

Лучшая игрушка – электронный планшет.

Видеоигры, превратившиеся в массовое хобби, покорили мир и создали впечатляющую масштабами отрасль.

Забавные увлечения, превратились в весьма доходное предприятие.

Число геймеров по всему миру достигает 3 миллиардов и индустрия видеоигр остается одним из самых быстрорастущих сегментов.

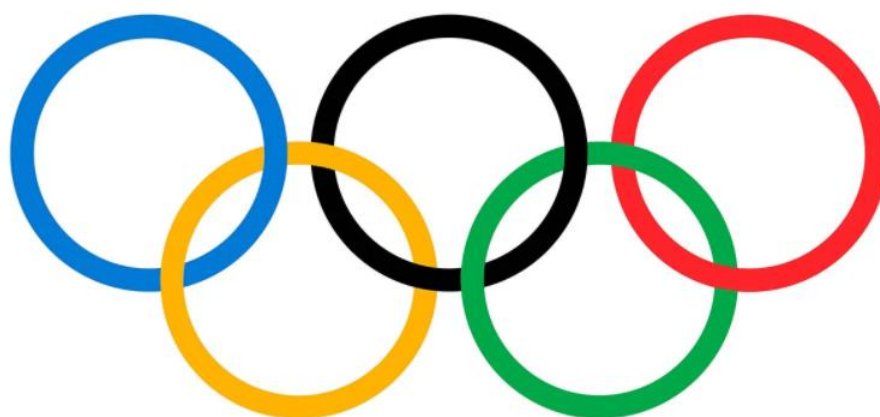
Пандемия ввела мировое сообщество в глобальный карантин и вынудила многих вести малоподвижный образ жизни. Тем самым, некоторые предприятия воспользовались открытым окном возможностей. Меры по изоляции, выполнили свою работу...

COVID-19 вывел данную отрасль на новые высоты.

Безусловно, интерес к киберспорту и в целом к видеоиграм, набирает обороты.

Опираясь на конкретные факты, можно предположить, что киберспортивные соревнования вскоре начнут приносить своим болельщикам не меньше радости чем соревнования с участием человека. Также, стоит заметить, что вознаграждения киберспортсменов стремительно растут и в определенный момент времени могут ничем не уступать вознаграждениям профессиональных спортсменов.

[Esports](#)



OLYMPIC
VIRTUAL SERIES

[МОК делает знаковый шаг в сторону виртуального спорта, объявляя о первой в истории олимпийской виртуальной серии](#)

22 апреля 2021

Список самых высокооплачиваемых спортсменов мира по версии Forbes

2023 list [edit]

The 2023 list:^[1]





Rank ↕	Name ↕	Sport ↕	Country ↕	Total ↕	Salary/winnings ↕	Endorsements ↕
1	Cristiano Ronaldo	Association football	 Portugal	\$136 million	\$46 million	\$90 million
2	Lionel Messi	Association football	 Argentina	\$130 million	\$65 million	\$65 million
3	Kylian Mbappé	Association football	 France	\$120 million	\$100 million	\$20 million
4	LeBron James	Basketball	 United States	\$119.5 million	\$44.5 million	\$75 million
5	Canelo Álvarez	Boxing	 Mexico	\$110 million	\$100 million	\$10 million
6	Dustin Johnson	Golf	 United States	\$107 million	\$102 million	\$5 million
7	Phil Mickelson	Golf	 United States	\$106 million	\$104 million	\$2 million
8	Stephen Curry	Basketball	 United States	\$100.4 million	\$48.4 million	\$52 million
9	Roger Federer	Tennis	 Switzerland	\$95.1 million	\$0.1 million	\$95 million
10	Kevin Durant	Basketball	 United States	\$89.1 million	\$44.1 million	\$45 million

Esports

Топ-100 самых высоких общих доходов

Top 100 Highest Overall Earnings

This list represents the top 100 players in esports who won the most prize money based on information published on the internet. Sources include news articles, forum posts, live report threads, interviews, official statements, reliable databases, VODs and other publicly-accessable sources that preserve "historical" information.

