



فیلیمو

شبکه نمایش
خانگی فیلیمو از نگاه آمار و ارقام

خرداد 97 تا خرداد 98



120%
رشد تعداد مشترک
در سال گذشته

80%

رشد تعداد اپیزود محتوا نسبت
به سال گذشته

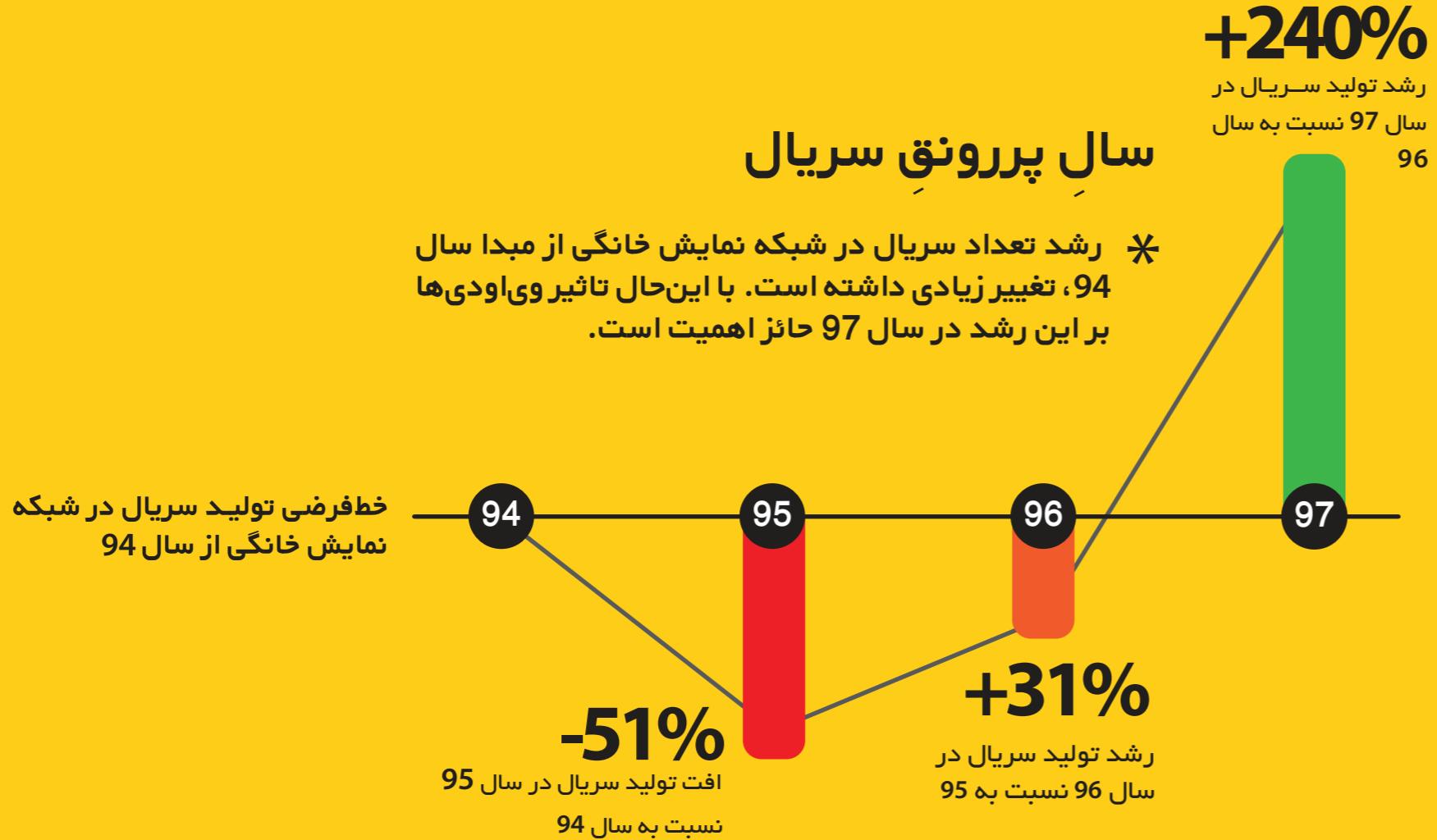
10,667 : خرداد ۹۷
19,224 : خرداد ۹۸

62%

رشد مجموع دقایق محتوى
نسبت به سال گذشته

636,378 : خرداد ۹۷
1,036,256 : خرداد ۹۸





مقایسه تماشای محتواهای ایرانی
نسبت به محتواهای خارجی

آنچه گذشت‌های عجیب و جدید!

حجم اینترنت مصرفی کاربران با به کارگیری تکنولوژی VP9, 35% کم شد



یک کاربر با حوصله فیلم مرد عنکبوتی در دنیای عنکبوتی را در طول 18 روز تماشا کرد

محتواهای اختصاصی و تولیدی به فیلیمو اضافه شد:

نهنگ آبی / ممیزی / هزار و ده شب / کاشوixin / هولدان / وزه پلاس و ...



* فوتبال علیه سینما

در روز بازی ایران و چین یعنی در 4 بهمن 97، دقیقه تماشا نسبت به میانگین دقیقه تماشا در همان ماه نصف شد.



شبکه نمایش
خانگی فیلیمو

خرداد ۹۷ از نگاه آمار و ارقام

خرداد ۹۸ تا خرداد ۹۸



رشد * دقيقه تماشا

140%

* رشد مجموع دقیقه تماشا
$$\frac{1,940,222,819 \text{ دقیقه}}{4,660,092,942 \text{ دقیقه}} \times 100\% = 41.4\%$$
خرداد ۹۷ خرداد ۹۸

