

## ИГРОВАЯ ИНДУСТРИЯ

Тематическое приложение  
к ежедневной деловой газете РБК  
Четверг 4 октября 2018 | № 171 (2895)

ИННОВАЦИИ: КАК ВИДЕОИГРЫ СТИМУЛИРУЮТ РАЗВИТИЕ ТЕХНОЛОГИЙ |  
РЫНОК: СКОЛЬКО ЗАРАБАТЫВАЮТ КИБЕРСПОРТСМЕНЫ И ИХ КОМАНДЫ



ФОТО: ПРЕСС-СЛУЖБА

## РАЗВЛЕЧЕНИЕ НОМЕР ОДИН

ДОХОДЫ ИНДУСТРИИ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР ПЕРЕВАЛИЛИ ЗА \$100 МЛРД, В НЕЙ ЗАНЯТЫ МИЛЛИАРДЫ ИГРОКОВ, А РОССИЙСКИЙ РЫНОК ОТЛИЧАЕТ ЕДВА ЛИ НЕ САМАЯ ВПЕЧАТЛЯЮЩАЯ ДИНАМИКА ПРОДАЖ.

ИЛЬЯ ВАСИН

**В** 2016 году выручка индустрии компьютерных игр, по данным PricewaterhouseCoopers (PwC), подобралась к \$93 млрд. Причем по этому показателю видеоигры обогнали в 2016 году как музыкальную индустрию (\$47 млрд), так и киноотрасль (\$39,9 млрд). «Игры — самая прогрессивная часть индустрии развлечений, которая давно заткнула за пояс

музыку, литературу и кино», — говорит руководитель игрового направления компании 1С Николай Барышников. Прошлый год производители компьютерных игр закончили с доходом \$116 млрд, если верить профильному изданию GameIndustry. Аналитики из компании Newzoo разьясняют, что из этой суммы \$32 млрд пришлось на продукцию для персональных компьютеров, чуть больше — на \$33 млрд — игрокупили обладатели консолей.

Основную долю рынка (43%), по данным Newzoo, занимают игры на гаджетах, продукция для смартфонов принесла их создателям в 2017 году \$39 млрд, а еще более \$11 млрд дали планшеты.

Однако PC-рынок остается одним из наиболее значимых для игровой индустрии, так как быстрорастущие киберспорт и стриминг опираются именно на персональные компьютеры, и рынок приспособленных для

этих задач высокопроизводительных решений будет неуклонно расти. В 2018 году аналитики ждут очередных рекордов в отрасли: в Newzoo прогнозируют общемировые сборы почти в \$138 млрд, из которых уже не 43%, а больше половины продаж обеспечат пользователи гаджетов. По прогнозам Digi-Capital, такими тем-



← Начало на с. 1

пами обороты рынка видеоигр перевалят за \$200 млрд в ближайшие четыре года. При этом, считают в PwC, прогнозируемые доходы киноиндустрии к этому сроку не дотянут и до \$50 млрд, а музыкальной отрасли — слегка превысят \$56 млрд. При этом в Newzoo прогнозируют, что видеоигры в 2018 году хоть однажды включат более 2,3 млрд человек — почти треть населения Земли.

## ЖИТЬ В ИГРЕ

Если в 1990-х годах основным легальным способом обзавестись игрой была покупка классической «коробки», то затем упаковку вытеснили цифровые продажи. По данным Newzoo, около 90% пользователей «персоналок» покупают игры по интернету. При этом треть обладателей консолей пока предпочитают приобретать их по старинке — в магазине. Впрочем, и в интернете играми обзаводятся по-разному. Руководитель игрового направления Mail.Ru Group Василий Магурян говорит, что сейчас в основном действуют две модели монетизации — free-to-play (f2p) и pay-to-play (p2p). В первом случае речь идет о бесплатной игре (с возможностями внутриигровых покупок), во втором — о приобретенном продукте. «Например, почти все консоли действуют по модели p2p, в то время как на мобильных платформах самыми популярными являются f2p-игры», — добавляет Василий Магурян. «Популярность моделей имеет явную географическую направленность, — считает Николай Барышников. — Например, в Китае большая часть игр выходит по модели free-to-play, а в США — pay-to-play».