	Player ID	Player Name	Total (Overall)	Highest Paying Game	Total (Game)	% of Total
1.	 N0tail	Johan Sundstein	\$7,184,163.05	<i>Dota 2</i>	\$7,172,436.83	99.84%
2.	 JerAx	Jesse Vainikka	\$6,486,948.78	<i>Dota 2</i>	\$6,486,400.02	99.99%
3.	 ana	Anathan Pham	\$6,024,411.96	<i>Dota 2</i>	\$6,024,411.96	100.00%
4.	 Ceb	Sébastien Debs	\$5,870,342.73	<i>Dota 2</i>	\$5,870,342.73	100.00%
5.	 Topson	Topias Taavitsainen	\$5,701,022.33	<i>Dota 2</i>	\$5,701,022.33	100.00%
6.	 KuroKy	Kuro Takhasomi	\$5,291,747.73	<i>Dota 2</i>	\$5,290,024.39	99.97%
7.	 Miposhka	Yaroslav Naidenov	\$5,262,679.69	<i>Dota 2</i>	\$5,262,679.69	100.00%
8.	 Yatoro	Ilya Mulyarchuk	\$5,034,281.15	<i>Dota 2</i>	\$5,034,281.15	100.00%
9.	 Collapse	Magomed Khalilov	\$5,030,519.27	<i>Dota 2</i>	\$5,030,519.27	100.00%
10.	 Mira	Miroslaw Kolpakov	\$5,016,307.25	<i>Dota 2</i>	\$5,016,307.25	100.00%

Esports Earnings is a community-driven competitive gaming resource based on freely available public information. The accuracy of this website is dependent on user contributions. More help is always welcome.

\$1,648,761,043.86 USD
in prize money recorded

60,521 Tournaments
131,034 Players
649 Games
1,784 Teams

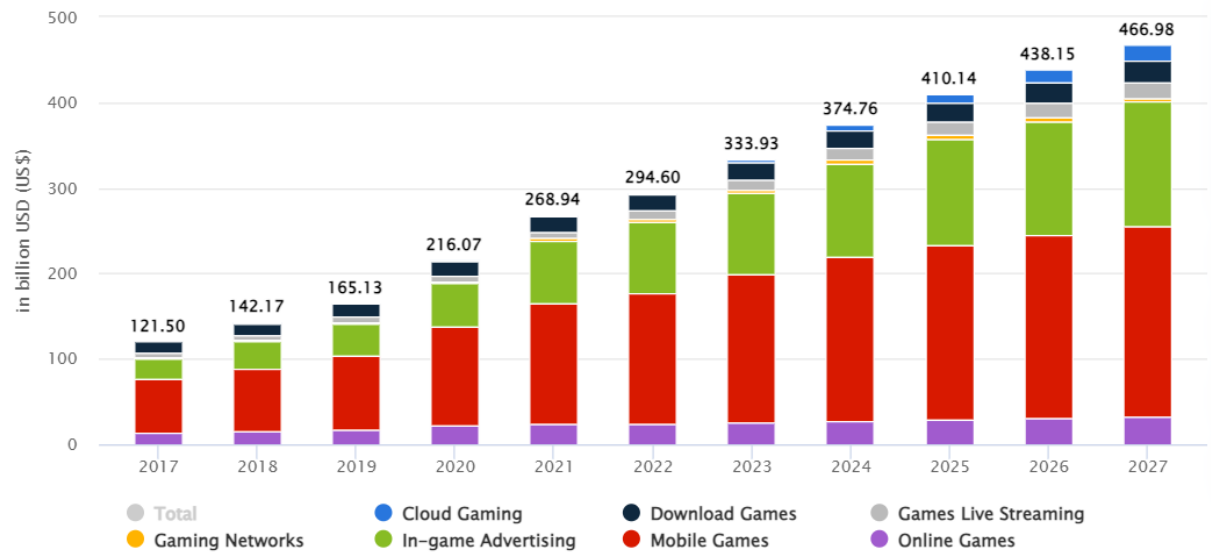
Get involved:
◦ [Join now](#) and start editing!

