

A JÖVŐ TV SZOLGÁLTATÁSA ÉS FOGYASZTÓJA



Bordás Csaba

csaba.bordas@ericsson.com

HTE Medianet konferencia Velence, 2013. október 3-4.

VATIKÁN 2005



VATIKÁN 2013



MEGVÁLTOZTATTUK A VILÁGOT!



Feldolgozás

PS4 1,84 Teraflop/s

Szuperszámítógép

2013: 54,9 Petaflop/s

2008: 1,3 Petaflop/s

<http://top500.org>

Adatátvitel

Hozzáférés 10Mb/s

Gerinc 100 Gb/s

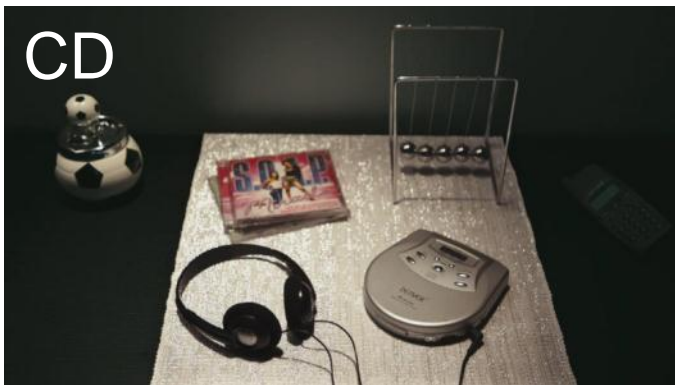
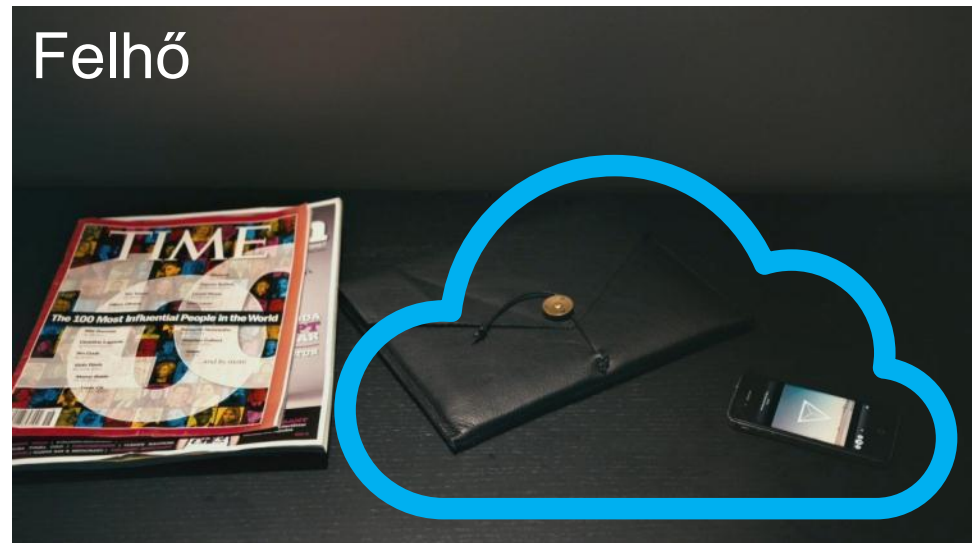
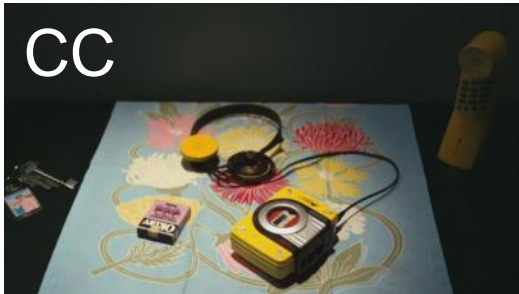
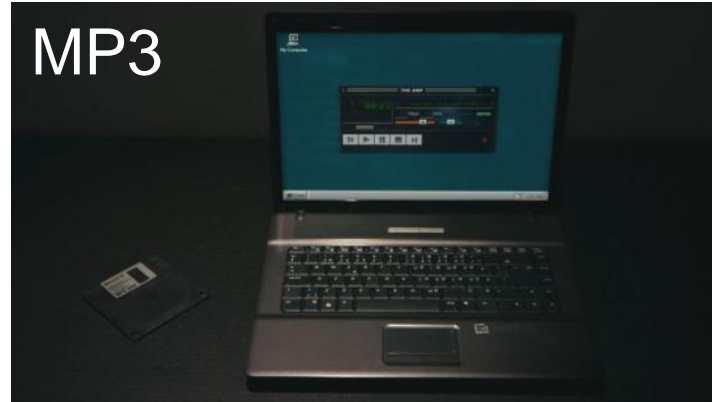
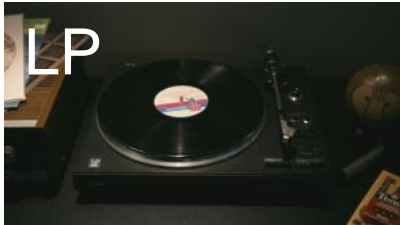


