

Strategy  
Partners



Research HUB  
Strategy Partners

# Российская индустрия развлечений: структурная трансформация и новые точки роста

Март 2026 г.

РЕШЕНИЯ, КОТОРЫЕ РАБОТАЮТ



# Права на использование контента

Настоящим уведомляем вас о том, что это исследование или любая его часть не предназначены для копирования, распространения или тиражирования любыми способами без предварительного письменного разрешения АО «СПГ».

При отсылке к данным исследования упоминание АО «СПГ» обязательно.

Это исследование было подготовлено АО «СПГ» исключительно в целях информации. АО «СПГ» не гарантирует точности и полноты всех сведений, содержащихся в исследовании.

Информация, представленная в этом исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована как информация, содержащая рекомендации по дальнейшим действиям по ведению бизнеса.

Все мнения и оценки, содержащиеся в данном исследовании, отражают мнение авторов на день публикации и могут быть изменены без предупреждения.

АО «СПГ» не несет ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в данном исследовании, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации.

Задачи, поставленные и решаемые в настоящем исследовании, являются общими и не могут рассматриваться как комплексное исследование рынка того или иного товара или услуги.

Все мнения, выводы и оценки, содержащиеся в настоящем исследовании, действительны на дату его составления. По любым вопросам, связанным с использованием нашего контента, пишите по адресу: [inbox@strategy.ru](mailto:inbox@strategy.ru).

## Выводы и прогнозы

01

Глобальная индустрия развлечений продемонстрировала CAGR\* +5% в 2022–2024 гг. Ожидается, что к 2030 г. динамика замедлится до CAGR +3%, достигнув 3,5 трлн долл. США.

Основной рост обеспечивают эволюция цифровых платформ и устойчивый спрос на офлайн-форматы.

Лидерами роста становятся развивающиеся экономики с молодым населением и растущим проникновением интернета, в то время как зрелые рынки демонстрируют замедление.

02

Российский рынок показывал опережающие темпы роста (CAGR +30%) в 2022–2024 гг. вследствие постковидного восстановления, но к 2027–2030 гг. ожидается замедление динамики (CAGR +10%). Емкость российского рынка развлечений достигнет 4,5 трлн руб. к 2030 г., увеличившись с 2,8 трлн руб. в 2025 г.

03

Динамику российского рынка определяют устойчивый спрос на досуг и развлечения, цифровизация образа жизни, инвестиции в создание отечественного контента и развитие инфраструктуры. Важную роль также играют монетизация лояльной аудитории и государственная поддержка ключевых сегментов.

04

Крупнейшие сегменты российского рынка развлечений: беттинг (букмекерский рынок; 2,9 трлн руб. к 2030 г.), видеоигры (0,3 трлн руб.) и онлайн-кинотеатры (0,3 трлн руб.). Самые быстрорастущие сегменты: цифровые книги (CAGR +18%), онлайн-кинотеатры (CAGR +17%), музыкальный стриминг (CAGR +14%).

05

Российские игроки лидируют во всех сегментах отечественного рынка развлечений. Большинство активно инвестирует в оригинальный контент, оптимизирует операционную эффективность и развивает экосистемы.

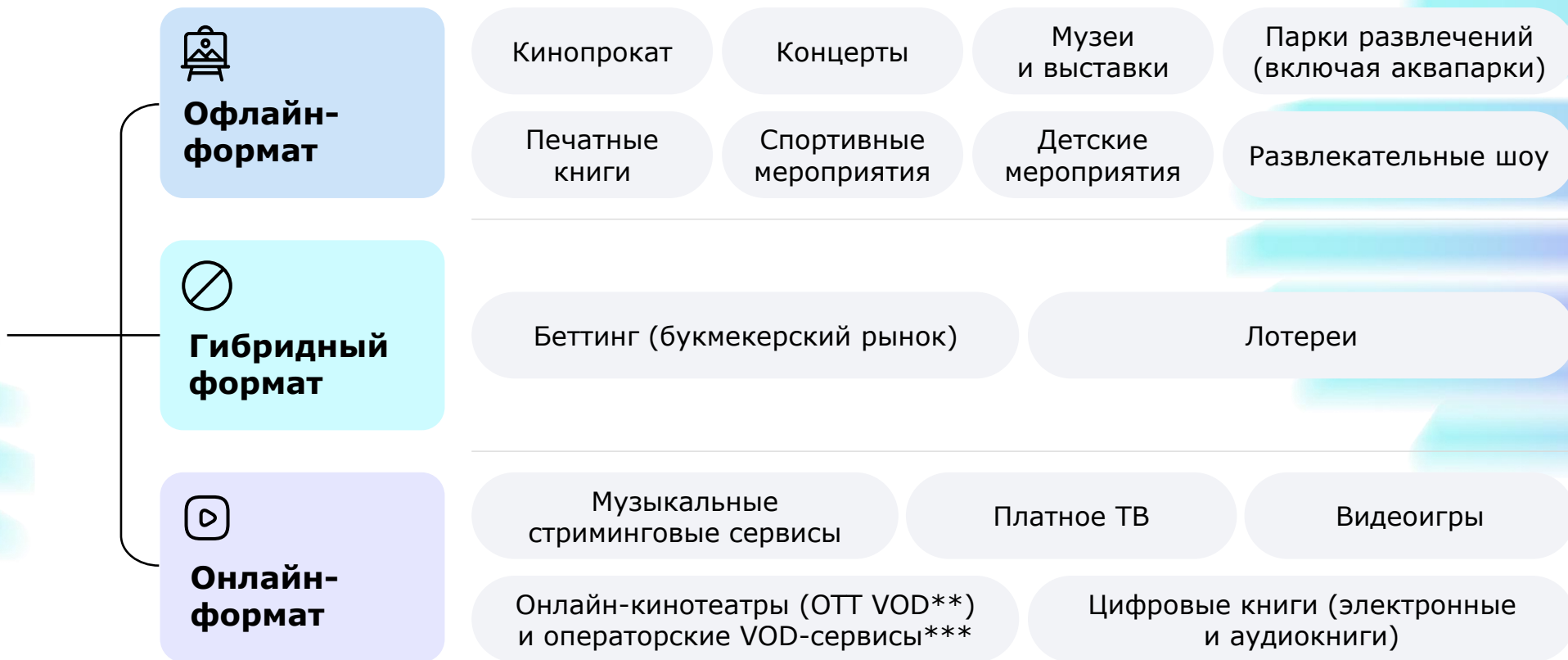
\* CAGR (англ. Compound Annual Growth Rate) — совокупный среднегодовой темп роста. Выражается в процентах и показывает, на сколько процентов за год прирастает изучаемый параметр.

# Определение и границы рынка развлечений в России, рассматриваемые в рамках исследования

**Рынок развлечений в России\*** — это совокупность всех потребительских расходов конечных пользователей на территории Российской Федерации в следующих сегментах:



## Индустрия развлечений в России



\* Не включен сегмент музыки на физических носителях (виниловые пластинки, CD-диски, кассеты и проч.), т. к. емкость сегмента составляет менее 1 млрд руб.

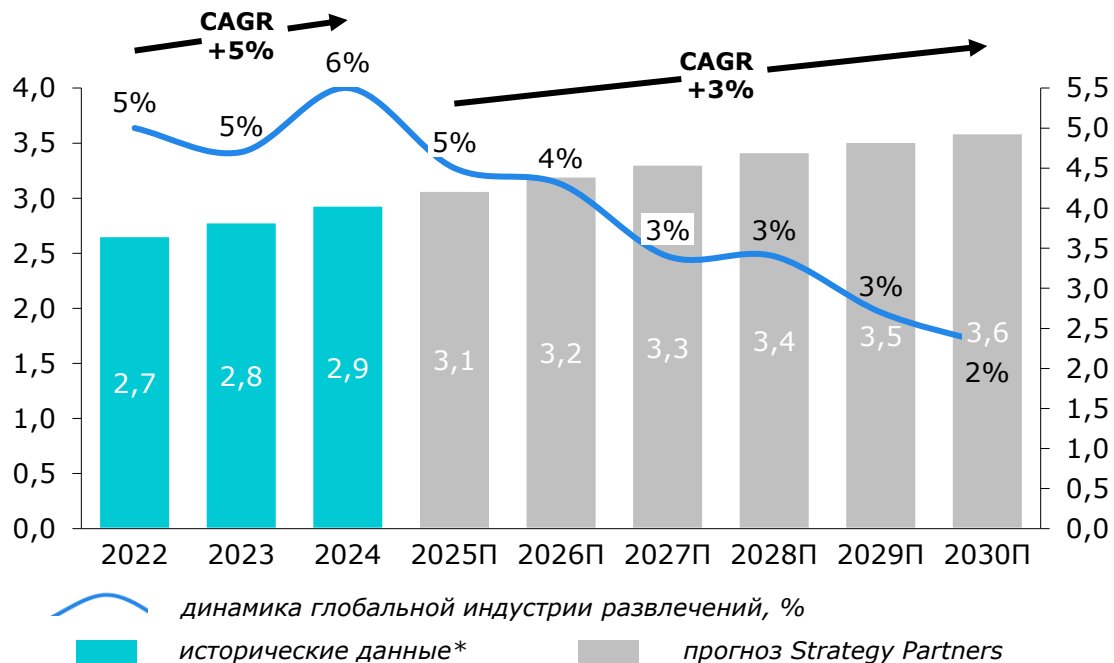
\*\* **OTT** (от англ. Over the Top) — метод предоставления видеослужб через интернет, доставка видеосигнала от провайдера контента на устройство пользователя (приставку, компьютер, мобильный телефон);

**VOD** (от англ. Video on Demand) — система индивидуальной доставки абоненту телевизионных программ и фильмов по цифровой кабельной, спутниковой или эфирной телевизионной сети с мультимедиа сервера в различных мультимедиа контейнерах.

\*\*\* Не включены видеопорталы, сайты телеканалов и магазины приложений. В состав выручки входят партнерские платежи и не входят доходы от лицензирования.

# Двигателем глобальной индустрии развлечений стали развивающиеся рынки, оставляя зрелые экономики позади

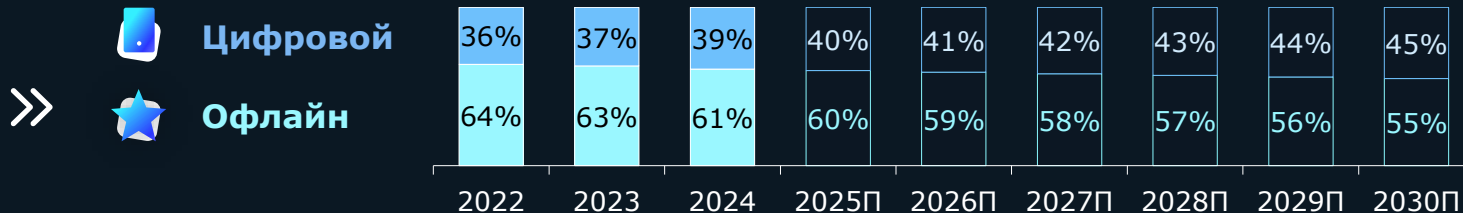
**Емкость и динамика глобальной индустрии развлечений\* в 2022–2030 гг., трлн долл. США, %**



## Основные факторы динамики

- **Сдвиг глобальных центров роста:** основной рост индустрии перемещается в развивающиеся экономики, в то время как зрелые рынки демонстрируют замедление. Лидерами развития становятся страны с молодым населением и растущим проникновением интернета:
  - **лидеры роста** (CAGR > 7,5%): Индия, Индонезия, Саудовская Аравия, Турция, Аргентина
  - **Китай** (CAGR +6,1%) сохраняет мощный импульс, движимый бумом интернет-рекламы (CAGR +8,9%)
  - **США** (CAGR +3,8%): крупнейший в мире рынок, несмотря на замедление
  - **наименьший рост** (CAGR < 2,5%): Германия, Швейцария, Австрия, Греция, Япония
- **Замедление роста:** ключевым сдерживающим фактором ежегодного снижения темпов роста становится сохраняющееся давление на потребительские расходы. Сложная макроэкономическая ситуация заставляет домохозяйства экономить и пересматривать приоритеты в тратах.
- **Доминирование офлайн-формата:** в 2025 г. 60% потребительских расходов в глобальной индустрии развлечений приходится на офлайн-форматы.

Сегментация глобальной индустрии развлечений по типу формата присутствия (цифровой/офлайн-формат) в 2022–2030 гг., %



\* Данные PwC, глобальная индустрия развлечений от PwC включает потребительские и рекламные расходы для 14 сегментов в 53 регионах мира: «Книги», «Деловые и профессиональные медиа» (B2B), «Киноиндустрия», «Доступ в интернет» (потокное видео, социальные сети, веб-серфинг), «Интернет-реклама», «Музыка, радио и подкасты», «Газеты и журналы», «OTT-видео» (видеосервисы), «Реклама вне дома», «Традиционное телевидение и домашнее видео», «Телевизионная реклама», «Видеоигры и киберспорт», «Виртуальная реальность».

Источники: открытые источники, анализ Strategy Partners

# Глобальная индустрия развлечений развивается по двум ключевым векторам: эволюция цифровых платформ и устойчивый спрос на офлайн-форматы

## Тренды и тенденции развития мирового рынка развлечений

### «Цифровой перекресток», конвергенция платформ и контента:

Стираются границы между стримерами, соцсетями, играми и электронной торговлей. Платформы становятся гибридными, предлагая разнообразный контент, функционал и способы монетизации:

- стриминговые сервисы (Amazon, YouTube) превращаются в виртуальных провайдеров платного ТВ
- соцсети (Douyin, TikTok) становятся центрами для просмотра короткого видео, электронной коммерции и рекламы
- в игровой индустрии появляются виртуальные инфлюенсеры (VTubers), которые ведут стримы и создают собственный мерч
- консолидация рынка (Netflix приобрел Warner Bros. в 2025 г.)

### Переломный момент: онлайн-кинотеатры (OTT) обгоняют платное ТВ:

Ожидается, что в 2027 г. потребительские расходы на OTT-видео (подписки и разовые покупки) впервые превысят расходы на традиционное платное ТВ (кабель, спутник). Это символический конец эры доминирования линейного телевидения.