По данным аналитиков компании электронной коммерции Digital River, в 2016 году уже четверть всех доходов производителей видеоигр получили за счет внутриигровых микроплатежей. Свою маржу получают и создатели сетевых бирж виртуальных товаров. Скажем, российский маркетплейс Skins.Cash осенью 2017 года отчитывался о ежемесячном обороте \$1,5–2 млн и 95 тыс. проведенных сделок, в основном с виртуальным оружием из игр Counter Strike. Создатель Skins.Cash Владимир Панченко говорит, что на идею создания биржи его натолкнули высокая комиссия за транзакции и ограниченность ассортимента у конкурентов, добавляя, что сейчас площадка зарабатывает 5% от суммы сделок. Интерес к виртуальному контенту есть и у ретейлеров: в сети «М.Видео» ранее заявляли о желании торговать «валютой» из игр от Sony и Microsoft. Василий Магурян говорит, что популярность набирает еще одна модель монетизации игр — game as a service. «Sony, Microsoft, Nintendo начали предлагать доступ к нескольким игровым проектам, в том числе последним новинкам, по фиксированной цене, — пояс-



ФОТО: ПРЕСС-СЛУЖБА

няет эксперт. — Возможно, в будущем модель сможет перевернуть рынок, как в свое время это сделали сервисы доступа к музыкальным библиотекам с ежемесячной оплатой».

Наконец, не все вовлеченные в индустрию потребители собственно играют — многие просто смотрят, как это делают другие. По данным аналитиков из Newzoo, только в августе 2018 года пользователи сервиса Twitch потратили почти 279 млн часов на то, чтобы посмотреть, как другие «рубятся» в игры Fortnite, League of Legends и Dota 2. Еще почти 47 млн часов провели за этим пользователи YouTube. «В будущем количество людей, смотрящих кибертурниры, превысит количество зрителей футбола, хоккея и биатлона», — прогнозирует Николай Барышников.

Что касается дополненной реальности (англ. augmented reality, AR), то после волны популярности первой игры Pokemon GO в этом жанре в AR стали вкладываться такие гиганты, как Apple и Facebook. По оценке компании Greenlight Insights, этот сектор вырастет к 2023 году до \$36 млрд. А в Scalar Market Research приводят еще более оптимистичные прогнозы, говоря о росте AR до \$124 млрд уже к 2022 году. «Игра Pokemon GO — только начало использования технологии, и индустрии нужно больше времени для создания новых точек ее приложения», — считает заместитель вице-президента MSI по глобальному маркетингу Сэм Черн.

## ОТКУДА ДЕНЬГИ

С 1970-х годов главным рынком сбыта видеоигр выступали США, но в последние годы на пятки америке наступает Китай. Аналитики из Newzoo ожидают, что в 2018 году именно Поднебесная, где сейчас насчитывается 619 млн игроков, прине-

сет наибольшую выручку индустрии и в итоге обгонит США, где живут около 179 млн геймеров. Так, «игровая» выручка Китая по итогам года ожидается на уровне почти \$38 млрд, тогда как Америка может принести издателям около \$30 млрд. В пятерку наиболее прибыльных потенциальных рынков 2018 года входят Япония, Южная Корея и Германия, а в десятку — Великобритания, Франция, Канада, Испания и Италия.

Что касается российского рынка, то его отличает едва ли не самая впечатляющая в мире динамика. По данным PwC, в 2016 году в нашей стране было реализовано геймерской продукции на \$1,6 млрд. Сейчас по уровню продаж наша страна, по данным Newzoo, занимает в игровом мире 11-е место. При этом, по мнению PwC, продавцы компьютерных игр в РФ будут ежегодно прибавлять почти по 18% в доходах. В результате к 2021 году профильные издатели должны заработать в России около \$3,7 млрд. О перспективности российского рынка говорит, в частности, тот факт, что

# \$138

млрд достигнут продажи компьютерных игр в 2018 году, по прогнозу компании Newzoo

для него выпускаются эксклюзивные продукты: весной 2018 года вышла материнская плата компании MSI для игровых ПК MSI B360M MORTAR «Илья Муромец» с особым дизайном самой платы, софта и упаковки.

