НЕВАФИЛЬМ RESEARCH

КИНОРЫНОК РОССИИ – 2017

ТАТЬЯНА ГОРСКАЯ, ПАВЕЛ КУЗЬМИЧЕВ, АЛЕКСАНДР СТОЕВ – АНАЛИТИКИ НЕВАФИЛЬМ RESEARCH;
КСЕНИЯ ЛЕОНТЬЕВА – ВЕДУЩИЙ АНАЛИТИК НЕВАФИЛЬМ RESEARCH
ПРИ УЧАСТИИ ИСКАНДЕРА АМИНОВА («ДЕЛОВАЯ РУСЬ»), СЕРГЕЯ БОЛОТИНА («СИНЕМА 360»),
ЛЬВА ЛЕВИЦКОГО («КИНОХОД»), ЭЛЛИНЫ САТТАРОВОЙ, НАТАЛЬИ ТРИФОНОВОЙ, СПЕЦИАЛИСТОВ «WEBKONTROL».

Июль 2018
Санкт-Петербург

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Главные цифры-2017

612 фильмов в регулярном прокате

401 новый релиз

212,6 зрителей

1,6 кинопотребления на душу населения

53,4 млрд руб. кассовых сборов

24,1% зрителей российских фильмов

23,2% кассы российских фильмов

20,4% билетов продаются онлайн

76% кинотеатров подключены к онлайн-продажам

0,6% кассы и зрителей приходятся на креативный контент

55% зрителей и **70%** кассы регионального кино собирают якутские фильмы

4795 залов в **1596** кинотеатрах на 01.01.2018 (4792 / 1604 на 01.07.2018)

64% залов в ТРЦ, **77%** залов в 3D

28% кассы – доход кинобаров

1,9% кассы – доход от кинорекламы

212,4 тыс. зрителей (прогноз-2018)

237,1 тыс. зрителей (прогноз-2022)

5315 залов в **1970** кинотеатрах (прогноз-2018)

6420 залов в **2335** кинотеатрах (прогноз-2022)

Тенденции 2017–2018

РЕКОРДНЫЙ РОСТ РЫНКА

• По итогам 2017 года Россия стала самым крупным рынком в Европе по числу зрителей; в мире мы занимаем 6 место, но слабый рубль не позволяет подняться выше 10 места по кассе.

• Посещения и кассовые сборы в стране побили все рекорды современной России; каждый житель города, где есть кинотеатр, сходил в кино 2,5 раза, а в целом по стране кинопотребление составило 1,6 раза в год на человека – это уровень Германии, Польши, Италии (где летом кинотеатры работают в ограниченном режиме) или Индии.

• Число фильмов в регулярном прокате также побило все рекорды, а количество новых релизов поднялось до уровня 2013–2014 годов (пиковых, когда после перехода на цифровой прокат порог входа в отрасль резко снизился).

• Киносеть, развивающаяся в рыночных условиях, растет на уровне 2015 года (+5% залов); столько же добавляется за счет субсидий Фонда кино.

• Расширяется сеть киноаттракционных залов – прежде всего PLF (включая IMAX и его конкурентов) и Dolby Atmos (заметно растет как число залов, так и фильмов).

НЕГАТИВНЫЙ ФОН РАЗВИТИЯ РЫНКА

• Рынок развивается на негативном фоне, как экономическом, так и политическом: реальные доходы населения снижаются, институциональных изменений в экономике не происходит, давление на население и бизнес после мартовских выборов вновь усилилось.

• С ростом числа площадок увеличивается конкуренция, падают средние показатели загрузки сеансов, причем хуже всего дела обстоят на субсидированных Фондом кино площадках, которые зачастую не получают поддержки при осуществлении операционной деятельности и уже в 2018 году начинают закрываться.

• Экономические проблемы отдельных киносетей достигли критического уровня: на рынке заметен кризис неплатежей в звеньях кинотеатр–дистрибьютор и кинотеатр–поставщик оборудования. Он (кризис) ведет к ужесточению условий сотрудничества между контрагентами и к банкротству и закрытию кинотеатров (с рынка постепенно уходят такие сети, как «Киноплекс», «Киномечта», «Люксор» и более мелкие компании).

• Первое полугодие 2018-го уже показало снижение по всем параметрам: сократилось число действующих кинозалов (из-за закрытий пожарными); упали показатели посещаемости и кассы.

ПРЕФЕРЕНЦИИ ДЛЯ РОССИЙСКИХ ФИЛЬМОВ И ИХ УСПЕХ

• Рекордные успехи демонстрируют в 2017–2018 годах отечественные кинопроизводители: в прошлом году в странах СНГ они собрали 56 млн зрителей и 13,4 млрд руб. кассы. Доля посещений составила 23%, кассы – 24%. По данным ЕАИС, в первом полугодии 2018-го доля российских фильмов достигла 40% (за первое полугодие 2017-го показатель был равен 19%).

• Отечественные фильмы получают больше сеансов, чем в 2015–2016 годах, но и на каждый сеанс приходит все больше зрителей: то есть не только более благоприятная роспись стала причиной успеха российских продюсеров, но и их привлекательность для аудитории. Однако конкуренция с американскими фильмами сохраняется: число их сеансов сокращается, но они не становятся менее эффективными.

• Все больше закрепляются в России методы нерыночного регулирования сферы проката, создающие более благоприятные условия для отечественного кино: перенос дат релизов и задержка выдачи прокатных удостоверений стали все более заметными и существенно дестабилизируют рынок. Эффективность переноса дат выпуска фильмов с точки зрения помощи российским картинам спорна, а случаи отказа в выдаче ПУ или его отзыва и вовсе являются открытой формой цензуры, запрещенной в Конституции РФ.

• Давление на зарубежных производителей идет и в форме завышения возрастных рейтингов на их фильмы: в 2017 году 38% иностранных картин получили маркировку «18+» по сравнению с 16% российских. Рейтинг влияет не только на принятие решения зрителем, идти или нет на фильм (пускать или нет детей), но и на широту росписи: ленты «6+» стартуют в среднем в 70% кинотеатров, а «18+» – уже только в 32%. При этом максимальную долю сеансов получают все же студии-мейджоры с зарубежными картинами, чаще всего имеющими рейтинг «16+».

РЫНОК ДВИГАЮТ ФИЛЬМЫ-СЕРЕДНЯКИ И ОТСТАВАВШИЕ ГОРОДА

• Если в 2016 году успеху российского кинорынка способствовали фильмы-события, которых вышло заметно больше, чем обычно, то в 2017-м главным локомотивом стали фильмы-середняки, которые в среднем смотрят от 1% до 3% жителей городов, обеспеченных кинопоказом. Они вытеснили в росписи (по числу кинотеатров и залов) фильмы-аутсайдеры, которые смотрят в среднем менее 1% жителей городов с кинотеатрами (преимущественно это артхаус и артмейнстрим). Середняки же в 2017 году – это молодежные картины для мужской аудитории, дефицит которых остро ощущался в 2016-м.

• С другой стороны, объемы рынка увеличиваются и за счет расширения киносети. При этом механический прирост числа субсидированных залов в малых городах дает пока незначительное количество зрителей, хотя участие в конкурсах Фонда кино все большего числа заявителей из больших городов несет в себе перспективу увеличения доли субсидированных площадок в будущем до 10% посещений (по сравнению с 2% по итогам 2017 года).

• Самый крупный рынок страны – Московский (дает 25% кассы) – в прошлом году сгенерировал более быстрый рост кинопосещений, нежели увеличение числа залов; в Петербурге же количество посещений и залов растет с единой скоростью.

• Наибольший рост числа посещений и открытий новых залов отмечается в городах, где долгое время сохранялся дефицит залов и при этом наблюдался низкий уровень доходов («города-аутсайдеры»), а также имелась высокая доля населения младше трудоспособного возраста («демографические отличники»).

КРИЗИС НЕЗАВИСИМОГО КИНО

• В российском прокате продолжается кризис независимого кино. В 2017 году 250 релизов независимых дистрибьюторов (62% всех новых фильмов на экранах) собрали лишь 7% кассы и посещаемости (в 2015-м – 11%, а в 2016-м – лишь 5%). При этом сбор на один независимый фильм упал на 36% к уровню 2015 года. Это снижение происходит на фоне сокращения числа кинотеатров на старте каждого отдельного фильма, что свидетельствует о диверсификации репертуара кинотеатров: они стараются выделиться на фоне конкурентов. Однако, похоже, что кинотеатры не рискуют всерьез и делают ставку на проверенные жанры и имена; при этом большинство сеансов во всех кинотеатрах все же отдается картинам мейджоров.

• Российские продюсеры сокращают разнообразие своего репертуара: их продукция унифицируется и удовлетворяет потребности массового зрителя (с каждым годом они выпускают всё больше блокбастеров, комедий, молодежных и семейных лент и меньше серьезных картин и артфильмов). Несомненно, этому способствуют цели и задачи Фонда кино, поддерживающего коммерческие проекты.

• В сфере креативного контента также наблюдаются кризисные явления: число выпускаемых программ сохраняется на уровне 2016–2017 годов, но заметно меняются их жанры. Уходят с рынка прямые трансляции, сокращается число оперных представлений – им на смену идут ретроспективы и документальные показы. Уменьшается и число короткометражных программ (за исключением анимационных, где, напротив, нарастает конкуренция). За год этот сегмент рынка сократился на 15%, а его доля в общем прокате России вдвое меньше, чем в других странах.

• Сказываются установки на коммерциализацию и на региональных кинопроизводителях: в 2017 году они выпустили меньше драм и боевиков и больше комедий, молодежных и семейных лент. При этом отказ кинотеатров от рискованных независимых проектов распространяется и на региональные фильмы (лишь одна картина вышла в широкий российский прокат, а спад посещаемости и кассовых сборов в сегменте составил два раза; сократилось и число релизов и фильмов в прокате даже у лидера данного рынка – Якутии).

• Предлагаемые способы развития регионального кинематографа на федеральном и локальном уровнях разрабатываются в отрыве от мирового опыта, поэтому они не приводят к настоящему росту местного кинопроизводства и повышению его качественной планки. А рапорты Фонда кино об 11 действующих кинокомиссиях и 4 регионах, выдающих рибейты, не подтверждаются мониторингом Сети, где активны лишь 6 сайтов российских кинокомиссий и присутствует информация о 3 действующих схемах фискальных стимулов.

СМЕЖНЫЕ С КИНОПОКАЗОМ РЫНКИ РАЗВИВАЮТСЯ ПРОТИВОРЕЧИВО

• В 2017 году заметно вырос только сегмент кинобаров (на 20% от уровня 2016-го): этому способствует как укрепление российской экономики, так и механическое расширение киносети, привлекающее новых игроков (в Россию пришла, например, белорусская компания «Киномаркет»).

• В сфере же рекламы в кинотеатрах продолжилось кризисное падение, что вынудило свернуть направление кинорекламы в «Национальном рекламном альянсе». Хотя появляются и новые игроки: свое агентство открыл холдинг «Рамблер» – «Индекс20».

• В сфере онлайн-продаж кинобилетов провалился эксперимент «Рамблера» с 10%-й наценкой, затормозивший развитие рынка, несмотря на рост интернет-торговли, распространение мобильного доступа в Сеть и подключение к онлайн-продажам все большего числа кинотеатров. В 2017 году в России 20% билетов было продано онлайн (для сравнения: в Китае – 85%).

Компания «Невафильм» работает на российском рынке с 1992 года и имеет обширный опыт в различных сферах киноиндустрии: современные студии звукозаписи и дубляжа в Москве и Санкт-Петербурге (Невафильм Studios); лидерство в области проектирования кинотеатров и поставок цифрового оборудования кинопоказа на российский рынок (Невафильм Cinemas); первая в России цифровая лаборатория (Невафильм Digital); первый российский дистрибьютор креативного контента (Невафильм Emotion).

Исследовательское подразделение Невафильм Research ведет независимый мониторинг российского рынка кинопоказа с 2003 года и является постоянным партнером международных исследовательских организаций (Европейской аудиовизуальной обсерватории, MediaSalles, IHS MarkIt и др.). Невафильм Research изучает кинорынки России, Казахстана, Белоруссии и других стран СНГ, а также смежные рынки сбыта кинопродукции (ТВ, домашнее видео, видео по запросу). Благодаря обширному опыту в исследованиях успешно ведет консалтинг в сфере кинобизнеса. Выпускает бесплатное ежеквартальное издание «Синемаскоп».

АО «Невафильм»
199397, Санкт-Петербург,
ул. Кораблестроителей, д. 33/2 «Б»;
т. (812-)449-70-70, доб. 240
http://www.nevafilm.ru/
research@nevafilm.ru

ОГЛАВЛЕНИЕ

ФОН РАЗВИТИЯ КИНОРЫНКА 7
Место России на мировом рынке по итогам 2017 года 7
Экономическая ситуация в России 8

РЕГУЛЯРНЫЙ ВСЕРОССИЙСКИЙ ПРОКАТ (без учета креативного контента и фильмов регионального производства) 9
Динамика основных показателей проката 9
Игроки рынка кинопроката России 10
Число и формат фильмов 11
Прокат российских и зарубежных фильмов 12
Фильмы мейджоров и независимых компаний в прокате 14
Возрастные рейтинги фильмов 16
Степень блокбастеризации российского кинорынка 19
Классы фильмов в российском прокате 21

ФИЛЬМЫ РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА В РОССИЙСКОМ ПРОКАТЕ 24
Региональные релизы 24
Результаты в прокате 25
Развитие кинопроизводства в регионах РФ 27

КРЕАТИВНЫЙ КОНТЕНТ В ПРОКАТЕ СНГ 29
Программы креативного контента 29
Результаты креативного контента в прокате 30
Дистрибьюторы креативного контента 32

КИНОПОКАЗ 33
Динамика основных показателей 33
Типы кинотеатров и залов в России 34
Кинотеатры в ТРЦ 34
VIP-залы 34
Киноаттракционные залы 35
Детские залы 35
Кинотеатры по числу залов в них 36
Обеспеченность населения услугами кинопоказа 37
Игроки рынка кинопоказа России 39
Цифровое оборудование 41

РЕГИОНАЛЬНЫЕ РЫНКИ 43
Рынок кинопоказа Московского региона 43
Рынок кинопоказа Санкт-Петербурга 45
Региональный рынок кинопоказа 47
Развитие кинорынка в городских кластерах 49

ТЕНДЕНЦИИ НА СМЕЖНЫХ РЫНКАХ КИНОТЕАТРАЛЬНОГО БИЗНЕСА 54
Рынок кинобаров в России 54
Рынок кинорекламы в России 55
Оценка объемов онлайн-продаж кинобилетов в России (2013–2017) 57
Борьба с видеопиратством 59
Способы распространения нелегального контента 59
Борьба с нелегальным распространением контента 60
Результаты и прогнозы 61

ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА (2018–2022) 62
Методология и предпосылки прогнозирования 62
Прогноз развития рынка на 2018–2022 годы 62

ГЛОССАРИЙ 64

СПИСОК РИСУНКОВ И ТАБЛИЦ 67

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ 69

ФОН РАЗВИТИЯ КИНОРЫНКА

Место России на мировом рынке по итогам 2017 года

По данным Европейской аудиовизуальной обсерватории, по итогам 2017 года России впервые оказалась на первом месте по числу посещений в Европе, обогнав Францию. В мире при этом наша страна заняла 6-е место по количеству проданных билетов, а по кассовым сборам в долларах замыкает десятку самых крупных кинорынков.