### Устойчивость офлайн-развлечений и экономики впечатлений:

Несмотря на цифровизацию образа жизни, потребители тратят большую часть своего бюджета, выделенного на развлечения, на офлайн-форматы. Живые события (концерты, спорт, кино) демонстрируют устойчивость и высокую ценность на протяжении всего прогнозного периода:

- в 2029 г. нецифровые форматы всё еще будут составлять большинство (56%) потребительских расходов на развлечения и досуг
- бум live-музыки: рекордные концерты (Леди Гага, Крис Браун, многочисленные концерты на арене Sphere в Лас-Вегасе)
- восстановление кинопроката: глобальные сборы растут, локальный контент набирает популярность (например, в Японии, Бразилии, Китае)

### Геймификация всего и рост видеоигр:

Технологии (включая ИИ) трансформируют разработку, дистрибуцию и монетизацию видеоигр, создавая новые бизнес-модели и партнерства. Видеоигры становятся платформами для социальной активности, брендинга и мерчандайзинга.

### ИИ как усилитель эффективности и креативности:

ИИ проникает во все аспекты индустрии.

На первом этапе он используется для оптимизации затрат и процессов (бэк-офис, производство видеоигр, анимации), но его главный долгосрочный эффект — в создании новых бизнес-моделей и персонализированного пользовательского опыта.

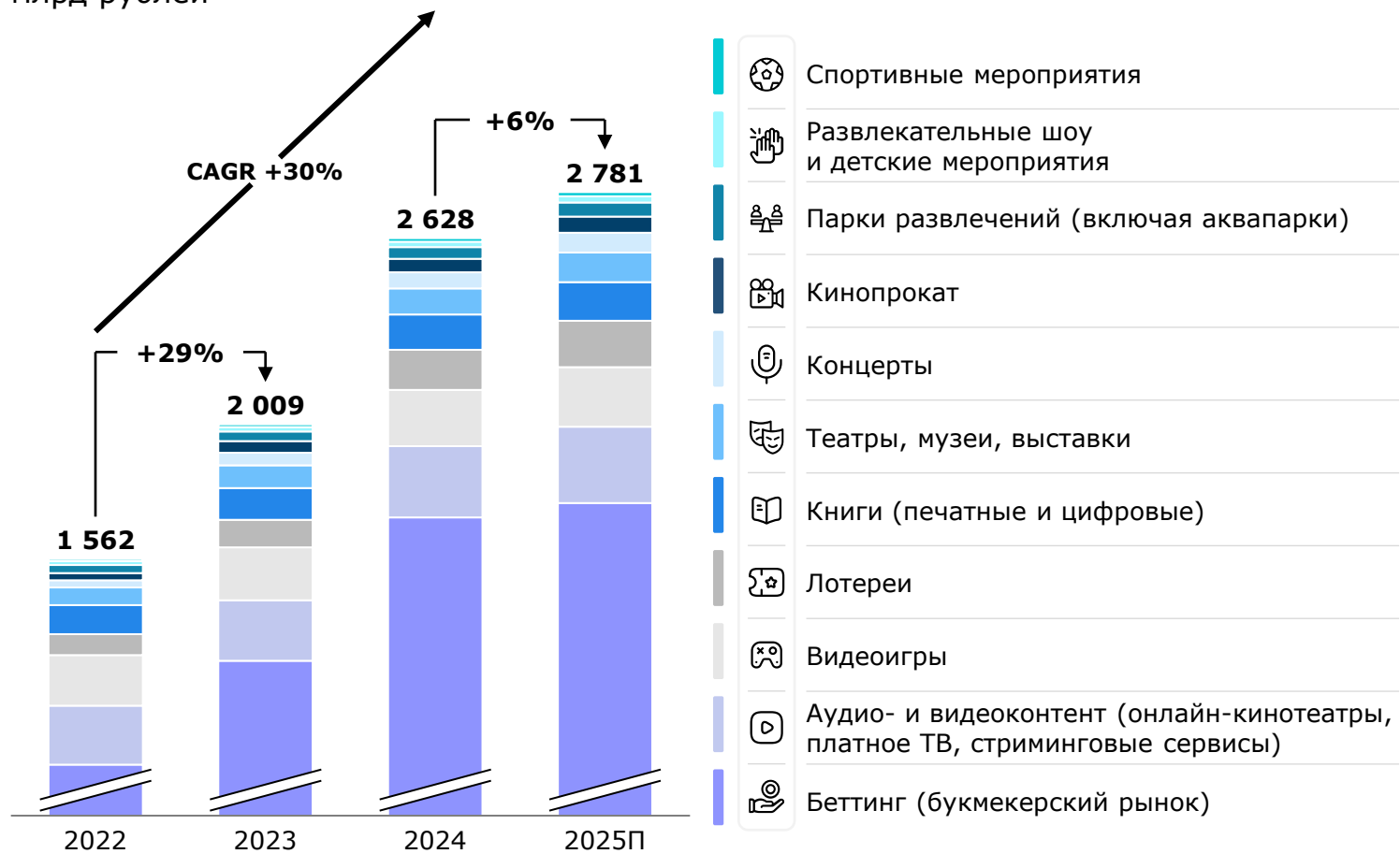
ИИ также позволяет создавать новый контент с низкими затратами ресурсов и времени, и качество такого контента улучшается.

### Упрощение контента как ответ на стресс и нехватку времени:

Ценность развлечений растет, но время на них сокращается. Это драйвит спрос на легкий и быстрый контент: короткие видео (TikTok, Reels), микродрамы, гиперказуальные игры. Сложные форматы (лонгриды, длинные сериалы) становятся более нишевыми.

# Российская индустрия развлечений достигнет 2,78 трлн руб. в 2025 г., демонстрируя устойчивый рост в ретроспективе (+30% с 2022 по 2024 г.)

**Емкость и динамика российской индустрии развлечений в 2022–2025 гг., млрд рублей**



## Основные факторы развития

- Индустрия развлечений в России демонстрирует высокую адаптивность к внешним вызовам, таким как пандемия, санкции, уход иностранных производителей контента.
- Рост свидетельствует о неослабевающей потребности населения в качественном и разнообразном отдыхе.
- Наблюдается рост сегментов, основанных на офлайн-вовлечении: концерты, театры, развлекательные шоу, кинопрокат и парки развлечений демонстрируют возвращение потребительского спроса после ковидных ограничений.
- Формирование устойчивого потребительского спроса на цифровые развлечения обеспечивает стабильный рост ключевых сегментов: онлайн-кинотеатры, стриминговые сервисы и цифровые книги демонстрируют значительную динамику за счет перехода от эпизодического потребления к модели постоянной подписки, а также в результате масштабирования производства отечественного контента.

# Российская индустрия развлечений демонстрирует сбалансированный рост, основанный на параллельном развитии цифрового потребления и устойчивого спроса на живые впечатления

## Тренды и тенденции развития российского рынка развлечений

**Постковидная стабилизация:** рынок завершает восстановительный период после пандемийного спада и выходит на плато устойчивого роста.

В 2023 и 2024 гг. рост российского рынка развлечений составил 29 и 24% соответственно. В 2025 г. рост замедлился до 6%.

**Регионализация:** происходит смещение фокуса развития в регионы через создание новых культурных кластеров, модернизацию инфраструктуры и рост локализованного контента.

Пример: рост числа концертов в регионах в 1-м полугодии 2025 г.: Тюмень (+93%), Казань (+128%) и др.

**Фрагментация аудитории:** одновременно усиливается спрос на нишевые форматы развлечений, ориентированные на конкретные возрастные и социальные группы.

Пример: книжный жанр ромэнтези\* выделился в отдельное направление благодаря активному продвижению в соцсетях, где молодые читатели делятся подборками и обсуждают прочитанное.

**Структурная перестройка:** уход международных игроков и санкционное давление вызвали кардинальное импортозамещение контента и формирование самостоятельной отраслевой экосистемы.

Пример: в кинопрокате доля иностранных фильмов упала с 74 до 22%, а в музыкальном стриминге российские сервисы занимают 97% рынка.

**Технологическая конвергенция:** активное внедрение VR/AR-решений, искусственного интеллекта и интерактивных форматов создает гибридные виды развлечений.

Пример: парки развлечений активно внедряют VR/AR-технологии, а музеи создают мультимедийные пространства с использованием ИИ.

**Государственное регулирование:** усиливается роль государства как регулятора, инвестора в инфраструктуру и инициатора социально-ориентированных проектов.

Пример: «Пушкинская карта».

**Цифровая трансформация:** онлайн-каналы становятся драйверами роста, доминируя над традиционными каналами дистрибуции через подписочные модели и экосистемные интеграции.

Пример: 46% рынка печатных книг в 2024 г. приходилось на онлайн-продажи, рост канала составил 17,2% к 2023 г.

**Премиализация досуга:** в условиях насыщения рынка игроки делают ставку на повышение среднего чека через уникальные впечатления, эксклюзивный контент и персонализированный сервис.

Пример: искусственный дефицит позволяет превратить шоу в уникальное премиум-событие

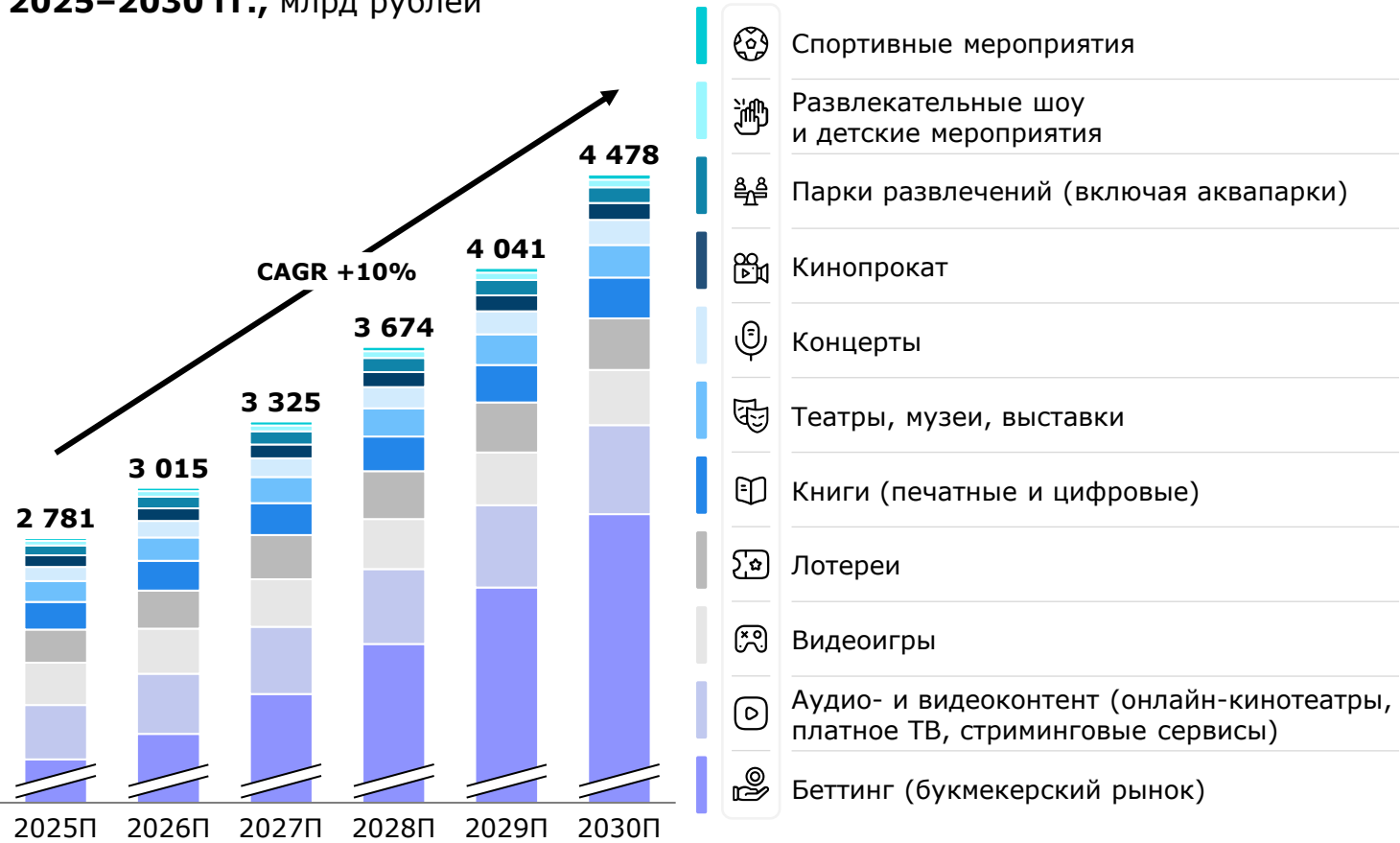
**Кросс-индустриальная интеграция:** стираются границы между разными сегментами индустрии развлечений через создание гибридных форматов и партнерских программ.

Пример: букмекеры стали ключевыми спонсорами спорта на уровне лиг и отдельных крупных команд, а онлайн-кинотеатры развивают партнерские программы.

\* Романтическое фэнтези — это разновидность фэнтези, в которой используются элементы и сюжетные ходы из любовных романов, перенесенные в фэнтезийный мир.

На горизонте до 2030 г. российский рынок развлечений перейдет к зрелому развитию, где рост обеспечат цифровизация образа жизни, монетизация аудитории и отечественный контент

**Прогноз емкости и динамики российской индустрии развлечений в 2025–2030 гг., млрд рублей**



**Основные факторы развития**

- **Завершение восстановительного роста и переход к устойчивому развитию:** рынок входит в фазу зрелости после постковидного бума. Взрывные темпы роста (CAGR +20-50%), вызванные отложенным спросом, сменяются умеренными (+5-11%). Дальнейшее развитие будет определяться не восстановлением, а фундаментальными факторами: инновациями, эффективностью и глубиной монетизации.
- **Цифровизация — основной драйвер роста, а интернет — ключевой канал дистрибуции.** Онлайн-кинотеатры и цифровые книги показывают самые высокие темпы роста.
- **Структурная перестройка и формирование самостоятельной экосистемы:** импортозамещение контента и сервисов становится новой реальностью. Ожидается формирование устойчивой замкнутой экосистемы, где локальные цифровые платформы, производители контента и дистрибьюторы будут тесно связаны, что сформирует новые цепочки создания стоимости и снизит зависимость рынка от внешней конъюнктуры.

