

# Netflix

## Unit economics

Команда № 2



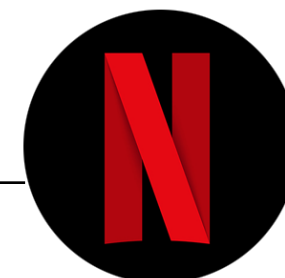
# Данные по компании Netflix

<b>Netflix, Inc.</b>					
<b>Consolidated Statements of Operations</b>					
(unaudited)					
(in thousands, except per share data)					
				<u>Twelve Months Ended</u>	<u>Twelve Months Ended</u>
				December 31,	December 31,
				<u>2019</u>	<u>2020</u>
					<u>2021</u>
Revenues			\$	20 156 447	\$ 24 996 056
Cost of revenues				12 440 213	15 276 319
Marketing				2 652 462	2 228 362
Technology and development				1 545 149	1 829 600
General and administrative				914 369	1 076 486
Operating income				2 604 254	4 585 289
Other income (expense):					
Interest expense				(626 023)	(767 499)
Interest and other income (expense)				84 000	(618 441)
Income before income taxes				2 062 231	3 199 349
Benefit from (provision for) income taxes				(195 315)	(437 954)
Net income			\$	1 866 916	\$ 2 761 395
			\$		\$ 5 116 228

- Существует на рынке с 1997 года
- Крупнейшая OTT-платформа\* в мире
- Основной источник дохода: платная ежемесячная подписка

\* OTT (от англ. *Over the Top*) - метод доставки видеосигнала от провайдера контента на устройство пользователя по сетям передачи данных, часто без прямого контакта с оператором связи

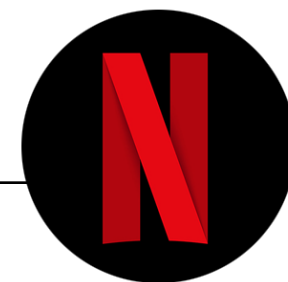
<https://ir.netflix.net/financials/quarterly-earnings/default.aspx>



## Таблица со сводными данными

Квартал	Paid net membership additions, тыс	Paid memberships at end of period, тыс	Revenue, тыс	Marketing, тыс	Cost of revenues	COGS	CAC	CPC (Facebook, Yotube, Google, Twitter)	ARPPU	ARPU
Q1 2018	8258	118902	3602105	536777	1321706	11,1	4,5		30,3	10,0
Q2 2018	5452	124354	3814366	592007	1392512	11,2	4,8		30,7	10,0
Q3 2018	6068	130422	3910597	510330	1455554	11,2	3,9		30,0	9,7
Q4 2018	8837	139259	4101684	730355	1606275	11,5	5,2		29,5	9,6
Q1 2019	9604	148863	4440304	616578	1697121	11,4	4,1		29,8	9,7
Q2 2019	2699	151562	4846916	603150	1778890	11,7	4,0		32,0	10,0
Q3 2019	6772	158334	5173028	553797	1860021	11,7	3,5		32,7	10,4
Q4 2019	8756	167090	5398982	878937	2113631	12,6	5,3	1,5475	32,3	10,2

<https://blog.adstage.io/>



## Расчеты за 4 квартал 2019 г.

COGS = Cost of  
revenues / Paid  
memberships =  
= 12,6



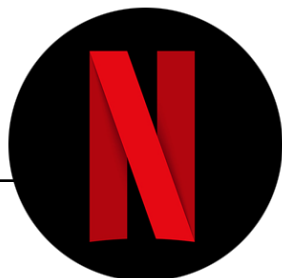
CAC = Marketing /  
Paid memberships  
= 5,3