خرداد - ۱۳۹۸
15

رکورد تماشای
روزانه جابه‌جا شد

26

میلیون

172

هزار و

834

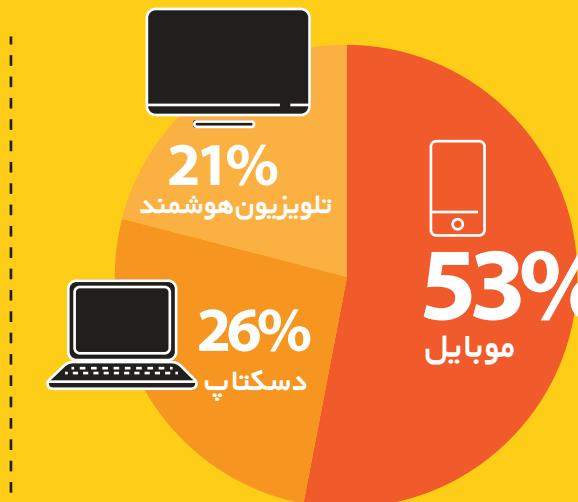
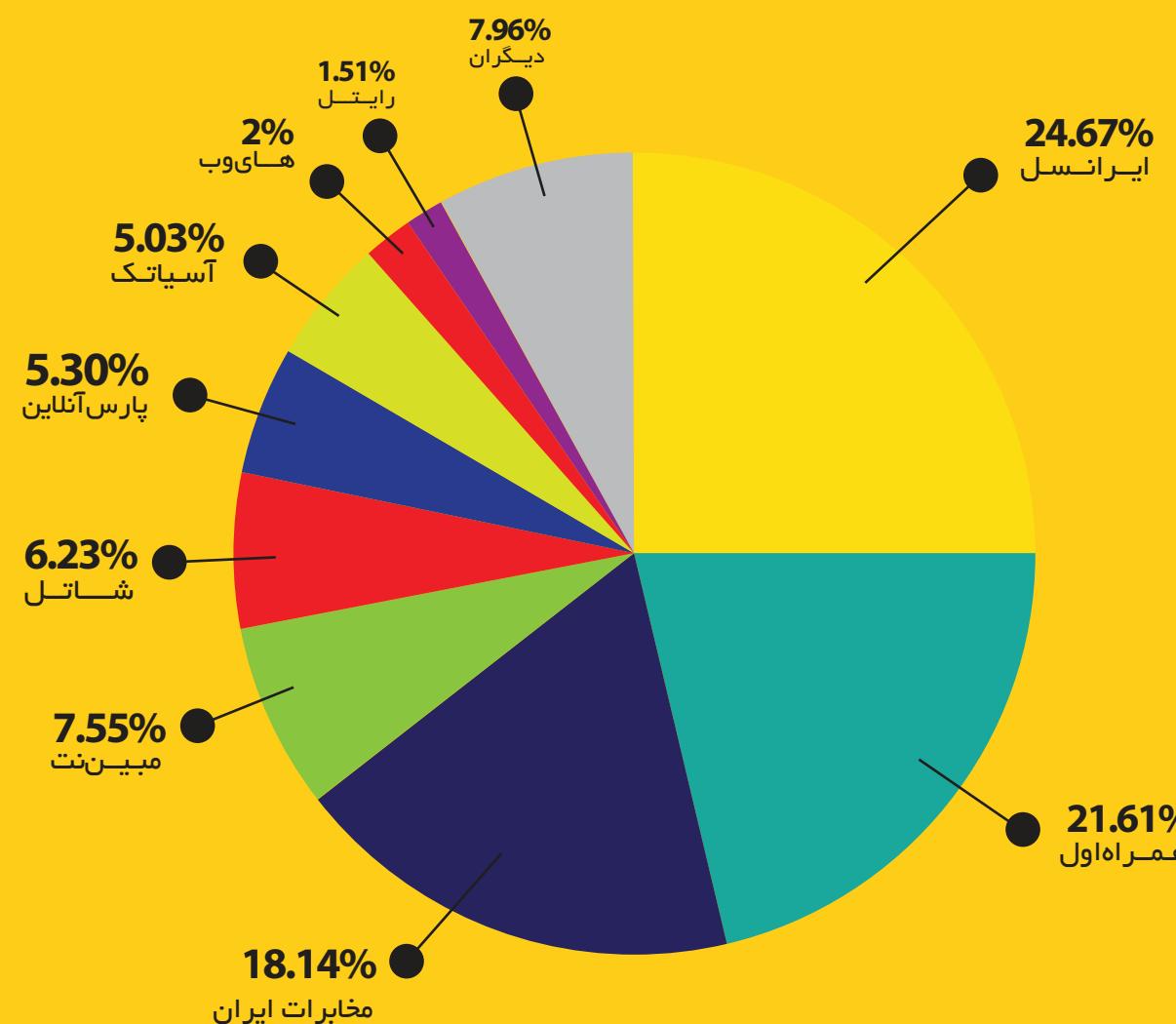
دقیقه
تماشا

Watchtime : دقیقه تماشا *

این گروه پول‌ساز:

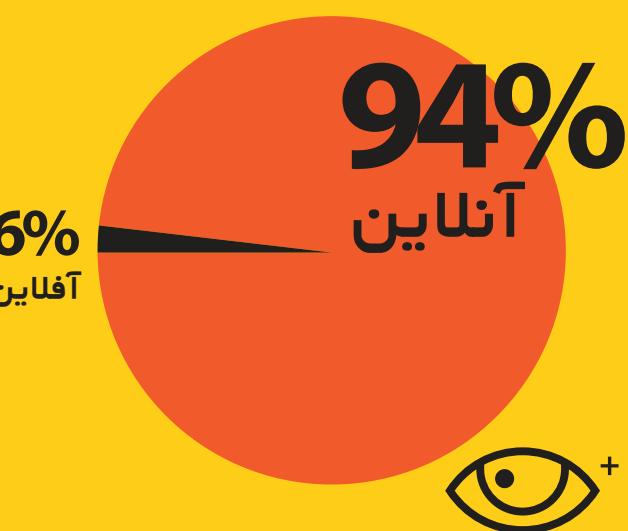
از آنجایی که سلیقه مخاطب در شبکه نمایش خانگی با سینما متفاوت است، آمارهای فیلیمو نشان می‌دهد کنار هم قرار گرفتن این ترکیب از بازیگران و عوامل، پرفروش‌ترین فیلم ایرانی و خارجی را برای شبکه نمایش خانگی خواهد ساخت.