# 01

## Офлайн-форматы

Печатные книги

---

Театры

---

Парки  
развлечений

---

Спортивные  
зрелища

Концерты

---

Кинопрокат

---

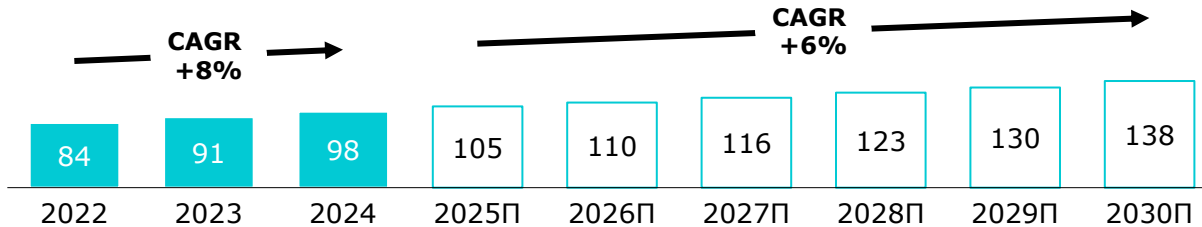
Музеи и выставки

---

Развлекательные шоу  
и детские мероприятия

# Российский сегмент печатных книг растет за счет повышения цен и смещения продаж в онлайн

## Емкость и динамика рынка печатных книг в России в 2022–2030 гг., млрд рублей



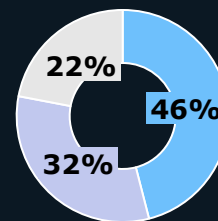
## Топ-5 издательств России по числу выпущенных названий (тыс. ед.) и тиражам (млн ед.) в 2024 г., динамика к 2023 г., %



## Основные тренды и факторы развития

- **Устойчивый рост и последующая стабилизация:** рынок демонстрировал стабильное развитие с последующим переходом к фазе зрелости с ограниченными темпами прироста.
- **Конкурентное давление цифровых форматов:** постепенное замедление роста в условиях конкуренции с электронными книгами и аудиоконтентом.
- **Структурные изменения в производстве:** рост издержек и дефицит полиграфических материалов вынуждают издателей адаптировать цепочки поставок и переводить часть производства за рубеж.
- **Рост цен на книги** в 2025 г. составит порядка 15–20%, что вызовет еще больший отток покупателей из классических книжных магазинов на маркетплейсы.
- **Конкурентное давление маркетплейсов:** демпинг и эффективная логистика создают значительные преимущества для маркетплейсов, усложняя конкуренцию для традиционных ритейлеров.

Структура основных каналов сбыта печатных книг в России в 2024 г., %; их динамика к 2023 г., %



- 46% Онлайн-продажи | +17,2%
- 32% Книжные магазины | -1,6%
- 22% Прочие

86% маркетплейсы  
14% профильные интернет-магазины

# Растет спрос на российских авторов и патриотическую литературу, а экранизации значительно увеличивают продажи книг-первоисточников

## Топ-5 самых продаваемых печатных книг в офлайн-рознице в России в 2024 г. в различных сегментах

Художественная литература

### Российские авторы

Джейн А.	«Твое сердце будет разбито»
Джейн А.	«Поклонник»
Булгаков М. А.	«Мастер и Маргарита»
Дашкевич В.	«Граф Аверин. Колдун Российской империи»
Достоевский Ф. М.	«Преступление и наказание»

### Зарубежные авторы

Мосян Т.	«Благословение небожителей» (том 1)
Омер М.	«Внутри убийцы»
Кавамура Г.	«Если все кошки в мире исчезнут»
Кристи А.	«Десять негрят»
Макконахи М.	«Зеленый свет»

Детская литература

### Российские авторы

Маслова А.	«Чебурашка. Официальная новеллизация»
Абгарян Н. Ю.	«Манюня»
Успенский Э. Н.	«Дядя Фёдор, пес и кот»
Артёмова Н. В., Артёмова О. В.	«Мальчики, прославившие Россию»
Усачёв А. А.	«Умная собачка Соня»

### Зарубежные авторы

Роулинг Дж. К.	«Гарри Поттер и философский камень»
Гейман Н.	«Коралина»
Джонс Д. У.	«Ходячий замок»
Ким Л.	«Северус. Глубочайшее исследование фигуры...»
Вон Пхён С.	«Девочка с лисьим хвостом» (том 1)

## Основные тренды и факторы развития

- **Трансформация издательских портфелей:** активное замещение утраченных зарубежных лицензий книгами российских авторов и писателей из дружественных стран.
- **Патриотический тренд:** значительно вырос спрос на книги о России и патриотическую литературу, отражая текущие запросы читательской аудитории.
- **Популярность азиатских авторов:** сохраняется устойчивый спрос на книги авторов из Азии (Китай, Япония, Корея), особенно среди молодежи, что издатели рассматривают как перспективное направление.
- **Бум ромэнтези:** жанр ромэнтези выделился в отдельное направление благодаря активному продвижению в соцсетях, где молодые читатели делятся подборками и обсуждают прочитанное.
- **Стабильный спрос на личное развитие:** не снижается популярность книг по психологии, саморазвитию и адаптации к переменам, отражая потребность читателей в практических знаниях.

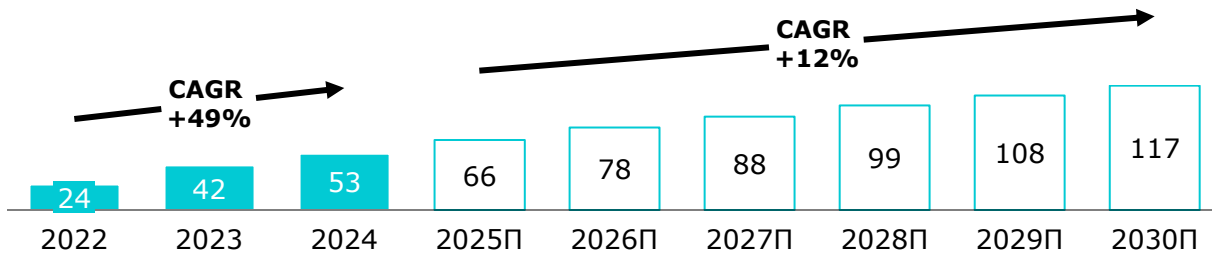
### Патриотическая литература\*

Богомолов В.О.	Момент истины (В августе 44-го)
Елисеев С.	Взгляни моими глазами. 1995. Дневник русского солдата
Дорин М.	Сирийский рубеж (серия книг)

\* — Примеры патриотической литературы в категории «хит продаж» на сайте [litrus.ru](https://litrus.ru)

# Российский концертный рынок успешно адаптировался к новым условиям, переориентировавшись на внутренних артистов

## Емкость и динамика концертного рынка России в 2022–2030 гг., млрд рублей



### Семейный досуг

- В осенне-зимний период особенно высоким спросом пользуются культурные мероприятия, ориентированные на семейную аудиторию, что формирует устойчивый сезонный тренд рынка.

### Инфраструктура и качество контента

- Рост спроса на концерты поддерживается за счет появления новых площадок и локаций для выступлений, а также повышения качества контента.

## Основные тренды и факторы развития

- **Взрывной рост в постковидный период:** концертный рынок демонстрировал рекордные темпы восстановления после снятия ограничений благодаря реализации накопленного спроса на живые выступления.
- **Переход к устойчивому развитию:** ожидается замедление темпов роста по мере насыщения рынка.
- **Активная региональная экспансия:** регионы демонстрируют опережающие темпы роста по числу концертов по сравнению с Москвой и Санкт-Петербургом с максимальным ростом в Тюмени (+93%), Казани (+128%) и Челябинске (+170%) в первом полугодии 2025 г.
- **Значительный рост цен:** средняя цена билета выросла на 20% в первом полугодии 2025 г. — с 2 097 до 2 639 руб.
- **Развитие фестивального туризма:** летних фестивалей в 2025 г. стало на 43% больше (157 мероприятий). Предпродажи билетов выросли на 72–110%, что указывает на развитие внутреннего музыкального туризма.
- **Рост гонораров артистов:** гонорары российских исполнителей выросли в 1,5–2,5 раза из-за снижения конкуренции с зарубежными артистами и увеличения спроса при ограниченном предложении, что является ключевым фактором роста себестоимости концертов, который ведет к значительному удорожанию билетов.
- **Структурная перестройка рынка:** формирование новой концертной экосистемы со смещением фокуса на региональные площадки и российских исполнителей.

# Фестиваль «Дикая мята — 2025», состоящий на 100% из российских артистов, собрал свыше 50 тыс. зрителей

## Группы и исполнители, участвовавшие в музыкальном фестивале «Дикая мята» в 2025 г., по сценам

### Сцена Sirena

The Hatters, «Три дня дождя», Zoloto, «Ария», «Хлеб», Saluki, polnalyubvi, Drummatix, «Заточка», «Базар», TMNV, Пётр Налич, «Гудтаймс», «СмешBand», Luvrance, «Кирпичи Big Band», «мытищи в огне», PALC, «Мультфильмы», «Драгни», Beautiful Boys, Sula Fray, obraza net, 3333, The Translators

### Сцена Titana

Jane Air, The Om, Stigmata, Oligarkh, «Бонд с кнопкой», Хмыров, Manapart, «Конец солнечных дней», Cardio Killer, «Хохма», «Манго Буст», Yan Dilan, «Бюро», «Молодость внутри», «Пальцева Экспириенс», «Людмил Огурченко», Breaking System, «Стрио», Juzeppe Junior, El Mashe, «Лолита Косс», «Остыл», Baby Cute, Inna Syberia, «Три вторых», «Можем хуже»

### Сцена «Маяк»

Kamilla Robertovna, «Собачий Lie», Brodsky, uncle pecos, «Дедовский свитер», Melekess, Антон Прокофьев, «Мама не узнает», «без обид», «Давай», Lithium, «Каспий», «Рубеж Веков», «Синдром Главного Героя», Koledova, Mazzltoff, Rasputniki, Ник Брусковский, Rofman, Tabasco Band, HIDEout, «Дисциплина безбольной биты»

### Сцена «Дачный Клуб Тинькофф»

«соня хочет танцевать», Breakpillzz, «Я Софа», ielele, Polina Offline, «летяга», «Гнев Господень», «Пилс», «Лучший Самый День», «Савелич Бэнд», ParadigmA, runa project, «Клуб 33», Costa Dorada, Nice City, SHAMAN IVAN, «комната 105», «не вижу»



## «Дикая мята»

2019

75  
музыкальных  
исполнителей

85%  
из России

≈60 тыс.  
зрителей



2025

91  
музыкальный  
исполнитель

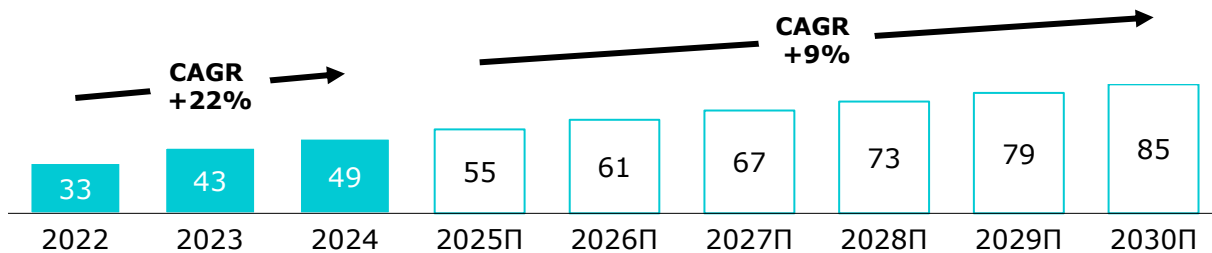
100%  
из России

≈50 тыс.  
зрителей

- Пул исполнителей вырос на 21% в 2025 г. по сравнению с 2019 г., несмотря на отсутствие иностранных групп.
- Посещаемость фестиваля почти вернулась к допандемийному уровню, несмотря на отсутствие иностранных исполнителей.
- Фестиваль доказал, что успешный и масштабный open-эйр в России может быть полностью построен на локальном контенте, не теряя своей привлекательности.

# Стабилизация спроса: посещаемость театров в России растет благодаря сочетанию господдержки, расширению репертуара и адаптации к запросам новой аудитории

## Емкость и динамика рынка театров в России в 2022–2030 гг., млрд рублей



### Рост посещаемости и сборов

- Количество зрителей репертуарных мероприятий на собственных площадках театров выросло на 3%, до 36,9 млн человек в 2024 г.

### Цифровизация театральной сферы

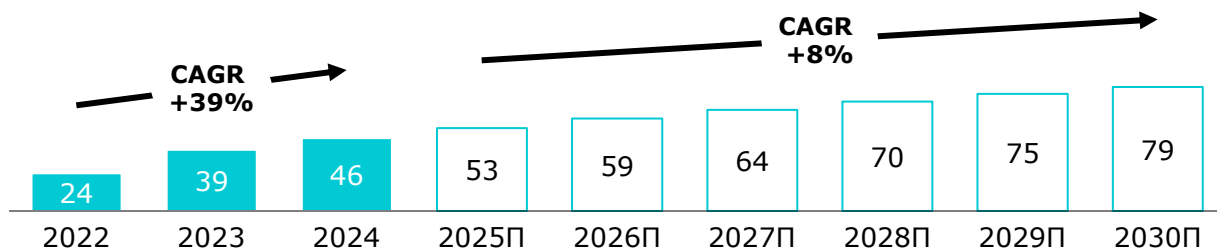
- Онлайн-трансляции спектаклей — важный инструмент расширения аудитории. Лидером стал Мариинский театр с более чем 90 млн просмотров онлайн-трансляций, из которых 74 млн чел. — зрители из России.

