

Tiêu đề: Tương lai của thị trường phát trực tuyến toàn cầu**Người viết:** Phúc Gia Khanh**Link bài viết:** <https://doanhnhansaigon.vn/doi-song-van-hoa/tuong-lai-cua-thi-truong-phat-truc-tuyen-toan-cau-1100832.html>

Tương lai của thị trường phát trực tuyến toàn cầu

Trong báo cáo mới “Global Entertainment & Media Outlook 2020-2024” (Triển vọng giải trí và truyền thông toàn cầu 2020-2024), Công ty Nghiên cứu và Kế toán PricewaterhouseCoopers (PwC - một trong bốn công ty kiểm toán hàng đầu thế giới hiện nay cùng với Deloitte, Ernst & Young và KPMG) cho biết, doanh thu phát trực tuyến toàn cầu dự kiến sẽ tăng từ 46,4 tỷ USD vào năm 2019 lên 86,8 tỷ USD vào năm 2024, nhưng sự thống trị rõ ràng của Netflix có thể chấm dứt.

PwC cảnh báo rằng “sự mệt mỏi về đăng ký” và “vĩ tiền cao nhất” sẽ trở thành “những cụm từ ngày càng được sử dụng phổ biến, vì thị trường quá đông của các dịch vụ OTT (truyền hình trên Internet) buộc người tiêu dùng phải quyết định chọn dịch vụ nào và số lượng bao nhiêu”. Ghi nhận (về lý thuyết) hiện tại người tiêu dùng sẵn sàng trả tiền cho 3-5 dịch vụ truyền hình trả tiền và/hoặc dịch vụ phát trực tuyến. “Sẽ có một số dịch vụ biến mất khi kết thúc giai đoạn dự báo”, báo cáo của PwC dự đoán. “Sự hợp nhất thị trường cuối cùng sẽ dẫn đến gói dịch vụ mới, trong đó một số dịch vụ OTT độc lập sẽ được đóng gói với những dịch vụ khác theo cách tương tự như truyền hình trả tiền hiện nay. WarnerMedia, Amazon và Apple đều đang đóng vai trò là những nhà tập hợp mới trong thị trường này. Còn Disney đã cung cấp một gói tổng hợp kết hợp Disney+, Hulu và ESPN+ với giá 12,99 USD cạnh tranh ở Mỹ”.

Trong khoảng thời gian 5 năm tới, “một số đối thủ lớn và hăm dọa của Netflix với tham vọng toàn cầu tương tự” sẽ ra mắt hoặc, trong trường hợp của những đối thủ như Disney+ và Apple TV+ triển khai thêm các dịch vụ cạnh tranh”, PwC nhấn mạnh. “Những ngày độc quyền toàn cầu của Netflix sẽ không còn và sự thống trị của nó đang bắt đầu bị thách thức”.

Dự báo hàng năm luôn ghi nhận sự ra mắt của các dịch vụ phát trực tuyến riêng từ những “gã khổng lồ” Hollywood. “Sự tăng trưởng nhanh chóng của thị trường video (phát trực tuyến) tiếp tục cho thấy, một phần là do và chắc chắn về mặt chiến lược, các nhà khai thác truyền thống lớn đang tham gia thị trường với các dịch vụ phát trực tuyến toàn cầu”. Báo cáo lập luận: “Trong khi Netflix và Amazon tiếp tục là những thế lực lớn nhất trên thị trường, lần đầu tiên các đối thủ được tài trợ tốt với tham vọng toàn cầu tương tự sẽ là một thách thức”.

Theo báo cáo PwC, thị trường phát trực tuyến toàn cầu sẽ tăng trưởng “mạnh mẽ” với tỷ lệ gộp 13,4% hằng năm từ 46,4 tỷ USD vào năm 2019 lên 86,8 tỷ USD vào năm 2024. PwC dự báo: “Một thời điểm mang tính biểu tượng sẽ đạt đến vào năm 2024, khi thị trường truyền hình toàn cầu sẽ vượt qua doanh thu truyền hình thuê bao truyền thống ở Mỹ, vốn gần như là thị trường lớn nhất thế giới. Tăng trưởng doanh thu OTT toàn cầu vẫn mạnh hơn nhiều so với thị trường thuê bao truyền hình toàn cầu vốn sẽ giảm ở mức 0,3% hằng năm, từ năm 2019-2024. Tuy nhiên, khi thị trường OTT toàn cầu trưởng thành, tốc độ tăng trưởng doanh thu sẽ chậm lại trong giai đoạn dự báo. Tốc độ tăng trưởng doanh thu 21,8% vào năm 2019 sẽ giảm xuống còn 9,4% vào năm 2024”.

Doanh thu truyền trực tuyến VOD (thị trường video on demand - video theo yêu cầu), lĩnh vực mà Netflix và những đối thủ khác tham gia, sẽ trị giá 75,1 tỷ USD vào năm 2024, tạo ra tỷ lệ tăng trưởng kép hằng năm 14,5% từ 38,1 tỷ USD được ghi nhận vào năm 2019, theo PwC. Điều này cũng cho thấy doanh thu từ quảng cáo VOD mở rộng. PwC nhấn mạnh rằng, nhu cầu liên tục sản xuất hoặc cấp phép “nội dung chất lượng hàng đầu đang trở thành cơn sốt khi cạnh tranh ngày càng gay gắt và ngân sách tăng theo. Về các chương trình hoàn toàn mới - các nền tảng phát trực tuyến chính (bao gồm Netflix, Amazon, HBO Max, Disney+, Apple TV+) có gần 800 phim truyền hình có kịch bản mới dự kiến xuất hiện vào năm 2020. Còn vào thời điểm 2007 - năm mà Netflix chuyển từ DVD truy cập vào phát trực tuyến - chi tiêu toàn cầu cho nội dung truyền hình là 90 tỷ USD, nhưng đến năm 2019 thì con số đó đạt gần 170 tỷ USD và sẽ tiếp tục tăng trong giai đoạn dự báo.

Công ty PwC nhấn mạnh, chi tiêu cho nội dung là “vũ khí quan trọng của cuộc chiến phát trực tuyến”. Do đó, lạm phát cho các chương trình và thu hút ngôi sao nổi tiếng đang tăng giá khi các nền tảng phát trực tuyến cũ và những đối thủ mới gia nhập thị trường đều tìm cách thu hút số lượng đăng ký thuê bao và người xem.