

Izklaides un mediju nozares globālie ieņēmumi apsteidz prognozes 1/34/22



Vadītājs mārketinga un komunikācijas nodaļā, PwC Latvija
Kalvis Gavars

Izklaides un mediju (I&M) nozares globālie ieņēmumi pērn ievērojami apsteidza pasaules ekonomikas vispārīgo izaugsmi. Pēc 2020. gadā pieredzētā 2,3% krituma, ko izraisīja pandēmija, I&M ieņēmumi 2021. gadā palielinājās par 10,4% – no 2,12 triljoniem līdz 2,34 triljoniem USD. Nozarei kļūstot digitālākai un mobilākai, kā arī arvien vairāk uzmanības veltot jauniešu auditorijai, izaugsmi pamatā veicina virtuālā realitāte (VR), videospēles un reklāma digitālajā vidē. Šie secinājumi izriet no PwC 23. gadskārtējās analīzes “*Global Entertainment and Media Outlook 2022–2026*”, kura prognozē patērētāju un reklamētāju tēriņus 52 valstīs un teritorijās.

Būtiskie secinājumi:

- Videospēļu un kibersporta globālie ieņēmumi 2021. gadā sasniedza 215,6 miljardus USD. Lauvas tiesu ieņēmumu 2021. gadā guva Āzijas un Klusā okeāna reģions ar 109,4 miljardiem USD – gandrīz divreiz vairāk nekā Ziemeļamerika, kura ierindojās otrajā vietā. Videospēles šobrīd ir trešā lielākā datu patērējošā I&M satura kategorija aiz video un elektroniskajiem sakariem.
- VR joprojām ir visstraujāk augošais I&M segments. VR globālie tēriņi 2021. gadā pieauga par 36% gada griezumā līdz 2,6 miljardiem USD, kas sekoja iespaidīgajam 39% kāpumam 2020. gadā. VR ieņēmumu galvenais avots – videospēļu saturs – 2021. gadā veidoja aptuveni 73% no VR kopējiem ieņēmumiem (1,9 miljardi USD).
- Reklāmas izplatība digitālajā pasaulē ir padarījusi reklāmu par dominējošu izklaides un mediju nozares kategoriju. Pēc 2020. gadā pieredzētā 7% samazinājuma reklāmas ieņēmumi 2021. gadā pieauga par iespaidīgiem 22,6% līdz 747,2 miljardiem USD. Prognozēts, ka reklāmas tirgus 2026. gadā sasniegs 1 triljonu USD un būs lielākais I&M ieņēmumu avots.
- Pēc 2020. gadā pieredzētā 35,4% kāpuma video straumēšana (OTT) 2021. gadā pakāpās vēl par 22,8%, ieņēmumiem sasniedzot 79,1 miljardus USD. Video straumēšanas ieņēmumu izaugsmes temps kļuvis nedaudz mērenāks; līdz 2026. gadam tie varētu augt ar salikto gada pieauguma koeficientu 7,6%, ieņēmumiem sasniedzot 114,1 miljardus USD.
- Par spīti spēcīgajai konkurencei no video straumēšanas pakalpojumu puses, ievērojamus ieņēmumus joprojām gūst arī tradicionālā televīzija, taču pasaules ieņēmumiem tiek prognozēts kritums ar salikto gada pieauguma koeficientu -0,8% no 231 miljardiem USD 2021. gadā līdz 222,1 miljardiem USD 2026. gadā.
- Atgūstas kinoteātru globālie ieņēmumi, kompensējot pandēmijas izraisītos zaudējumus. Atbilstoši prognozēm 2023. gadā tie varētu sasniegt jaunu rekordu – 46,4 miljardus USD. Kases ieņēmumi 2026. gadā varētu sasniegt 49,4 miljardus USD, salīdzinot ar 20,8 miljardiem USD 2021. gadā. Ķīna ir apsteigusi ASV, 2020. gadā kļūdamā par pasaules lielāko kino tirgu, un – kā prognozē eksperti – varētu saglabāt līderpozīciju vismaz līdz 2026. gadam.
- Satura attīstība veicina milzīgu datu patēriņu – 2021. gadā tika patērēti 2,6 miljoni petabaiti (PB) datu, un tiek prognozēta izaugsme ar salikto gada pieauguma koeficientu 26%, sasniedzot 8,1 miljonus PB 2026. gadā. Šajā periodā tiek prognozēts, ka visstraujāk augošais

datu patērētājs būs videospēles ar prognozēto salikto gada pieauguma koeficientu 29,6%, savukārt visstraujāk augošā ierīču kategorija 2021.–2026. gadā būs mobilie tālruni (28,8%). Atbilstoši prognozēm tas kāpinās mobilo datu patēriņu no 1,1 miljona PB līdz 3,8 miljoniem PB 2026. gadā.