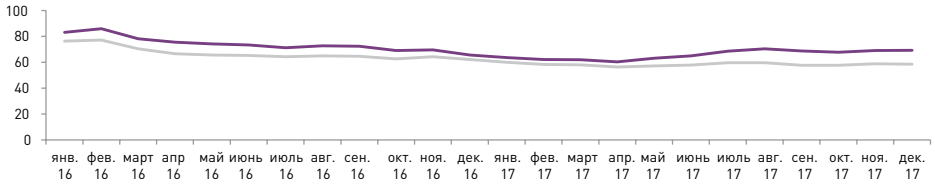
ТАБЛИЦА 1. ВЕДУЩИЕ КИНОРЫНКИ МИРА В 2017 ГОДУ (ПО ЧИСЛУ ПОСЕЩЕНИЙ)

Место	Страна	Посещения (млн)	Кассовые сборы (млн долл.)	Цена билета (долл.)	Кинозалов	Плотность экранов	Кино-потребление	Произведено фильмов	Доля национального кино
1	Индия	1980	1600	0,8	11 209	0,9	1,5	1896	93%
2	Китай	1620	8270	5,1	50 776	3,7	1,2	970	53,8%
3	США	1142,7	10 334,3	9,0	40 393	12,4	3,5	821	92,1%
4	Мексика	338	853,5	2,5	6633	5,4	2,7	88	7%
5	Южная Корея	219,9	1600	7,3	2575	5	4,3	494	51,8%
6	Россия	212,2	913	4,3	4793	3,3	1,5	108	24,1%
7	Франция	209,4	1560	7,4	5913	8,8	3,1	300	37,4%
8	Бразилия	181,3	851,5	4,7	3220	1,6	0,9	160	9,6%
9	Япония	174,5	2040	11,7	3525	2,8	1,4	594	54,9%
10	Великобритания	170,6	1650	9,7	4309	6,5	2,6	212	37,4%
11	Германия	122,3	1190	9,7	4803	5,8	1,5	247	23,9%
12	Испания	100,2	676,8	6,8	3625	7,8	2,2	247	17%
13	Италия	99,2	692	7	5298	8,7	1,6	235	18,3%
14	Австралия	85	920,5	10,8	2210	8,9	3,4	41	4,1%
15	Малайзия	72,8	228,9	3,1	1094	3,4	2,3	59	5,9%
16	Турция	71,2	239,1	3,4	3013	3,8	0,9	148	56,5%
17	Колумбия	62,6	184,6	2,9	1082	2,2	1,3	40	5,9%
18	Польша	56,6	284,8	5	1364	3,6	1,5	71	23,4%
19	Перу	51,8	174	3,4	625	2	1,6	37	9,9%
20	Аргентина	49,4	292,5	5,9	963	2,2	1,1	220	13,2%
	В целом в мире	**7756**	**40 600**	**5,2**	**172 039**	**-**	**-**	**8316**	**-**

Источник: Европейская аудиовизуальная обсерватория

Экономическая ситуация в России

РИСУНОК 1. СРЕДНЕМЕСЯЧНЫЕ КУРСЫ РОССИЙСКОГО РУБЛЯ, 2016–2017 ГГ.



	янв. 16	фев. 16	март 16	апр. 16	май 16	июнь 16	июль 16	авг. 16	сен. 16	окт. 16	ноя. 16	дек. 16	янв. 17	фев. 17	март 17	апр. 17	май. 17	июн. 17	июл. 17	авг. 17	сен. 17	окт. 17	ноя. 17	дек. 17
Доллар	76,3	77,2	70,5	66,6	65,6	65,3	64,3	64,9	64,6	62,6	64,3	62,2	59,9	58,4	58,1	56,4	57,1	57,8	59,6	59,6	57,7	57,7	58,9	58,5
Евро	83,0	85,9	78,2	75,5	74,2	73,3	71,2	72,7	72,4	69,1	69,6	65,6	63,6	62,1	62,0	60,4	63,1	64,9	68,6	70,3	68,7	67,8	69,1	69,3

Источник: Центральный банк РФ

ТАБЛИЦА 2. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СИТУАЦИЯ В РОССИИ (В ПРОЦЕНТАХ К ПРЕДЫДУЩЕМУ ГОДУ)

Показатели	2014	2015	2016	2017	2018 (консервативный прогноз МЭР)
Валовой внутренний продукт	100,7	97,5	99,8	101,5	100,8
Экспорт	95,2	68,7	82,5	119,6	87,8
Импорт	90,2	62,7	99,3	118,9	96,3
Индекс промышленного производства	101,7	99,2	101,3	102,1	101,3
Инвестиции в основной капитал	98,5	89,9	99,1	104,1	99,5
Инфляция	111,4	112,9	105,4	102,5	104,3
Реальный располагаемый денежный доход	99	96	95,9	98,3	101,4
Среднегодовая цена нефти марки Urals (в долларах)	97,6	51,2	41,7	49,9	36,8
Официальный среднегодовой курс доллара (в рублях)	38,46	61,29	67,18	58,3	64,7

Источники: МЭР, ЦБ РФ, Росстат

В 2017 году экономика страны выросла на 1,5% процента. Стабилизировался и укрепился курс рубля. Индекс промышленного производства и инвестиции увеличились, а цена на нефть стала расти. Однако экономический рост не столь сильно сказался на достатке населения. Реальные располагаемые денежные доходы населения в 2017 году продолжили свое падение, уйдя в минус на 1,7%. Даже рекордно низкая инфляция в 2,5% не смогла удержать доходы от падения. Малозаметный рост номинальной зарплаты, съедаемый инфляцией, отсутствие щедрой индексации, как это происходило в «тучные» годы, рост налогов – все это не позволяет населению ощутить на себе едва заметный экономический рост. В связи с этим граждане вынуждены «проедать» накопления и активно брать потребительские кредиты все последние годы. И это, в свою очередь, дополнительно уменьшает доходы.

Иначе говоря, несмотря на то что формально рецессия закончилась, перейти в фазу активного роста не удается. Пока это можно назвать стагнацией с не самым хорошим прогнозом: консервативный сценарий Минэкономразвития предполагает в 2018 году рост экономики всего на 0,8% (базовый сценарий – на 2,1%, что все равно ниже ожидаемых среднемировых темпов роста в 3,1%[1]).

Отсутствие институциональных реформ, повышение долговой и налоговой (в виде ожидающегося повышения НДС) нагрузки на бизнес и население (включая повышение пенсионного возраста) и продолжающаяся зависимость от цен на нефть в сочетании с ростом цен на бензин предполагают дальнейшую экономическую неопределенность и негативное влияние как на кинорынок, так и на кинопотребление.

[1] См.: Т. Ломская, Г. Яшунский. Путин снова поручил ускорить рост экономики до темпов выше среднемировых // Ведомости. 01.03.2018.

РЕГУЛЯРНЫЙ ВСЕРОССИЙСКИЙ ПРОКАТ

(без учета креативного контента и фильмов регионального производства)

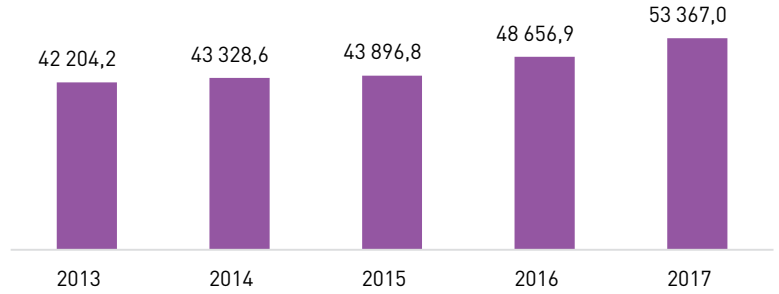
Динамика основных показателей проката

РИСУНОК 2. ПОСЕЩАЕМОСТЬ И КИНОПОТРЕБЛЕНИЕ НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ В ГОД В РОССИИ В 2013–2017 ГГ.



Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research, Росстат

РИСУНОК 3. КАССОВЫЕ СБОРЫ В РОССИИ В 2013–2017 ГГ., МЛН РУБ.



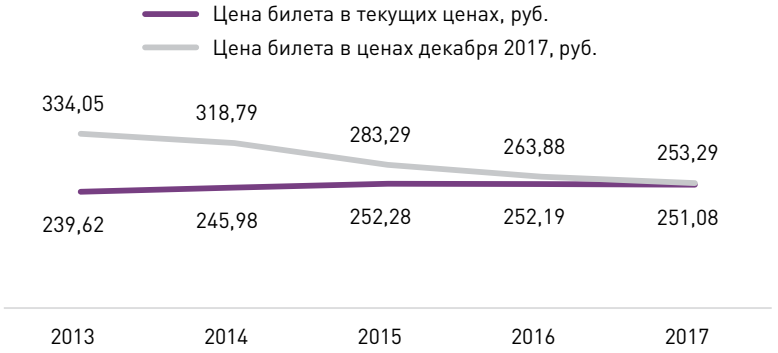
Источники:Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research

По нашей оценке[1], в 2017 году доля РФ в сборах по СНГ составила по посещаемости 90,8% и 92,6% – по кассовым сборам. Высокий темп роста (11%), набранный в 2016 году, сохранился и в 2017-м (10%). Российский прокат показал рекордные результаты в новейшей истории: 212,6 млн зрителей и более 53,4 млрд руб. кассовых сборов.

Уровень кинопотребления также продолжает расти – до 2,47 раза в год на душу населения в городах, где есть кинотеатры, и до 1,59 раза в целом по стране (в 2016-м показатели составили 2,32 и 1,45 соответственно).

Средняя стоимость билета на фоне рекордно низкой инфляции (2,5%, по данным Росстата) снизилась на 0,4% (год назад – –0,04%) и составила 251 руб. в номинальном выражении; снижение цены в ценах декабря 2017-го составило 4% (что меньше, чем в 2016-м – 6,9%).

РИСУНОК 4. СРЕДНЯЯ ЦЕНА КИНОБИЛЕТА В РОССИИ В 2013–2017 ГГ.

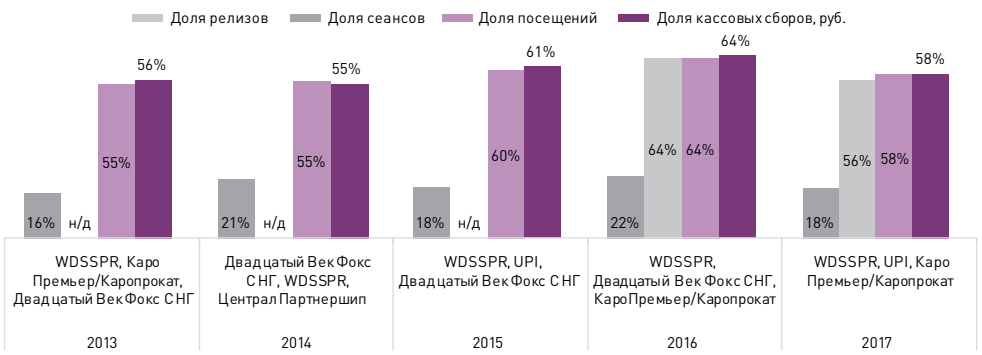


Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика,comScore, ЕАИС, Невафильм Research, Росстат

[1] На основании данных дистрибьюторов «Reflexion Films», «Russian World Vision», АКМ, «Базелевс», «КАРО», «Магнум Пикчерз», «ПилотКино», «Ракета Релизинг», «Театральная Россия», «A-One Films», «Artmake», UPI, WDSSPR, «Вольга», «Двадцатый Век Фокс СНГ», «Иноекино», «Каро Премьер», «Каропрокат», «Кинологистика», «Мегого Дистрибьюшн», «Невафильм Emotion», «Экспонента».

Игроки рынка кинопроката России

РИСУНОК 5. КОНЦЕНТРАЦИЯ РЫНКА КИНОПРОКАТА В 2013–2017 ГГ.



Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, ЕАИС, comScore, Невафильм Research

Ведущими игроками рынка российского кинопроката являются представители студий-мейджоров, среди которых особенно выделяется WDSSPR, удерживающий лидирующие позиции по объему посещений и кассовых сборов уже третий год подряд.

Уровень концентрации кинорынка России снизился по сравнению с 2016 годом: три ведущих игрока по итогам 2017 года получили 58% кассовых сборов и посещений соответственно.

ТАБЛИЦА 3. РЕЙТИНГ ДИСТРИБЬЮТОРОВ В РОССИИ В 2017 ГОДУ

Место 2017	Место 2016	Компания	Релизов	Фильмов	Пос-ть (млн)	Сборы (млн руб.)	Доля пос-ти	Доля кассовых сборов
1	1	WDSSPR	29	61	68,8	17 251,6	29,4%	29,9%
2	5	UPI	15	29	34,5	8258,5	14,7%	14,3%
3	3	Каро Премьер/ Каропрокат	27	43	32,4	7995,3	13,8%	13,9%
4	4	Централ Партнершип	36	52	32	8008,8	13,7%	13,9%
5	2	Двадцатый Век Фокс СНГ	20	35	31,6	7812,3	13,5%	13,6%
6	6	Наше Кино	10	22	13,5	3127,2	5,8%	5,4%
7	7	Базелевс	2	5	5,7	1373,7	2,4%	2,4%
8	8	Вольга	25	34	5,5	1338,6	2,4%	2,3%
9	9	Парадиз	26	35	3,3	813,4	1,4%	1,4%
10	10	Мегого Дистрибьюшн	23	24	3,2	785,2	1,4%	1,4%

Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, ЕАИС, comScore, Невафильм Research

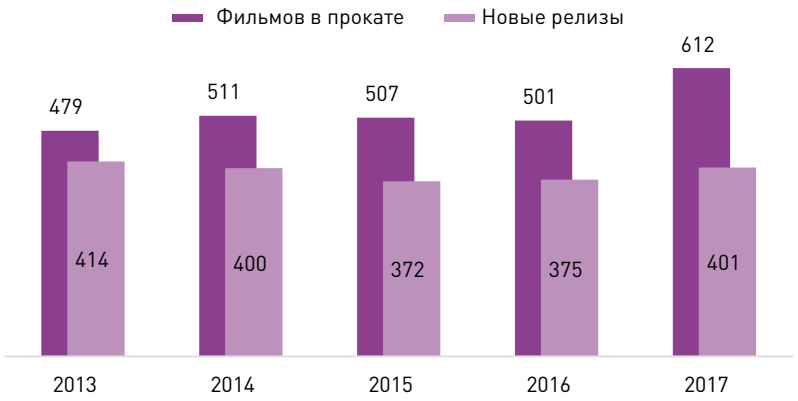
Конфигурация рейтинга дистрибьюторов не претерпела значительных изменений по сравнению с прошлым годом. Тем не менее стоит отметить обмен позициями между компаниями UPI и «Двадцатый Век Фокс СНГ», которые заняли второе и пятое место в топ-10 дистрибьюторов 2017 года соответственно. Наличие в пакете UPI продолжений популярных франшиз «Гадкий Я 3» и «Форсаж 8» обеспечило прокатчику дополнительных зрителей, что позволило немного оторваться от конкурентов, даже при меньшем количестве релизов.

За пределами топ-5 рейтинг дистрибьюторов не изменился за год.

Число и формат фильмов

Число новых фильмов, выходящих в российский кинопрокат, выросло по сравнению с 2016 годом и достигло 401 релиза, приблизившись к пиковым значениям 2013–2014 годов. Всего в кинотеатрах в 2017 году демонстрировалось более 600 фильмов.

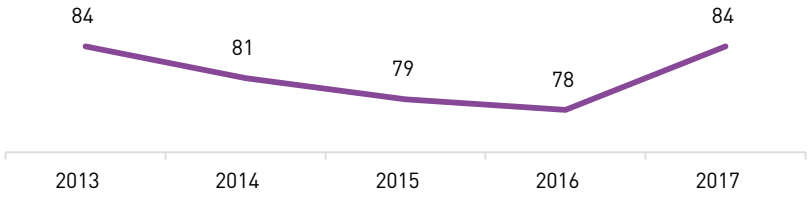
РИСУНОК 6. КОЛИЧЕСТВО РЕЛИЗОВ В 2013–2017 ГГ.



Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research

Немного расширилось в российском прокате присутствие релизов в киноаттракционных форматах: хотя бы в одном из них вышло 84 фильма, что выше уровня 2015-2016 годов.