## Основные тренды и факторы развития

- **Постковидное восстановление:** реализация отложенного спроса на живые культурные события после снятия ограничений в исторический период.
- **Стабилизация постковидного спроса:** рынок вышел на новые, стабильные объемы посещений. Поддерживать высокий рост на значительно выросшей базе становится сложнее.
- **Расширение географии и доступности:** гастроли и выездные мероприятия позволили привлечь миллионы зрителей из регионов. Репертуарных событий стало на 5% больше в 2024 г. Выездные мероприятия в сумме привлекли 7,1 млн зрителей и принесли дополнительно 6,7 млрд руб. в 2024 г.
- **Исчерпание первоначального эффекта «Пушкинской карты»:** основная целевая аудитория программы уже вовлечена, и ее дальнейшее влияние будет поддерживающим, а не взрывным. К 2024 г. участниками программы стали 11 млн человек в возрасте от 14 до 22 лет. Охват молодежи программой достиг 80%.
- **Модернизация инфраструктуры:** Минкультуры реализует масштабную программу модернизации: до 2030 г. планируется усовершенствовать более 100 региональных и муниципальных театров.
- **Иммерсивность и инклюзивность:** рост постановок, вовлекающих зрителя в действие. Также развиваются социальные театры, делаая искусство доступным для артистов и зрителей с особенностями здоровья.

# Кинопрокат в России успешно адаптировался к новым условиям, рост сменился стабилизацией рынка

## Емкость и динамика рынка кинопроката в России в 2022–2030 гг., млрд рублей



## Топ-3 фильмов в российском кинопрокате в 2025 г.\*,



01

«Волшебник Изумрудного города. Дорога из желтого кирпича»



02

«Финист. Первый богатырь»



03

«Иллюзия обмана — 3»

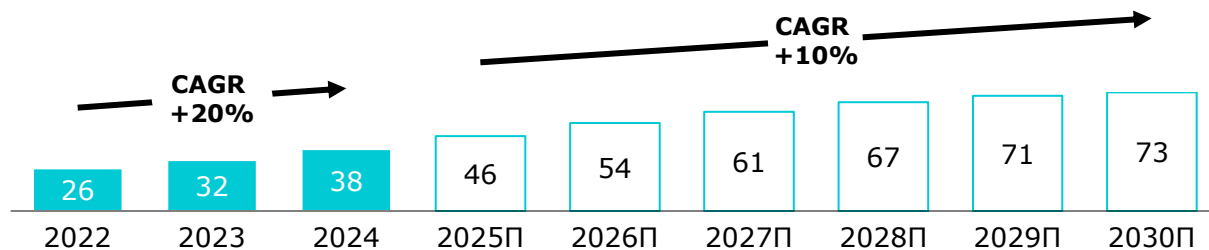
## Основные тренды и факторы развития

- **Активное постковидное восстановление:** рынок демонстрировал взрывной рост после снятия ограничений.
- **Переход к фазе зрелого развития:** после периода активного роста рынок выходит на стадию устойчивого, но замедленного развития.
- **Кардинальное изменение структуры проката:** доля иностранных фильмов упала с 74 до 22% после приостановки деятельности голливудских студий.
- **Рост отечественного производства:** количество выпущенных в прокат российских фильмов увеличивается: с 153 картин в 2021 г. до 214 в 2024 г.
- **Сокращение площадей:** кинотеатры адаптируются к внешним вызовам (отток зрителей из классических кинозалов, рост популярности стриминговых сервисов) через уменьшение средних площадей (с 4,5 тыс. м<sup>2</sup> в 2016 г. до 1,5 тыс. м<sup>2</sup> в 2025 г.) при сохранении числа залов и операционной эффективности.
- **Успешная стратегическая адаптация:** российская киноиндустрия не только адаптировалась к санкциям, но и показала значительные успехи, сохранив объемы кинопроката.

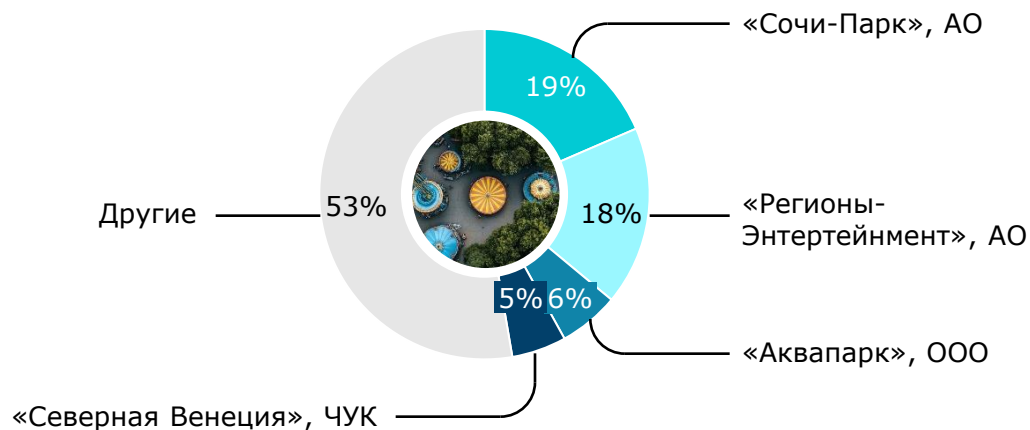
\* Данные Фонда кино за 2025 г.

# Рост посещаемости парков развлечений вызван развитием внутреннего туризма и масштабными программами благоустройства территорий

## Емкость и динамика рынка парков развлечений в России в 2022–2030 гг., млрд рублей



## Основные игроки рынка парков развлечений в России в 2024 г., %

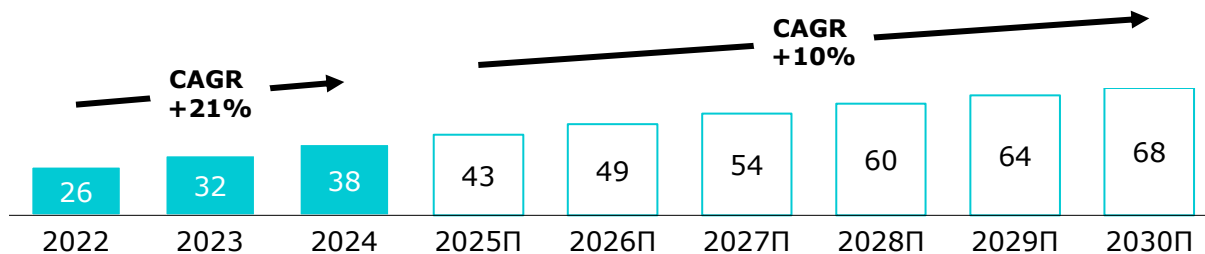


## Основные тренды и факторы развития

- **Постковидное восстановление:** главный драйвер роста в 2022–2023 гг. — это отложенный спрос после снятия ограничений периода пандемии COVID-19. Люди стремились вернуться к привычному отдыху, что вызвало резкий всплеск посещаемости парков развлечений.
- **Эффект импортозамещения:** после начала СВО и введения санкций существенно усложнились выездные международные туристические потоки. Россияне стали чаще отдыхать внутри страны, перенаправляя расходы на внутренний туризм и досуг, включая парки развлечений.
- **Исчерпание эффекта низкой базы:** завершается период постковидного восстановления и острой фазы переориентации спроса с зарубежного на внутренний туризм. Ожидается, что рынок стабилизируется на достигнутых высоких отметках, а его рост будет лишь незначительно опережать общую инфляцию.
- **Фокус на семейном отдыхе:** дети остаются основной целевой аудиторией. Востребованы классические аттракционы, но растет спрос на тематические парки, основанные на популярных медиафраншизах.
- **Новые тенденции и технологии:** активно развиваются экопарки и образовательные программы. Внедрение VR/AR-технологий открывает новые горизонты для интерактивных развлечений.
- **Программы благоустройства:** за последние восемь лет в России появилось более 7 500 новых общественных пространств, более 800 из них оборудованы современными аттракционами.

# Рост с человеческим лицом: музеи и выставки в России совмещают цифровизацию, инклюзию и новые форматы

## Емкость и динамика театрального рынка России в 2022–2030 гг., млрд рублей



## Топ-5 музеев России по посещаемости в 2024 г., млн человек, % к предыдущему периоду

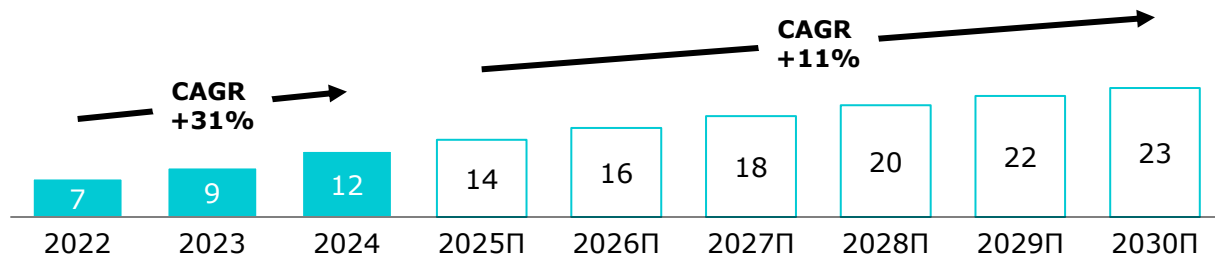
	Русский музей	3,6	+25%
	Государственный Эрмитаж	3,6	+9%
	Государственная Третьяковская галерея	2,5	+20%
	Пушкинский музей	1,6	н/д
	Музей Московского Кремля	1,2	+19%

## Основные тренды и факторы развития

- **Активное постковидное восстановление:** реализация отложенного спроса на культурные события и выставки после снятия ограничений, сопровождавшаяся резким ростом посещаемости.
- **Рост за счет господдержки:** расширение музейной сети (увеличение в 1,5 раза с 2000 г.) и создание новых федеральных музеев при активной государственной поддержке.
- **Расширение выставочной активности:** количество выставок увеличилось в три раза за 20 лет при росте разнообразия форматов.
- **Переход к фазе зрелого развития:** после периода активного роста рынок выходит на стадию устойчивого, но замедленного роста.
- **Модернизация инфраструктуры:** реализация масштабной программы модернизации — до 2030 г. планируется усовершенствовать более 250 музеев.
- **Цифровая трансформация и новые форматы:** активное внедрение технологий ИИ, создание мультимедийных пространств и развитие экспериментальных проектов.
- **Новые подходы к работе с аудиторией:** адаптация контента для разных возрастных групп, создание инклюзивных программ и развитие образовательной функции.

# Российский спорт меняется: рекорды посещаемости в хоккее, новые форматы в футболе и растущее влияние букмекеров как спонсоров

## Емкость и динамика рынка спортивных мероприятий в России в 2022–2030 гг., млрд рублей



### Исторический рекорд КХЛ

- В сезон 2024/25 средняя посещаемость матчей КХЛ впервые превысила отметку 7 тыс. зрителей (7 298 человек), что на 10% больше, чем годом ранее
- Один из драйверов роста КХЛ в 2022 – 2025 гг. ввод новых арен, включая крупнейшую в мире «СКА-Арену» в Санкт-Петербурге

### Посещаемость РПЛ растет пятый сезон

- Средняя посещаемость одной игры в РПЛ в сезоне 2025/2026 составляет около 14 тыс. человек, что почти 20% больше, чем в предыдущем сезоне
- Росту способствует уровень развлечений на стадионах

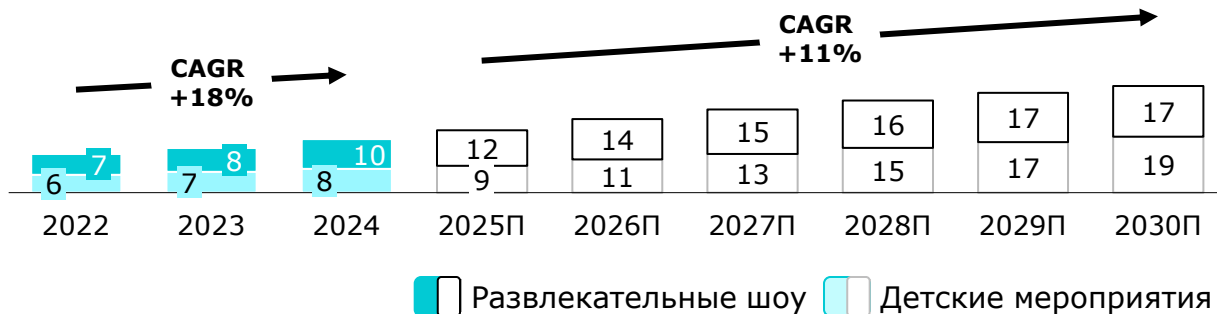
## Основные тренды и факторы развития

- **Постковидное восстановление:** возвращение зрителей на стадионы после ограничений, полное восстановление спортивного календаря и зрелищных мероприятий
- **Fan ID, смена аудитории в РПЛ:** число оформленных Fan ID к 2025 г. достигло 2,5 млн чел. (рост почти в 10 раз к 2022 г., когда систему начали внедрять). На трибунах появляется молодая аудитория (17–18 лет), для которой Fan ID — новая норма
- **Переход в фазу зрелого рынка:** стабильный рост в будущий период после исчерпания основных восстановительных драйверов
- **Исчерпание эффекта низкой базы:** основные структурные изменения (замещение еврокубков, внедрение Fan ID в РПЛ) завершены
- **Медиафутбол обгоняет профессионалов:** медиафутбол, объединяющий блогеров, звезд и бывших футболистов, — на пике популярности. Финал «Медиалиги-2024» собрал 27 тыс. зрителей: почти втрое больше средней посещаемости матчей лиги
- **Цены на билеты как драйвер будущего роста выручки:** в условиях перехода к зрелому рынку клубы активно используют ценовую политику для роста выручки. Стоимость билетов на матчи растет опережающими инфляцию темпами
- **Трансформация арен в центры событийного досуга:** стадионы также увеличивают загрузку за счет концертов, фан-фестов и шоу (Matchday\*). Параллельно наращивается выручка через сопутствующие продажи: атрибутику, еду и напитки. Эта стратегия генерирует дополнительный доход и формирует у аудитории привычку регулярно проводить время на арене
- **Существенный фундаментальный потенциал роста:** доля трат на спортивные мероприятия к ВВП в России существенно ниже, чем в Северной Америке (0,006% против 0,08% в 2024 г.)