Видеоигры – по всему миру

- По прогнозам, в 2023 году выручка на рынке видеоигр достигнет 334,00 млрд долларов США.
- Ожидается, что годовой темп роста выручки (CAGR 2023-2027) составит 8,74%, в результате чего прогнозируемый объем рынка к 2027 году составит 467,00 млрд долларов США.
- Ожидается, что к 2027 году на рынке видеоигр количество пользователей составит 3,1 миллиарда пользователей.
- Проникновение пользователей составит 35,2% в 2023 году и, как ожидается, достигнет 39,0% к 2027 году.
- Крупнейшим рынком являются мобильные игры с объемом рынка в 173,60 млрд долларов США в 2023 году.
- В глобальном сравнении большая часть доходов будет получена в США (96 680 миллионов долларов США в 2023 году).
- По прогнозам, средний доход на пользователя (ARPU) на рынке видеоигр в 2023 году составит 123,60 долларов США.

REVENUE BY MARKET

REVENUE GROWTH BY MARKET



Key Players

TOP COMPANY REVENUES (WORLDWIDE & CONSOLIDATED)

in billion USD (US\$)

	2018	2019	2020	2021	2022
Activision Blizzard	7.50	6.49	8.09	8.80	8.09
Bandai Namco Holdings	6.14	6.80	8.33		
Electronic Arts	5.54	5.15	6.99		
Microsoft	110.40	168.10	198.30	110.40	
Nintendo	10.87	12.00	16.47	15.45	
Sega Sammy Holdings	3.00	3.36	2.60	2.92	
Sony	78.48	75.77	84.28	90.40	
Take Two Interactive Software	2.67	3.09	3.37	3.51	
Tencent Holdings	47.26	54.61	69.86	86.85	90.81

Most recent update: Jun 2023

Source: Statista Company Insights

Game On: видеоигры являются основным продуктом медиа-диеты миллениалов

Июнь 2019

Много было написано о том, как миллениалы находят свое место на рынке труда, создают семьи и развивают свое экономическое мастерство. Но это не значит, что они все занимаются бизнесом. Фактически, миллениалы были первым поколением, выросшим с широким доступом к видеоиграм, и они такие же активные геймеры, как и в детстве, если не больше.

Важно отметить, что миллениалы интересуются не только видеоиграми. Им также нравится смотреть, как играют другие. Согласно новому отчету, 71% геймеров-миллениалов смотрят игровой видеоконтент или онлайн-видео об играх на таких платформах, как YouTube и Twitch. Учитывая сходство с другими типами видеоконтента, создатели популярного игрового видеоконтента обычно следуют регулярному графику при трансляции или загрузке видео. Чтобы поддерживать постоянный уровень зрителей, создатели должны быть внимательны к своей аудитории и часто предоставлять новый контент. Зрители игрового видеоконтента напрямую поддерживают авторов двумя основными способами:

- Подписки: авторы получают абонентскую плату раз в месяц через платформу, на которую транслируют или загружают создатели игрового видеоконтента.
- Пожертвования. Авторы также получают единовременные выплаты любой стоимости.

Игры — это не тот вид деятельности, из которого миллениалы собираются отказаться в ближайшее время. Они станут первым поколением геймеров на протяжении всей жизни, и медиа-фирмы и маркетологи должны это принять во внимание. Добавляя игры в свой медиа-микс, рекламодатели могут охватить миллениалов, где они проводят значительную часть своего досуга и денег.

Мировая индустрия видеоигр уже много лет представляет собой бизнес с оборотом в миллиарды долларов. В 2022 году [выручка мирового игрового рынка](#) оценивалась почти в 347 миллиардов долларов США, при этом рынок мобильных игр принес примерно 248 миллиардов долларов США от общей суммы. Игровой рынок постоянно развивается, и технологические достижения открывают перед разработчиками игр новые возможности для создания более захватывающего и захватывающего опыта с помощью новых технологий, таких как облачные и VR-игры.

ПК и смартфоны остаются самыми популярными игровыми устройствами.

По данным [Statista](#)

Опрос, проведенный в апреле 2023 года, показал, что 64 процента геймеров в США играют в видеоигры на своих смартфонах. Мобильные устройства заняли первое место среди предпочтительных игровых устройств, а игровые консоли и ПК заняли второе и третье места соответственно.