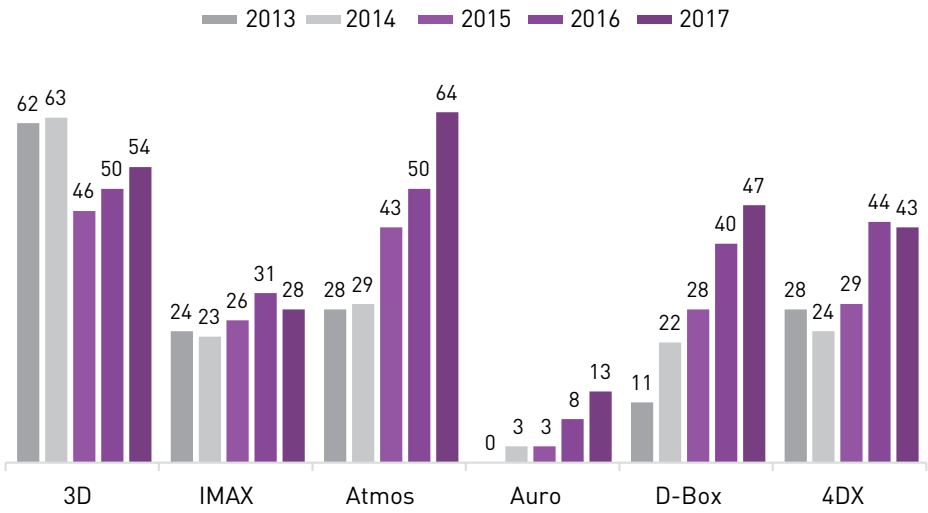
РИСУНОК 7. ЧИСЛО РЕЛИЗОВ ХОТЯ БЫ В ОДНОМ КИНОАТТРАКЦИОННОМ ФОРМАТЕ В РОССИИ В 2013–2017 ГГ.



Источники: Невафильм Research, Бюллетень кинопрокатчика

Наибольший рост относительно 2016 года наблюдается для релизов в формате Dolby Atmos (64 картины в 2017 году против 50 в 2016-м), а также D-Box (47 релизов против 40 в 2016 году). Количество релизов в формате IMAX и с поддержкой технологии 4DX незначительно снизилось, составив 28 и 43 картины соответственно. Фильмы в формате Auro-3D остаются мало востребованными на российском рынке: хотя число релизов в этом формате выросло до 13 за 2017 год, количество залов, оборудованных данной системой, не изменилось по сравнению с 2016-м (28). Число релизов в формате 3D увеличилось, достигнув 54 по итогам 2017 года, но пиковые значения 2013–2014 годов остаются недосягаемыми.

РИСУНОК 8. КИНОАТТРАКЦИОННЫЕ ФОРМАТЫ В РОССИЙСКОМ ПРОКАТЕ В 2013–2017 ГГ. – НОВЫЕ РЕЛИЗЫ

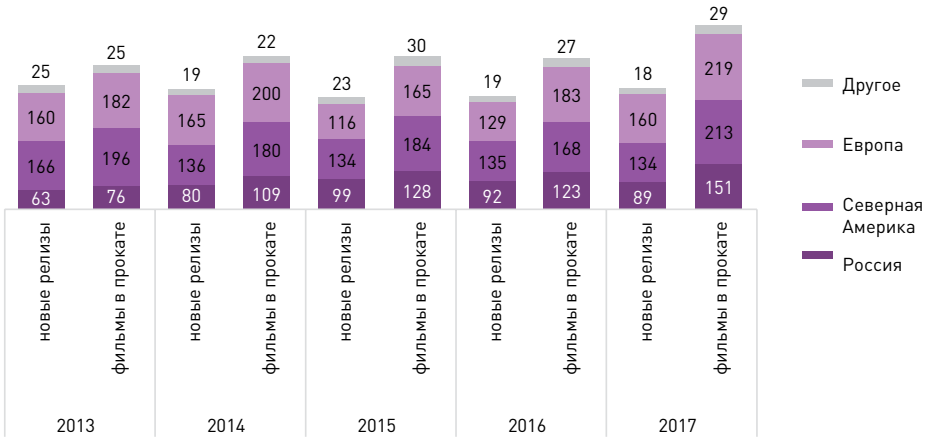


Источники: Невафильм Research, Бюллетень кинопрокатчика

Прокат российских и зарубежных фильмов

Несмотря на рекордное количество отечественных фильмов в прокате (почти 150), число новых российских релизов немного снизилось: в 2017 году зрители увидели 89 новых кинолент отечественного производства против 92-х в 2016-м.

РИСУНОК 9. НОВЫЕ РЕЛИЗЫ И ФИЛЬМЫ В ПРОКАТЕ РОССИИ ПО РЕГИОНАМ ПРОИЗВОДСТВА В 2013–2017 ГГ.



Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research

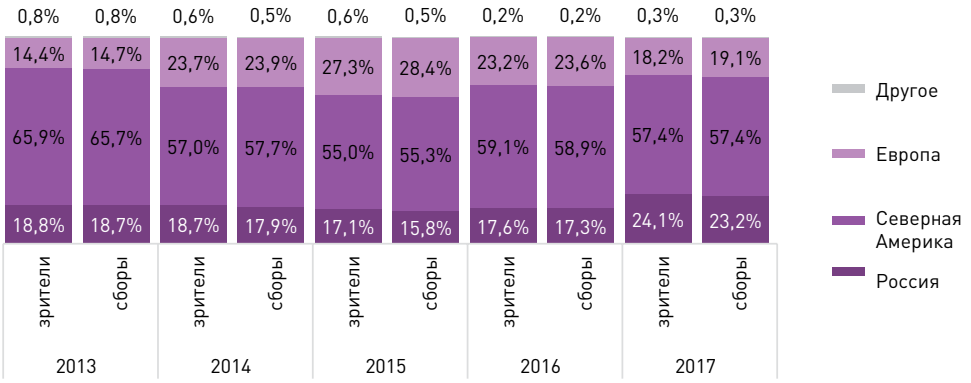
По итогам 2017-го отечественные фильмы собрали на территории СНГ более 56 млн зрителей и 13,4 млрд руб. при динамике роста около 50% за год. В целом в 2017 году доля посещений отечественных фильмов составила 24,1%, а кассовых сборов – 23,2%, что на 6,5 и 5,8 п. п. соответственно больше, чем годом ранее. Таким образом, продюсеры вплотную приблизились к целевой планке в 25%.

Тем не менее североамериканские картины одновременно с ростом числа фильмов в прокате потеряли всего около 1,5 п. п. доли аудитории и кассовых сборов (продемонстрировав в целом 7%-й рост) в сравнении с результатами прошлого года и сохранили доминирующие позиции в российском прокате.

Сильнее всего от успеха отечественных фильмов пострадали европейские картины, которых не спасло увеличение числа релизов, и по итогам 2017 года они потеряли 5 и 4,4 п. п. доли зрительской аудитории и кассовых сборов. При этом суммы продаваемых билетов и их кассы упали на 13% и 11%.

Картины производства других регионов (страны Азии и прочие) по-прежнему занимают позицию аутсайдеров на российском рынке, имея в своем активе лишь 0,3% посещаемости и кассовых сборов, хотя за прошлый год их результаты выросли на 70% по числу зрителей и на 92% по кассе.

РИСУНОК 10. ДОЛЯ ПОСЕЩЕНИЙ И КАССОВЫХ СБОРОВ ФИЛЬМОВ ПО РЕГИОНАМ ПРОИЗВОДСТВА В 2013–2017 ГГ.

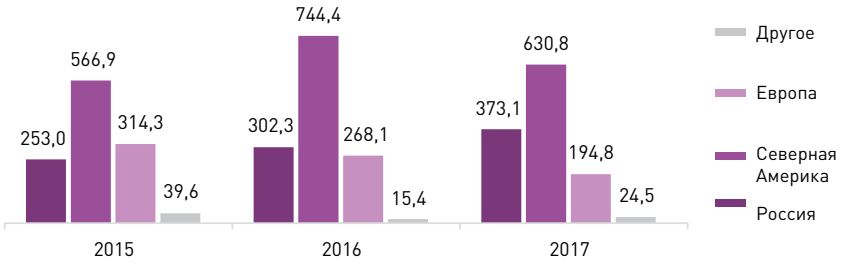


Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research

Самая высокая посещаемость в расчете на один фильм в российском прокате сохраняется у картин производства Северной Америки, хотя в 2017 году она снизились до 631 тыс. с 744 тыс., тогда как у российских, наоборот, выросла – с 302 тыс. до почти 373 тыс.

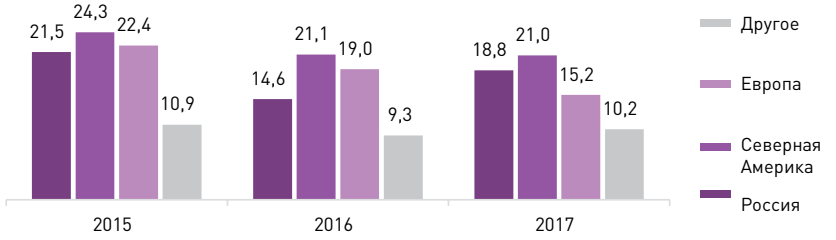
Посещаемость на один сеанс у североамериканских фильмов также максимальная (21 человек); российские картины в прошлом году укрепили этот показатель по сравнению с 2016-м (19 против 15), но в 2015-м он был все же выше (22): новые кинозалы, которые открываются в стране, снижают уровень загрузки залов на всех фильмах.

РИСУНОК 11. СРЕДНЕЕ ЧИСЛО ПОСЕЩЕНИЙ (ТЫС.) НА ФИЛЬМ ПО РЕГИОНАМ ПРОИЗВОДСТВА (2015–2017)



Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research

РИСУНОК 12. СРЕДНЕЕ ЧИСЛО ЗРИТЕЛЕЙ НА СЕАНСЕ ПО РЕГИОНАМ ПРОИЗВОДСТВА (2015–2017)

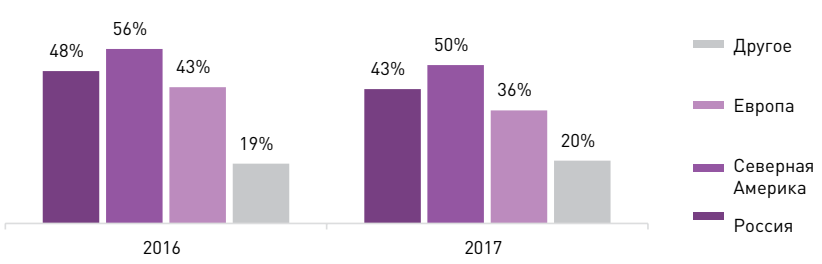


Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research

Широта росписи[1] фильмов производства всех основных регионов (России, Америки и Европы) в 2017 году сократилась, что свидетельствует о большей специализации российских кинотеатров, которые, вероятно, отходят от однотипной афиши.

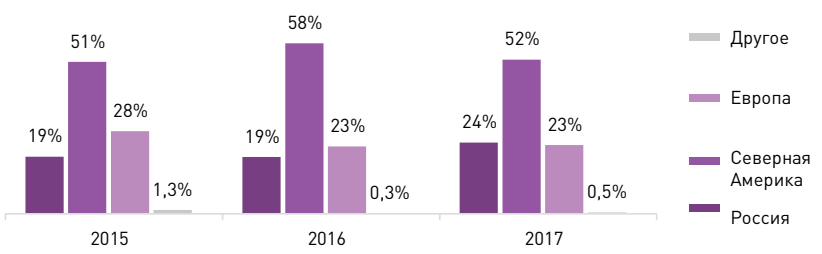
При этом в 2017 году российским фильмам было предоставлено 24% сеансов в кинотеатрах – впервые этот показатель превысил долю сеансов европейских фильмов (их доля сохранилась на уровне 2016-го, тогда как у американских упала).

РИСУНОК 13. ШИРОТА РОСПИСИ ФИЛЬМОВ ПО РЕГИОНАМ ПРОИЗВОДСТВА (2016–2017)



Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research

РИСУНОК 14. ДОЛЯ СЕАНСОВ ФИЛЬМОВ В ПРОКАТЕ ПО РЕГИОНАМ ПРОИЗВОДСТВА (2015–2017)

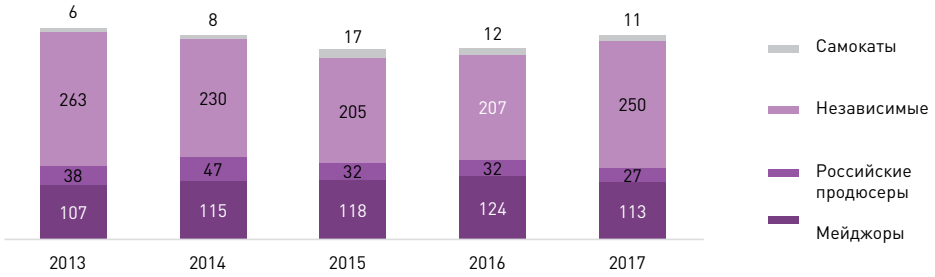


Источники: ЕАИС, Невафильм Research

[1] Показатель рассчитывается как средняя доля кинотеатров, в которых выходили фильмы данной группы, от числа всех действовавших в стране площадок на дату релиза каждого фильма.

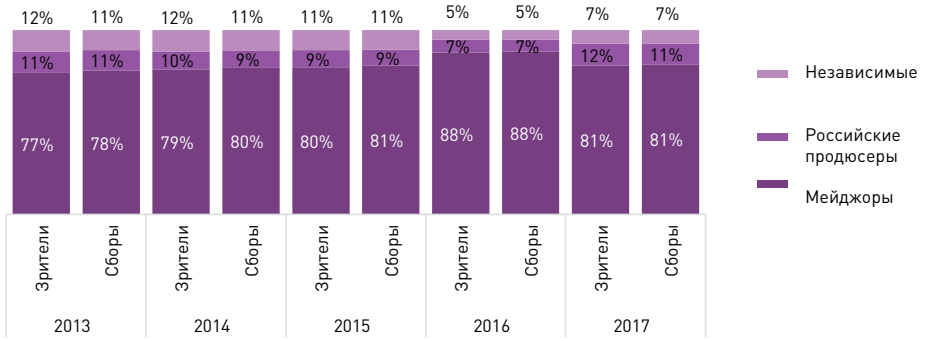
Фильмы мейджоров и независимых компаний в прокате[1]

РИСУНОК 15. КОЛИЧЕСТВО РЕЛИЗОВ В РОССИЙСКОМ ПРОКАТЕ ПО ТИПУ ПРОКАТЧИКА В 2013–2017 ГГ.



Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research

РИСУНОК 16. КОЛИЧЕСТВО ПОСЕЩЕНИЙ И КАССОВЫХ СБОРОВ ФИЛЬМОВ ПО ТИПУ ПРОКАТЧИКА В 2013–2017 ГГ.



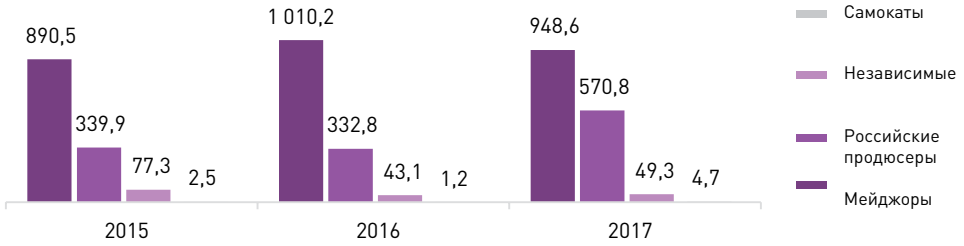
Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research

После крайне удачного 2016 года мейджоры вернулись к привычным показателям, выпустив в прокат 113 релизов и получив более 80% зрителей и кассовых сборов. Число зрителей на один мейджорский фильм при этом опустилось ниже показателя прошлого года – тогда он превысил 1 млн посещений.

По-настоящему успешным 2017 год оказался для компаний, работающих с отечественными студиями: при относительно небольшом снижении количества выпущенных релизов (27 картин) им удалось привлечь 11–12% зрителей и кассовых сборов, а также преодолеть планку в 570 тыс. зрителей на один фильм.

Независимые прокатчики, напротив, смогли восстановиться только частично после падения 2016 года, собрав лишь 7% посещений и кассы в регулярном прокате по итогам 2017-го. Некоторая позитивная динамика наблюдается в отношении показателя среднего числа зрителей на фильм, который достиг почти 50 тыс. посещений, однако он заметно уступает значению за 2015 год.