- ARPPU = 32,3 \$
- ARPU = 10,2 \$

ARPU 10,2 \$ > CPC 1,5 \$

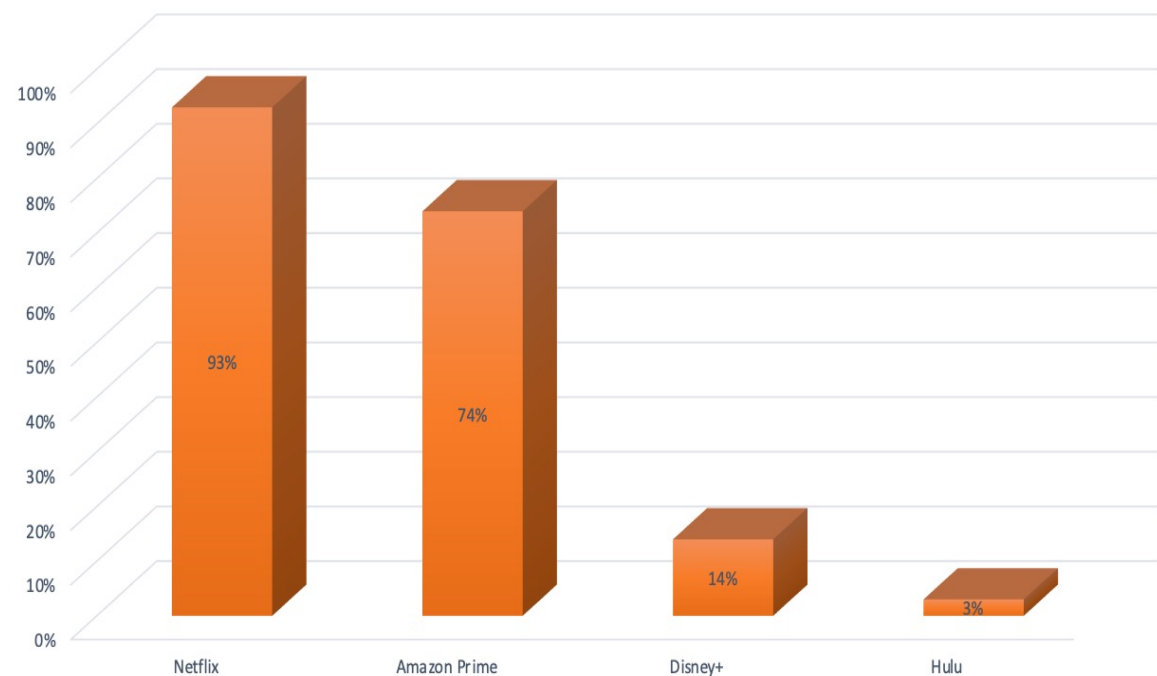
ARPPU 32,3 \$ > CAC 5,3 \$



## Сравнение с другими компаниями

### Конверсия

- Netflix - 93% (бесплатные подписки)
- Amazon Prime - 74%
- Hulu – 3% (7,5 месяцев после запуска)
- Disney+ - 14%

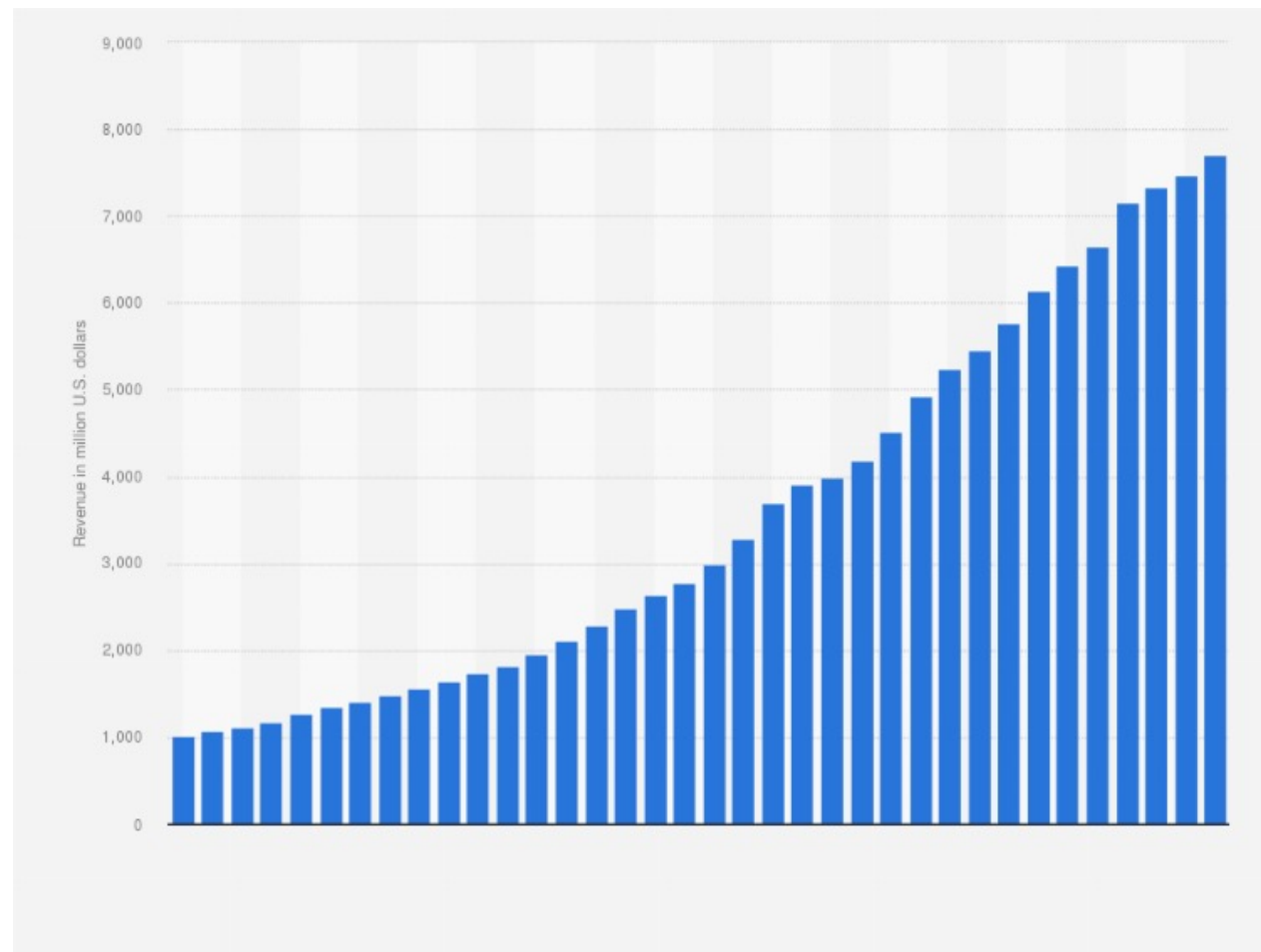


<https://www.digitalcommerce360.com/2015/06/25/amazon-prime-members-convert-74-time/>

<https://www.forbes.com/sites/petercsathy/2020/01/15/disney-reportedly-an-early-smash-success-new-estimates/?sh=5ad15fd07422>

# Выводы

- Юнит-экономика сходится
- На рынке стриминга высокая конкуренция
- Ключевая цель – увеличивать долю рынка
- Можно предложить снижать цену подписки, тем самым увеличивая ARPPU
- Проводить более активную рекламную кампанию, чтобы повышать CAC



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