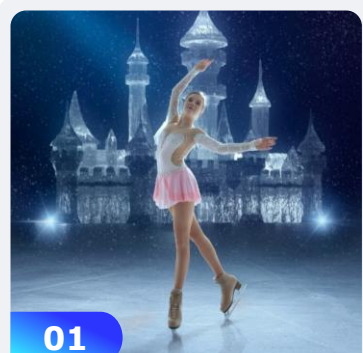
Matchday — это игровой день, наполненный не только спортивным соревнованием, но и досугом: концертом, ярмаркой, перформансом и прочим.

# Сегмент развлекательных шоу и детских мероприятий в России демонстрирует устойчивый рост

## Емкость и динамика рынка развлекательных шоу и детских мероприятий в России в 2022–2030 гг., млрд рублей



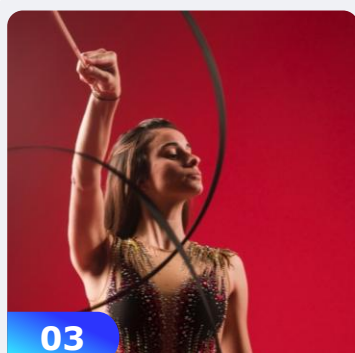
## Топ-3 форматов развлекательных шоу и детских мероприятий в России в 2025 г.



**01**  
Ледовые шоу



**02**  
Новогодние елки



**03**  
Цирковые шоу

## Основные тренды и факторы развития

- **Постковидный отложенный спрос:** желание потребителей после ограничений посещать живые массовые мероприятия и развлекательные шоу
- **Исчерпание постковидного эффекта:** основной отложенный спрос удовлетворен, рост возвращается к естественным темпам
- **Спрос на новогодние шоу стабилен:** но сами мероприятия становятся качественно другими, организаторы делают ставку на более дорогие и зрелищные постановки с улучшенной технической частью, живой музыкой и интерактивом
- **Активное развитие фестивального туризма:** крупные локальные фестивали стали центрами притяжения, стимулируя внутренний туризм и увеличивая посещаемость региональных мероприятий (например, Winter Fest собрал более 1 млн гостей; на фестивале, помимо массового катания, устраивались ледовые шоу)
- **Иммерсивность и инновации:** иммерсивные проекты формируют устойчивый премиальный сегмент, где сохраняется высокий спрос — от цирковых и ледовых шоу до мюзиклов
- **Сезонность и ограниченный жизненный цикл:** искусственный дефицит в формате «ограниченного тиража» превращает шоу в эксклюзивное событие, что позволяет максимизировать прибыль за счет повышенного спроса и премиальных цен за короткий срок
- **Молодая аудитория:** активный рост интереса со стороны людей в возрасте 12–24 лет: подписчики стримингов и Twitch конвертируются в зрителей, обеспечивая долгосрочный потенциал рынка

# 02

## Онлайн-форматы

Видеоигры

Онлайн-кинотеатры

Платное ТВ

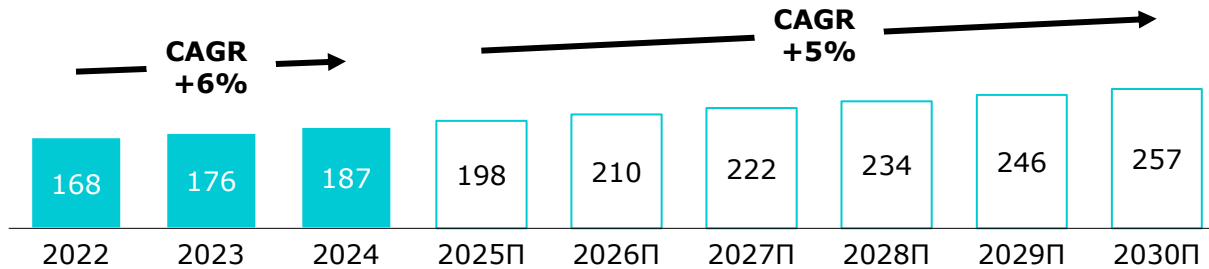
Стриминговые платформы

Цифровые книги

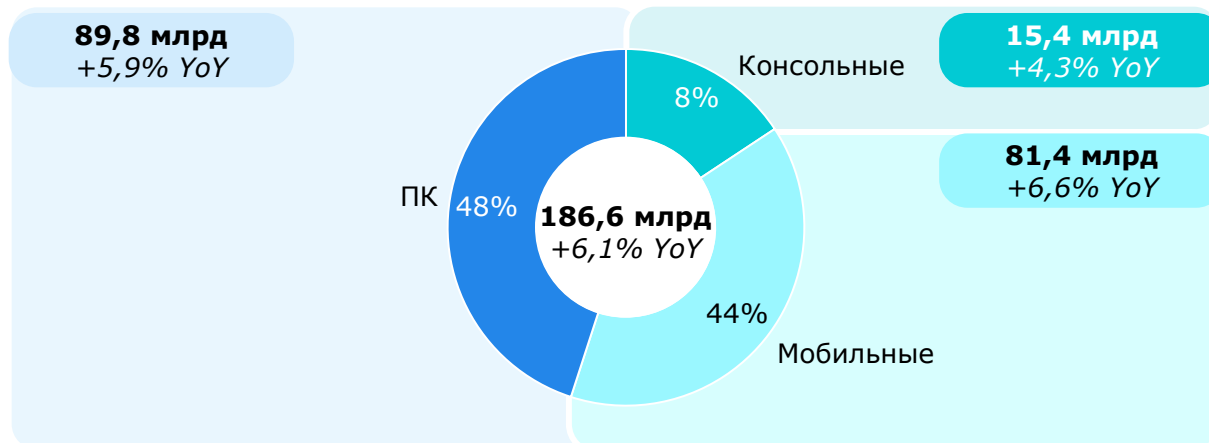


# Российская индустрия видеоигр продолжает адаптироваться к новым реалиям, сохраняя потенциал роста: фокус на гос. поддержке национальной тематики

## Емкость и динамика рынка видеоигр в России в 2022–2030 гг., млрд рублей



## Структура российского рынка видеоигр в 2024 г., млрд руб., %

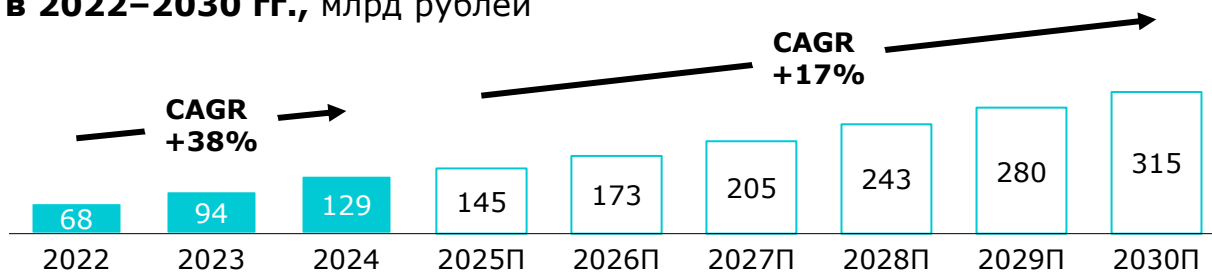


## Основные тренды и факторы развития

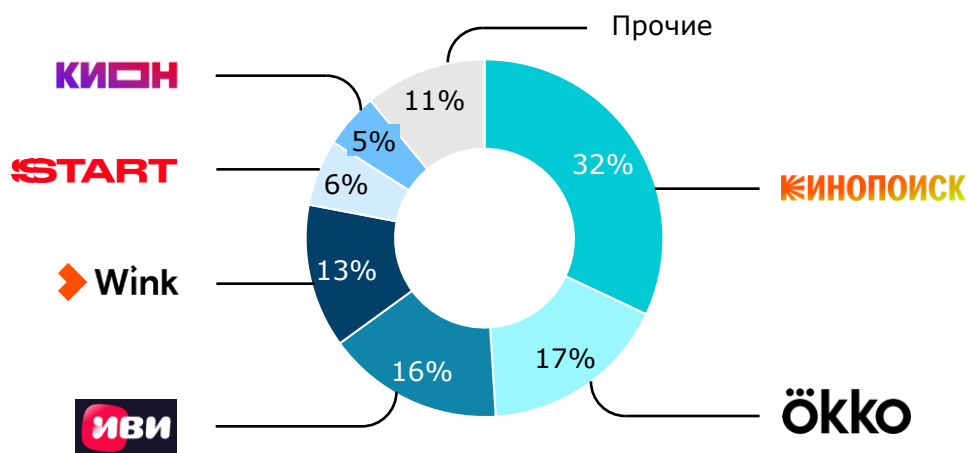
- **Постковидная стабилизация после взрывного роста:** российский рынок видеоигр значительно вырос в период 2019–2021 гг. благодаря пандемии, после чего последовала незначительная коррекция рынка (-5,9% в 2022 г.).
- **Глубокая трансформация и импортозамещение:** события 2022 г. вызвали трансформацию рынка, открывшую возможности для развития оставшихся в РФ игровых студий и появления новых компаний на месте ушедших международных игроков.
- **Адаптация к новым условиям и восстановление роста:** в 2023 г. рынок возобновил рост, что демонстрирует переход к фазе зрелого развития.
- **Активная государственная поддержка:** государство стало проявлять активный интерес к индустрии видеоигр — экосистема поддержки включает видеоигровой кластер в Москве, налоговые льготы и гранты, направленные на импортозамещение видеоигр: фокус на играх с национальным колоритом.
- **Развитие альтернативных платежных решений:** несмотря на платежные ограничения, российские пользователи нашли альтернативные способы осуществления платежей, не противоречащие российскому законодательству.
- **Экспортный потенциал:** растущий интерес к российской культуре и геополитическая повестка создают спрос на связанный с Россией контент за рубежом, в том числе в индустрии видеоигр.
- **Следование глобальным трендам:** рынок видеоигр России развивается в русле мировых тенденций — растет использование ИИ в создании игр, активно развиваются киберспорт, облачный гейминг и стриминг.

# Онлайн-кинотеатры демонстрируют взрывной рост, обусловленный развитием экосистем, инвестициями в оригинальный контент и успешной монетизацией новых направлений

## Емкость и динамика рынка онлайн-кинотеатров в России в 2022–2030 гг., млрд рублей



## Структура рынка онлайн-кинотеатров в России по игрокам (доходы) в первом полугодии 2025 г., %

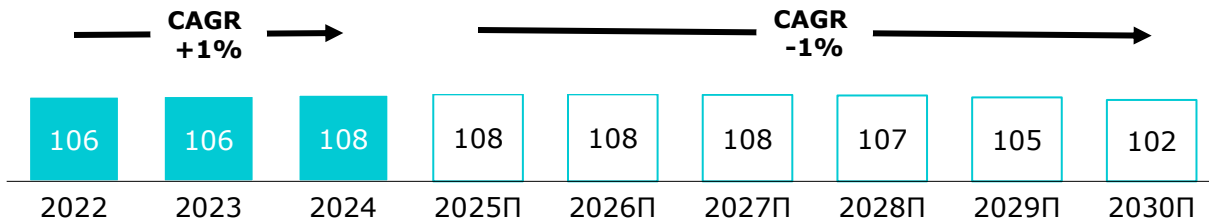


## Основные тренды и факторы развития

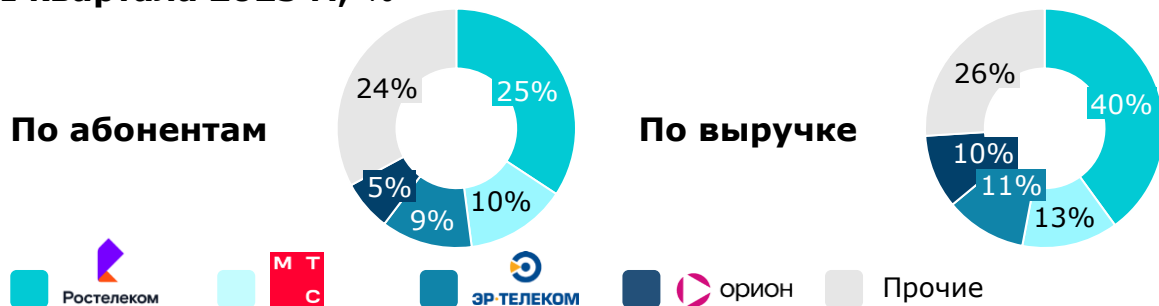
- **Консолидация «ковидных» привычек и переход к устойчивой модели:** аудитория, массово пришедшая в онлайн-кинотеатры в 2020–2021 гг., не ушла, а сформировала устойчивую привычку, что позволило рынку сохранить высокие темпы роста и перейти от вынужденного спроса к осознанной постоянной подписке.
- **Переход от экстенсивного роста к интенсивному:** ожидается сохранение динамичного, но более умеренного роста, так как этап массового привлечения новой аудитории завершен.
- **Быстрый рост отдельных игроков:** двукратный рост доходов Okko благодаря развитию спортивного направления.
- **Повышение стоимости подписки** у ряда видеосервисов.
- Дальнейшее развитие **сериального производства**.
- **Развитие партнерских программ:** переход видеосервиса Start от практики продажи прав на контент собственного производства к партнерским программам с другими онлайн-кинотеатрами стал выгодным для всех участников.
- Повышенный интерес к **детскому контенту** после замедления YouTube.
- Дальнейшее **развитие цифровых экосистем**, увеличение числа пользователей мультисервисных подписок («Яндекс Плюс», СберПрайм, «МТС Премиум»), в состав которых входит доступ к онлайн-кинотеатрам.
- Рост **среднего счета** вследствие повышения спроса на дополнительные опции.