РИСУНОК 17. СРЕДНЕЕ ЧИСЛО ПОСЕЩЕНИЙ (ТЫС.) НА ФИЛЬМ ПО ТИПУ ПРОКАТЧИКА (2015–2017)

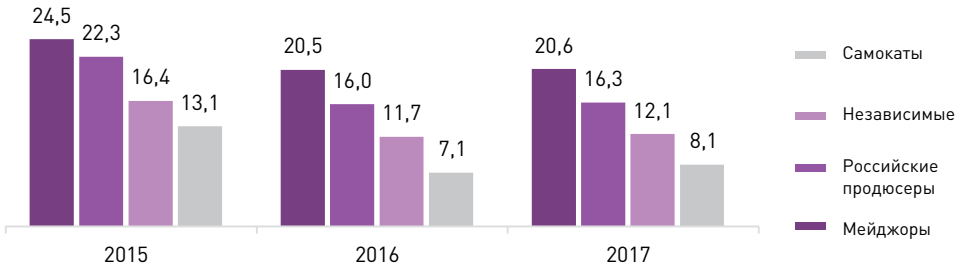


Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research

[1] В 2017 году мы немного изменили подход к рассмотрению типа прокатчика. Без изменения остались представители студий-мейджоров и продюсеры, самостоятельно занимающиеся прокатом своих фильмов (так называемые самокаты). Из числа независимых дистрибьюторов мы выделили компании, являющимися официальными представителями российских студий: в их число входят «Art Pictures», «Базелевс», «Каропрокат», «Ленфильм» и «Наше кино».

Интересно, что показатель эффективности одного сеанса в разрезе типов прокатчиков демонстрирует очень схожие результаты по 2016-му и 2017 годам, но ниже уровня 2015-го, когда число кинозалов в стране было меньше, а их загрузка – выше.

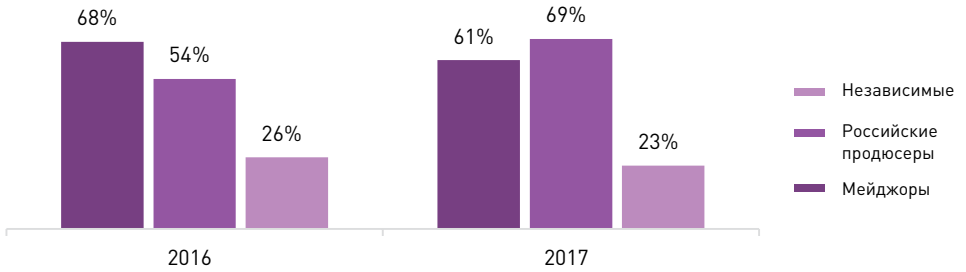
РИСУНОК 18. СРЕДНЕЕ ЧИСЛО ЗРИТЕЛЕЙ НА СЕАНСЕ ПО ТИПУ ПРОКАТЧИКА (2015–2017)



Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research

В 2017 году максимально широкую роспись получили именно российские продюсеры, которые впервые обогнали мейджоров по среднему числу кинотеатров на старте своих картин.

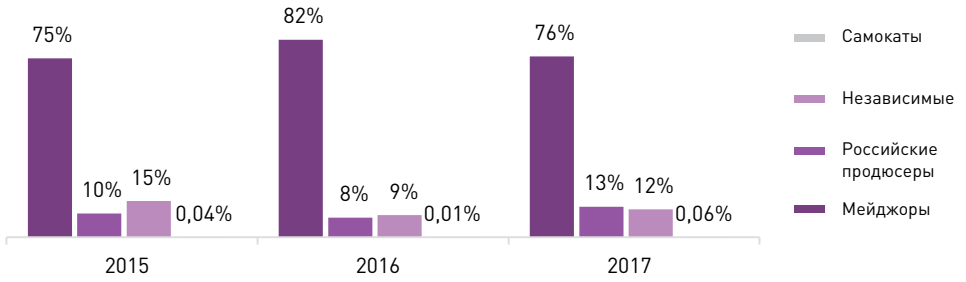
РИСУНОК 19. ШИРОТА РОСПИСИ ФИЛЬМОВ ПО ТИПУ ПРОКАТЧИКА (2016–2017)



Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research

Львиную долю киносеансов получют при этом представители мейджоров, хотя в 2017 году она несколько сократилась за счет российских продюсеров и независимых дистирбьюторов.

РИСУНОК 20. ДОЛЯ СЕАНСОВ ФИЛЬМОВ В ПРОКАТЕ ПО ТИПУ ПРОКАТЧИКА (2015–2017)



Источники: ЕАИС, Невафильм Research

Возрастные рейтинги фильмов

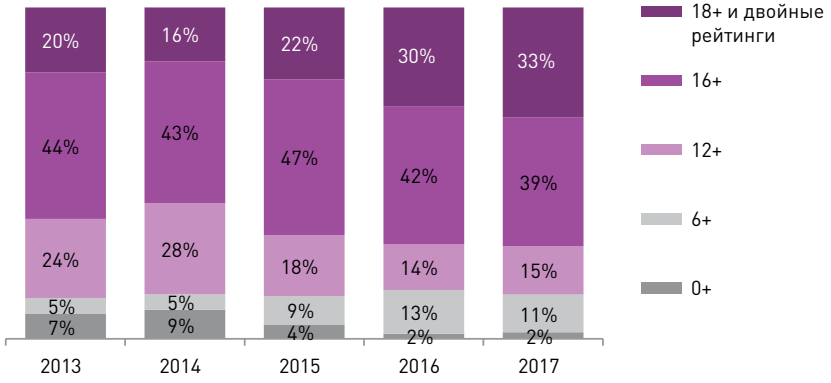
По итогам 2017 года доля фильмов, получивших самый строгий возрастной рейтинг («18+»[1]) снова выросла на 3 п. п.

Основная часть картин по-прежнему получает категорию «16+», благодаря чему этой группе фильмов удается сохранять наибольшее число посещений и сумму кассовых сборов в прокате.

Самыми выгодными для прокатчиков являются категории «12+» и «6+» – они составляют 10–15% релизов, но получают 20–25% зрителей и кассы.

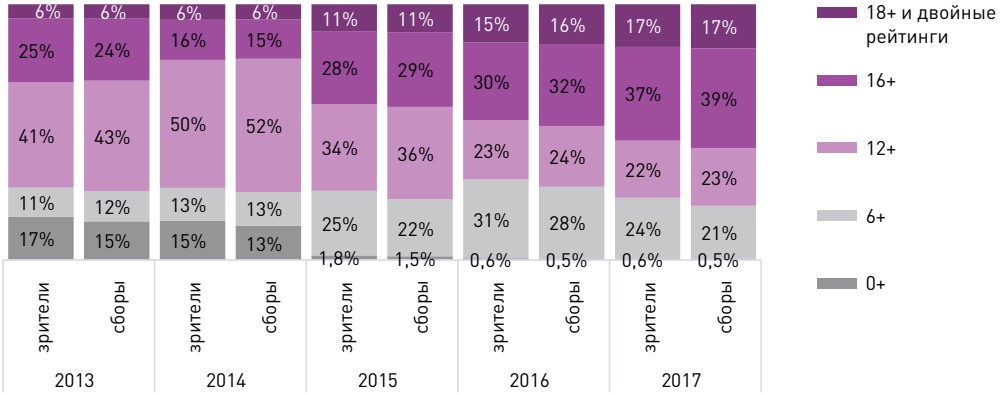
Категория фильмов «0+» фактически утратила свою актуальность для российского рынка: уже два года Министерство культуры присваивает ее крайне редко, а сборы этих картин стремятся к 0%.

РИСУНОК 21. ДОЛЯ РЕЛИЗОВ ПО ВОЗРАСТНЫМ РЕЙТИНГАМ В РОССИЙСКОМ ПРОКАТЕ В 2013–2017 ГГ.



Источники: Госрегистр, Невафильм Research

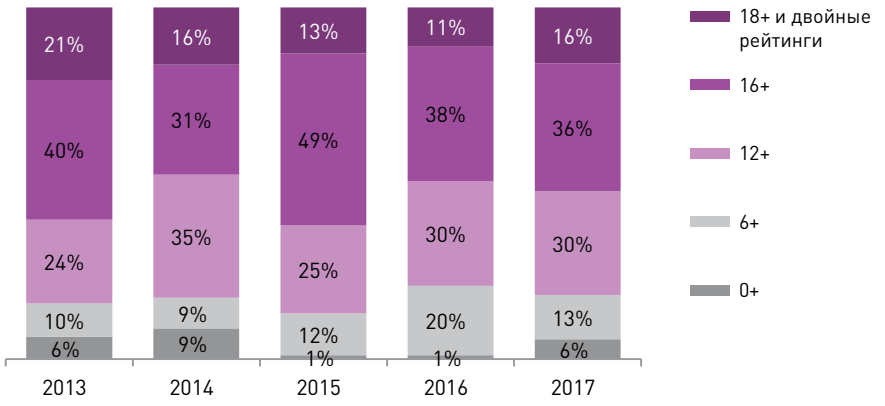
РИСУНОК 22. ДОЛЯ ПОСЕЩЕНИЙ И КАССОВЫХ СБОРОВ ФИЛЬМОВ ПО ВОЗРАСТНЫМ РЕЙТИНГАМ В РОССИЙСКОМ ПРОКАТЕ 2013–2017 ГГ.



Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика,comScore, ЕАИС, Госрегистр, Невафильм Research

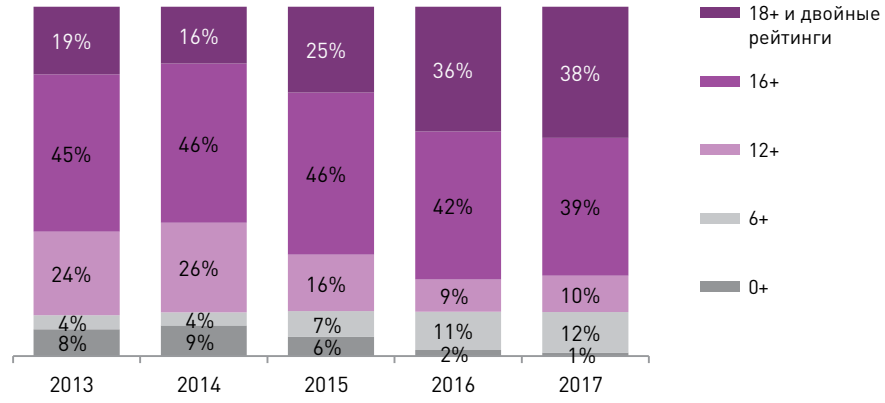
[1] Мы включили в эту группу также картины, которые выходили в двух версиях (для самой старшей и для более молодой аудитории), ввиду того, что не все системы статистической отчетности фиксируют отдельно результаты в прокате различных версий.

РИСУНОК 23. ДОЛЯ РОССИЙСКИХ РЕЛИЗОВ ПО ВОЗРАСТНЫМ РЕЙТИНГАМ В ПРОКАТЕ В 2013–2017 ГГ.



Источники: Госрегистр, Невафильм Research

РИСУНОК 24. ДОЛЯ ЗАРУБЕЖНЫХ РЕЛИЗОВ ПО ВОЗРАСТНЫМ РЕЙТИНГАМ В ПРОКАТЕ В 2013–2017 ГГ.



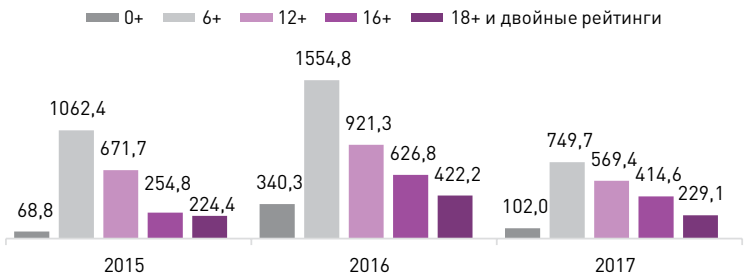
Источники: Госрегистр, Невафильм Research

Дискриминационный подход к рейтингованию зарубежных фильмов остается отличительной чертой отечественного рынка. Иностранные ленты попадают в категории «16+» и «18+» гораздо чаще, чем российские: начиная с 2015 года 77% всех зарубежных релизов получают рекомендации для старших возрастные групп. В то же время почти половина отечественных релизов, по решению Министерства культуры, оказываются рекомендованы к просмотру зрителям младших возрастов, что естественным образом влияет на размер их потенциальной аудитории.

Широкий общественный резонанс в прошлом году получила история с присвоением возрастного рейтинга «16+» ремейка классического диснеевского мультфильма «Красавица и чудовище». Отметим, что рейтинг MPAA (Motion Picture Association of America) для данной картины – «PG» (рекомендован просмотр с родителями). Аналогичный рейтинг MPAA был присвоен и анимационным работам «Тайна Коко» и «Зверополис», которые Министерство культуры оценило для возрастных групп «12+» и «6+» соответственно.

В 2017 году заметно снизился показатель среднего числа зрителей на один фильм (особенно заметное в категории «6+» – более чем вдвое); впрочем, это связано с увеличением почти на 100 наименований фильмов в регулярном российском прокате.

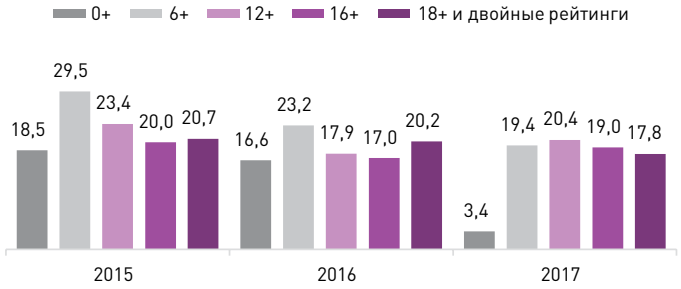
РИСУНОК 25. СРЕДНЕЕ ЧИСЛО ПОСЕЩЕНИЙ (ТЫС.) НА ФИЛЬМ ПО ВОЗРАСТНЫМ РЕЙТИНГАМ (2015–2017)



Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research

По числу зрителей на сеансе в 2017 году лидировали фильмы «12+», хотя остальные возрастные категории отставали несущественно.

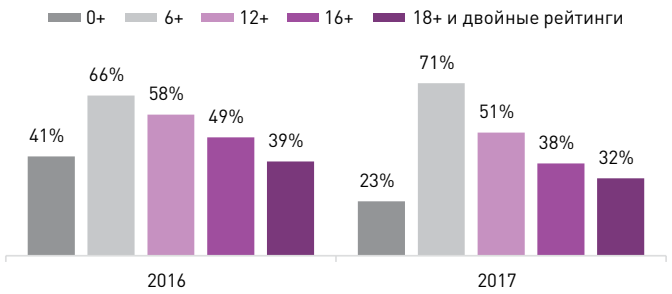
РИСУНОК 26. СРЕДНЕЕ ЧИСЛО ЗРИТЕЛЕЙ НА СЕАНСЕ ПО ВОЗРАСТНЫМ РЕЙТИНГАМ (2015–2017)



Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research

Наибольшее число кинотеатров на старте берут ленты с возрастным рейтингом «6+» – более 70% площадок. При этом фильмы для всех других возрастных категорий зрителей стартовали в 2017 году в меньшем числе кинотеатров, чем в 2016-м.

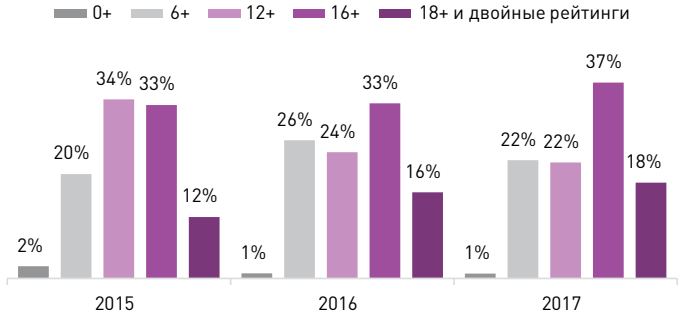
РИСУНОК 27. ШИРОТА РОСПИСИ ФИЛЬМОВ ПО ВОЗРАСТНЫМ РЕЙТИНГАМ (2016–2017)



Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research

Максимальное число сеансов у фильмов для аудитории «16+» (напомним, что большинство зарубежных картин в пакетах мейджоров получают именно этот рейтинг).