Tárolás

Végberendezések 100 GB – 1 TB

Adatközpont ~100 PetaB

A ZENEIPAR ELŐTTÜNK JÁR



MÉDIA A HÁLÓZATBA KAPCSOLT TÁRSADALOMBAN



Hálózatba kapcsolt eszköz



15

Milliárd



Videó megjelenítésre képes

INTEGRÁLT
SZOLGÁLTATÁSOK
MINDEN TARTALOM
MINDEN ESZKÖZÖN



ERICSSON CONSUMERLAB 2013 ÉVES TV JELENTÉS



TÖBB, MINT

15.000

VÁLASZADÓ



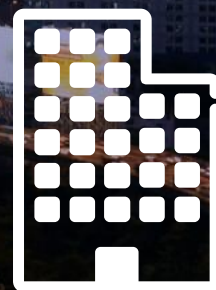
500 MILLIÓ

FOGYASZTÓT KÉPVISELVE



15

ORSZÁGBÓL



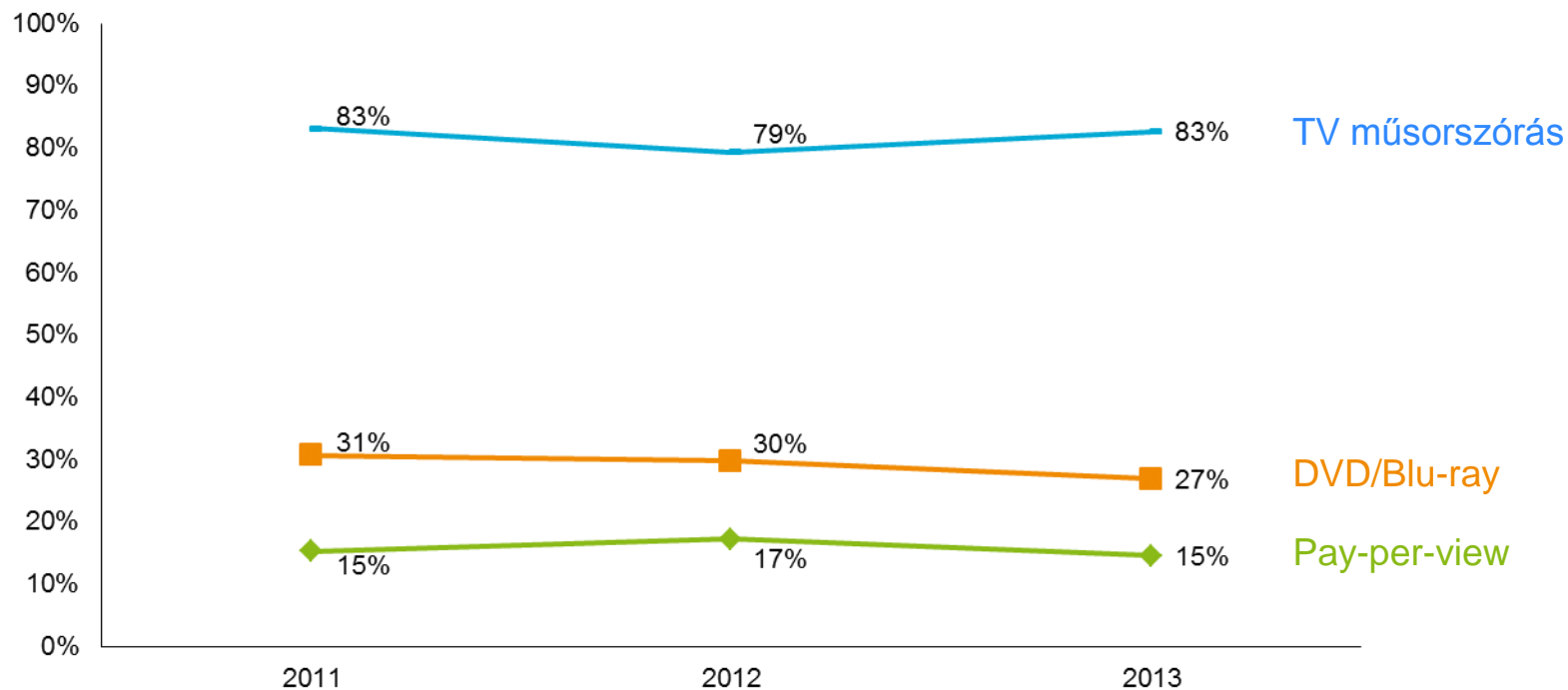
5

MÉLYINTERJÚ

HAGYOMÁNYOS TV/VIDEÓ



Hagyományos TV/videó fogyasztás, gyakrabban mint hetente

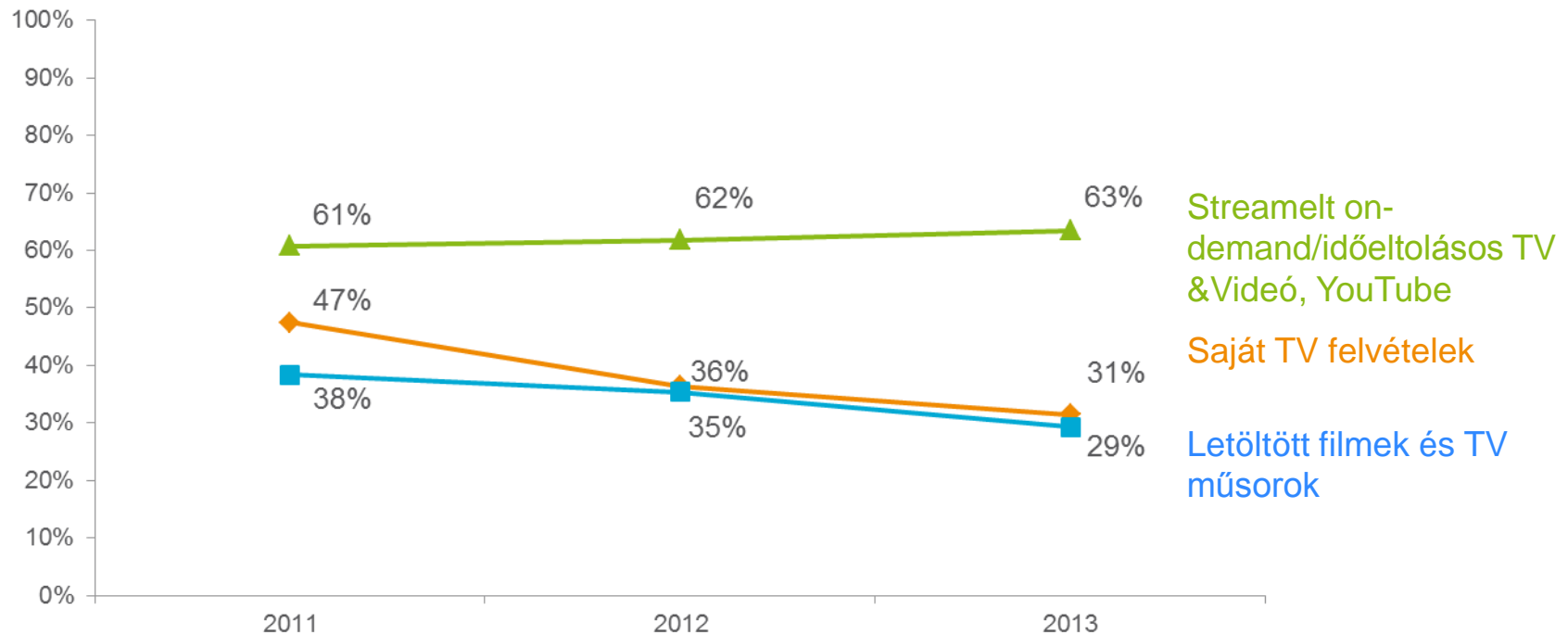


A fizikai média fogyasztás csökken, a műsorszórás és a lineáris fizetős tartalmak fogyasztása stabil