۸۶۴۰ نفر/ماه

اشتغال‌زاوی شبکه نمایش
خانگی و فیلیمو به ازای تولید 8
سریال از خرداد 97 تا خرداد 98



رتبه 27 داخلي الکسا در سال 98
با سیزده پله صعود نسبت به سال 97،
فیلیمو در جایگاه 27 الکسا در میان سایت
های ایرانی قرار گرفت

محبوب‌ترین‌های فیلم و سریال:

فیلم ایرانی: ۱- هزارپا ۲- آینه بغل ۳- لونه زنبور ۴- لاتاری ۵- تگزاس

فیلم خارجی: ۱- ددپول ۲- انتقام جویان جنگ ابدیت ۳- اکوانمن ۴- ماموریت غیرممکن ۵- دنیای ژوراسیک

سریال ایرانی: ۱- هیولا ۲- نهنگ آبی ۳- ممنوعه ۴- ساخت ایران ۲ ۵- هشتگ خاله سوسکه

سریال خارجی: ۱- مردگان متحرک ۲- صد ۳- ورود به سرزمین های بد ۴- بادیگارد ۵- وایکینگ‌ها

انیمیشن: ۱- من نفرت انگیز ۳ ۲- باب اسفنجی در خشکی ۳- زوتوبیا ۴- هتل ترانسیلوانیا ۳ تعطیلات تابستانی ۵- شگفت انگیزان ۲

(معیار سنجش محبوب‌ترین فیلم ایرانی / فیلم خارجی / سریال خارجی / انیمیشن: دقیقه تماشا
معیار سنجش محبوب‌ترین سریال ایرانی: میانگین تماشا ۴ قسمت اول)

محبوب‌ترین‌های ژانر:

1- اکشن: 1 میلیارد دقیقه

2- انیمیشن: 924 میلیون دقیقه

3- خانوادگی: 868 میلیون دقیقه

4- کمدی: 786 میلیون دقیقه

5- علمی‌تخیلی: 340 میلیون دقیقه

(بر اساس دقیقه تماشا)



1- اشتراک ماهانه فیلیمو 25 هزار تومان است.

2- کاربران فیلیمو به طور میانگین 14 اپیزود فیلم و سریال در ماه تماشا می‌کنند.

3- هر کاربر به طور میانگین 1400 تومان برای یک فیلم هزینه می‌کند.

حدود 120 هزار
تومان
صرفه‌جویی
ماهیانه در
سبد سرگرمی



4- با در نظر گرفتن هزینه خرید یک دی‌وی‌دی که 10 هزار تومان است:



سعید ارکان زاده یزدی
روزنامه نگار و پژوهشگر ارتباطات

به دنبال سرگرمی دائمی

در دنیای کنونی که همه افراد با سرریز انواع اطلاعات و محتوا مواجهند، «اقتصاد توجه» به یکی از مسایل مهم اکوسیستم رسانه‌ای تبدیل شده است. اقتصاد یعنی تخصیص بهینه منابع و اقتصاد توجه یعنی اینکه کاربر تلاش می‌کند توجه محدود خود را به بهینه ترین محتواهای مورد نیازش معطوف کند. فهرست فیلم‌ها و سریال‌های پرماخاطب در فیلیمو نشان می‌دهد که سرگرمی مهم‌ترین هدف کاربران آن است. اما اقتصاد توجه در حوزه سرگرمی از پیچیده‌ترین کارهای است چون هر لحظه ممکن است کاربر توجه خود را به جای دیگری که بهینه‌تر می‌پنداشد معطوف سازد. یکی از نمونه‌های این امر در روز ۴ بهمن ۹۷ اتفاق افتاد که هنگام بازی فوتبال