РИСУНОК 28. ДОЛЯ СЕАНСОВ ФИЛЬМОВ В ПРОКАТЕ ПО РЕГИОНАМ ПРОИЗВОДСТВА (2015–2017)



Источники: ЕАИС, Невафильм Research

Степень блокбастеризации российского кинорынка

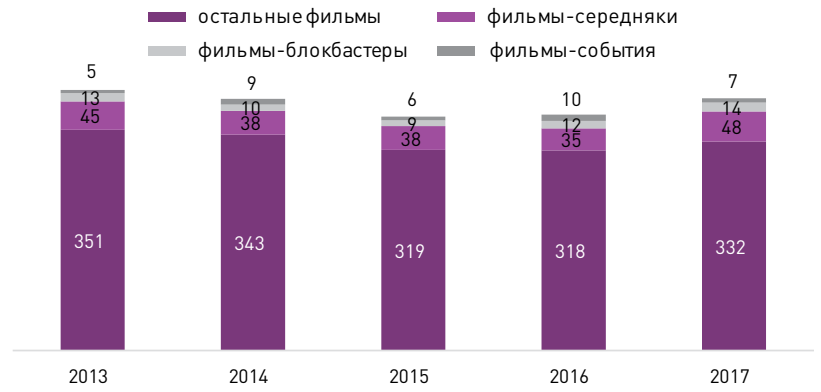
Кинематографическую ценность того или иного релиза трудно измерить в силу субъективности оценок как специалистов, так и зрителей. Тем не менее некоторое представление о степени зрительского интереса к конкретному фильму дает так называемый индекс блокбастеризации, разработанный специалистами Невафильм Research. Согласно шкале индекса блокбастеризации, фильмы делятся на четыре группы:

- фильмы-события, собравшие более 5% зрительской аудитории от населения, охваченного кинопоказом;
- фильмы-блокбастеры – от 3% до 5%;
- фильмы-середняки – от 1% до 3%;
- остальные фильмы – менее 1% зрительской аудитории.

На протяжении четырех лет с 2013 года все больше фильмов в российском прокате становились событиями: от 5 в 2013 году до 10 в 2016-м. Параллельно с этим росла и совокупная доля их зрителей: в 2016 году почти каждое третье посещение кинотеатра приходилось на один из десяти фильмов-событий (против сходных результатов 35 фильмов-середняков). Можно было бы ожидать сохранения данной тенденции и в 2017 году, однако по результатам проката событиями стали всего 7 лент с суммарной долей зрителей в 23%. На первом же плане оказались фильмы-середняки, в числе которых 48 лент с 38% зрителей.

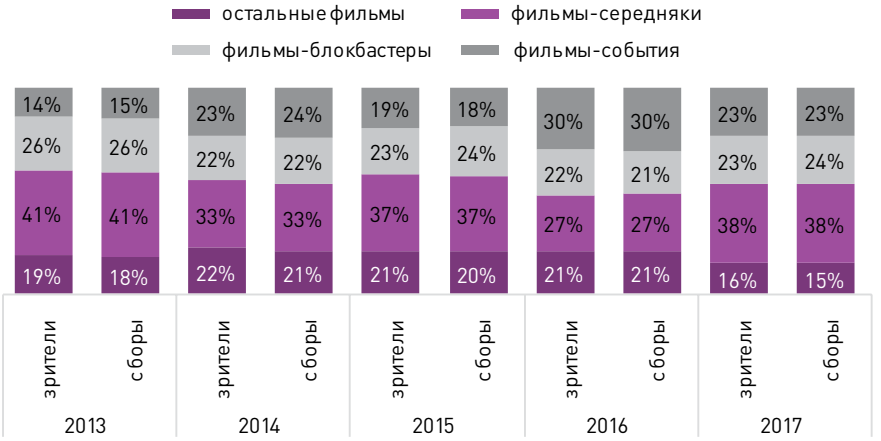
Несмотря на наличие в прокате таких знаковых и масштабных релизов, как «Пираты Карибского моря: мертвецы не рассказывают сказки», «Последний богатырь», «Стражи галактики. Часть 2» и «Викинг», которые на протяжении всего года обновляли рекорды по сборам в российском прокате, именно фильмы-середняки с числом зрителей в 1,7 млн на каждый обеспечили рекордный для российского проката 2017 год. При этом середняки просели меньше других типов картин в расчете среднего числа посещений на фильм по сравнению с 2016 годом (больше всего потеряли события – почти в два раза).

РИСУНОК 29. ЧИСЛО НОВЫХ РЕЛИЗОВ ПО УРОВНЮ БЛОКБАСТЕРИЗАЦИИ В ПРОКАТЕ РОССИИ ЗА 2013–2017 ГГ.



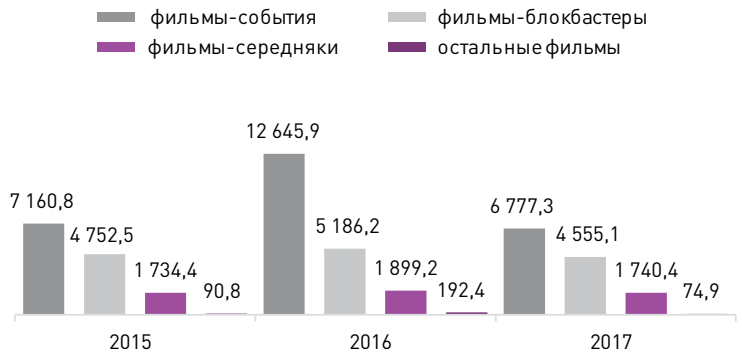
Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, ЕАИС, comScore, Невафильм Research19%

РИСУНОК 30. ДОЛИ ПОСЕЩЕНИЙ И КАССОВЫХ СБОРОВ ФИЛЬМОВ ПО УРОВНЮ БЛОКБАСТЕРИЗАЦИИ В ПРОКАТЕ РОССИИ ЗА 2013–2017 ГГ.



Источники: Кинобизнес сегодня,Бюллетень кинопрокатчика, ЕАИС, comScore, Невафильм Research

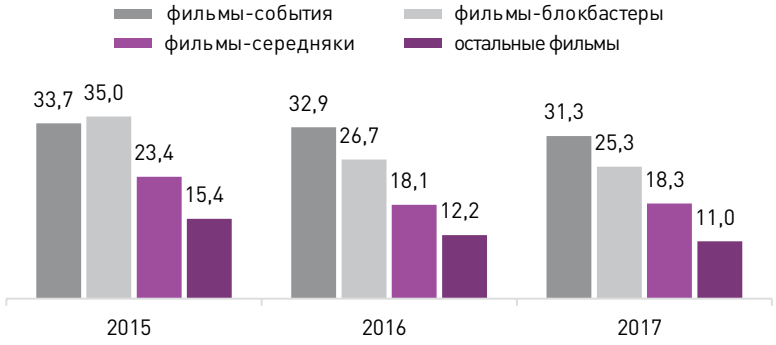
РИСУНОК 31. СРЕДНЕЕ ЧИСЛО ПОСЕЩЕНИЙ (ТЫС.) НА ФИЛЬМ ПО УРОВНЮ БЛОКБАСТЕРИЗАЦИИ (2015–2017)



Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research

Сама классификация фильмов по степени блокбастеризации предполагает, что категории более высокого уровня соберут и больше зрителей на сеансе, поэтому данный показатель распределеяется вполне логично.

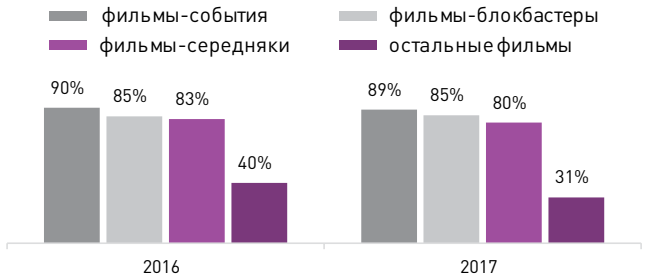
РИСУНОК 32. СРЕДНЕЕ ЧИСЛО ЗРИТЕЛЕЙ НА СЕАНСЕ ПО ВОЗРАСТНЫМ РЕЙТИНГАМ (2015–2017)



Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research

А вот результат анализа широты росписи фильмов, вызвавших различный интерес у аудитории, говорит о том, что шансы публики увидеть любой фильм из первых трех групп практически равны: все они демонстрируются в более чем 80% кинотеатров страны. При этом роспись фильмов-аутсайдеров заметно сократилась – с 40% до 31% площадок.

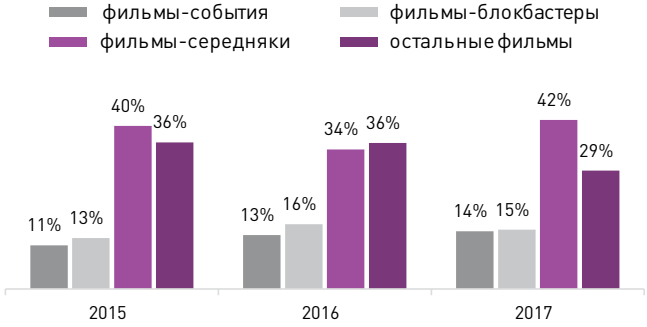
РИСУНОК 33. ШИРОТА РОСПИСИ ФИЛЬМОВ ПО УРОВНЮ БЛОКБАСТЕРИЗАЦИИ (2016–2017)



Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research

Аутсайдеры были вытеснены из проката в прошлом году и по числу сеансов (оно сократилось с 36% до 29%); отвоевали экранное время у них те же самые середняки – триумфаторы 2017 года (их доля сеансов выросла с 34% до 42%).

РИСУНОК 34. ДОЛЯ СЕАНСОВ ФИЛЬМОВ В ПРОКАТЕ ПО УРОВНЮ БЛОКБАСТЕРИЗАЦИИ (2015–2017)



Источники: ЕАИС, Невафильм Research

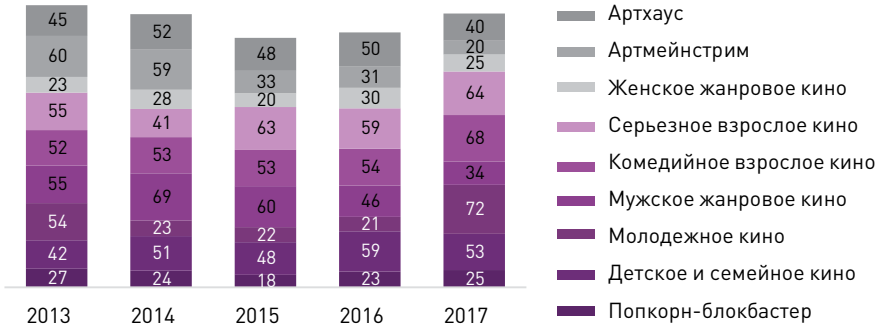
Классы фильмов в российском прокате

Мы продолжаем следить за репертуаром российского кинопроката, используя классификацию фильмов в зависимости от их целевой аудитории[1]. В 2017 году структура предложения и спроса несколько изменилась по сравнению с 2016-м.

Лидерами рынка по доле посещений остаются блокбастеры, детские и семейные картины зарубежного производства, однако по числу релизов семейное кино уступило в 2017-м молодежным лентам: их количество выросло сразу с 21 до 72.

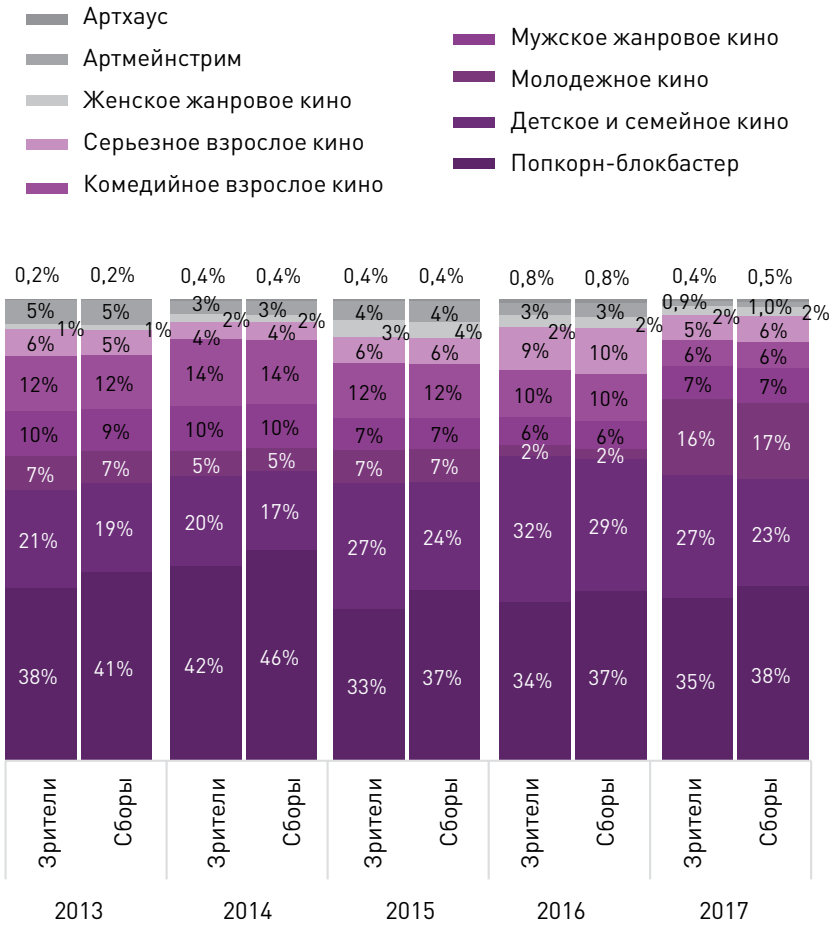
Расширение предложения кинолент для молодой аудитории вызвало и волну спроса: фильмы этого класса собрали 16% посещений (по сравнению с 2% в 2016 году это серьезный успех) – самым популярным стал триллер «Оно».

РИСУНОК 35. КОЛИЧЕСТВО РЕЛИЗОВ ПО КЛАССАМ В ПРОКАТЕ РОССИИ В 2013-2017 ГГ.



Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research

РИСУНОК 36. ДОЛИ ПОСЕЩЕНИЙ И КАССОВЫХ СБОРОВ ФИЛЬМОВ ПО КЛАССАМ В ПРОКАТЕ РОССИИ В 2013-2017 ГГ.

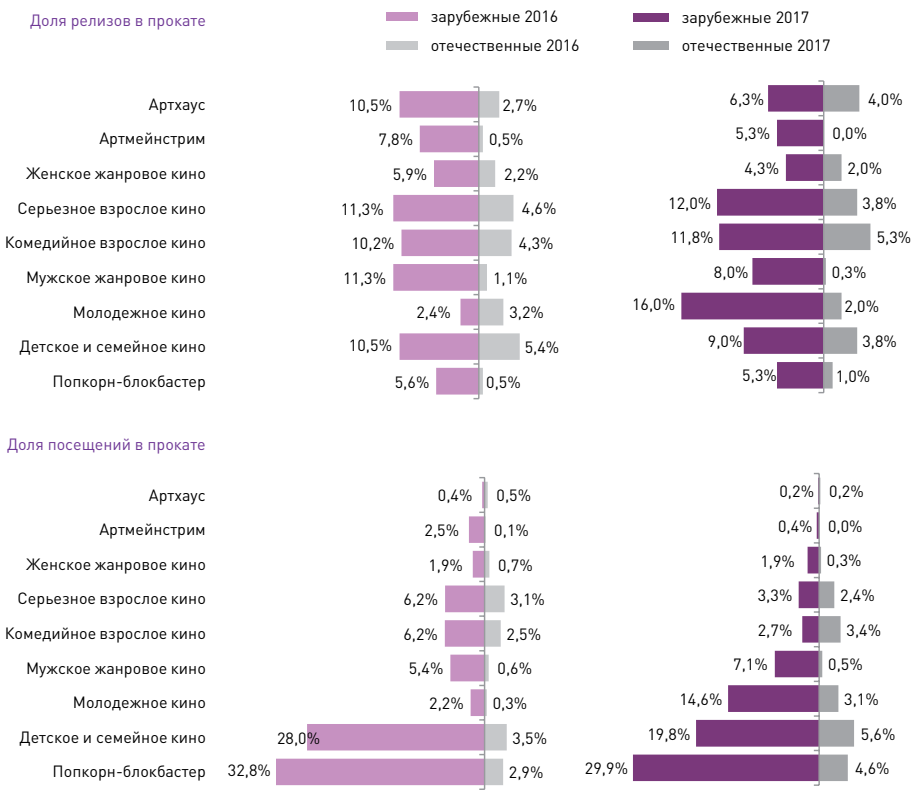


Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research

[1] До 2016 года в создании классификации участвовали специалисты сайта «Синемаплекс», в 2017 году – Эллина Саттарова (Университет Питтсбурга, Пенсильвания), которая также пересмотрела ряд классов фильмов в прокате прошлых лет. Методология данного исследования по-прежнему остается достаточно субъективной, однако Невафильм Research продолжает работу над ее совершенствованием.