Что касается доходов самих производителей видеоигр, то больше всех по итогам 2017 года заработала китайская инвесткомпания Tencent (\$18 млрд, увеличение выручки более чем наполовину): в свою очередь, она владеет Riot Games — производителем самой популярной в мире игры на «персоналках» League of Legends. Вторую позицию занимает прибавившая за год солидные 35% выручки компания Sony (\$10,5 млрд), третье место — Apple (\$8 млрд). Примечательно, что в списке игровых гигантов есть не только Microsoft (\$7,2 млрд, четвертое место), но и Google (\$5,3 млрд, седьмое место). При этом аналитики Newzoo отмечают, что прошедший год стал для гигантов компьютерной индустрии Apple и Google прорывным именно с точки зрения «игровых» работок.

## НАЧАЛО БОЛЬШОЙ ИГРЫ

Моментом рождения рынка видеоигр считается начало 1970-х годов. Компания Atari тогда выпустила первую коммерчески успешную игру в виртуальный теннис Pong, а в США в продажу по цене \$99,95 поступила первая консоль Magnavox Odyssey (с тем же встроенным теннисом). Несмотря на то что Odyssey работала лишь с телевизорами Magnavox, производителю удалось продать 330 тыс. приставок. Впрочем, основную каску индустрии долгое время приносили массивные игровые автоматы (\$8 млрд на пике в 1982 году) — до тех пор пока домохозяйства не стали приобретать персональные компьютеры и приставки Nintendo. Уже в 1993 году индустрия видеоигр со сборами почти \$20 млрд поставила первый рекорд, превзойдя более чем вдвое (вместе с продажами аркадных автоматов) выручку всего американского кинематографа. Впервые идея продавать виртуальные вещи и прочие бонусы за вполне реальные деньги внутри игр была реализована в 2006 году в ролевой игре Elder Scrolls IV. Сначала геймеры со скепсисом отнеслись к возможности докупать, скажем, броню для главного героя за реальные, а не виртуальные доллары, но со временем технологию оценили.

## «ИГРОВАЯ ИНДУСТРИЯ» (18+)

Тематическое приложение к «Ежедневной деловой газете РБК» является неотъемлемой частью «Ежедневной деловой газеты РБК» № 171 (2895) от 4 октября 2018 г.

Распространяется в составе газеты

Материалы подготовлены редакцией партнерских проектов РБК+ Партнер: MSI. Реклама

Учредитель: ООО «БизнесПресс»  
Издатель: ООО «БизнесПресс»  
Директор ИД РБК: Ирина Митрофанова

Главный редактор партнерских проектов РБК+:  
Наталья Кулакова  
Шеф-редактор печатной версии РБК+:  
Юрий Львов

Выпускающий редактор: Андрей Уткин  
Дизайнеры: Дмитрий Иванов, Сергей Пивоваров  
Фоторедактор: Алена Кондюрина  
Корректоры: Татьяна Поленова,  
Маргарита Тарасенко

И.о. главного редактора газеты:  
Игорь Игоревич Тросников

Рекламная служба: (495) 363-11-11, доб. 1342  
Коммерческий директор издательства РБК:

Анна Брук  
Директор по продажам РБК+:  
Евгения Карлина  
Директор по производству:  
Надежда Фомина  
Адрес редакции: 117393, Москва, ул. Профсоюзная, 78, стр. 1



## ГЕЙМЕРЫ КУЮТ «ЖЕЛЕЗО»

ВИДЕОИГРЫ ПОДТАЛКИВАЮТ РАЗВИТИЕ ТЕХНОЛОГИЙ. ДЛЯ НИХ ПРОЕКТИРУЮТ ВИДЕОКАРТЫ, VR-ШЛЕМЫ И ЦЕЛЫЙ КЛАСС НОУТБУКОВ, КОТОРЫЕ ПРОДВИНУТЫЕ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ИСПОЛЬЗУЮТ И В «ГРАЖДАНСКИХ» ЦЕЛЯХ. **АЛЕКСАНДР КОЧЕТОВ**

О том, что видеоигры являются одним из драйверов компьютерной индустрии, свидетельствует любой тест производительности устройств. Независимо от того, идет ли речь о настольном компьютере, ноутбуке или мобильном гаджете, в «комплект» измерения мощности обязательно войдет показатель количества кадров в секунду, который аппарат способен выжать в трехмерных видеоиграх. Лет двадцать назад начал развиваться и новый класс устройств для геймеров — видеоускорители. По данным Jon Peddie Research, только в четвертом квартале 2017 года в мире было продано подобных устройств на сумму \$4,4 млрд.