I&M nozares pārveidi un tendences nosaka tas, kā patērētāju miljardi izvēlas ieguldīt savu laiku, uzmanību un naudu. Pandēmija paātrināja izmaiņas patērētāju uzvedībā un digitālo risinājumu attīstībā, kas uz visiem laikiem ietekmēs turpmākās izaugsmes virzienus. Dažas no nozarēm, kas pandēmijas laikā piedzīvoja vērā ņemamu attīstības lēcieni, nespēs saglabāt šo izaugsmi, turpretī citas – agrāk tā dēvētās nišas nozares – turpinās attīstīties. Šobrīd veidojas jauna patērētāju bāze, kas ir jaunāka, digitālāka un vairāk aizraujas ar straumēšanu un videospēlēm nekā pašreizējā patērētāju populācija, kas neizbēgami ietekmēs nozares nākotni.

I&M nozares iespaidīgā izaugsme un potenciāls sev līdzī nes arī dažādus izaicinājumus, kas var radīt ievērojamu plaisu uzņēmumu attīstībā un spējā pielāgoties, kā arī veicināt polarizāciju sabiedrībā. Veidojas jauni uzvedības modeļi un mijiedarbības principi, kuri neizbēgami ietekmē gan pakalpojumu sniedzējus, gan patērētājus. Uzņēmumu vidū joprojām būs intensīva konkurence un nemitīga cīņa tehnoloģiju inovāciju jomā, tātad ikviens uzņēmums I&M jomā var pēkšņi atpalikt no konkurentiem.

Ne pārāk tālā nākotnē metaverss varētu kļūt par satriecoši reālistisku pasauli, kur fiziskas personas piekļūst imersīvajai virtuālajai pieredzei, izmantojot VR brilles vai citu savienotājerīci. Arvien vairāk tehnoloģiju uzņēmumu pasaulē pievērš uzmanību un sola sniegt jaunu pieredzi šajā nākotnes kibertelpā, kurā satiekas virtuālā un reālā pasaule. Metaverss ir evolūcija, kas var būtiski mainīt uzņēmumu un patērētāju mijiedarbību ar precēm un pakalpojumiem, kā arī savstarpēji, metaversa potenciālajai finanšu un ekonomiskajai vērtībai sniedzoties daudz tālāk par VR. Liela daļa ieņēmumu, kas saistīti ar videospēlēm, mūzikas priekšnesumiem, reklāmu un pat e-komerciju, ar laiku varētu pārcelties uz metaversu. Cik lielas ir I&M iespējas metaversā? Strauji augošais VR tirgus ir vērā ņemams sākumpunkts. Šobrīd tas ir viens no mazākajiem analizētajiem segmentiem, bet 36% globālo tēriņu pieaugums iepriekšējā gadā norāda uz tā ilgtermiņa potenciālu.

Tehnoloģiju attīstība, kas ietekmē gan mūsu pieredzi, gan mijiedarbību ar pasauli, nenoliedzami atvieglo mūsu ikdienu, ietaupa laiku un sniedz jaunas iespējas. Uzņēmumiem šobrīd ir ļoti svarīgi izprast savu patērētāju un tirgus radītos izaicinājumus, lai spētu turēt līdzī tehnoloģiju inovācijām un atrastu pareizo līdzsvaru.

PwC “*Global Entertainment and Media Outlook*” kopā ar pavadošo publikāciju “*Fault Lines and Fractures: Innovation and Growth in a New Competitive Landscape*” piedāvā I&M patērētāju un reklāmas globālo tēriņu padziļinātu analīzi. “*Outlook*” iekļauj gan piecgades vēsturiskos, gan piecgades prognozētos datus, kā arī komentārus par 16 nozares segmentiem 52 teritorijās. Vairāk informācijas [šeit](#).