Что касается изменения структуры предложения и спроса на отечественный контент, то в 2017 году российские продюсеры выпустили немного больше попкорн-блокбастеров, комедийного кино для взрослых и артхаусных лент; при этом из проката ушел российский артмейнстрим. Большего успеха в прокате в 2017-м удалось добиться таким классам российских фильмов, как попкорн-блокбастер, детское и семейное, молодежное и комедийное взрослое кино (лидерами в каждой категории стали соответственно «Викинг», «Последний богатырь», «Легенда о Коловрате»» и «Елки новые»). Сильнее всего снизилась в прошлом году доля серьезных фильмов для взрослых (среди них максимальное число зрителей привлекла «Матильда»).

РИСУНОК 37. ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ И ЗАРУБЕЖНЫЕ ФИЛЬМЫ В ПРОКАТЕ ПО КЛАССАМ: ДОЛЯ РЕЛИЗОВ И ПОСЕЩЕНИЙ (2016-2017)



В 2017 году посещения на один фильм в классе попкорн-блокбастеров оказались ниже, чем в 2016-м, так же как и у семейных фильмов и картин для взрослой аудитории; у молодежных фильмов число зрителей, напротив, выросло.

РИСУНОК 38. СРЕДНЕЕ ЧИСЛО ПОСЕЩЕНИЙ (ТЫС.) НА ФИЛЬМ ПО КЛАССАМ (2015-2017)



Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research

Самая высокая загрузка сеансов по-прежнему у блокбастеров и семейных лент (более 20 зрителей). А хуже всего себя проявили в прошлом году артхаус и комедии для взрослых (менее 14 человек на показе).

РИСУНОК 39. СРЕДНЕЕ ЧИСЛО ЗРИТЕЛЕЙ НА СЕАНСЕ ПО КЛАССАМ (2015-2017)



Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research

РИСУНОК 40. ШИРОТА РОСПИСИ ФИЛЬМОВ ПО КЛАССАМ (2016-2017)



Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, comScore, ЕАИС, Невафильм Research

РИСУНОК 41. ДОЛЯ СЕАНСОВ ФИЛЬМОВ В ПРОКАТЕ ПО КЛАССАМ (2015-2017)



Источники: ЕАИС, Невафильм Research

Высокие результаты в прокате лидирующим группам фильмов обеспечивает не только количество релизов, но и благоприятная роспись проектов. Традиционно наибольшее число кинотеатров показывают такие картины, как попкорн-блокбастеры (85% от числа действовавших в стране на момент релиза), семейные (более 60%) и молодежные фильмы (около 50%).

В 2017 году мы наблюдаем сокращение предложения в российских кинотеатрах всех остальных классов кинолент: особенно заметно сузилась широта росписи на серьезном взрослом кино (с 45% до 26%), артмейнстриме (с 34% до 16%) и артхаусе (с 20% до 8%).

Эти классы фильмов можно посмотреть не только во все меньшем числе площадок, но и на меньшем количестве сеансов: если артхаусу всегда доставалось менее 1% экранного времени, то в прошлом году доля сеансов артмейнстрима сократилась с 3% до 1%.

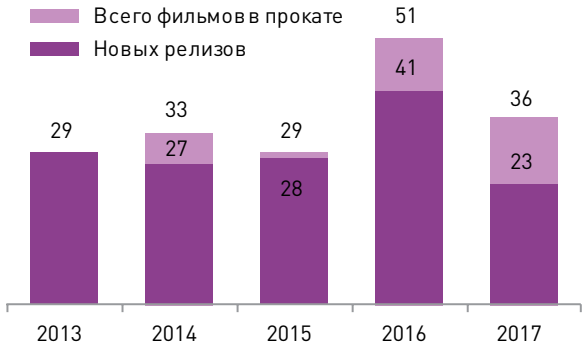
Тогда как три наиболее популярные категории картин занимали в прошлом году уже 74% сеансов, что обеспечило им 78% от общего числа проданных кинобилетов.

ФИЛЬМЫ РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА В РОССИЙСКОМ ПРОКАТЕ

Региональные релизы

Развитие регионального кинопроизводства в 2017 году замедлилось: сократилось число новых региональных релизов (с 41 до 23), как и общее количество фильмов в прокате (с 51 до 36), а в общероссийский прокат вышла лишь одна новая картина («Из Уфы с любовью!», Башкортостан) – по сравнению с шестью в 2016-м.

РИСУНОК 42. КОЛИЧЕСТВО ФИЛЬМОВ РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА В РОССИЙСКОМ ПРОКАТЕ (2011–2017)



Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, ЕАИС, comScore, Невафильм Research

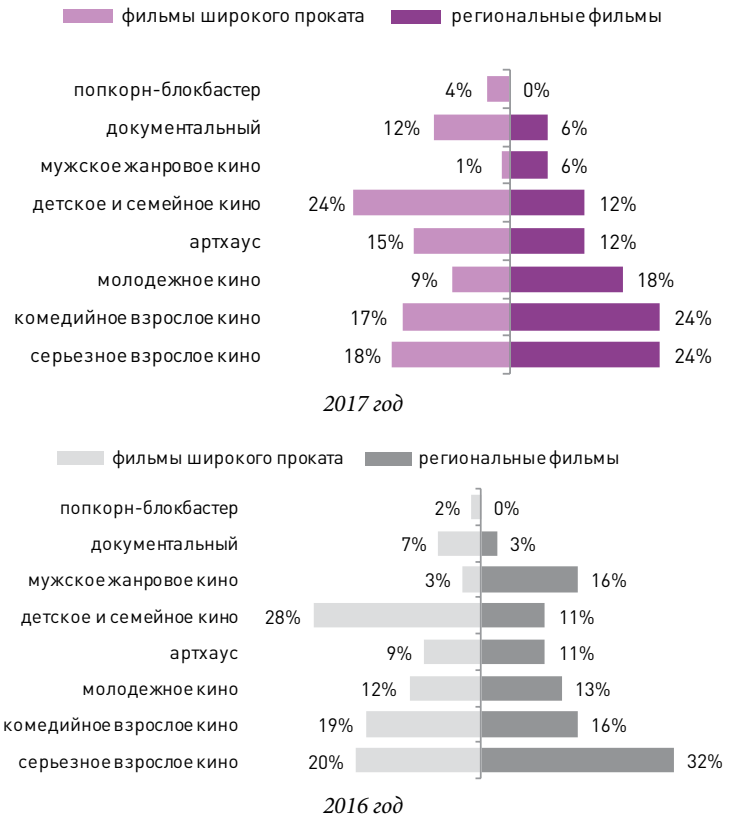
Лидеры по выпуску местных фильмов сбавили обороты: в Якутии вышло на 38% картин меньше, в Татарстане – на 66%, в Бурятии – на 25%. С другой стороны, в Башкортостане продюсеры выпустили на экраны 3 картины (республика повторила успех 2014 года), в том числе одну за пределами региона; увеличилось число релизов и в Иркутской области. В целом ряде областей, однако, новых картин в 2017 году выпущено не было.

ТАБЛИЦА 4. КОЛИЧЕСТВО РЕЛИЗОВ ПО РЕГИОНАМ (2013–2017)

Регион	2013	2014	2015	2016	2017
Республика Саха (Якутия)	19	12	13	13	8
Республика Татарстан	0	0	0	12	4
Республика Бурятия	6	5	4	4	3
Республика Башкортостан	0	3	2	1	3
Иркутская область	0	0	0	1	2
Самарская область	0	0	0	1	1
Приморский край	0	0	0	0	1
Омская область	0	0	0	0	1
Кабардино-Балкарская Республика	0	0	1	1	0
Ульяновская область	0	0	0	1	0
Липецкая область	0	0	0	1	0
Санкт-Петербург	0	0	0	1	0
Оренбургская область	0	0	0	1	0
Чувашская Республика	0	0	0	1	0
Чеченская Республика	0	0	0	1	0
Республика Карелия	0	0	0	1	0
Новосибирская область	0	1	1	0	0
Красноярский край	0	1	1	0	0
Свердловская область	0	0	1	0	0
Тульская область	0	0	1	0	0
Забайкальский край	0	0	1	0	0
Республика Калмыкия	0	0	1	0	0
Саратовская область	0	1	0	0	0
Тамбовская область	1	0	0	0	0

С точки зрения классов региональные фильмы продолжают иметь свою специфику, отличаясь от отечественных релизов широкого проката: детского кино в регионах заметно меньше, а попкорн-блокбастеров нет. Но (по сравнению с 2016 годом) в числе релизов сократилось мужское жанровое и серьезное взрослое кино, а увеличилось документальное, комедийное и молодежное, что в основном соотносится с трендами широкого проката.

РИСУНОК 43. ДОЛИ ЖАНРОВ РОССИЙСКИХ ФИЛЬМОВ ШИРОКОГО ПРОКАТА И РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА В 2016–2017 ГГ.



Результаты в прокате

По данным, которые удалось получить Невафильм Research непосредственно от представителей кинотеатров[1], продюсеров, из отраслевых журналов и ЕАИС, в 2017 году фильмы регионального производства собрали 141 тыс. зрителей и 28,5 млн руб. К сожалению, ни одной картине не удалось повторить прошлогодний опыт «Эластико», вышедшего в широкий российский прокат почти в 500 кинотеатрах, поэтому посещения и сборы 2017-го оказались ниже на 54–57%.

ТАБЛИЦА 5. РЕЗУЛЬТАТЫ ФИЛЬМОВ РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА В РОССИЙСКОМ ПРОКАТЕ (2013–2017)

Год	Посещения (тыс.)	Кассовые сборы (млн руб.)
2013	265,5	61,9
2014	111,3	22,6
2015	299,1	65,7
2016	329,7	62
2017	140,8	28,5

Источники: Невафильм Research, Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, ЕАИС

[1] Информацию за 2017 год предоставили «People`s cinema» (Улан-Удэ), «Азия» (Якутск), «Гигант» (Хабаровск), «Еврозона» (Улан-Уде), Иркутский областной кинофонд, «КГБУК Енисей кино» (Красноярск), «Киномакс», «Космос» (Чернянка), «Лена» (Якутск), «Мегаполис», «Мир» (Невинномысск), «Октябрь» (Ставрополь), «Руслан» (Ульяновск), «Синемацентр» (Якутск), «Сокол» (Оренбург), «Художественный» (Самара), «Чарли» (Братск) и «Эпицентр» (Красноярск).

Первую строчку рейтинга региональных фильмов занимает картина «Из Уфы с любовью!» (реж. Айнур Аскаров); на втором месте – фильм «Чувак» (реж. Владимир Мункуев), притом что первый выходил в общероссийский прокат[1], а второй – только в якутский. Замыкает тройку, но уже с большим отрывом, картина «Его дочь» (реж. Татьяна Эверстова) – лауреат гран-при выборгского фестиваля «Окно в Европу» 2017 года; уже в 2018 году фильм также был показан в сети кинотеатров «КАРО».

ТАБЛИЦА 6. ТОП-10 ФИЛЬМОВ РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА В 2017 Г. В РОССИЙСКОМ ПРОКАТЕ ПО ЧИСЛУ ПОСЕЩЕНИЙ

Место	Фильм	Прокатчик	Год пр-ва	Дата релиза	Регион	Посещаемость (тыс.)	Кассовые сборы (тыс. руб.)
1	Из Уфы с любовью!	АскарФильм	2017	13.04.2017	Республика Башкортостан	29,9	5293,2
2	Чувак (Уол оҕото)	Гектор	2017	19.10.2017	Республика Саха (Якутия)	29,2	7704,7
3	Его дочь (Кини кыыһа)	Хоро ОйУлуун продакшн	2016	04.11.2017	Республика Саха (Якутия)	9	2330,1
4	Кэрэл	ИП Луковцев И.Е.	2017	02.02.2017	Республика Саха (Якутия)	7	1577
5	Черный Демон (Хара Бэкир)	ИП Тимофеев К.П.	2017	05.10.2017	Республика Саха (Якутия)	6,1	1678
6	Неотосланные письма	Татаркино	2017	02.01.2017	Республика Татарстан	6	346,8
7	Детство, которое мы не знали (Сааскы кэм)	Сахафильм	2017	06.04.2017	Республика Саха (Якутия)	5,9	1717,1
8	Бабич	Живая лента	2017	19.04.2017	Республика Башкортостан	4,4	495,1
9	Айсылу. Фильм	Татаркино	2017	17.08.2017	Республика Татарстан	4,4	349,9
10	Смерти нет	ИП Будуев Н.Р.	2017	18.05.2017	Республика Бурятия	4,3	828,3

Источники: Невафильм Research, Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, ЕАИС, Госрегистр

[1] Фильм был показан в 55 кинотеатрах; у остальных релизов, по имеющимся данным, роспись не превышает пяти площадок.

Максимальное число посещений и кассовых сборов региональных фильмов в 2017 году снова зафиксировано в Якутии: на долю республиканских картин приходится 55% посещений такого кино и 70% кассы (билеты тут стоят даже больше, чем по России в целом, – 262 руб. против 251 руб.). Четверть зрителей регионального кино посмотрели фильмы производства Башкортостана (21% кассы); татарские же фильмы привнесли в совокупный результат 12% билетов и лишь 3% сборов (цена билета на их показах составила 60 руб.; меньше же всего билеты стоили на показах в Самарской области – 29 руб).

ТАБЛИЦА 7. РЕЙТИНГ РОССИЙСКИХ РЕГИОНОВ ПО ЧИСЛУ ПОСЕЩЕНИЙ ЛОКАЛЬНЫХ ФИЛЬМОВ В 2017 ГОДУ

Место	Регион	Релизов	Фильмов	Пос-ть (тыс.)	Сборы (тыс. руб.)
1	Республика Саха (Якутия)	8	11	76,8	20 143,6
2	Республика Башкортостан	3	4	34,7	5855
3	Республика Татарстан	4	6	16,5	986,3
4	Республика Бурятия	3	4	4,6	881,9
5	Самарская область	1	2	3,9	115,5
6	Кабардино-Балкарская Республика	0	1	3,1	342
7	Республика Карелия	0	1	0,7	72,3
8	Иркутская область	2	4	0,1	22,5
9	Приморский край	1	1	0,1	27,7
10	Ульяновская область	0	1	0,1	11
11	Омская область	1	1	0,1	8
	В целом	**23**	**36**	**140,8**	**28 465,8**

Источники: Невафильм Research, Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, ЕАИС

Развитие кинопроизводства в регионах РФ

Развитию регионального кинопроизводства должны способствовать системы фискальных стимулов, запущенные в отдельных регионах в 2017 году. На отчетном собрании Ассоциации продюсеров кино и телевидения данное направление было признано одним из основных. АПКиТ сотрудничает в этом вопросе с Агентством стратегических инициатив; совместными усилиями они разработали проектную документацию, которая предполагает возврат части средств, потраченных на территории региона на производство национальных фильмов, приезжающим продюсерам (прежде всего членам АПКиТ) – так называемые рибейты. Инициативу поддерживает Фонд кино, который делает акцент на организации кинокомиссий (основная цель которых – помогать съемочным группам в поисках локаций, получении разрешений на съемки и подборе техники и персонала); согласно рекомендациям Фонда кино[1], именно кинокомиссия может взять на себя функции по выплате рибейтов и разработке правил для этого. По факту же регионы вольны сами назначать ответственную организацию, выполняющую функции кинокомиссии (к сожалению, чаще всего опыта и экспертизы в сфере кинематографа у этих организаций очень мало) и выдающую рибейты; причем даже сотрудничающие с АПКиТ регионы не всегда ограничивают круг имеющих право на возвраты средств только членами этой ассоциации. Тем не менее местные продюсеры часто не имеют возможности получить доступ к этому виду поддержки, так же как и иностранные съемочные группы: этому препятствует федеральное законодательство, устанавливающее в качестве обязательного условия наличие удостоверения национального фильма. А именно эти два направления могут в наибольшей степени повысить уровень подготовки региональных специалистов и дать дополнительное финансирование местным продюсерам.