ایران و چین، میزان دقیقت‌تماشا در فیلیمو به نصف میانگین آن ماه رسید. این نمونه نشان می‌دهد که زمین اقتصاد توجه بسیار لغزنه است و حتی مخاطبان وفادار هم ممکن است در پی ارضانشدن نیازشان به سرگرمی، پلتفرم را رها سازند و به رسانه دیگری کوچ کنند. اما با دقت در پیشروی در میان مخاطبان، می‌توان نشانه‌های امیدوارکننده زیادی را دید.

کاربران ایرانی از آن جنس افرادی هستند که تقریباً در تمام شباه روز دنبال سرگرمی‌اند. آن‌ها نمی‌توانند در دنیای واقعی و بهقدر کافی عطش سرگرمی و تفریح خود را برطرف سازند و جهان بیرون نیز به حدی اضطراب‌آور است که به دنبال مفری می‌گردند که از آن



که مشتاق انواع فیلم و سریال روزنده، به روی شرکتهای VOD باز شده است. اقتصاد توجه در میان کاربران ایرانی چه چیز دیگری می‌خواهد که بتواند به تخصیص بهینه برسد؟ همه چیز مهمیست: فیلم و سریال‌های دوبله یا ترجمه‌شده روز دنیا، اینترنت رایگان و قابلیت نمایش روی انواع ابزارها، از گوشی موبایل در مترو گرفته تا کامپیوتر شرکت یا تلویزیون منزل. اگر پلتفرمی بتواند تبلیغات موثری داشته باشد به خوبی می‌تواند سهم چشمگیری از بازار را از آن خود کند. افزایش 120 درصدی تعداد کاربران و رشد 140 درصدی دقیقه‌تماشا در فیلیمو نسبت به سال گذشته مؤید همین قضیه است.

در محل کار، در خیابان و حتی روی تختخوابش در خانه، با فیلم و سریال خود را سرگرم کند. برای همین است که بیش از نیمی از کاربران فیلیمو در موبایل‌شان محتواها را تماشا می‌کنند. بخت با شرکتهای خدمات‌دهنده ویدیویی درخواستی در ایران کاملاً یار است: رادیو و تلویزیون انحصاری است، عملًا تولید جذابی هم ندارد و رقیبی هم برای خود نمی‌پذیرد. امسال دو برنامه از سه برنامه بسیار پربیننده‌اش (نود و خندوانه) تعطیل شده. بسیاری از فیلم‌ها و سریال‌های روز دنیا هم به دلایل ایدئولوژیک یا مشکلات بی‌جهت سخت‌گیرانه ممیزی اجازه پخش ندارند. بنابراین بازار بی‌کرانی پر از مخاطبانی تشنگ

بیرون بزنند، بنابراین پناه می‌برند به دنیای مجازی. آن‌ها تقریباً هر موقعیتی را که بتوانند از دنیای جدی واقعی کسر کنند، به سرگرمی اختصاص می‌دهند. فیلم و سریال دیدن هم این روزها به ابزار جدیدی برای رفع این نیاز تبدیل شده است. تعدادی از کاربران در خانه‌های خود به لطف تلویزیون‌های هوشمند، فیلم و سریال استریم را جایگزین کرده‌اند با تلویزیون سنتی‌ای که چیزی برای گفتن ندارد. آمار فیلیمو هم نشان می‌دهد که یک‌پنجم کاربرانش از تلویزیون محتواهایش را نگاه می‌کنند. اما یکی از بهترین ابزارها برای سرگرم بودن دائم، نه تلویزیون بلکه تلفن همراه است. کاربر می‌تواند در مسیر خانه تا محل کار،



شهرام شریف
روزنامه‌نگار تکنولوژی

بازی نو، بازیگران تازه نفس

آمارهای تازه فیلیمو از کسب و کار این شرکت نشان‌گر تغییرات صنعت VOD در ایران هم هست. این آمارها به وضوح شیفت سلیقه کاربران ایرانی را به سمت مصرف محتوا ویدیو‌آنلاین نشان می‌دهد.