ON DEMAND FOGYASZTÓI SZOKÁSOK



Igény szerinti TV/videó, gyakrabban mint hetente

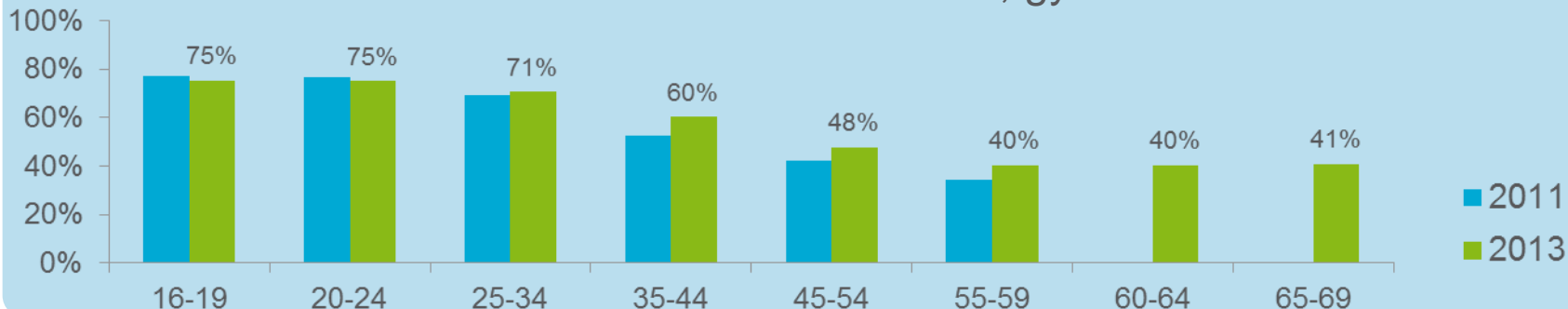


A streaming és YouTube növekszik, míg a felvett TV műsorok és a letöltött tartalmak jelentősége csökken

FELZÁRKÓZÓ KÉSEI TÖBBSÉG



Stream és on-demand/időeltolós TV és videó, gyakrabban mint hetente



57%

“a számítógép és az internet a TV- és videó nézés megszokott csatornáivá váltak”

“Kötött program helyett én szeretném eldönteni, hogy mikor nézzek meg egy adást”

+24%

növekedés 2011 és 2013 között a kései többség körében

A Netflix ugyanolyan fontos és olyan komolyan veszem, mint a kábelTV szolgáltatást

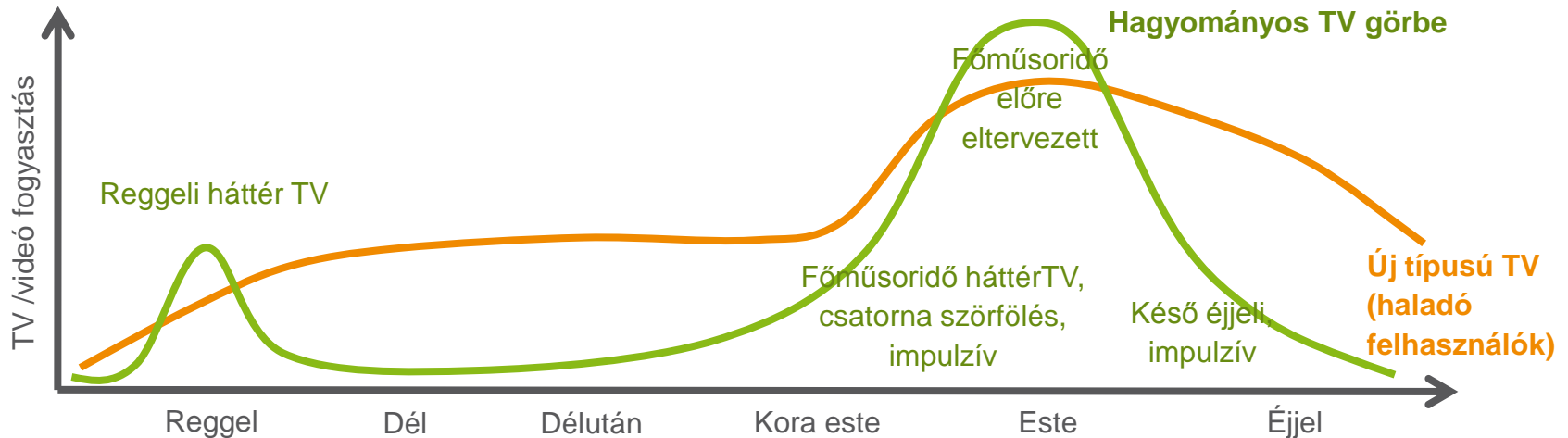
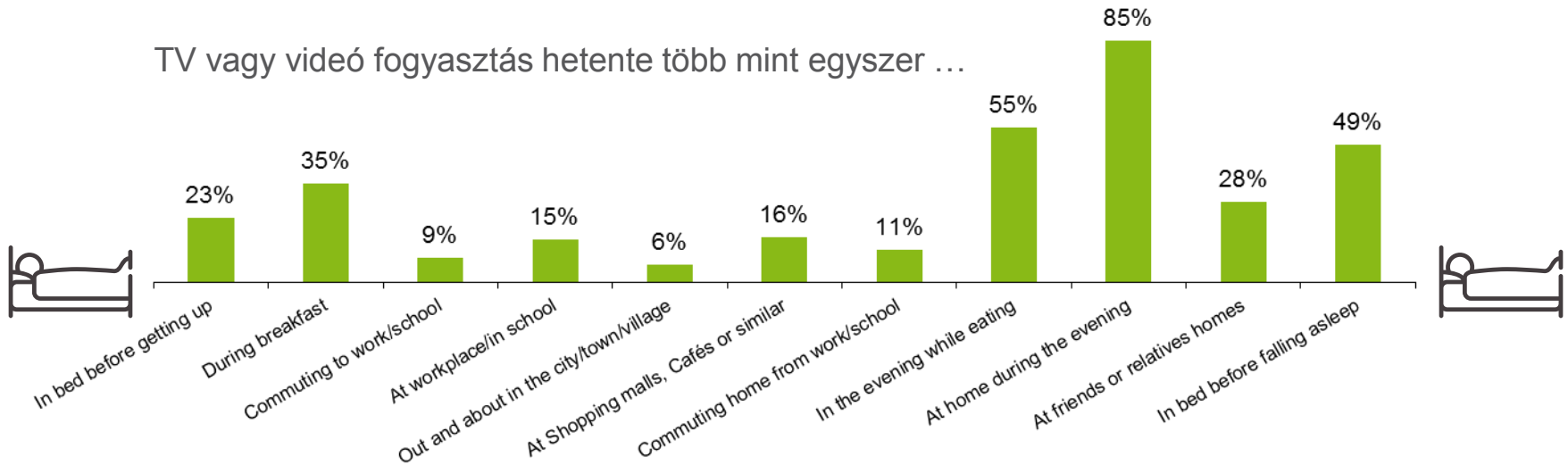