[1] См.: http://www.fond-kino.ru/projects/kinokomissii/.

С начала года три региона объявили о начале выплат возвратов потраченных в регионах средств: Приморский край (до 15% и до 5 млн руб. на проект), Калининградская область (до 20% в общей сумме 20 млн руб. в 2017-м[1] и вдвое больше в 2018-м) и Астраханская область.[2] Позднее о разработке аналогичных программ заявили в Ульяновской и Иркутской областях: в первой в 2017 году выделено 20 млн руб. на возврат 20–40% затрат продюсеров[3], во второй создана кинокомиссия на базе областного кинофонда, которая планирует возвращать до 20% затрат.

Активную работу по развитию кино в российских регионах ведет в течение последних лет и Молодежное отделение Союза кинематографистов РФ: при его содействии по всей стране проходят региональные питчинги проектов, возрождается деятельность местных отделений СК и их молодежных подразделений. А, к примеру, в Республике Карелия СК выступает партнером программы приграничного сотрудничества «Карелия», получающей поддержу из бюджетов ЕС, РФ и Финляндии. Союз кинематографистов также инициировал исследование «Кинорейтинг регионов»: в 2017 году первые места в нем заняли Санкт-Петербург, Татарстан, Свердловская область, Башкортостан и Якутия (хотя, на наш взгляд, вопросы применения этого рейтинга и методики его составления не очень ясны).

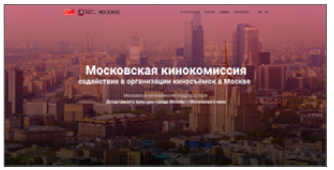
Обращают внимание на региональных производителей и столичные кинокомпании: так, в 2016 году в прокат вышла бурятская картина «Эластико», поддержанная в производстве компанией «Enjoy Movies», а с 2017 года специальное подразделение действует в рамках корпорации «Russian Film Group» (департамент региональных проектов занимается поиском талантов, образовательной деятельностью, налаживанием горизонтальных связей между специалистами киноиндустрии и консультациями кинематографистов из регионов, финансовым участием в региональных проектах и их продвижением).

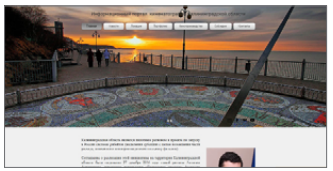
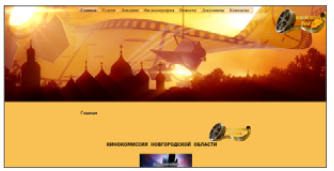
В настоящее время о развитии кинематографии заявили также в Ростовской области (здесь планируется создать образовательный и производственный кинокластеры). В Москве начала работать кинокомиссия, предоставляющая бесплатные услуги российским и зарубежным кинематографистам (хотя при этом все поддерживаемые проекты утверждаются на заседании мэрии, что вовсе не соответствует общемировым принципам функционирования подобных организаций). Санкт-Петербургский бюджет поддержал в 2017 году 22 картины на сумму 64 млн руб.; правда, здесь субсидии выдаются только НКО – это прямая поддержка, а не фискальные стимулы коммерческих проектов. Об открытии кинокомиссии объявлено в Новгородской области[4].

По данным Фонда кино, к концу 2017 года в России насчитывалось 11 кинокомиссий, четыре из которых предлагают продюсерам выплату части средств, потраченных на кинопроизводство в регионе[5]. Однако к середине 2018 года мы насчитали только 6 действующих сайтов кинокомиссий:

- Сибирская (создана Иркутской областью, в настоящее время объединяет 11 регионов): http://filminsiberia.ru/;
- Приморская: http://primoryefilm.ru/;
- Московская: http://filmmoscow.ru/;
- Ульяновская: https://ulkul.ru/news/culture/kinokomissiya-ulyanovskoy-oblasti.html;
- Калининградская: https://www.cinema39.ru/;
- Новгородская: http://kinokomissiya-no.ru/.



[1] В 2017 году в Приморье 5 млн руб. получила компания «Марс Медиа Энтертейнмент», а в Калининграде пять проектов студий «Профит», «Блиц-Фильм», «Синтезфильм», «Приор продакшн» и «Киностудия КИТ» поделили 14,6 млн руб. См.: https://www.kommersant.ru/doc/3651239 и https://gov39.ru/news/101/127172/.

[2] В данном случае об условиях и фактических выплатах не было объявлено.

[3] 10 млн руб. было выплачено в 2017-м кинокомпании «Гамма-продакшн».

[4] 50 кинопроектов в 2018 году будут снимать в регионах на условиях возмещения затрат на съемочный процесс. См.: https://asi.ru/news/86737/.

[5] По данным аналитического исследования Фонда кино и ИА «ИнтерМедиа» «Российская киноиндустрия-2017». М., 2018. С. 216–217.

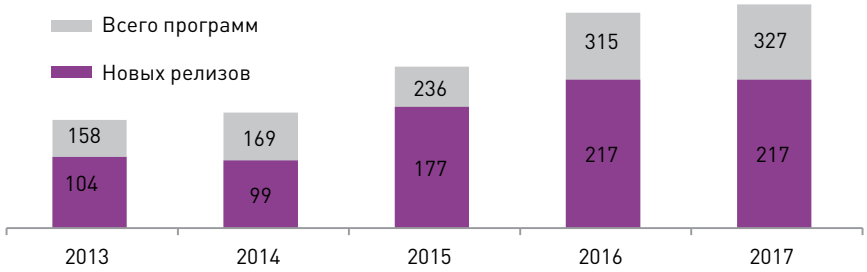
КРЕАТИВНЫЙ КОНТЕНТ В ПРОКАТЕ СНГ

Под креативным контентом мы подразумеваем концертные показы в кинотеатрах, трансляции театральных, оперных и балетных постановок, документальные фильмы, в том числе фильмы-выставки, научно-популярные и образовательные картины (включая фильмы корпорации «IMAX»), короткометражные сборники художественных и анимационных лент, эпизоды телесериалов, а также специальные показы фильмов прошлых лет, ретроспективы, тематические фестивали в отдельных киносетях и т. п. При этом по итогам 2017 года мы пересмотрели подход к анализу программ, посвященных одной теме или объединяющих постановки одного театра: разрозненные трансляции были объединены в одну программу, что сократило число проектов в прокате, но сделало каждую из программ более весомой[1].

Программы креативного контента

В 2017 году число вышедших программ креативного контента не изменилось по сравнению с 2016-м: на экраны вышло 217 новых релизов. Всего на экранах мы насчитали 327 программ, что также сопоставимо с уровнем 2016 года.

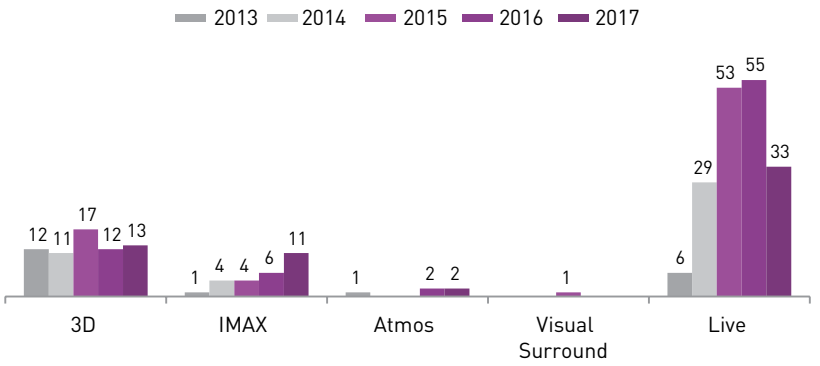
РИСУНОК 44. КРЕАТИВНЫЙ КОНТЕНТ В ПРОКАТЕ СНГ (2013–2017)



Источник: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, ЕАИС, comScore, Невафильм Research

Число прямых трансляций заметно сократилось (мы объединили по театрам показы «Театральной России», однако сделали это не только за 2017-й, но и за более ранние годы тоже). В киноаттракционных форматах демонстрируется не так много программ; только IMAX наращивает число фильмов в прокате.

РИСУНОК 45. ФОРМАТЫ КРЕАТИВНОГО КОНТЕНТА В ПРОКАТЕ СНГ (2013–2017)

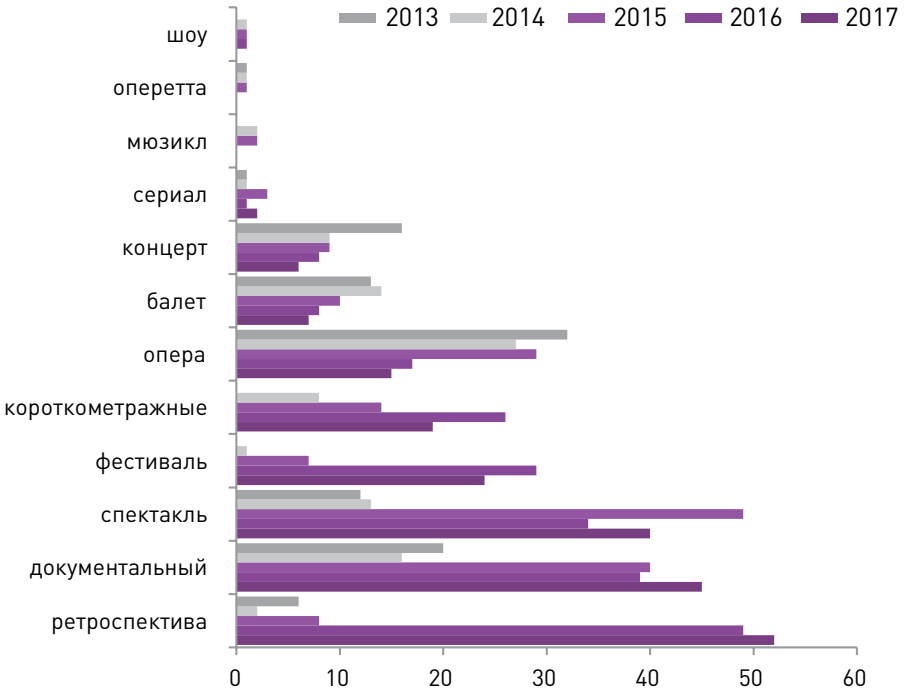


Источник: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, ЕАИС, comScore, Невафильм Research

[1] К примеру, мы объединяем в одну программу все выпуски «Мульта в кино» за год (в 2017-м – выпуски 22–43), «Кинодетства» (5 выпусков в прошлом году); показы «Театральной России» подсчитываются по репертуару конкретных театров; суммируются также данные по таким фестивалям, как «RIFF 2017-18» (22 фильма), «Британфест 2017» (20 фильмов), «Амфест 2017» (21 фильм), «360 фестиваль 2017» (23 фильма), «Артдокфест 2017» (21 фильм), 16-й фестиваль немецкого кино (16 фильмов), 51-й фестиваль японского кино (9 фильмов), 9-й фестиваль датского кино (8 фильмов), 4-й фестиваль французского кино (10 фильмов), «Creative Australia: 3-й фестиваль австралийского кино» (3 фильма), «Creative Visions: Кино Гонконга 1997-2017» (8 фильмов), «День Норвегии» (4 фильма), «British Film Spring 2017» (6 фильмов), «West Wind 2017» (4 фильма), 6-й фестиваль «Новое кино Австрии» (5 фильмов), CIFRA. 3-й фестиваль венгерского кино (4 фильма), «Дни Франкофонии. Анимация» (3 фильма), 1-й фестиваль кино Финляндии (5 фильмов), «Наша анимация 2017» (4 программы), Фестиваль документального кино США «Show US! (2017)» (10 фильмов), «Искусство кино. Молодая критика о французском кино» (5 фильмов); объединились и ретроспективы Тарковского, Балабанова, Тарантино, Линча, Бёртона, Скорсезе, Джармуша, Кесьлёвского и др.

Что касается жанрового разнообразия, то на смену лидировавшим 5 лет назад операм пришли документальные фильмы и спектакли. В 2016–2017 годах также заметно больше стало проходить различных ретроспективных показов[1] – как посвященных творчеству какого-либо режиссера, так и отдельных демонстраций архивных фильмов. Заметно сократилось число короткометражных программ (вплоть до того, что лидер этого сегмента «Utopia Pictures» в 2018 году прекратил свою деятельность).

РИСУНОК 46. ЧИСЛО НОВЫХ РЕЛИЗОВ КРЕАТИВНОГО КОНТЕНТА В ПРОКАТЕ СНГ ПО ЖАНРАМ (2013–2017)



Источник: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, ЕАИС, comScore, Невафильм Research

[1] Ретроспектива определяется, во-первых, по формулировке прокатчика; во-вторых, проверяется год производства фильма: если дата релиза в России позже на 4 года, то проверяется широта выпуска (с росписью свыше 100 кинотеатров/залов проект считается перелизом и не рассматривается как креативный контент; релизы с меньшей росписью включаются в число креативных программ в качестве ретроспектив; при этом описанная методика не охватывает оперы, балеты, спектакли, концерты, шоу).

Результаты креативного контента в прокате

Проблема фрагментарности известных результатов креативного контента в российском прокате остается актуальной. Многие такие проекты не получают прокатного удостоверения (поскольку часто не являются фильмами или имеют краткосрочное окно права показа) и в связи с этим не отражаются в ЕАИС; в систему «comScore» данные по ним попадают только из крупных киносетей, отчитывающихся в нее автоматически; а отраслевым изданиям информацию по сборам сдают далеко не все дистрибьюторы (по-прежнему не раскрывает своей статистики лидер рынка «CoolConnections»). Тем не менее в 2017 году доля проектов с известными посещаемостью и кассовыми сборами составила 84%.

По имеющимся данным, объем рынка креативного контента в России составил 1,3 млн кинобилетов и 321,5 млн руб. (на 15% меньше, чем годом ранее; хотя судить об этом достоверно – ввиду неполноты статистики – нельзя). О снижении результатов свидетельствует, однако, средняя посещаемость одного проекта: она упала на 14% – до 4,8 тыс. зрителей.

В целом креативный контент в России составляет не менее 0,6% посещений и кассовых сборов (в 2016-м – 0,8%). В мире же, по данным Event Cinema Association, эта доля достигает 1%, и в 2017 году наблюдается рост данного сегмента рынка – на 7–10%).

ТАБЛИЦА 8. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОГРАММ КРЕАТИВНОГО КОНТЕНТА В ПРОКАТЕ СНГ (2013–2017)

Год	Посещения (тыс.)	Кассовые сборы (млн руб.)	Средняя посещаемость на один проект (тыс.)	Качество статистики (доля проектов с известными данными)
2013	1197,7	350	8,7	87%
2014	394,8	118,1	3	77%
2015	1332,3	230,1	8,1	69%
2016	1546,4	372,2	5,6	88%
2017	1320,7	321,5	4,8	84%

Источник: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, ЕАИС, comScore, Невафильм Research

Самой посещаемой программой креативного контента на рынке СНГ (с большим отрывом) в очередной раз стали новые выпуски «Мульта в кино» (интересно, что на десятом месте эта же программа, но за 2016 год: кинотеатры берут ее для повторного показа). Второе место занимает показ «Rammstein: Paris!» компании Невафильм Emotion – этот концерт стал самым успешным в России с 2013 года, обогнав проект WDSSPR «One Direction: Это мы» и уступив лишь компании «West» с фильмом-концертом «Metallica: Сквозь невозможное» (оба были выпущены в 2013 году и собрали 28 и 89 тыс. зрителей соответственно). На третьем месте – первый эпизод сериала «Сверхлюди», который вышел в формате IMAX.