Первым графическим ускорителем стало выпущенное в 1997–1998 годах компанией 3dfx семейство видеокарт Voodoo. Трехмерные игры и тогда отличались прозорливостью по части системных ресурсов и заставляли игроков постоянно обновлять свои компьютеры. Однако получить более мощную технику в то время было можно лишь проведя апгрейд процессора. Компания 3dfx, а затем и производитель чипов Nvidia задали новые стандарты: трехмерную графику стали обещивать ускорители с встроенными процессорами. Об эволюции мощности видеокарт, довольно скоро вступивших в соревнование по производительности с процессорами, можно судить по усложнению систем охлаждения видеокарт. Если в 2002 году один из первых игровых видеоадаптеров Nvidia довольствовался небольшим вентилятором, то одна из последних разработок GeForce GTX 1080 Ti этой компании потребляет 250 Вт, и спасти ее от перегрева способны лишь двухсекционный радиатор с медными теплоотводящими трубками и целый блок специальных вентиляторов.

Очень скоро спрос на видеокарты превысил предложение производителей чипов, и начался расцвет рынка графических плат от сторонних производителей. Несмотря на то что все они используют одни и те же чипы графических процессоров, эффективность альтернативных систем охлаждения и цепей питания может значительно превышать таковую в производимых относительно небольшим тиражом референсных (образцовых) плат. Так, флагманская MSI GeForce GTX 1080 Ti Gaming X Trio с системой охлаждения TRI-Frozr до 20% мощнее стандартной ревизии, но при этом работает почти на 20% тише (по данным профильного портала Overclockers).

Только за последние семь лет, судя по тестам 3DMark, мощность графических ускорителей выросла тридцатикратно. Наконец, не зря именно игровые ускорители, как способные на невероятно быстрые вычисления, скупают майнеры. По данным Jon Peddie Research, только в четвертом квартале 2017 года для майнинговых ферм было куплено 17,6% видеокарт на общую сумму \$776 млн.



ФОТО: ПРЕСС-СЛУЖБА

Рост производительности видеокарт и увлечение играми привели к росту рынка геймерских компьютеров. Аналитики из Newzoo прогнозируют, что по итогам 2018 года будет продано до 24 млн таких устройств, тогда как в прошлом году было реализовано около 21 млн.

### БОЛЬШЕ ЧЕМ ЛЭПТОП

По данным Newzoo, до 70% продаж геймерских компьютеров обеспечивают настольные станции, оснащенные мощными видеоускорителями. Однако остальное приходится на игровые ноутбуки — еще один относительно новый сегмент рынка. Его датой рождения можно считать 2006 год, когда производитель Alienware выпустил 17-дюймовый лэптоп, оснащенный видеокартой Nvidia GeForce с 1 Гб памяти. Динамика этого сегмента впечатляет. По данным тайваньского издания DigiTimes, если в 2015 году рынок переварил 3,8 млн игровых лэптопов (порядка 3% поставок всех ноутбуков), то в 2016 году продажи превысили 4,5 млн штук, а по итогам прошлого года подобрались к отметке 5 млн портативных компьютеров. По мнению заместителя вице-президента MSI по глобальному маркетингу Сэма Черна, игровые ноутбуки и в целом игровое «железо» серьезно продвигают всю компьютерную индустрию. «В последние пять лет рынок персональных компьютеров уменьшился более чем на 20%, но рынок игровых ноутбуков и высокопроизводительных компьютеров ежегодно растет на 4–10%», — поясняет Сэм Черн.