# Платное ТВ в России сохраняет стабильность через монетизацию оставшейся аудитории

**Емкость и динамика платного ТВ в России в 2022–2030 гг., млрд рублей**



**Структура рынка платного ТВ по операторам по итогам II квартала 2025 г., %**



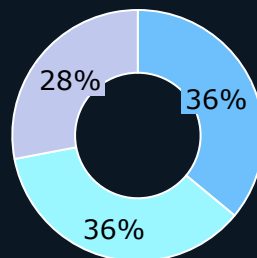
## Основные тренды и факторы развития

- **Стагнация и переход к фазе зрелого спада:** платное ТВ демонстрирует близкие к нулевым темпы роста, свидетельствуя о полном насыщении и переходе в фазу зрелости, что ограничивает потенциал дальнейшего расширения.
- **Сокращение абонентской базы:** абонентская база платного ТВ сократилась на 0,06%, до 46,5 млн в 2024 г., при сохранении проникновения на уровне 70%. Основная причина — конкуренция с OTT-сервисами (онлайн-платформы).
- **Технологическая трансформация:** IPTV стал крупнейшим сегментом по выручке (41%) в 2024 г., впервые обогнав кабельное ТВ благодаря абонентам «Ростелекома» и МТС.
- **Конкурентное давление онлайн-платформ:** активное вытеснение традиционного платного ТВ стриминговыми сервисами и онлайн-кинотеатрами, предлагающими более гибкий и персонализированный контент.

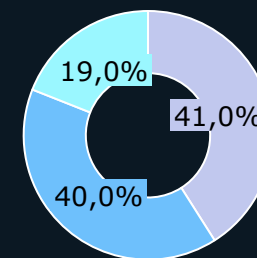
**Структура рынка платного ТВ по технологиям в 2024 г., %**



**По абонентам**



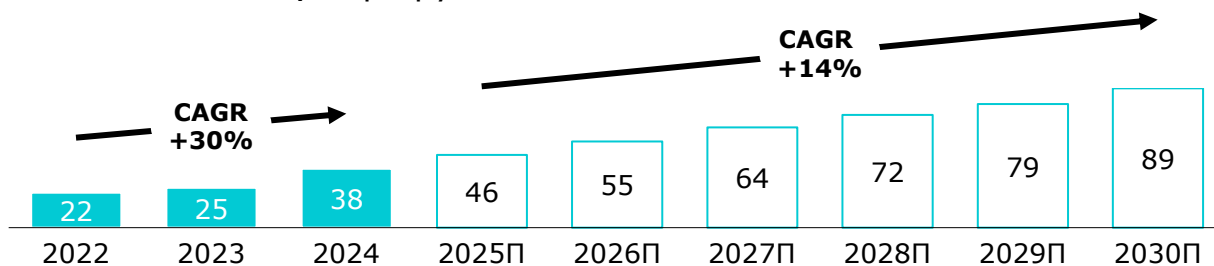
**По выручке**



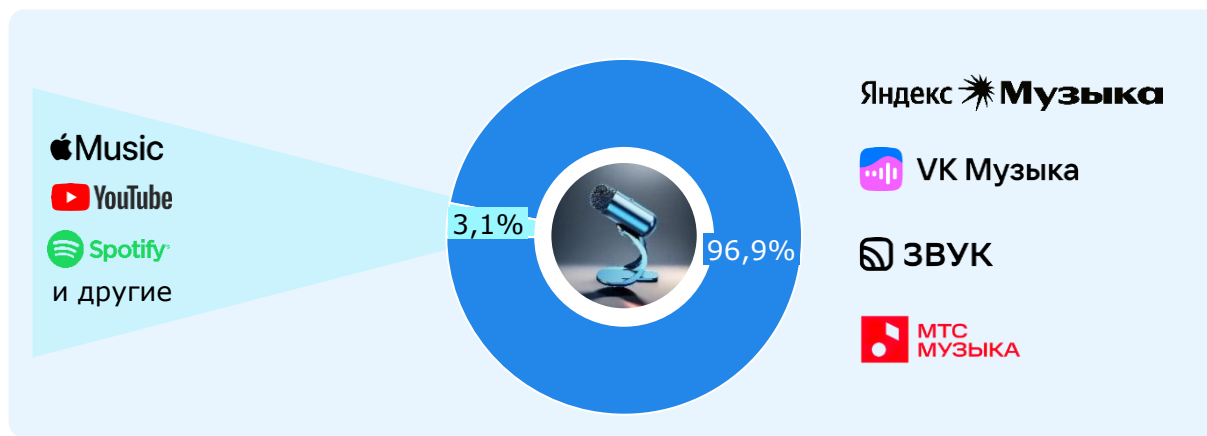
- Кабельное ТВ
- Спутниковое ТВ
- IPTV

# Подавляющую долю рынка стриминговых платформ занимают российские сервисы

## Емкость и динамика музыкального стриминга в России в 2022–2030 гг., млрд рублей



## Структура рынка стриминговых платформ в России по игрокам (зарубежные/российские) в 2024 г., %

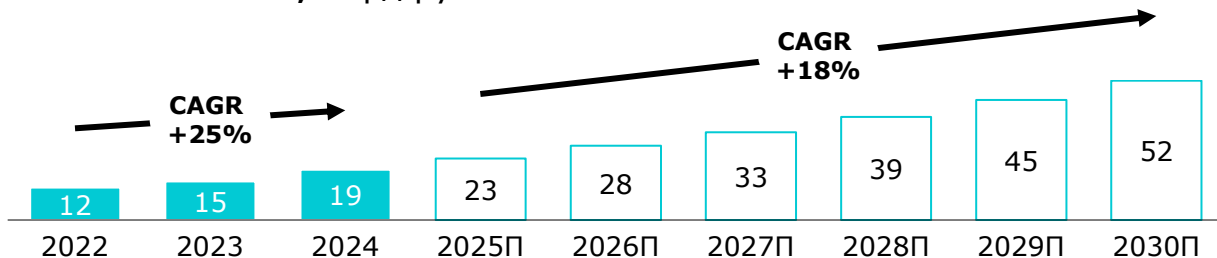


## Основные тренды и факторы развития

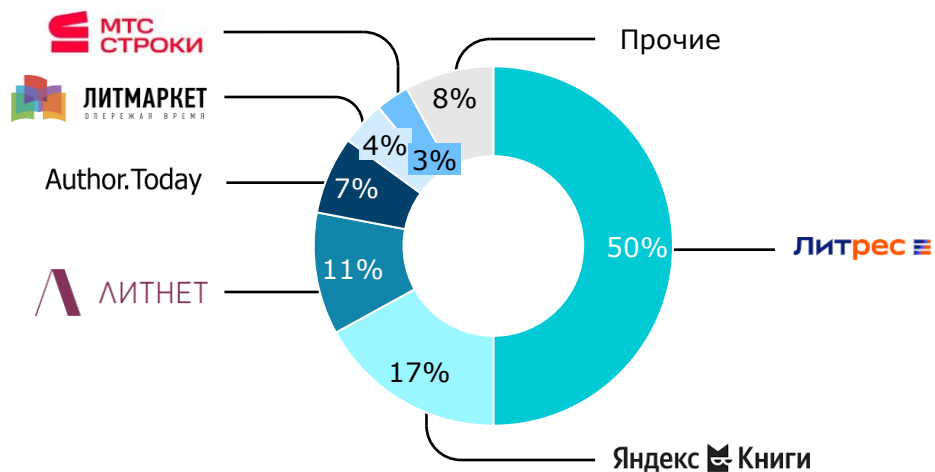
- **Переход к устойчивому развитию:** рынок демонстрирует высокие темпы роста с последующим замедлением, что свидетельствует о переходе от стадии освоения к фазе зрелости
- **Рост конкуренции с другими форматами:** усиление конкуренции за время пользователя с подкастами, аудиокнигами, мессенджерами
- **Смещение в сторону локального контента:** наблюдается устойчивая тенденция к отходу от глобальных хитов в сторону российских исполнителей, что меняет структуру музыкального предложения
- **Влияние новых цифровых платформ:** сервисы коротких видео стали ключевым источником музыкального контента для молодежи, формируя новые тренды и каналы дистрибуции
- **Изменение стратегий звукозаписывающих компаний:** российские лейблы активно развивают молодых артистов, делая ставку на этнические мотивы и неофолк
- **Формирование новой культурной парадигмы:** развитие уникальной российской музыкальной сцены с акцентом на национальную идентичность и этнические мотивы
- **ИИ в музыке расширяет творческие возможности музыкантов и ускоряет работу, но не заменяет живое авторство:** генеративные инструменты помогают на разных этапах, снимая часть рутины. ИИ – рабочий инструмент для артиста и естественный этап развития индустрии (но не альтернатива автору)
- **Пиратство как массовое явление ликвидировано:** легальные стриминговые сервисы стали единственным значимым каналом распространения музыки

# Драйвер сегмента цифровых книг — аудиокниги, они показывают один из самых высоких темпов роста

**Емкость и динамика цифрового рынка книг в России в 2022–2030 гг., млрд рублей**



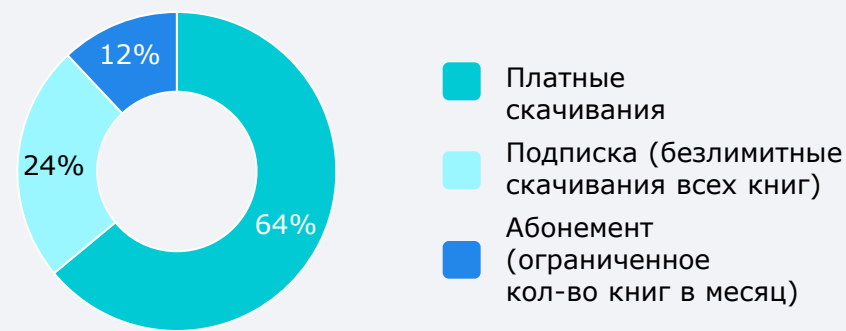
**Доля основных игроков рынка цифровых книг в России в 2024 г., %**



## Основные тренды и факторы развития

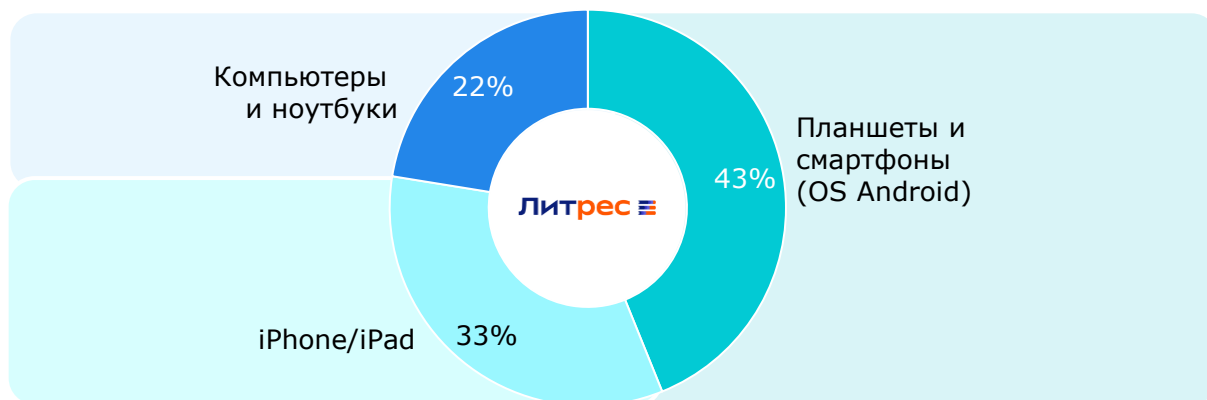
- **Активный рост и динамичное развитие:** рынок демонстрирует высокие темпы роста, значительно опережающие смежные сегменты, что свидетельствует о фазе активного освоения и расширения.
- **Переход к устойчивому развитию:** сохранение высоких, но постепенно снижающихся темпов прироста по мере насыщения рынка.
- **Структурный сдвиг в пользу подписочной модели:** формат подписки показывает взрывной рост, увеличивая свою долю в структуре рынка и приближаясь к доминирующему положению.
- **Изменение потребительских привычек:** активное развитие практики фонового чтения стимулирует рост потребления аудиоконтента и формирование новых моделей взаимодействия с книжным контентом.

## Модели монетизации в сервисе «ЛитРес» в 2024 г.



# Большое влияние на развитие цифровых книг оказывает развитие рынка электронных устройств для чтения

## Устройства для чтения цифрового контента клиентов магазина «ЛитРес» в 2024 г.



## Также наблюдаются следующие тренды:

Рост популярности коротких форматов контента, в том числе комиксов, вебтунов, манги.



Снижение доли пиратских ресурсов в книгопотреблении.



## Основные тренды и факторы развития

- **Мультимедийный формат аудиокниг:** сервис «Строки» от МТС в конце 2024 г. впервые запустил мультимедийный формат аудиокниг: внутри книги можно послушать музыку, разговоры персонажей, встроенный аудиоподкаст, фоновые шумы и звуки.
- **Трансформация рынка:** всё больше авторов издают свои книги сами, без посредников. За последние пять лет их доля выросла с 12 до 33%, а среди цифровых книг самиздат стал главным игроком, заняв больше половины сегмента.

## Топ-5 самых популярных жанров цифровых книг (по всем моделям монетизации) в 2024 г.

- 01 | Фэнтези
- 02 | Фантастика
- 03 | Саморазвитие и психология
- 04 | Детективы
- 05 | Любовные романы

## Самые читающие регионы России (по количеству проданных экземпляров книг) в 2024 г.

- 01 | Москва
- 02 | Санкт-Петербург
- 03 | Краснодарский край
- 04 | Новосибирская обл.
- 05 | Московская обл.