Joseph, 56, US

NAPKELTÉTŐL NAPNYUGTÁIG



TV vagy videó fogyasztás hetente több mint egyszer ...

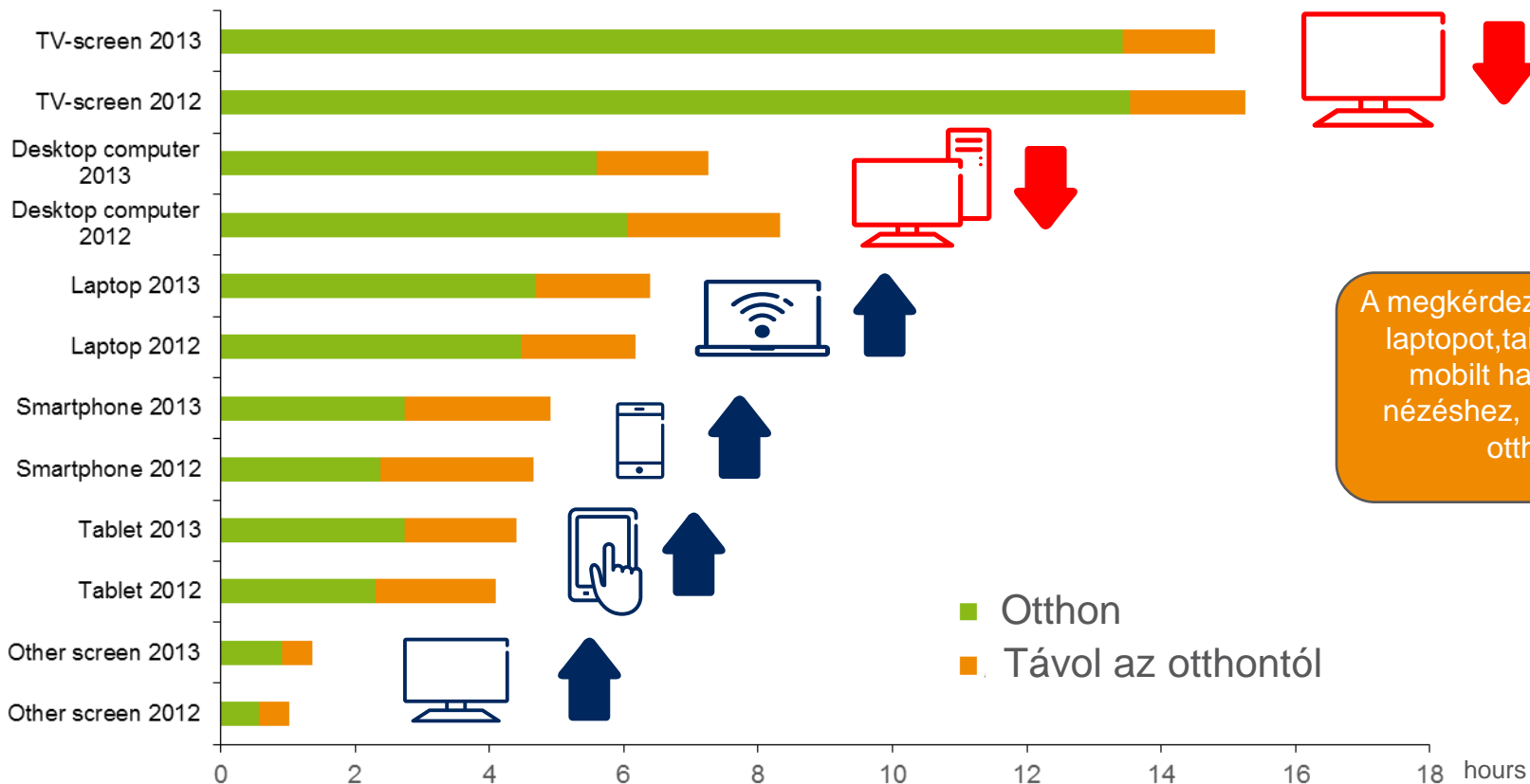


BASE: All 15 markets
Source: Ericsson ConsumerLab TV & Media 2013 Study

NŐ A MOBIL FOGYASZTÁS



Átlagos videó- és TV nézéssel eltöltött óraszám



A megkérdezettek 42%-a laptopot, tabletet vagy mobilt használ TV nézéshez, ha nincsen otthon