По данным DigiTimes, одним из лидеров отрасли по итогам 2017 года выступила компания MSI, продавшая более 1 млн игровых ноутбуков. Однако не дремлют и их конкуренты из Asus, HP, Dell, Acer и Lenovo; пару лет назад к основным поставщикам добавились новые игроки вроде Microsoft, Huawei и Xiaomi. Конкуренцию подстегивает технический прогресс: упомянутая компания Nvidia в 2017 году выпустила видеоадаптеры десятой серии для ноутбуков, после чего те стали способны тягаться с самыми произво-

дительными рабочими станциями. Отдельного упоминания заслуживает технология Nvidia Max-Q, которая позволила снизить тепловыделение чипов почти без вреда для производительности — благодаря этому родилось новое поколение ультратонких игровых ноутбуков вроде MSI GS65, которые превосходят большинство настольных компьютеров, но весят меньше 2 кг и легко помещаются в деловой портфель.

По мнению аналитиков из Technavio, в ближайшие два года продажи геймерских ноутбуков будут ежегодно расти на 21%, в результате чего объем этого сегмента рынка к 2021 году может перевалить за \$22,5 млрд. Если эти прогнозы верны, игровые лэптопы к тому времени займут 5–6% рынка ноутбуков.

### ЧЕРЕЗ ТЕРНИИ К ИГРАМ

Геймерская отрасль создала рабочие места не только в отдельных секторах — на эту работу переключились целые компании. Характерным примером выступает случай тайваньского производителя MSI, который с 1986 года производит материнские платы. Все 1990-е и до конца 2000-х эта компания развивалась по сценарию технологических гигантов: в 2003 году в MSI вывели на рынок собственные ноутбуки, в 2008 году — нетбуки и тогда же сообщили о прибыли в \$3,1 млрд. Впрочем, в американском издании Entrepreneur констатировали, что с нетбуками компания запоздала. Сэм Черн отмечает, что в секторе нетбуков MSI сначала вступила в ценовую гонку с конкурентами, а затем производитель понял, что эти устройства не дают «достаточно производительности» для клиентов. В 2010 году было принято решение полностью переориентироваться на продукцию для геймеров, тем более что продажи в этом секторе росли, в отличие от застоя в целом по отрасли. «Мы приняли решение изменить бизнес-стратегию, поскольку поняли, что с такими дешевыми устройствами, как нетбуки, никогда не достигнем успеха на рынке», — поясняет Сэм Черн.

ИГРОВЫЕ УСКОРИТЕЛИ, СПОСОБНЫЕ НА НЕВЕРОЯТНО БЫСТРЫЕ ВЫЧИСЛЕНИЯ, ПОКУПАЮТ НЕ ТОЛЬКО ГЕЙМЕРЫ, НО И ТЕ, КТО ЗАНИМАЕТСЯ МАЙНИНГОМ КРИПТОВАЛЮТ

Игрокам производитель из Тайваня предложил несколько линий: геймерские видеоускорители, материнские платы, настольные компьютеры, игровые лэптопы (цена которых в топовых модификациях доходила до \$5 тыс.) и даже особый комплект VR One, состоящий из шлема виртуальной реальности, заплечного ранца с компьютером и манипуляторов. Сэм Черн говорит, что в компании спонсировали более 20 киберспортивных команд, «так как хотели понять, о чем думают геймеры». Одновременно, по данным Entrepreneur, были приняты жесткие кадровые решения: один из основателей марки, Генри Лю, без обиняков заявил персоналу, что не держит в компании тех, кому не нравится новый курс MSI. В следующие два года, как сообщает Entrepreneur, расчет попросили 400 сотрудников, однако новая стратегия в итоге сработала. В 2012 году, по словам Сэма Черна, годовые доходы MSI показали прирост 250%. В 2016 году в компании заявили о выходе на рекордную цифру продаж \$3,23 млрд. Стоимость акций на бирже (в сравнении с 2011 годом) тогда практически утроилась. По словам Сэма Черна, успех обеспечили ноутбуки серии GE стоимостью \$1400–2400, которые «лучше всего продаются в последние шесть-семь лет», а с 2015 года — еще и ультратонкие модели GS. При этом компании, считает менеджер, удалось сделать многое и для технического прогресса в целом: в пример он приводит систему охлаждения видеоускорителей с десятком медных трубок в ноутбуках Cooler Boost или игровую клавиатуру для лэптопов с настраиваемой светодиодной подсветкой SteelSeries.