# 03

## Гибридные форматы

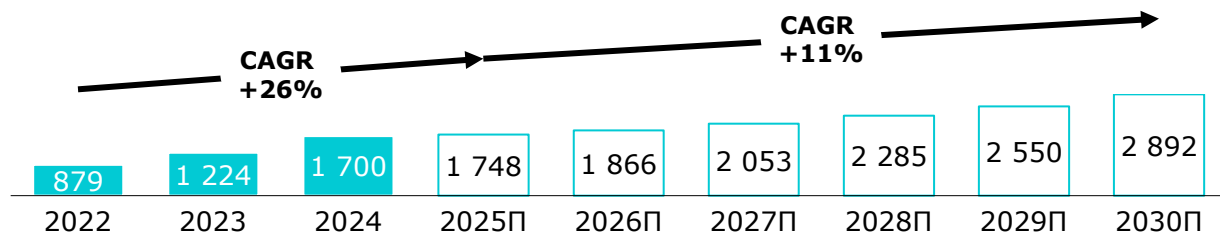
Букмекеры  
(беттинг)

Лотереи



# Букмекерский сегмент демонстрирует признаки насыщения в России

## Емкость и динамика букмекерского рынка России в 2022–2030 гг., млрд рублей



## Топ-5 игроков букмекерского рынка России в 2025 г.

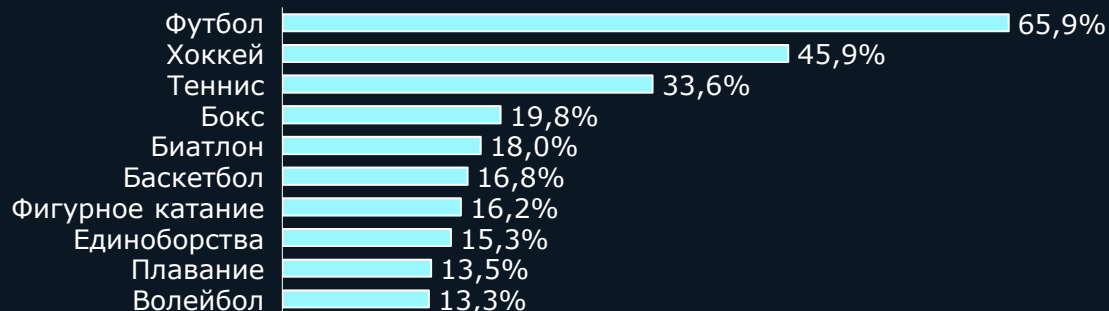
- 01 | **FONBET**
- 02 | **Winline**
- 03 | **BetBoom**
- 04 | **Лига Ставок**
- 05 | **PARI**

В 2025 г. продолжились «процессы обеления», которые стали следствием законодательных изменений, развертывания деятельности ЕРАИ, а также действий государственных регуляторов по ограничению оборотов платежей на рынке нелегальных букмекерских услуг.

## Основные тренды и факторы развития

- **Постковидный эффект:** восстановление спортивного календаря и потребительской активности после пандемии характеризует значительный рост в прошлый период.
- **Эффект низкой базы:** рынок был относительно мал к 2022 г., поэтому демонстрировал существенный рост в % в исторический период.
- **Уход иностранцев (2022 г.):** легальные российские операторы получили полный доступ к российскому рынку, ранее поделенный с международными гигантами (Bet365, 1xBet и др.).
- **Признаки насыщения:** основной фокус игроков направлен на удержание и увеличение суммарной прибыли, которую компания получает от одного клиента за всё время сотрудничества.
- **Макроэкономические факторы:** снижение располагаемых доходов населения, высокая ключевая ставка ЦБ (сдерживает спрос на необязательные траты).

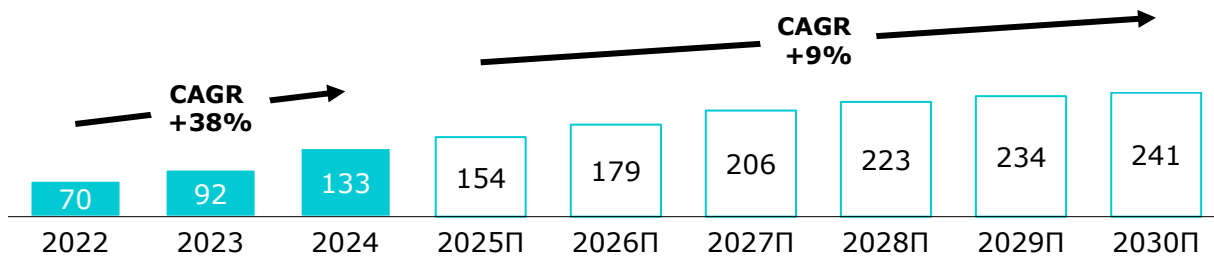
## Топ-10 видов спорта, на которые делали ставки в России в 2025 г.



Букмекерские конторы стали ключевыми спонсорами профессионального футбола. Контракт «Спартак» с Winline составляет 1,2 млрд руб. в год.

# Реклама на ТВ и расширение ассортимента способствуют росту российского рынка лотерей

## Емкость и динамика рынка лотерей в России в 2022–2030 гг., млрд рублей























- До 2022 г. монополистом на рынке был бренд «Столото» (под ним проводились лотереи, организованные как Минфином, так и Минспортом).
- Оператором лотерей «Столото» от Минспорта выступает АО «ГСЛ», от Минфина — ООО «Спортлото».

- С августа 2022 г. у лотерей Минфина появился еще один бренд — «Национальная лотерея».
- Их оператором и распространителем выступает ООО «Спортивные лотереи».
- По состоянию на янв. 2023 г. 49% «Спортивных лотерей» принадлежали структурам ВТБ, еще 51% — президенту Международной федерации бокса Умару Кремлёву.

## Основные тренды и факторы развития

- **Активный рост в постковидный период:** рынок лотерей демонстрировал взрывной рост благодаря цифровизации и изменению потребительских привычек в период ограничений: у людей появилось больше свободного времени, а доступность цифровых платформ сделала участие в лотереях проще, чем когда-либо.
- **Переход к фазе зрелого развития:** ожидается замедление темпов роста по мере насыщения рынка и завершения основного перехода в онлайн-формат.
- **Активная цифровизация операционных процессов:** внедрение специализированных ИТ-решений позволяет повысить эффективность бизнеса и улучшить клиентский опыт.
- **Развитие онлайн-каналов продаж:** российский рынок лотерей становится одним из лидеров по продажам в цифровой среде с постоянным ростом доли интернет-продаж.
- **Использование ИИ:** кардинально повышает эффективность бизнеса за счет автоматизации внутренних процессов, анализа данных для принятия решений и трансформации клиентского опыта, обеспечивая персонализацию.
- **Геймификация лотерей:** добавление в игровой процесс дополнительных механик для вовлечения интернет-аудитории и повышения удержания клиентов.
- **Расширение клиентской базы:** привлечение новой аудитории через цифровые каналы и развитие дополнительных игровых механик.

# Стратегия диверсификации: российские ИТ-гиганты строят медиаэкосистемы

	 «Яндекс», ООО	 «МТС», ПАО	 Сбербанк, ПАО	 «VK», ООО	 «Ростелеком», ПАО
Музыкальные стриминговые сервисы	 с 2010 г.	 с 2016 г.	 Ранее — «СберЗвук» с 2016 г.	 с 2016 г.	 с 2024 г.
Платное ТВ	⊖	●	⊖	⊖	●
Онлайн-кинотеатры (OTT VOD) и операторские VOD-сервисы*	 с 2015 г.	 с 2021 г.	 с 2019 г.	⊖	 с 2022 г.
Цифровые книги (электронные, аудиокниги)	 с 2007 г.	 с 2022 г.	⊖	⊖	⊖
Видеоигры	 с 2020 г.	 с 2024 г.	⊖	 с 2022 г.	 с 2025 г.

\* **OTT** (англ. Over the Top) — метод предоставления видеослужб через интернет, доставка видеосигнала от провайдера контента на устройство пользователя (приставку, компьютер, мобильный телефон);  
**VOD** (англ. Video on Demand) — система индивидуальной доставки абоненту телевизионных программ и фильмов по цифровой кабельной, спутниковой или эфирной телевизионной сети с мультимедиа сервера в различных мультимедиа контейнерах.

Источники: открытые источники, анализ Strategy Partners

# Общая стратегия российских ИТ- и телеком-компаний — создание замкнутых экосистем, рост конкуренции в цифровых сервисах и поиск новых точек монетизации, особенно в видеоигровой индустрии

## Диверсификация по каналам цифровых медиа и развлечений

Крупнейшие российские компании («Яндекс», МТС, «Ростелеком», ПАО Сбербанк) активно развивают присутствие в смежных с их основной деятельностью цифровых сегментах: в музыке, видео, книгах и видеоиграх. Это позволяет им диверсифицировать доходы, удерживать клиентов внутри экосистемы и увеличивать средний чек.



## Экосистемный подход как ключевой тренд

Компании стремятся создавать многопрофильные экосистемы, где пользователь может получать множество услуг — от телекоммуникаций и финансов до развлечений. Например, «Яндекс» и МТС представлены во всех указанных категориях, что усиливает их конкурентные позиции.



## Активное развитие видеоигрового направления

Запуск игровых платформ (MTS Fog Play, «Игры Ростелеком») свидетельствует о растущем интересе к видеоигровому рынку как к источнику монетизации. «Ростелеком», используя свою инфраструктуру (CDN, облака), стремится занять нишу в этом сегменте.



## Конкуренция на рынке стриминговых услуг

На рынке музыки и платного ТВ наблюдается высокая конкуренция: почти у каждого крупного игрока есть свой сервис («Яндекс Музыка», «Звук», Wink, «Кинопоиск» и др.). Это приводит к фрагментации рынка и борьбе за контент и подписчиков.



## Рост значения технологической экспертизы

Успех на рынке цифровых развлечений всё больше зависит от технологической базы — облачных решений, CDN\*, качества платформ. Это дает таким компаниям, как «Ростелеком» и «Яндекс», преимущество перед чисто контентными агрегаторами.



## Платежные сервисы как инструмент непроницаемых экосистем

Компании вкладываются не просто в обработку платежей, а в создание собственных финансовых «софтов» — MTS Pay, СберПэй, VK Pay. Их цель — замкнуть цикл жизни клиента внутри своего цифрового контура, делая уход максимально затратным.



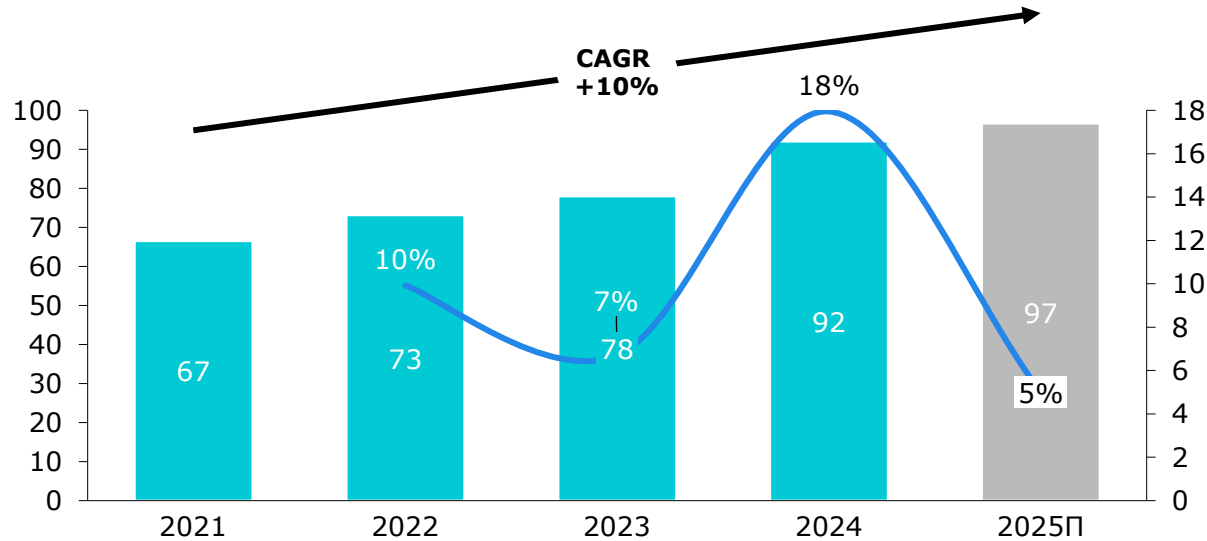
\* Сеть доставки контента (CDN) — это сеть взаимосвязанных серверов, которая ускоряет процесс загрузки веб-страниц приложений с высокой нагрузкой.