■ Otthon
■ Távol az otthontól

72% minden héten mobil eszközön is tévéznek

BASE: Extended 9 markets, [Those who have and use respective device]
Source: Ericsson ConsumerLab TV & Media 2013 Study

FELHASZNÁLÓI TARTALOM



82%

Havonta néz YouTube vagy hasonló tartalmat

Hosszú filmek
nagyobb
képernyőkön



Megbízható és
szavahihető

Rövid, szakaszos
mobil fogyasztás

Felhasználó által előállított
tartalom (UGC)

Mindenki
számára elérhető

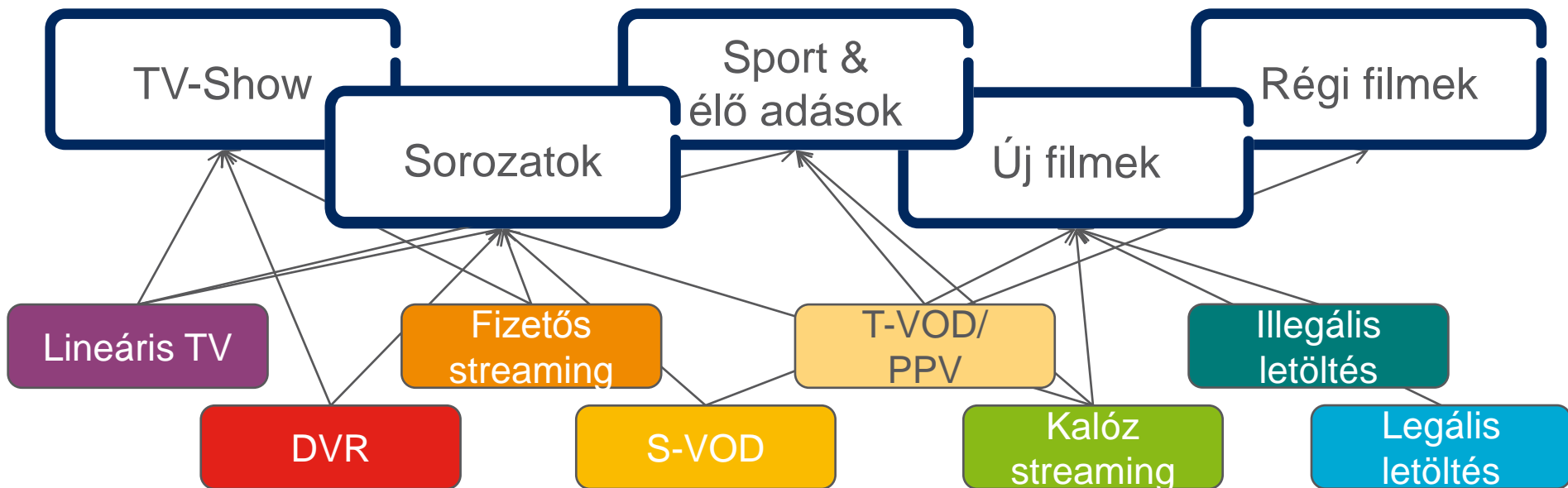
Ha valamire szükségem van, egyenesen felmegyek a YouTube-ra, a Do-It-Yourself bemutatóhoz. A YouTube nagyszerű, mert szüretlen tartalom és fizikailag , közvetlenül azt mutatja meg, amire szükséged van, szóval cool.

Chase, 24, New York, USA

TV ÉS VIDEÓ „PROSUMING”: EGY ÚJ SZOLGÁLTATÁS SZÜLETÉSE



A felhasználók tetszésük szerint keverik a különböző tartalomforrásokat, saját csatornákat hoznak létre



Következmények:

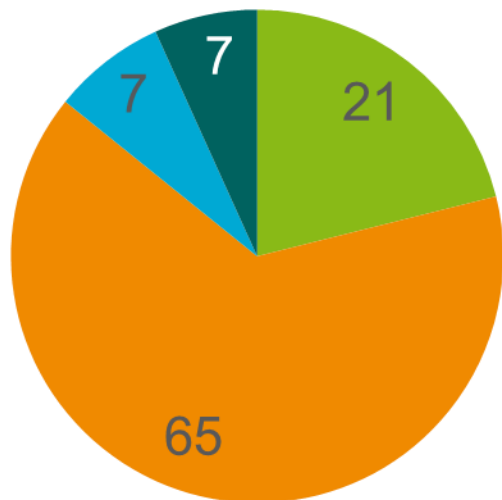
- › A lineáris TV csak egy alkotóelem
- › A minőségi tartalom nagyon fontos
- › Megkötések és időzítések kerülése
- › Nagy csomagok vége

ELVÁGJÁK A KÁBELT

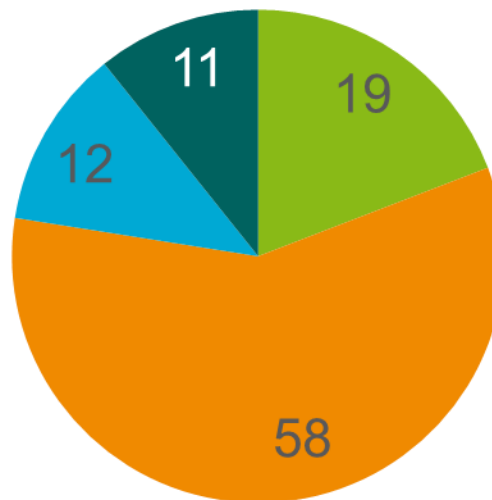


Cord shaving & cutting jelenség terjedése

Hogyan változtatta meg az utóbbi évben a fizetős TV szolgáltatását?