Производители видеоигр: [Activision Blizzard, Inc.](#), [Electronic Arts Inc.](#), [Take-Two Interactive Software, Inc.](#), [Sony Group Corporation](#), [Microsoft Corporation](#), [Nintendo](#).

Производство компьютерного оборудования, ориентированного на киберспорт: [Logitech International S.A.](#), [Corsair Gaming, Inc.](#), [Dell Technologies Inc.](#), [HP Inc.](#), [Razer Inc.](#).

В какой-то мере, значительный рост продаж был обусловлен COVID-19 и это своеобразно сыграло на руку компаниям данного вида деятельности. Но по мере возвращения к нормальной жизни, компании прогнозируют, что темпы роста будут более умеренными.

Нельзя оставить без внимания и тот факт, что в мире насчитывается более 2 миллиардов мобильных игроков, и определенные компании не охватывают данную аудиторию. Это носит своеобразный риск, особенно, когда геймеры начинают переходить с ПК на мобильные устройства, игровые консоли и электронные планшеты.

Конкуренция возрастает и, чтобы оставаться в тренде компании обязаны выпускать новые продукты, а это требует значительного вливания средств в НИОКР.

Низкая себестоимость производства влияет на гибкость компании в ценовой политике, опираясь на сегодняшние условия инфляционной среды, сбои в производстве и цепочке поставок. Стоит иметь представление о том, насколько эта тенденция может носить циклический характер.

Также, необходимо иметь представление о том, какое количество посредников в цепочке поставок, играющих важную роль в хозяйственной деятельности предприятия может выйти из бизнеса, кто придет на замену и на каких условиях.

Перезагрузка в международных экономических отношениях, запустила цепную реакцию.

Компании не продают именно тот вид товара, который можно классифицировать как жизненно необходимый, хотя сегодня это уже может быть не так.

Необходимо понимать масштаб проблемы и причинно-следственные связи.

Как часто пользователи должны и могут, позволить себе делать необходимые или просто по прихоти обновления? COVID-19 по большому счету вынудил очень многих обзавестись аксессуарами, в которых эти самые многие ранее не нуждались.

И все же, мы имеем направление, которое растет впечатляющими темпами.

Киберспорт, видеоигры, удаленная работа и подобного рода занятия, безусловно стали вездесущи.

Покупая себе спортивную обувь и при этом не будучи профессиональным спортсменом, какие вопросы мы себе задаем? Наверняка нас будет интересовать: качество, долговечность, комфорт и так далее. Для кого-то, скорее всего, важен цвет обуви, цвет подошвы и шнурков.

Так вот, какие вопросы должны задавать геймеры, покупая то или иное оборудование?

Также, значительная часть оборудования целого ряда компаний, производится в Азии, что само по себе не является нонсенсом, но это определенный риск, который необходимо учитывать. Некоторые компании испытывали дефицит инвентаря, что связано с нарушением цепочки поставок и привело к неудовлетворенному спросу.

Безусловно, у компаний есть портфели патентов, но судя по всему, конкуренция будет только нарастать.

Logitech International S.A.

FORM 10-K за завершившийся финансовый год 31 марта, 2023

<https://www.sec.gov/ix?doc=/Archives/edgar/data/1032975/000103297523000021/logi-20230331.htm>

Мы являемся обладателями различных патентов и заявок, находящихся на рассмотрении в США, а также соответствующих патентов и заявок, находящихся на рассмотрении, из других стран. Хотя мы считаем, что патентная защита важна, мы также считаем, что патенты имеют меньшее конкурентное значение, чем такие факторы, как технологические инновации, простота использования и качественный дизайн. Ни один патент сам по себе не важен для Logitech в целом.

При этом, для удаленной работы необходимо иметь в наличии определенные устройства, производимые Logitech или ее конкурентами.