# 04

## Приложение

# Развитие внутреннего туризма служит импульсом для роста индустрии развлечений в России

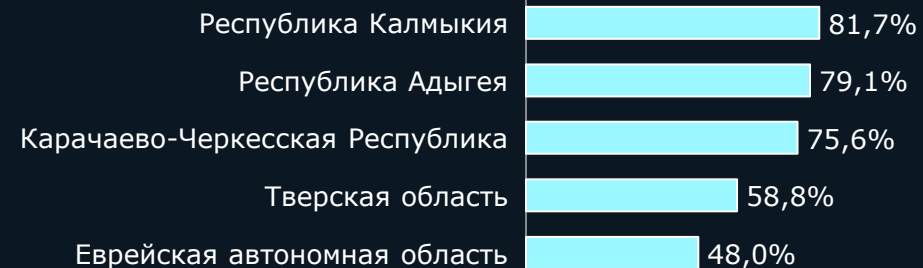
**Количество туристических поездок по России в 2021–2025 гг., млн шт., %**



**Топ-10 регионов по количеству туристических поездок, млн шт.**

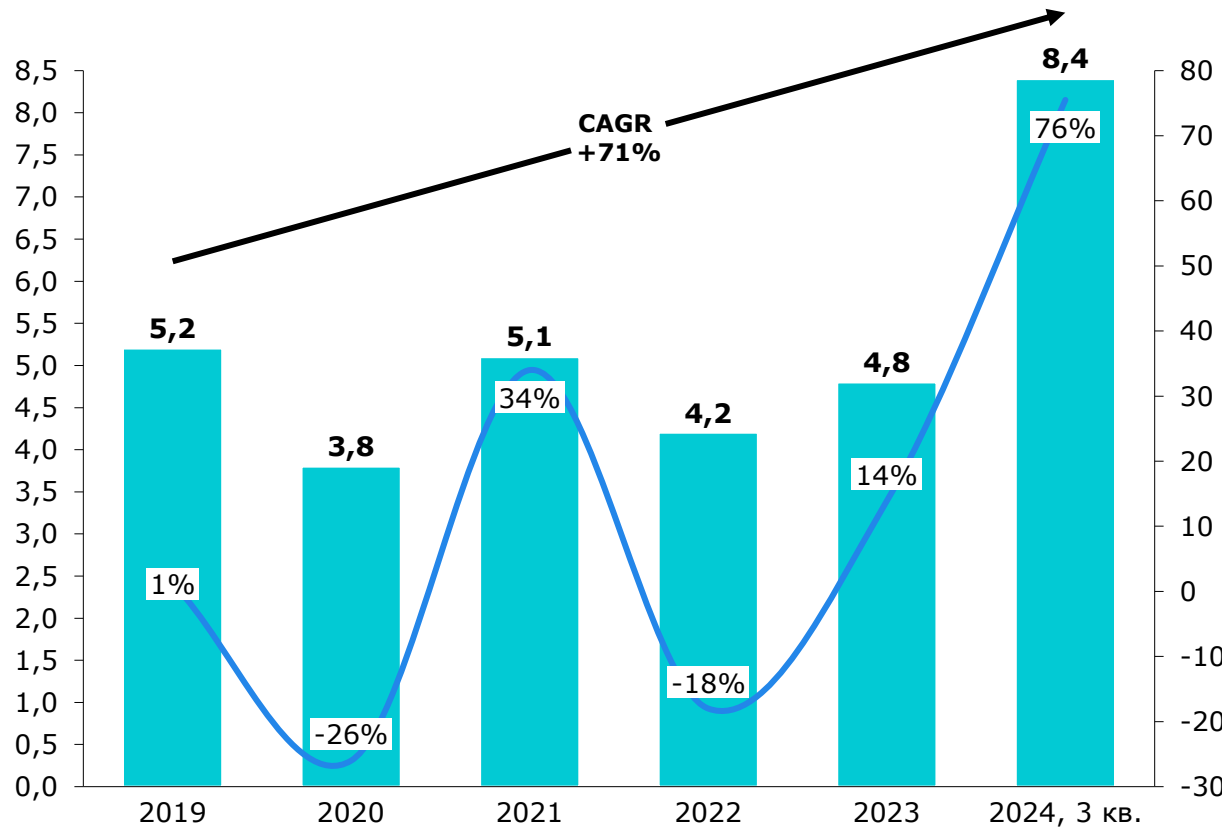


**Топ-5 регионов по приросту количества туристических поездок, млн шт.**

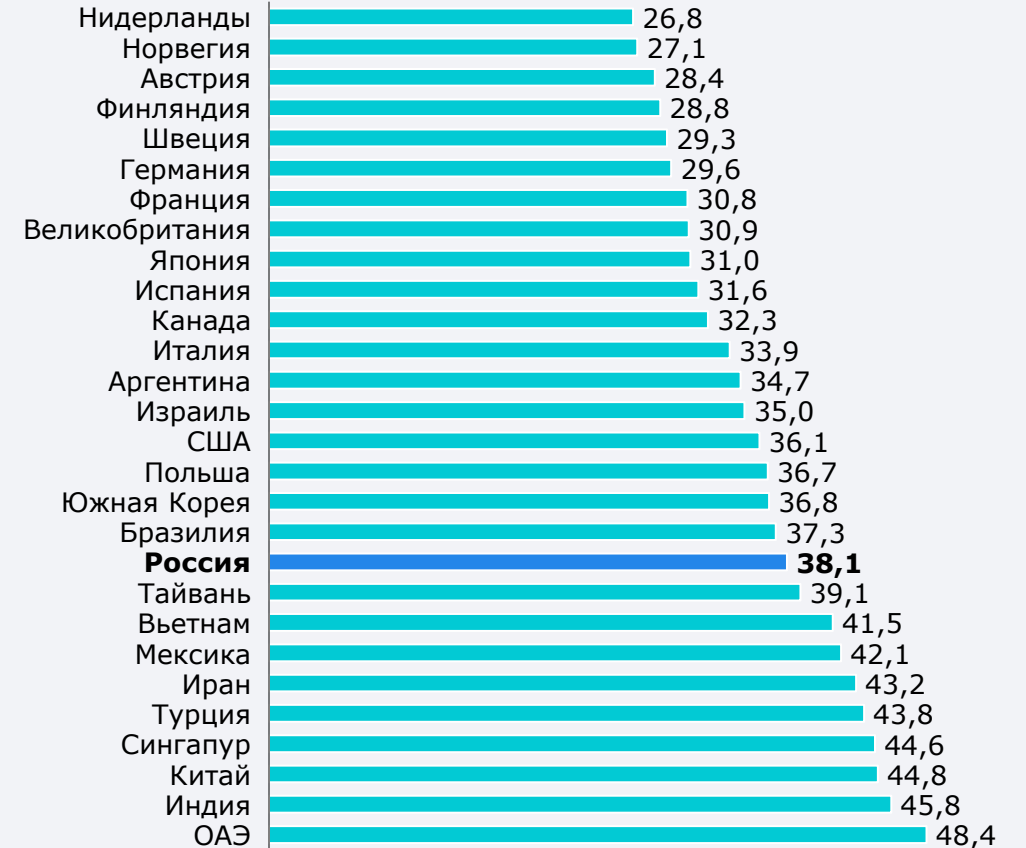


# Расходы семей на досуг в России за последние годы значительно выросли

**Динамика расходов на досуг\* в месяц на семью, состоящую из трех человек, в России в 2019–2024 гг., тыс. руб., %**



**Средняя продолжительность рабочей недели в России и разных странах мира в 2025 г., часов**



\* В категорию услуг по организации отдыха, спортивных и культурных мероприятий Росстат включил аренду снаряжения, посещение спортивных мероприятий, занятия в кружках и секциях, услуги фотографов, посещение кино, театров, концертов, музеев, зоопарков, пребывание в российских центрах отдыха, экскурсии и туры по стране и за ее пределами. В 2025 г. Росстат приостановил сбор данных по этому показателю и закрыл данные, оставив их только для внутреннего пользования.

Источники: Finexpertiza, Росстат, WorldPopulationReview, анализ Strategy Partners

# Стратегия развития креативной экономики (КЭ) в РФ (находится в стадии разработки) направлена на совершенствование условий для развития ряда сегментов в фокусе исследования рынка развлечений в России

## Основные цели Стратегии

Текущее состояние

Цель развития к 2030 г.

### Вклад в ВВП России

4,1%\*



6%

### Объем экспорта

5,7 млрд долл. США\*\*



12 млрд долл. США

### Количество креативных компаний

380 тыс.\*



475 тыс.

## Сегменты КИ, рассматриваемые в исследовании рынка развлечений в России (выделены цветом)

Программное обеспечение

Реклама и пиар

### Исполнительские искусства

Гастрономия

Архитектура и урбанистика

### Культурное наследие (в том числе, музеи, архивы)

Медиа и СМИ

### Кино, ТВ и фильмы

### Отдых и развлечение

### Арт-индустрия

### Книжное дело

Дизайн

### Музыка

### Видеоигры

Народные художественные промыслы и ремесла

Мода (включая ювелирное дело)

## Векторы поддержки

- **Технологическое развитие:** стимулирование внедрения современных технологий (в особенности отечественных).
- **Кадровое обновление и инфраструктура:** привлечение и обучение новых кадров, развитие профильной инфраструктуры.
- **Финансовая и налоговая поддержка:** сохранение и развитие субсидий, распространение налоговых льгот.
- **Содействие привлечению частных инвестиций** в секторы КЭ.
- **Правовая защита и учет:** борьба с пиратством, защита интеллектуальной собственности.
- **Расширение рынка:** увеличение присутствия на онлайн-площадках, популяризация через фестивали, стимулирование экспорта и международного сотрудничества.

\* Росстат, 2024 г.

\*\* Российский экспортный центр, 2024 г.

# 05

## Используемые источники

# Используемые источники

1. <https://finexpertiza.ru/press-service/researches/2025/raskhod-na-dosug/>
2. <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/average-work-week-by-country>
3. <https://www.pwc.com/gx/en/issues/business-model-reinvention/outlook/insights-and-perspectives.html>
4. <https://www.pwc.com/gx/en/news-room/press-releases/2025/pwc-global-entertainment-media-outlook.html>
5. <https://www.pwc.com/gx/en/entertainment-media/outlook-2021/perspectives-2021-2025.pdf>
6. [https://economy.gov.ru/material/news/minekonomrazvitiya\\_rf\\_v\\_pervom\\_polugodii\\_chislo\\_turpoezdok\\_po\\_rossii\\_vyroslo\\_na\\_7.html](https://economy.gov.ru/material/news/minekonomrazvitiya_rf_v_pervom_polugodii_chislo_turpoezdok_po_rossii_vyroslo_na_7.html)
7. [https://www.vedomosti.ru/analytics/krupnyy\\_plan/articles/2025/01/19/1087103-vnutrennii-turpotok-v-rossii-v-2024-godu-dostig-istoricheskogo-maksimuma](https://www.vedomosti.ru/analytics/krupnyy_plan/articles/2025/01/19/1087103-vnutrennii-turpotok-v-rossii-v-2024-godu-dostig-istoricheskogo-maksimuma)
8. <https://wtcmoscow.ru/company/news/7123/>
9. <https://www.gosrf.ru/parki-razvlechenij-v-rossii-perezshivayut-renessans-obem-rynka-dostigaet-3-5-mlrd-rublej>
10. <https://bbnt.ru/market/93.21>
11. Национальный рейтинг букмекеров — РБК
12. <https://www.sportsdaily.ru/news/v-khl-ustanovlen-rekord-poseshaemosti-dlya-pervogo-mesyacza-sezona-8114-zritelya-ska-voshel-v-top-3/>
13. <https://www.forbes.ru/sport/533852-khl-snova-b-et-rekordy-cerez-god-liga-mozet-stat-samoj-posesaemoj-v-evrope>
14. <https://kazan-circus.ru/news/itogi-135-go-sezona-kazanskogo-gosudarstvennogo-tsirka/>
15. <https://klauzura.ru/2025/07/kto-segodnya-hodit-v-teatr-analiticheskij-obzor/>
16. <https://romir.ru/feed/romir-vyiasnil-v-kakie-teatry-khodiat-rossiiane>
17. <https://www.vedomosti.ru/media/articles/2025/05/19/1111082-kolichestvo-posetitelei>
18. <https://www.atorus.ru/article/samye-poseschaemye-muzei-mira-v-2024-godu-shest-iz-nikh-v-rossii-61869>
19. <https://www.interfax-russia.ru/tourism/news/minkultury-poseschaemost-federalnyh-muzeev-v-2025-godu-vyroslo-na-10-mln>
20. <https://portal-kultura.ru/articles/news/373979-gorynych-vnov-lidiruet-v-rossiyskom-kinoprokate/>
21. <https://www.intermedia.ru/news/397144>
22. <https://nfmi.ru/news/nfmi-podvela-itogi-razvitiya-rynka-muzykalmznogo-striminga-za-2024-god.html>
23. <https://tmt-consulting.ru/wp-content/uploads/2025/08/TMT-рейтинг-VoD-1n2025.pdf>
24. <https://tmt-consulting.ru/wp-content/uploads/2025/09/TMT-обзор-Pay-TV-2q2025.pdf>
25. [https://www.rbc.ru/technology\\_and\\_media/31/01/2025/679b78749a794729f429d334](https://www.rbc.ru/technology_and_media/31/01/2025/679b78749a794729f429d334)
26. <https://www.proficinema.com/questions-problems/articles/detail.php?ID=347703>
27. <https://globalsportsinsights.com/report-4/>

# SP/ Решения, которые работают

**Strategy Partners** — ведущая российская консалтинговая компания. Мы помогаем командам разных отраслей быстро адаптироваться к изменениям и находить эффективные решения для достижения целей. На это работают сильнейшие консультанты, за плечами которых опыт в реальном секторе и сотни реализованных проектов.

Мы поддерживаем клиентов на любом этапе развития: анализируем рынки, создаем и внедряем стратегии, оптимизируем процессы и системы управления, готовим инвестиционные проекты к привлечению финансирования, сопровождаем сделки M&A и выход на IPO, внедряем цифровые решения и оказываем инжиниринговые услуги.

Являясь дочерней компанией Сбера, Strategy Partners открывает клиентам возможности одного из крупнейших банков России. Аналитическое направление — Research Hub Strategy Partners — позволяет отслеживать тренды и действовать на опережение.

Компания на протяжении последних 4 лет входит в топ-5 в сегменте стратегического консалтинга (согласно рейтингу RAEX).



**Алексей Волостнов**  
Партнер

+ 7 (916) 811-44-25  
[volostnov@strategy.ru](mailto:volostnov@strategy.ru)



**Роман Тиняев**  
Партнер

+7 (906) 789-59-31  
[tinyaev@strategy.ru](mailto:tinyaev@strategy.ru)



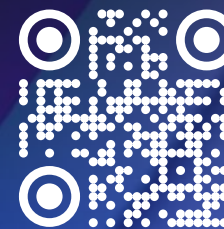
**Александр Михайлов**  
Руководитель проектов

+7 (919) 960-13-80  
[mikhaylov@strategy.ru](mailto:mikhaylov@strategy.ru)

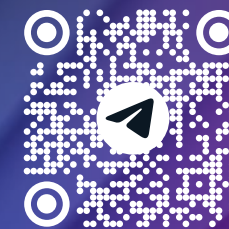


**Виктория Нечаева**  
Аналитик

Новости рынка, информация о мерах господдержки, исследования и комментарии экспертов в наших социальных сетях



[strategy.ru](https://strategy.ru)



[t.me/strategypartners](https://t.me/strategypartners)

121099, г. Москва, ул. Композиторская, д. 17  
+7 (495) 730-77-47  
[inbox@strategy.ru](mailto:inbox@strategy.ru)