Extended 9 markets - 2012



Extended 9 markets - 2013

- Növeltem
- Nem változott
- Csökkentettem
- Lemondtam

- > **US:** 24% növelte, 25% csökkentette, lemondta
- > **Németo.:** 9% növelte, 26% csökkentette, lemondta
- > **Kína:** 30% növelte, 8% csökkentette, lemondta

ON DEMAND TRENDEK ÉS HATÁSOK



Előfizetés alapú VOD szolgáltatások

- › Könnyen bevezethető
- › Olcsó és könnyen használható
- › Több eszközön elérhető
- › Könnyen megosztható

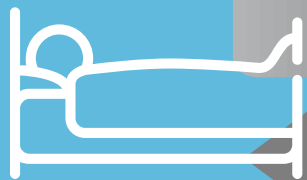
Tranzakció alapú VOD szolgáltatások

- › Nem része a napi tévénézésnek
- › A magas költségek miatt kerülnek
- › Csak specifikus tartalomra sikeres
- › A 24 órás időkorlát komoly akadály

Az S-VOD képes megváltoztatni a lineáris tévénézési szokásokat

Relaxált nézés

Időzített nézés

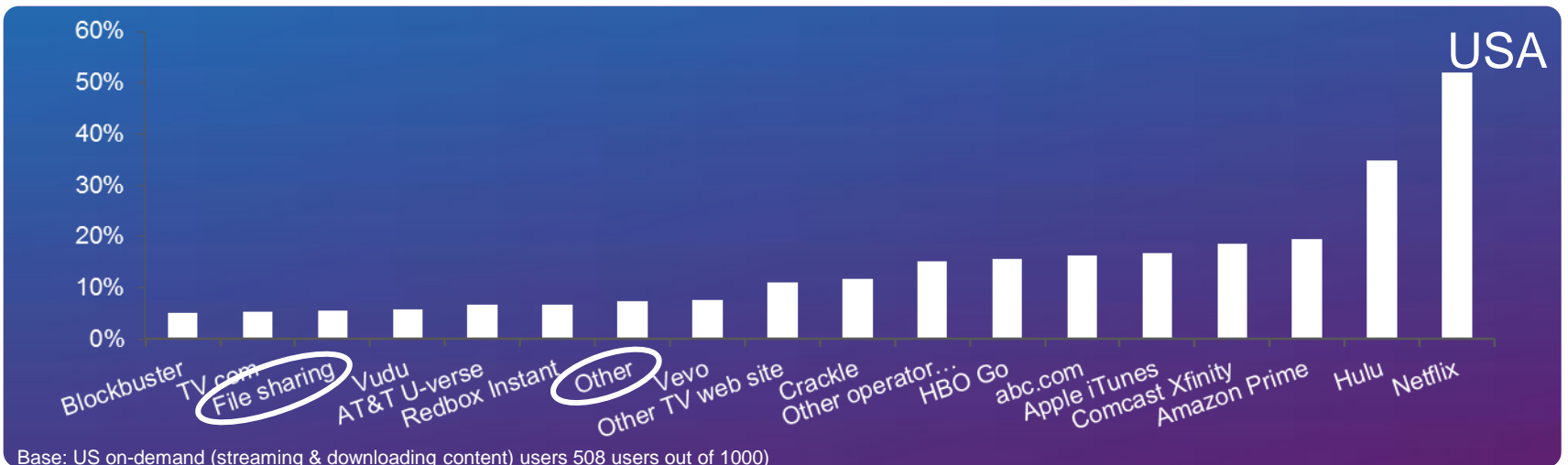
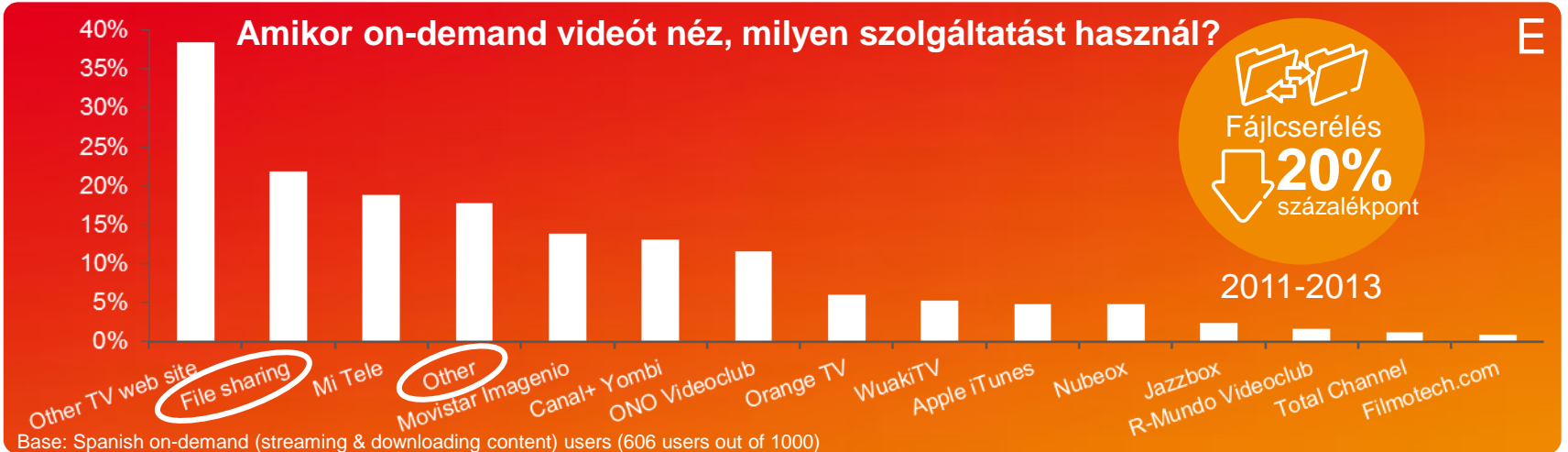


Lineáris TV

VOD



VISZASZORULÓBAN A KALÓZKODÁS



*** A megjelölt szolgáltatások összefüggésbe hozhatóak a kalózkodással**

IDEÁLIS SZOLGÁLTATÁS



A fogyasztók legfontosabb elvárásai a jövő TV szolgáltatásával kapcsolatban

1. Ne legyenek benne reklámokl
2. Kiváló HD minőség
3. Time shift/On demand
4. Egyszerű használhatóság
5. À la carte TV/Videó tartalom

