

TELEKOMUNIKACJA | Rynek rozrywki mobilnej

1,1 mld zł na dodatkowe usługi w komórkach w tym roku

Mimo kryzysu rynek mobilnej rozrywki na świecie i w Polsce będzie rość – przewidują analitycy i przedstawiciele branży telefonii komórkowej. Dorośli preferują filmy i wideorozmowy.

TOMASZ ŚWIDEREK

tomasz.swiderek@infor.pl

Kryzys, jeśli nie będzie głęboki, spowoduje wzrost zainteresowania mobilną rozrywką – twierdzi Leszek Kułak, prezes MNI Premium, firmy z grupy MNI dostarczającej operatorom usługi dodane.

Ubiegłoroczne przychody grupy MNI z telekomunikacyjnych usług dodanych stanowiły ponad 50 proc. podliczonych na 203 mln zł łącznych przychodów. Według prezesa Kułaka ponad 70 proc. przypadło na usługi mobilne.

Krakowska firma badawcza PMR szacuje, że rynek mobilnych usług dodanych (obejmuje nie tylko mobilną rozrywkę, lecz także inne usługi, np. płatne serwisy informacyjne) w 2008 roku wart był blisko 930 mln zł (wzrost o 22 proc.), a w 2009 roku wzrośnie do 1,15 mld zł.

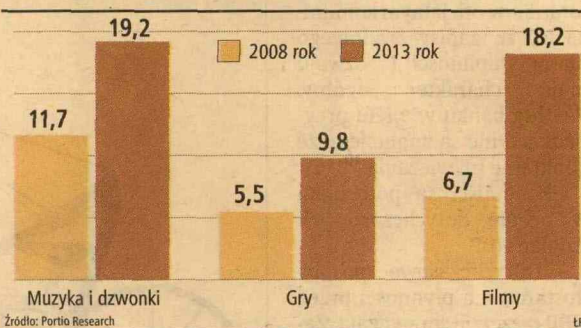
Zdaniem PMR detaliczny rynek komórkowych usług dodanych zdominowany jest przez media i wyspecjalizowanych dostawców. Operatorzy czerpią przychody głównie z udostępniania infrastruktury.

Firma badawcza Portio Research szacuje, że w 2008 roku globalny rynek mobilnej rozrywki wart był niemal 24 mld dol., z czego na Europę przypadało 34,2 proc.

– W 2013 roku rynek wart będzie ponad 47 mld dol. – prognozuje Portio. Szacunki te nie obejmują mobilnego hazardu, który tylko w Europie w 2010 roku może mieć wartość 3,2 mld dol.

MOBILNA ROZRYWKA

Wartość światowego rynku w mld dol.



Źródło: Portio Research

Juniper Research podliczył, że globalny rynek rozrywki dla dorosłych po wzroście o 36 proc. w 2008 roku wart był 2,2 mld dol. W tym segmencie najpopularniejsze było oglądanie filmów oraz wideorozmowy.

Według przedstawicieli branży komórkowej w tym roku wartość światowego rynku wzrośnie do 32 mld dol. Juniper Research nie jest aż tak optymistyczny. Twierdzi, że w zależności od skali kryzysu wzrost w tym i przyszłym roku wyniesie średnio od 7 do 19 proc.

Analitycy są zdania, że w najbliższych latach spadnie popularność dzwonek, a wzrośnie skłonność do kupowania całych utworów. Portio wieszczy schyłek usług graficznych takich jak tapety. Według ekspertów sklep Appa, z którego pobrano ponad 500 mln aplikacji (co trzecia była płatna), pokazał nowy kierunek na rynku mobilnej rozrywki. Stąd nie dziwi, że inni producenci telefonów podążyli tym tropem. W ostatnich dniach możliwość stworzenia własnego sklepu zasygnalizował tajwański Acer, który dopiero w tym roku wejdzie na rynek telefonów komórkowych.

W AppStore Appa można kupić lub pobrać za darmo

m.in. gry, aplikacje do pobierania tapet, słuchania radia i oglądania telewizji. Są aplikacje umożliwiające czytanie e-booków (elektronicznych wersji książek). Są komiksy i zestawy dowcipów. W nieautoryzowanym przez firmę z Cupertino serwisie Cyndia (dostępny po odblokowaniu iPhone) można m.in. za darmo pobrać dzwonki oraz aplikacje zmieniające wygląd menu iPhone.

Sieci komórkowe nie są zachwycone takim modelem rozwoju rynku mobilnej rozrywki, bo sprowadza on ich do dostarczania transmisji danych, a i to nie zawsze. Aplikacje ze sklepu Appa można bowiem pobrać za pomocą komputera i dopiero potem wgrać do telefonu albo wgrać wprost do telefonu za pomocą WiFi (bezprzewodowa technologia transmisji danych na niewielkie odległości).

Stąd niektóre sieci decydują się na otwieranie własnych serwisów, zwłaszcza muzycznych.

– Muzodajnia ma 50 tys. klientów – mówi Krzysztof Kilian, wiceprezes Polkomtelu, operatora sieci Plus i Sami Swoi.

Uruchomiony w połowie 2008 roku serwis pozwala na ściąganie muzyki do telefonów w zamian za stałą miesięczną opłatę. ■