В 2016 году тайваньские аналитики из издания DigiTimes констатировали, что на рынке игровых ноутбуков тайваньская марка фактически заняла доминирующее положение с долей 19%. Ну а обороты всего рынка игрового «железа», по прогнозам аналитиков из Jon Peddie Research, к 2019 году превысят \$140 млрд.



## ВИДЕОИГРА ПО ПРАВИЛАМ БОЛЬШОГО СПОРТА

ОБОРОТЫ КИБЕРСПОРТИВНОЙ ОТРАСЛИ РАСТУТ. В НЕЙ ВСЕ БОЛЬШЕ ОТ ТРАДИЦИОННОГО БОЛЬШОГО СПОРТА: СТРОЯТСЯ АРЕНА, ОРГАНИЗУЮТСЯ ТРАНСФЕРЫ ИГРОКОВ, ОБСУЖДАЕТСЯ ДАЖЕ ПОЯВЛЕНИЕ ВИДЕОИГР НА ОЛИМПИАДЕ. **АЛЕКСАНДР КОЧЕТОВ**

Первая профессиональная лига по компьютерному спорту CPL была создана в Далласе в 1997 году: «рубилась» тогда в Quake, а сами многочасовые сражения какое-то время считались делом гиков и студентов. Но теперь это бизнес: по данным SuperData Research, обороты киберспортивной отрасли в 2017 году превысили \$1,5 млрд. Киберспорт спонсируют многие крупные компании, а некоторые и вовсе ориентируются преимущественно на обеспечение нужд геймеров — например, производитель игровых компьютеров и комплектующих MSI. «Спонсорские контракты могут составлять от нескольких десятков до сотен тысяч долларов в зависимости от медийного веса команды», — говорит руководитель по киберспорту компании Riot Games в России и СНГ Андрей Коршунов. По оценке SuperData Research, половину денег профессиональным игрокам приносят инвесторы, 35% — спонсоры и рекламодатели, по 5% — ставки и продажи билетов и лишь 6% — собственно выигранные в соревнованиях призовые. Впрочем, бюджеты киберспортивных турниров зачастую скромными не назовешь. Так, на самом популярном профильном состязании The International (по ролевой стратегии Dota 2) в 2017 году разыграли почти \$25 млн, причем призовой фонд этого мероприятия за пять лет вырос на порядок.

Спортивный директор киберспортивной команды Vega Squadron, генеральным спонсором которой является компания MSI, Георгий Фалеев отмечает глобализацию в формировании команд. «Понятие «легионер» отмирает. Мы видим все больше интернациональных составов, где в команде чуть ли не все пятеро игроков из разных стран», — говорит он.

По данным SuperData Research, к 2020 году объем киберспортивного рынка вырастет на 26%, а к 2022-му перевалит за \$2,3 млрд. Аналитики считают, что росту доходов отрасли способствует увеличение аудитории соревнований, которая будет прирастать на 12% в год. Крупные состязания уже собирали в сервисе Twitch по 90 млн зрителей, а в SuperData Research прогнозировали, что через пару лет их аудитория достигнет 300 млн человек — показателя, сравнимого с числом телезрителей финала Лиги чемпионов. Более свежая аналитика свидетельствует, что эти цифры могут быть достигнуты уже в 2018 году.

### ДЕНЬГИ В ВИРТУАЛЬНОМ

В 2017 году о партнерстве заявили футбольный клуб Roma и команда виртуальных игроков Fnatic; своими компьютерными сборными (M19 и Team Empire) обзавелись российские «Локомотив» и «Спартак». Между тем в США традиционные команды в 2017 году активно скупали виртуальные ассоциации. Так, американский футбольный клуб Dallas Cowboys выкупил ассоциацию compLexity, а баскетболисты Cleveland Cavaliers, Golden State Warriors и Houston Rockets купили доли в лиге North American Championship