Felső 5

6. Extrém minőség (4K/UHDTV)
7. Személyre szabott tartalom
8. TV és videó tartalmaim minden eszközömon
9. Internet a hagyományos TV képernyőmon
10. Mozifilmek a TV-ben
11. Egyetlen keresési, fizetési és fogyasztási felület
12. Online videók keresése
13. 3D TV

14. Személyre szabott TV képernyő információk
15. Videó telefónia
16. Alkalmazások a hagyományos TV képernyőn
17. Különböző kameranézetek választhatósága
18. Interaktív

Alsó 5

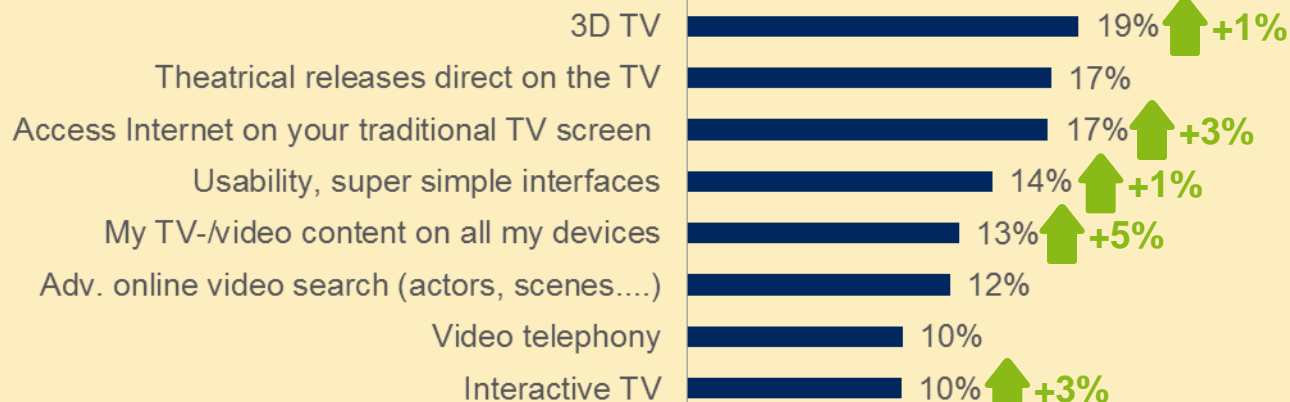
FIZETÉSI HAJLANDÓSÁG 2013



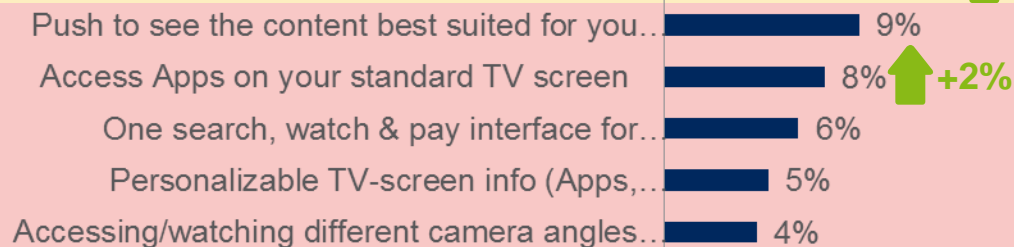
Milyen szolgáltatásokért lenne hajlandó fizetni?

Változás 2011-hez képest

Felső 5



Alsó 5



BASE: Extended 9 markets (US, UK, Germany, Sweden, Spain, China, Taiwan, Brazil & South Korea)
Source: Ericsson ConsumerLab TV & Media 2013 Study

A JÖVŐ SZOLGÁLTATÁSA



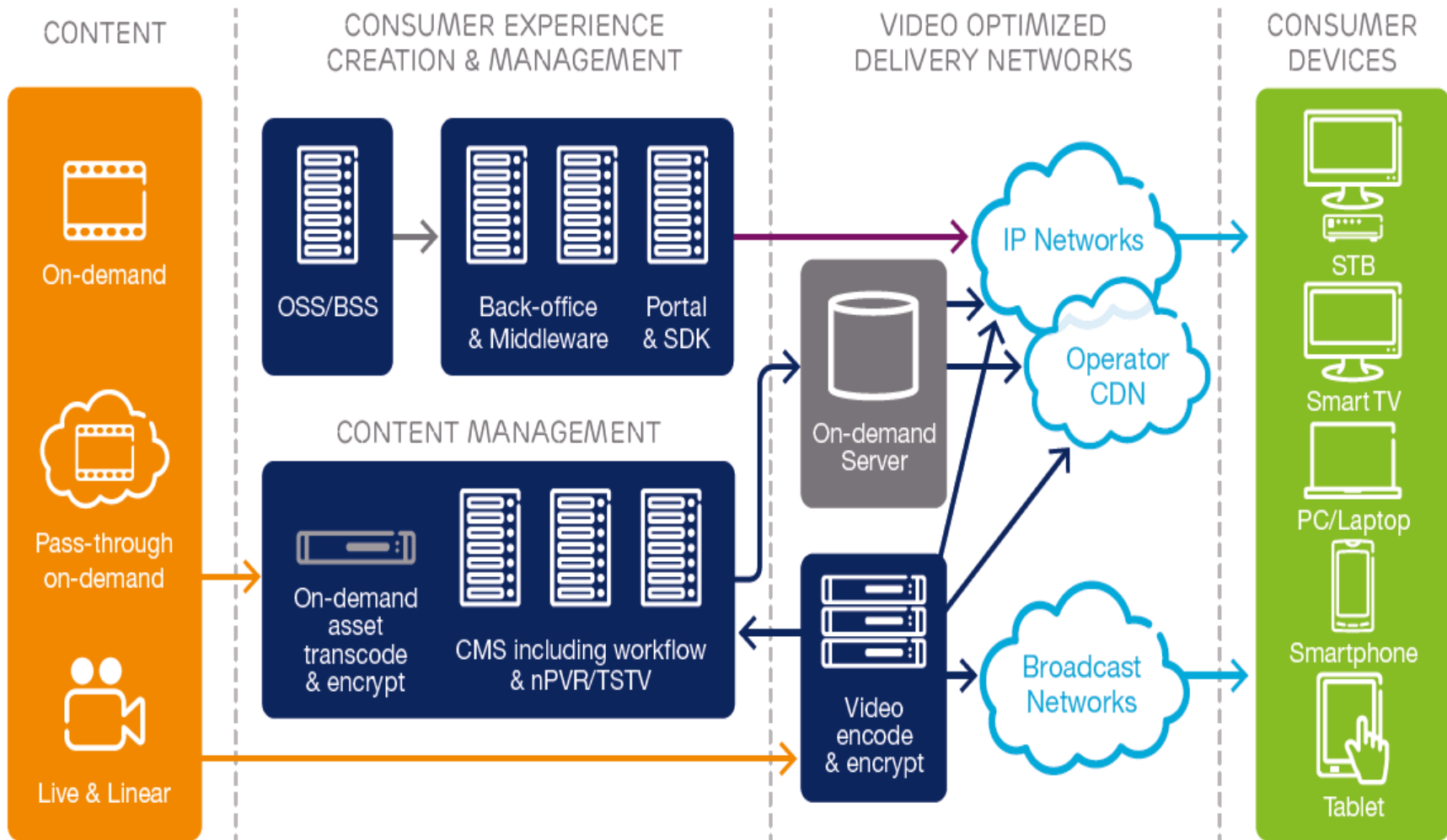
A fogyasztók egyszerű, könnyen használható és egységes felületen szeretnék megkapni az összes tartalmat, minden eszközön



