммерческого внедрения) 2 Стимулирование коллaborации между бизнесом, студиями и ИТ-разработчиками (объединение компетенций для создания интегрированных медиа-продуктов и сервисов) 3 Обеспечение доступа к инфраструктуре (создание инновационного медиакластера) 	 CoSTAR Network Сеть лабораторий и исследовательских центров в области экранных и иммерсивных технологий, предоставляет гранты и доступ к инфраструктуре для R&D, и прототипирования медиатехнологий
ИМПОРТОЗАВИСИМЫЕ Ниши с высокой капиталоёмкостью и зависимостью от зарубежных вендоров	<ol style="list-style-type: none"> 1 Развитие производственных и инжиниринговых центров (создание мощностей для выпуска критически важного оборудования, компонентной базы и ПО) 2 Государственно-частные партнёрства для долгосрочных R&D (финансирование исследований и разработок с горизонтом 5-10 лет, формирование консорциумов из ИТ-компаний, вузов и медиаstudий) 3 Развитие кадрового потенциала (создание инженерных школ, программ переподготовки, организация практик и стажировок) 	 MediaFutures НИЦ ¹ в сфере медиатехнологий, объединяющий университеты и медиахолдинги. Ориентирован на развитие новых решений для цифрового контента, поддержку R&D и подготовку кадров через академические программы

Рынок выделяет управленческие и AI-решения как ключевые точки технологического роста

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ

УПРАВЛЕНЧЕСКИЕ И КОММУНИКАЦИОННЫЕ РЕШЕНИЯ

Продукты, объединяющие все этапы производственного цикла (планирование, документооборот, коммуникация, контроль)

 StudioBinder – управление съёмками, задачами и коммуникацией в продакшне

ЛОКАЛЬНЫЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ

Продукты, закрывающие узкие задачи внутри крупных систем (плагины, трекеры, storyboard / пайплайн-менеджеры)

 ShotGrid (Autodesk) – управление съёмками и пайплайнами в анимации и кино

AI-ИНСТРУМЕНТЫ

Сервисы, повышающие производительность за счёт автоматизации обработки контента (озвучка, подгонка lip-sync, субтитры, дубляж, генерация графики и звука)

 Runway ML, Descript, ElevenLabs – автоматический монтаж, озвучка и генерация контента

ОТСУТСТВИЕ СПРОСА

ПОЛНОФУНКЦИОНАЛЬНЫЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ ПЛАТФОРМЫ (VFX, DAW, 3D)

Требуют многолетних инвестиций, сформированы глобальные стандарты и закрытые экосистемы

ОБОРУДОВАНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО УРОВНЯ

Поставки обеспечиваются параллельным импортом, российские аналоги не обладают конкурентными преимуществами

ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ КРОСС-ПЛАТФОРМЕННОЙ ИНТЕГРАЦИИ

Решения, обеспечивающие совместимость между ПО разных этапов и объединяющие экосистемы зарубежных и отечественных систем

 Avid Nexis, AWS Thinkbox, Foundry Nuke Studio – интеграция медиапотоков и данных между программами

БЮДЖЕТНЫЕ КОПИИ СУЩЕСТВУЮЩИХ РЕШЕНИЙ

Не востребованы рынком без уникального функционала, превышающего зарекомендовавшие зарубежные аналоги

В области кино и анимации наибольший потенциал имеют управлеченческие и нишевые решения



КИНО И СЕРИАЛЫ

Управление проектами

- Интегрированные системы управления проектом, объединяющие сценарий, съёмочный план, объекты, актёров и ресурсы (совмещение функций FilmToolz и Miro);
- Решения, снижающие издержки и ручные операции – планирование, документооборот, финансовый контроль;
- Потенциал развития связан с внедрением AI-инструментов



АНИМАЦИЯ

Локальные специализированные решения

- Узконишевые продукты могут занять сегменты, не покрытые глобальными решениями
- Наиболее эффективная стратегия – развитие и коммерциализация собственных решений студий

Сквозные платформы для единого контура работы

- Создание единой платформы, охватывающей все этапы анимационного производства

Монтаж и VFX

Импортозамещение затруднительно из-за высокой стоимости разработки и масштабной экосистемы зарубежных решений

Оборудование для продакшна

Импорт продолжает работать стабильно, несмотря на логистические и санкционные издержки; конкурентоспособных российских аналогов нет

ПО для моделирования и анимации

- Ключевые зарубежные продукты формируют замкнутую экосистему, что ограничивает спрос на аналоги
- Выбранный стек инструментов закрепляется на весь производственный цикл (4–5 лет)

В области кино и анимации наибольший потенциал имеют управленческие и нишевые решения



РЕКЛАМА

Управление проектами и автоматизация задач

- Формирование единого цифрового ядра для ключевых процессов: договоров, ЭДО, CRM, архивов и платёжных систем;
- Создание интегрированного коммуникационного хаба, объединяющего взаимодействие с клиентами и пользователями

Развитие AI-решений

- Инструменты автоматизированной раскадровки;
- AI-редакторы для дизайна и графики



МУЗЫКА

Аппаратные решения [акустика и микрофоны]

- На рынке есть российские решения, опирающиеся на сильную инженерную школу;
- Ключевой барьер – низкая узнаваемость брендов и ограниченная представленность в профессиональной среде

Плагины и AI-инструменты для DAW

- Возможно развитие независимо от зарубежного ПО и усиливать функциональность существующих решений

ПО для графической редактуры

- Зарубежные вендоры сохраняют статус отраслевого стандарта с частичным доступом через партнёров
- Альтернатива – использование бесплатных решений при ограниченной функциональности

DAW (Digital Audio Workstation)

- Разработка требует значительных инвестиций; существующие решения глубоко интегрированы в глобальную экосистему производства
- Потенциал импортозамещения минимален из-за высокой сложности и зависимости от международных стандартов