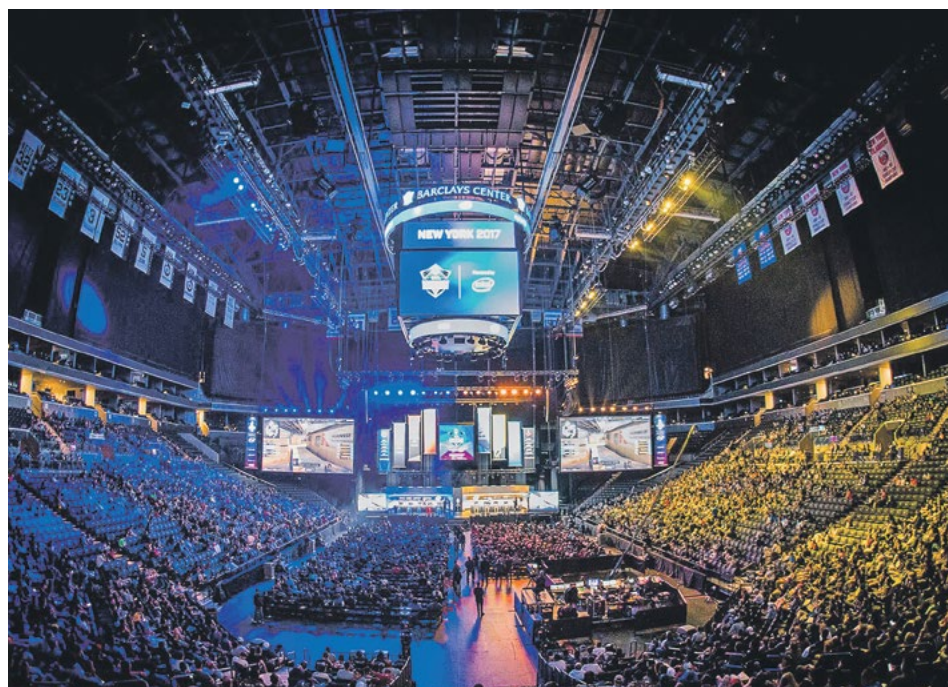


ФОТО: ПРЕСССЛУЖБА

Series (NA LCS). Желание инвестировать в киберспорт изъявила и хоккейная NHL, в 2018 году объявившая о соревнованиях по симулятору NHL 18.

При этом в киберспорт предложили вкладываться и самим профессиональным геймерам. Так, в 2017 году было объявлено о создании французских лиг, для участия в которых команды должны заплатить взносы за так называемый слот. Первопроходцем стала упомянутая лига NA LCS, в которой командам предлагалось заплатить по \$10 млн за возможность «рубки» в ролевую игру League of Legends и соответствующие трансляции в Сети. Стоимость «слотов» в лиге, созданной компанией Blizzard (по игре в шутер Overwatch), и вовсе достигла \$20 млн.

Несмотря на открытие новых лиг, киберспортсмены продолжают хорошо зарабатывать на старой игре — в Dota 2. Так, по данным e-Sports Earnings, кассу именно на ней сделали 50 наиболее высокооплачиваемых геймеров в мире. Впрочем, участники рынка постоянно ищут новые виртуальные «дисциплины». Выпущенная в 2017 году игра Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) в жанре «королевская битва» (среднее между «царем горы» и философией фильма «Горец») сумела собрать в сервисе Twitch 200 млн преданных зрителей всего за семь месяцев существования. По данным SuperData Research, в итоге по объему аудитории эта игра уступила лишь упомянутой League of Legends (286 млн). Столь же стремительно наращивались и призовые фонды: если прошлым летом на состязаниях по PUBG разыгрывались \$350 тыс., то этим летом соревнование Global Invitational в Берлине собрало \$2 млн призовых. Президент Федерации компьютерного спорта России Дмитрий Смит говорит, что «все увереннее чувствуют себя и мобильные игры». В пример он приводит мобильную версию той же PUBG, по которой недавно был анонсирован турнир с призовым фондом \$600 тыс., и запуск двух лиг по играм для гаджетов Vainglory от Super Evil и Clash Royale.

### ОФИЦИАЛЬНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

Еще год назад глава Международного олимпийского комитета Томас Бах пренебрежительно отзывался о возможности включения виртуальных состязаний в олимпийскую программу, говоря, что у киберспортсменов нет для этого международной федерации, а у комитета — уверенности в том, что игроки вообще соблюдают правила. Однако к концу 2017 года тональность заявлений МОК поменялась: во всяком случае в комитете определили правила признания киберспортивных дисциплин олимпийскими (это произойдет в случае создания органа, гарантирующего соблюдение принципов движения). Обсуждается возможность включения видеоигр в программу Олимпиады-2028. Ну а пока виртуальные бойцы смогут участвовать в Азиатских играх 2022 года.

Россия была первой в мире страной, признавшей виртуальные игры официальным спортом: это случилось в 2001 году по распоряжению Госкомспорта. Правда, в 2006 году киберспорт исключили из Всероссийского реестра видов спорта, но спустя десятилетие вернули в этот список приказом Минспорта. Россия занимает первое место в Европе и по объемам выручки в киберспорте. Так, в 2017 году, по данным PayPal и SuperData, Россия с доходами игровых профи \$38 млн обогнала Швецию (\$31 млн) и Данию (около \$22 млн).

За последние два года в России открылись три крупных профильных стадиона — Gamer Stadium (1250 кв. м), Cyberspace Riviera (2000 кв. м) и Yota

РОССИЯ БЫЛА ПЕРВОЙ В МИРЕ СТРАНОЙ, ПРИЗНАВШЕЙ ВИРТУАЛЬНЫЕ ИГРЫ ОФИЦИАЛЬНЫМ СПОРТОМ: ЭТО ПРОИЗОШЛО В 2001 ГОДУ ПО РАСПОРЯЖЕНИЮ ГОСКОМСПОРТА

Arena (5000 кв. м). Yota Arena, один из крупнейших в Европе геймерских стадионов, построен на самые масштабные инвестиции в отрасли — \$100 млн от предпринимателя Алишера Усманова. Это не единственное крупное вложение: бывший топ-менеджер группы МДМ Евгений Туголуков стал спонсором команды M19, рассказав, что на ее содержание ежегодно уходит не менее \$500 тыс.

Каждый год в России проводится множество международных и национальных турниров разного уровня. Например, дважды в год в Москве и Санкт-Петербурге проводятся масштабные турниры-фестивали Epicenter с участниками со всего мира, а в регионах с 2018 года начала свою работу Студенческая лига MGA Uni Cup под эгидой MSI.

В SuperData прогнозируют, что по итогам 2018 года объем российского рынка киберспорта вырастет до \$45 млн, а в 2019-м — до \$53 млн. Если в мире за виртуальными состязаниями предпочитают следить в основном юные зрители, то в России 43% аудитории — люди от 25 до 34 лет. Георгий Фалеев отмечает, что взрослые российские зрители киберспорта привлекает в отрасль новых рекламодателей: эксперт отмечает недавние контракты с ЛУКОЙЛом, Head & Shoulders и Тинькофф Банком. С ним согласен Дмитрий Смит из Федерации компьютерного спорта России. «Аудитория киберспорта непрерывно растет по всему миру, а бренды идут вслед за аудиторией», — поясняет он.

### САМЫЕ ВЫСООПЛАЧИВАЕМЫЕ КИБЕРСПОРТСМЕНЫ

Согласно подсчетам сервиса e-Sports Earnings, рейтинг самых высокооплачиваемых киберспортсменов возглавляет житель Германии К уру Такасоми, чей доход за десятилетие перевалил за \$4 млн. За ним идут датчанин Йохан Сундстейн (с заработком \$3,7 млн), иорданец Амер аль-Баркави (\$3,6 млн), болгарин Иван Иванов и финн Ласс Урпалайнен по кличке Matumbaman (по \$3,4 млн). Российские игроки Алексей Березин, Роман К ушнарев и Павел Хвастунов с доходом по \$1,3 млн занимают в списке e-Sports Earnings места с 41-го по 43-е. При этом киберспортсмены сформировали отдельный рынок, на котором по аналогии с футболом происходят трансферы ценой четверть миллиона долларов.