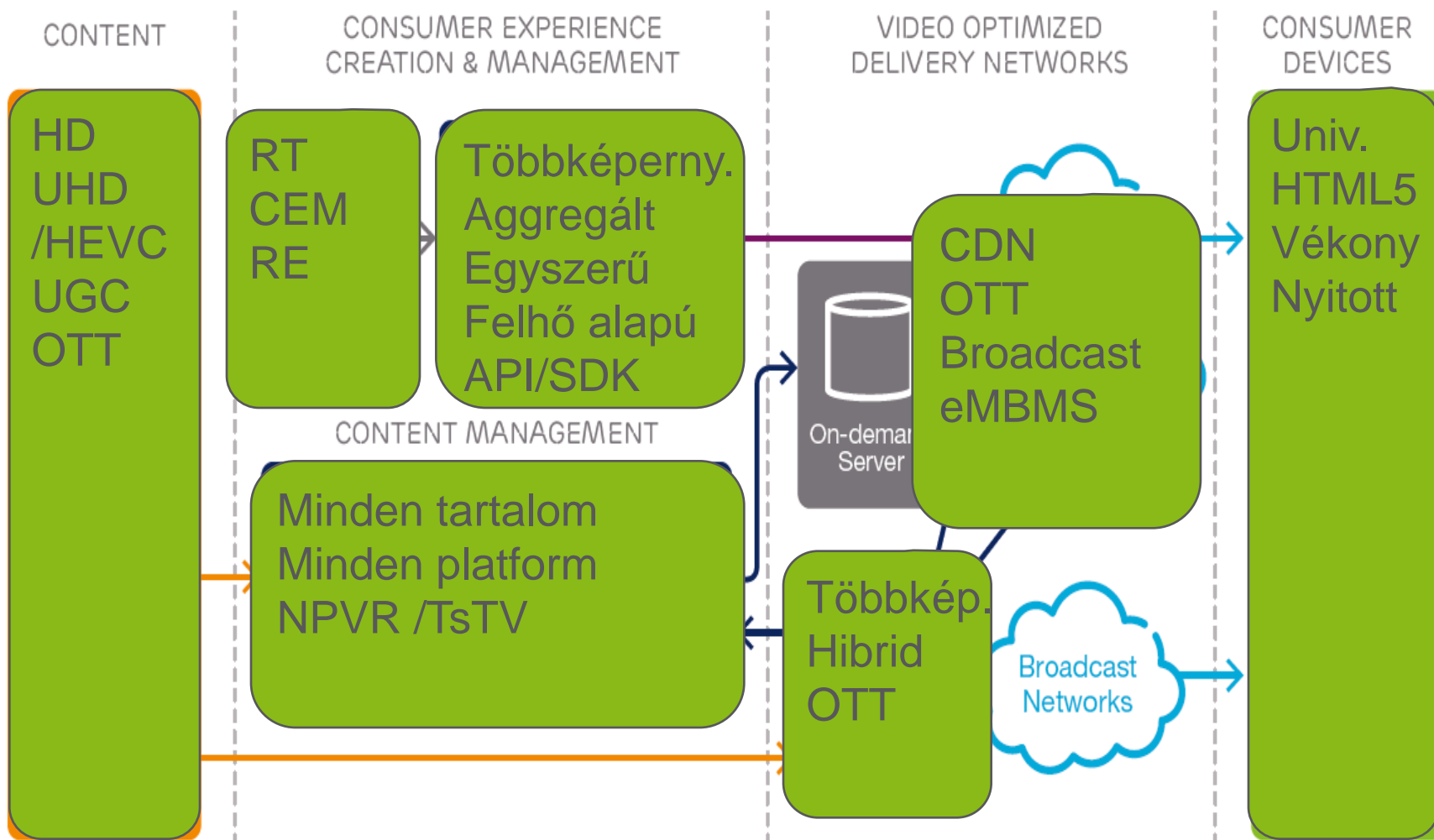
Nem hinném, hogy a piac tolerálni fog több mint egy, de legfeljebb két szolgáltatást, ami mindezt tartalmazni fogja.

Niclas Ekdahl, CEO Viaplay

TÖBBKÉPERNYŐS & OTT ÖKOSZISZTÉMA



TÖBBKÉPERNYŐS & OTT ÖKOSZISZTÉMA





ERICSSON