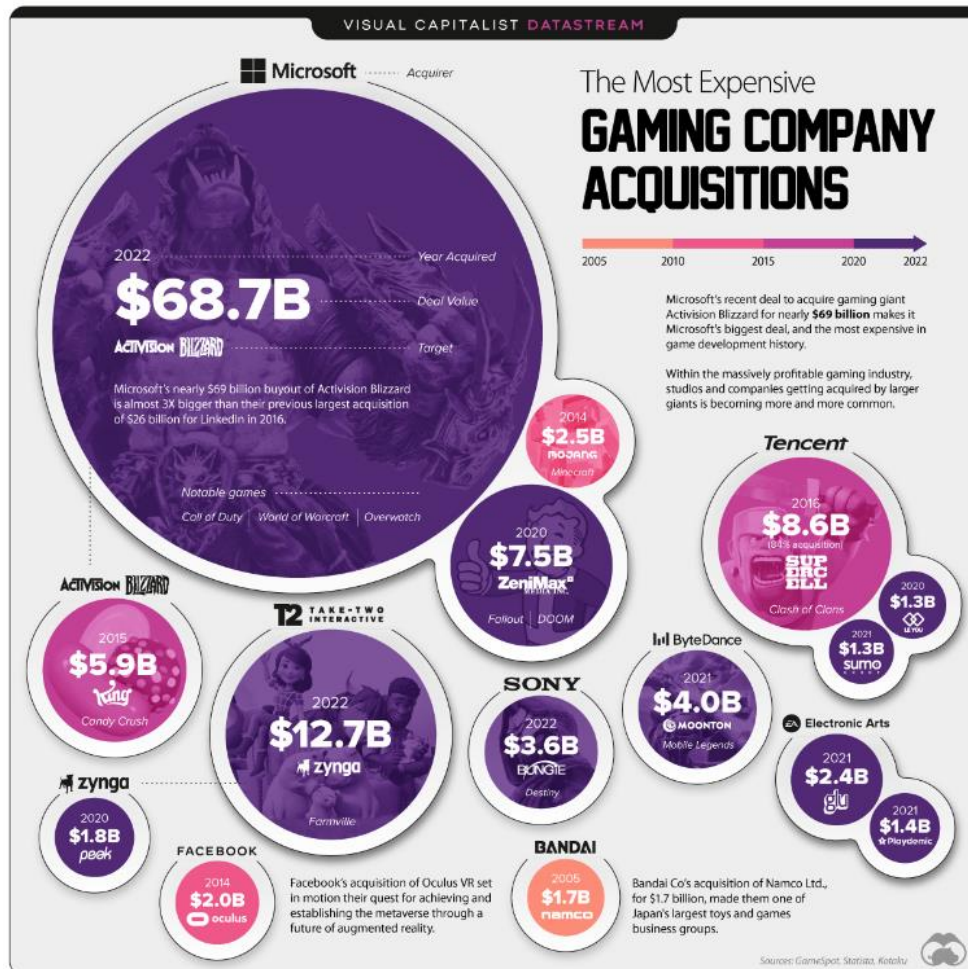
Logitech P4 (1981 г.) была первой в мире коммерчески доступной мышью.

<https://en.wikipedia.org/wiki/Logitech>



Толкаясь локтями, компании осуществляют набеги на своих конкурентов, но понадобится некоторое время, чтобы дать оценку руководству на этом поприще.

Визуализация крупнейших приобретений игровых компаний за всю историю



Here are the top 15 most expensive gaming company acquisitions in history:

Rank	Acquirer	Target	Year of Acquisition	Deal size (\$B)
#1	Microsoft	Activision Blizzard	2022	68.7
#2	Take-Two Interactive	Zynga	2022	12.7
#3	Tencent	Supercell (84% Acquisition)	2016	8.6
#4	Microsoft	ZeniMax Media	2020	7.5
#5	Activision Blizzard	King	2015	5.9
#6	ByteDance	Moonton	2021	4.0
#7	Sony	Bungie	2022	3.6
#8	Microsoft	Mojang	2014	2.5
#9	Electronic Arts	Glu Mobile	2021	2.4
#10	Facebook	Oculus VR	2014	2.0
#11	Zynga	Peak	2020	1.8
#12	Bandai	Namco	2005	1.7
#13	Electronic Arts	Playdemic	2021	1.4
#14	Tencent	Leyou	2020	1.3
#15	Tencent	Sumo Group	2021	1.3

10 of the 15 biggest gaming company acquisitions have happened in the last three years.