اگر بخواهیم فاکتورهای مختلف این تغییر مهم در سمت و سوی سلیقه کاربران را مورد بررسی قرار بدهیم باید به چند نکته اشاره کنیم:

نخستین فاکتور رشد دسترسی کاربران به اینترنت پرسرعت موبایل است که حتی کاربران نقاط دور افتاده را هم به 3G و 4G متصل کرده است. این موضوع باعث دسترسی ساده کاربران به محتوا ویدیو بر اساس درخواست شده است. به عنوان مثال

شاهد هستیم حدود 53 درصد تماشای محتوا روی فیلیمو از طریق موبایل رخ داده و کامپیوتر 26 درصد و تلویزیون 21 درصد را به خود اختصاص داده‌اند.

فاکتور دوم، رشد محتوای مورد تقاضا از طریق بازیگران صنعت VOD است. سادگی دسترسی به مجموعه گسترده محتوا یک مزیت اصلی است. بی‌سبب نیست شاهد آن هستیم که تقریباً مدل توزیع شبکه نمایش خانگی در سوپرمارکتها و فروشگاهها به تدریج در حال منسوخ شدن است. در همین بخش تولید محتوای اختصاصی توسط بازیگران این صنعت را هم باید مد نظر قرار داد. موضوعی که باعث تغییرات مهم در کل صنعت سرگرمی ایران شده است. سریال‌ها



نیم نگاهی به بازارهای جهانی هم حاکی از رشد نفوذ شرکتهای تکنولوژی و حضور گسترده در این عرصه است. همین امسال شرکت اپل برنامه‌هاییش برای عرصه VOD را (اپل تی وی پلاس) اعلام کرد و شرکتهایی چون نتفلیکیس، Hulu و آمازون هم به سرعت در حال رقابت و تغییر تاکتیک در این عرصه‌اند. نکته مهم اینکه رشد صنعت VOD در ایران در غیاب شرکتهای خارجی مطرح در این صنعت ولی همسو با آن اتفاق افتاده است.

های کاربران (به عنوان مثال از طریق بهبد تکنولوژی‌های فشرده سازی) تماشای محتوا از این طریق را به شدت مقرن به صرفه کرده است.

فاکتور چهارم هم قیمت بسیار ارزان این سرویسها نسبت به مدل‌های مشابه صنعت سرگرمی در ایران است. با تمهدیات مارکتینگ شرکتها در دادن تخفیف به کاربران اپراتورها، کاربران رغبت بیشتری به استفاده از این مدل پیدا کرده‌اند. آمارهای فیلیمو هم به وضوح این را نشان میدهد که کاربران به طور متوسط با تماشای 14 فیلم در ماه در مقایسه با خرید دی وی دی حدود 120 هزارتومان در هزینه سرگرمی ماهانه خود صرفه‌جویی می‌کنند.

و فیلم‌هایی که امسال با حمایت بازیگران این صنعت از جمله فیلیمو دیده‌ایم این نوید را می‌دهد که بازیگران تازه نفسی وارد رقابت عرصه تولید شده‌اند که می‌توانند صنعت را از زیر پرچم - انحصاری - بازیگران سنتی خارج کنند.

همچنین با افزایش تقاضا در بخش‌هایی چون دوبله شاهد رشد تعدادی و سرعت گرفتن دوبله آثار خارجی جدید بوده‌ایم. بحث دوبله مثالی از اشتغال‌زاوی و ایجاد تقاضای تازه را در این عرصه را نشان می‌دهد.

فاکتور سوم تحول فنی در این زمینه است. این تحول هم رضایت بیشتر مخاطبان این سرویس‌ها را از جهت کیفیت دسترسی به همراه داشته و هم به دلیل کاهش هزینه