Реверс данной монеты в том, что аудитория, жаждущая развлечений, а это и дети, и взрослые, предпочитают настольным играм и не только, видеоигры. По крайней мере сдвиг в сторону последних весьма значителен.

В каком-то смысле, на другой стороне чаши весов оказались:

[Hasbro, Inc.](#), [Mattel, Inc.](#), [Funko, Inc.](#), [JAKKS Pacific, Inc.](#) и другие.

Буквально несколько десятилетий назад мы осваивали неизведанные территории на просторах улиц. Сегодня, дети, подростки и взрослые, осваивают неизведанные территории в [App Store](#).

Hasbro, Inc.

Form 10-K за завершившийся финансовый год 25 декабря, 2022

<https://www.sec.gov/ix?doc=/Archives/edgar/data/46080/000004608023000017/has-20221225.htm>

Помимо борьбы с конкуренцией со стороны других компаний, занимающихся игрушками, играми, развлечениями и рассказами, мы боремся с растущим разнообразием предложений цифровых игр и цифровых развлечений, доступных для детей, в то время как жизненный цикл традиционных игрушек и игр сокращается.

Меняющиеся тенденции потребительских предпочтений в отношении развлечений и низкие барьеры для входа, а также появление новых технологий и различных средств просмотра контента, таких как растущее число вариантов потоковых платформ, постоянно создают новые возможности для существующих конкурентов и стартапов. Мы стремимся разрабатывать продукты и предложения, конкурирующие с нашими предложениями в области развлечений, игрушек и игр.

[Права человека и Этический поиск](#)

Подобного рода деятельности компании, неоднократно сталкивались с нижеуказанными моментами своей хозяйственной деятельности и это лишь некоторые из бесчисленного множества примеров. Но при этом, ситуация кардинально меняется.

[Hasbro](#)

В 2007 году группа по защите прав рабочих провела расследование у нескольких китайских поставщиков Hasbro и обнаружила, что в одном случае фабрика игрушек в китайской провинции Гуанси наняла 1000 учеников младших классов средней школы.

ГРЯЗНЫЕ ИГРУШКИ, СДЕЛАННЫЕ В КИТАЕ

Около 1800 китайских рабочих на фабрике Dongguang Zhenyang Wanju в провинции Гуандун производят игрушки для Disney, Mattel, Hasbro и других международных брендов, в тяжелых условиях, лишенные своих прав, голоса и элементарной справедливости.

«Кошмарные» условия на китайских фабриках, где производятся игрушки Hasbro и Disney

Solidar Suisse

[Hot Wheels](#) принадлежащий [Mattel](#), один из примеров того, как с помощью разработчиков популярная игрушка становится гражданином мира видеоигр.

Частичная миграция вышеуказанных компаний в цифровое пространство, является неотъемлемой частью экспансии. Но стоит учесть, что им придется толкаться локтями... Значительный рост продаж игрушек обусловлен популярностью экранизации комиксов, чем занимается к примеру компания [Marvel Studios](#), являющаяся дочерней компанией [The Walt Disney Studios](#), подразделение [The Walt Disney Company](#).

Палате депутатов.

Мы подвергаемся ожесточенной конкуренции со стороны заграничного соперника, который обладает настолько превосходящими устройствами для производства света, что может наводнить наш национальный рынок, предлагая свой товар по сниженным ценам. Этим соперником является не что иное, как солнце. Мы обращаемся с петицией – провести закон, предписывающий закрыть все окна, отверстия и щели, сквозь которые солнечный свет обычно проникает в наши жилища, нанося этим ущерб прибыльному производству, которым мы были в состоянии одарить страну.

Подпись: Фабриканты подсвечников.

Фредерик Бастиа

Отказ от ответственности

Данный материал предоставляется исключительно для информационных целей и не является предложением или просьбой купить, или продать ценные бумаги какой-либо компании. Любое инвестиционное решение, сделанное вами, не должно быть сделано на основании информации, описанной в данной статье. Автор не несет ответственности за потери или прибыли полученные вами в ходе торговых операций на финансовых рынках. Некоторая информация может не соответствовать действительности.

19.09.2023