ТАБЛИЦА 9. ТОП-10 ПРОГРАММ КРЕАТИВНОГО КОНТЕНТА В 2017 ГОДУ В ПРОКАТЕ СНГ ПО ЧИСЛУ ПОСЕЩЕНИЙ

Ранг	Название программы	Дистрибьютор	Дата релиза	Год пр-ва	Страна пр-ва	Вид контента	Пос-ть (тыс.)	Касса (млн руб.)
1	МУЛЬТ в кино. Выпуски 44–65	Мульт в кино	07.01.17	–	Россия	короткометражные	609,8	70,2
2	Rammstein: Paris!	Невафильм Emotion	23.03.17	2016	Великобритания	концерт	39,6	21,6
3	Сверхлюди	Централ Партнершип	07.09.17	2017	США	сериал	30,8	11,3
4	Город кошек	A-One Films	30.11.17	2016	Турция, США	документальный	29,1	6,9
5	Путешествие времени	Капелла Фильм	30.03.17	2016	Франция, Германия, США	документальный	20,4	5,5
6	Титаник в 3D	Двадцатый Век Фокс СНГ	02.03.17	1997	США	ретроспектива	19,5	7,5
7	Танцовщик	Кинокомпания Пионер	18.05.17	2016	Великобритания, Россия, Украина, США	документальный	18,8	5,4
8	RIFF 2017-18 (22 фильма)	ПилотКино	01.11.17	2017	Италия	фестиваль	17,9	5,4
9	Дэвид Линч: Жизнь в искусстве	Артхаус	13.04.17	2016	США, Дания	фестиваль	17,7	3,2
10	МУЛЬТ в кино. Выпуски 22–43	Мульт в кино	09.01.16	-	Россия	короткометражные	16,5	2,2

Источники: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, ЕАИС, comScore, Невафильм Research

Дистрибьюторы креативного контента

В 2017 году самым заметным стало появление на рынке креативного контента журнала «Искусство кино», который как в сотрудничестве с другими дистрибьюторами и журналом «Сеанс», так и самостоятельно организовал порядка 10 показов, что сопровождались представлением критиков (включая нового главреда Антона Долина) и обсуждениями; этот формат ретроспективных и артпоказов становится все более популярным и берется на вооружение многими дистрибьюторами в сегменте креативного контента.

Лидером же по числу проектов на экране снова с большим отрывом становится «CoolConnections», причем число программ в пакете компании растет (в основном за счет документальных проектов на фоне сокращения опер и фестивалей). Занимающая второе место Невафильм Emotion, напротив, количество проектов сократила, как и занимающее третью позицию «Иноекино». Резко увеличила свой репертуар компания «Reflexion Films» – также благодаря документальным фильмам.

ТАБЛИЦА 10. ТОП-10 ДИСТРИБЬЮТОРОВ КРЕАТИВНОГО КОНТЕНТА В ПРОКАТЕ СНГ В 2017 ГОДУ (ПО ЧИСЛУ ПРОЕКТОВ НА ЭКРАНЕ)[1]

Ранг	Компания	2013	2014	2015	2016	2017
1	CoolConnections	31	45	91	128	135
2	Невафильм Emotion	96	92	62	42	38
3	Иноекино	0	0	2	38	29
4	Театральная Россия	0	0	13	8	13
5	Reflexion Films	0	1	1	3	12
6	Utopia Pictures	2	6	11	17	9
7	Искусство кино	0	0	0	0	9
8	IMAX	0	4	4	6	8
9	Сеанс	0	2	3	18	8
10	ЦДК	0	0	4	7	6

Источник: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, ЕАИС, comScore, Невафильм Research

Лидер российского рынка креативного контента «CoolConnections» работает с оперными постановками (цена билета на них составляет 730 руб.), спектаклями и балетами (они немного дешевле – 510 руб.); это самый дорогой сегмент.

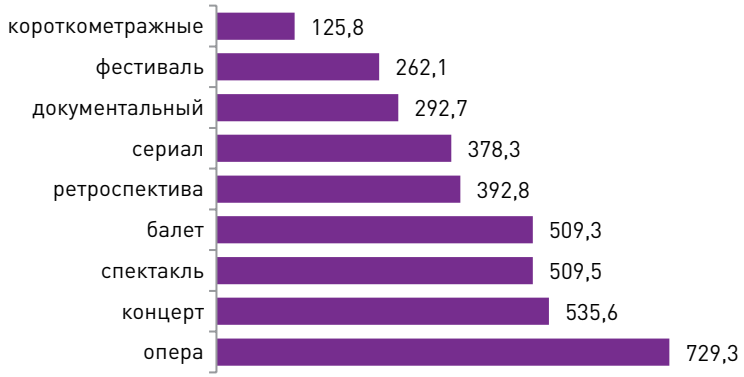
На втором месте по цене расположились концертные трансляции – 535 руб. (здесь доминирует Невафильм Emotion: все 10 концертных проектов в 2017 году были показаны этой компанией).

Самая жесткая конкуренция – между прокатчиками в среднем ценовом сегменте, который составляют ретроспективы, сериалы и документальные фильмы (от 300 до 400 руб. за билет).

Фестивали российские зрители могут посетить почти по стандартной цене билета (напомним, в 2017 году она составила по стране 251 руб.; на фестивальных показах – 262 руб.).

Самыми дешевыми остаются посещения короткометражных сборников; тренд в этом сегменте формируется компанией «Мульт в кино», которая продает дешевые билеты на короткие сеансы с показом детской анимации.

РИСУНОК 47. СРЕДНЯЯ ЦЕНА БИЛЕТА НА НОВЫЕ РЕЛИЗЫ КРЕАТИВНОГО КОНТЕНТА В РОССИЙСКОМ ПРОКАТЕ В 2017 Г. ПО ЖАНРАМ (РУБ.)



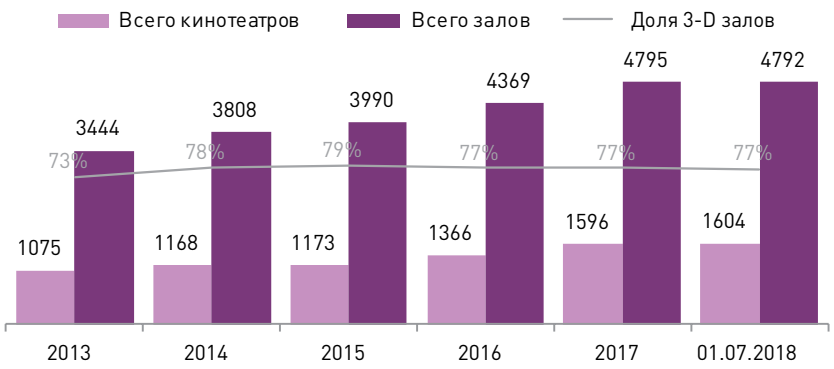
Источник: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, ЕАИС, comScore, Невафильм Research

[1] Ретроспективы режиссеров объединены в программы и представлены как один проект.

КИНОПОКАЗ

Динамика основных показателей

РИСУНОК 48. ЧИСЛО КОММЕРЧЕСКИХ КИНОТЕАТРОВ И ЗАЛОВ (2013–01.07.2018)



По данным на 1 января 2018 года, в России насчитывалось 1596 кинотеатров и 4795 залов (среднее число экранов на комплекс – 3). Доля 3D-залов остается стабильной (77,3% всех экранов страны), увеличившись за год лишь на 0,1 процентного пункта.

Динамика открытия залов и кинотеатров за последние два года связана с субсидированными площадками Фонда кино. Так, годовой темп прироста залов в 2017-м и 2016 годах составил 9,8% и 9,5% соответственно. Тогда как без учета кинотеатров, открытых по программе субсидирования, эти показатели падают до 4,6% и 4,8% и становятся аналогичны уровню 2015 года (4,8%). При этом вклад субсидированных залов в общероссийскую посещаемость пока невелик и в 2017 году составил, по данным comScore, лишь 2% за год, а в кассовые сборы – лишь 1,6%.

Из-за невысокой эффективности работы субсидированных залов после заметного роста средних показателей работы одного зала в течение 2016 года (около 5%) в 2017-м среднегодовая посещаемость на зал в России в целом снизилась на 0,8% (до 47 тыс.), а средний кассовый сбор – на 1,2% (до 11,8 млн руб. в год).

РИСУНОК 49. ДИНАМИКА ОТКРЫТИЯ И ЗАКРЫТИЯ КОММЕРЧЕСКИХ КИНОТЕАТРОВ В РОССИИ (2013–01.07.2018)

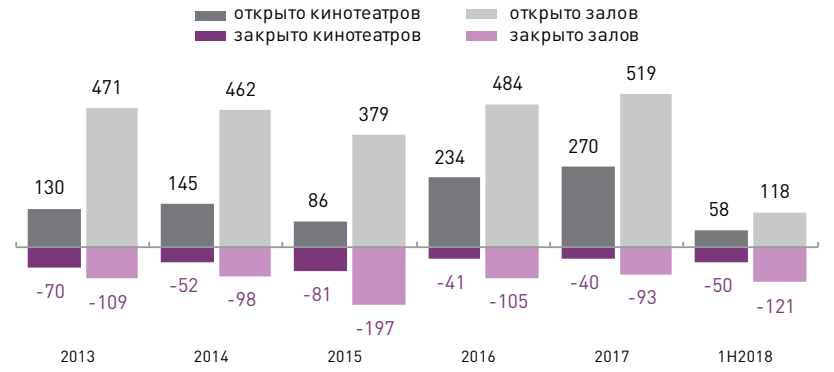
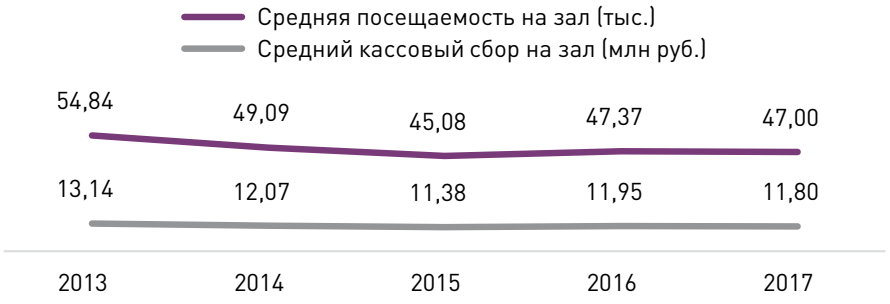


РИСУНОК 50. СРЕДНЯЯ НАРАБОТКА НА ОДИН ЗАЛ В КИНОТЕАТРАХ РОССИИ (2013–2017)



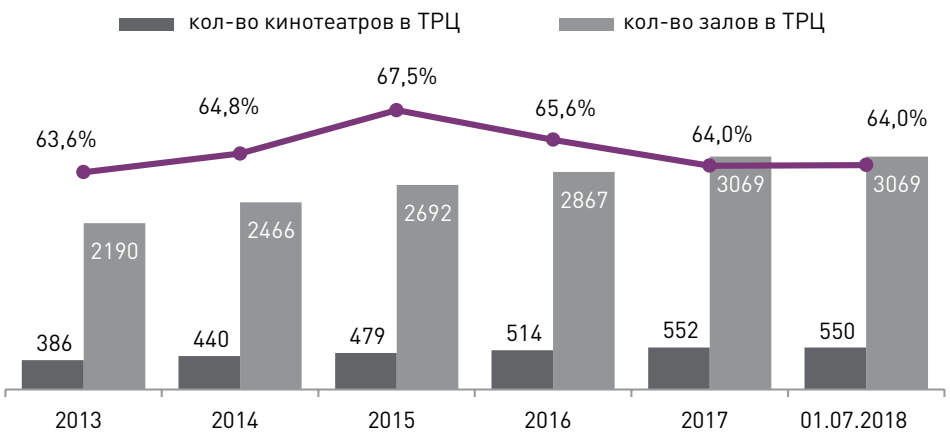
Источник: Кинобизнес сегодня, Бюллетень кинопрокатчика, ЕАИС, comScore, Невафильм Research

Типы кинотеатров и залов в России

Кинотеатры в ТРЦ

Несмотря на общий рост кинотеатров в торговых центрах, их доля от числа залов в стране падает последние два года. Это также связано с субсидированными площадками – они в большинстве своем открываются в домах культуры или отдельно стоящих зданиях.

РИСУНОК 51. ЧИСЛО КИНОТЕАТРОВ И ЗАЛОВ В ТРЦ (2013–01.07.2018)

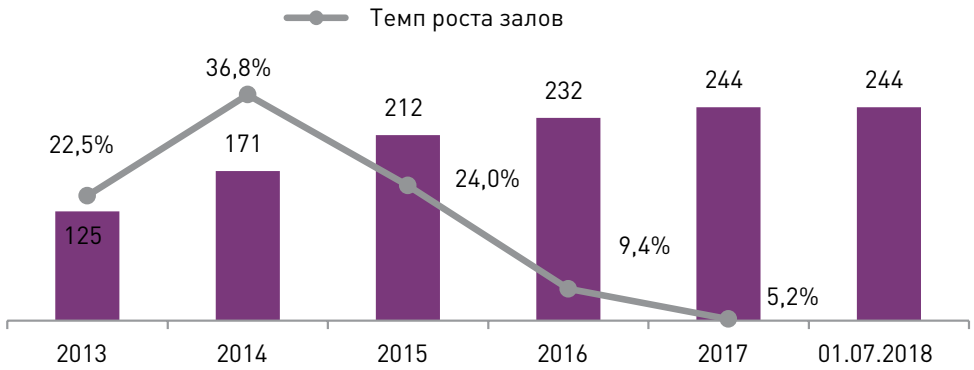


VIP-залы

Темпы роста числа VIP-залов заметно снизились: активное их развитие пришлось на 2013–2015 годы (22,5%, 36,8% и 24% в год соответственно), тогда как в 2017 году их количество увеличилось лишь на 5%.

В разрезе кластеров[1] чаще всего VIP-залы встречаются в «городах-середняках» и «российских клондайках» – 2,6 и 2,4 зала приходится на каждый такой город соответственно. Чуть меньше расположено в «стареющих городах» – 2,1 зала. Наименее популярны VIP-залы в «демографических отличниках» и «городах-ауйтсайдерах» – в среднем в таком населенном пункте работают 1,5 и 1 VIP-зал соответственно. Отдельными кластерами являются две столицы – Москва, где насчитывается уже 87 VIP-зала, и Санкт-Петербург с 34.

РИСУНОК 52. ЧИСЛО VIP-ЗАЛОВ В КИНОТЕАТРАХ (2013–01.07.2018)

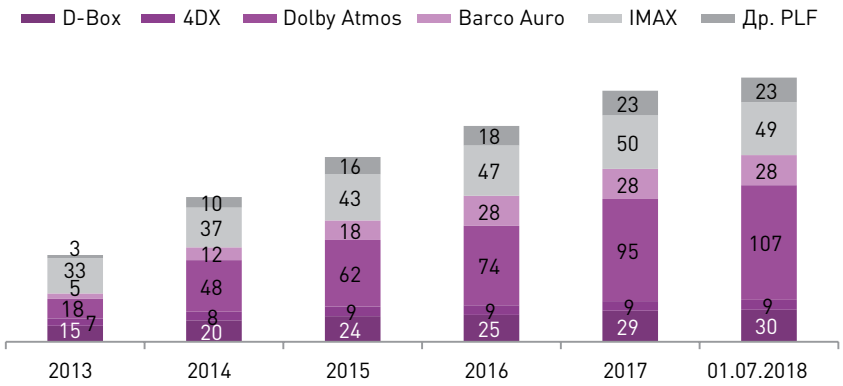


[1] См.: Городские кластеры на российском кинорынке.

Киноаттракционные залы

Среди киноаттракционных форматов наиболее распространенным остается Dolby Atmos – число таких залов в стране достигло почти сотни. За год не появилось ни одного нового зала с Barco Auro и 4DX. Отсутствие активного развития у последнего связано с тем, что уникальным правом на открытие таких залов в стране по-прежнему обладает только Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»; в последнее время эта компания делает ставку на новый формат PLF-залов – «Atmosfera» – и уже открыла 4 таких зала (3 из них находятся в Москве).

РИСУНОК 53. ЧИСЛО КИНОАТТРАКЦИОННЫХ КОММЕРЧЕСКИХ ЗАЛОВ (2013–01.07.2018)

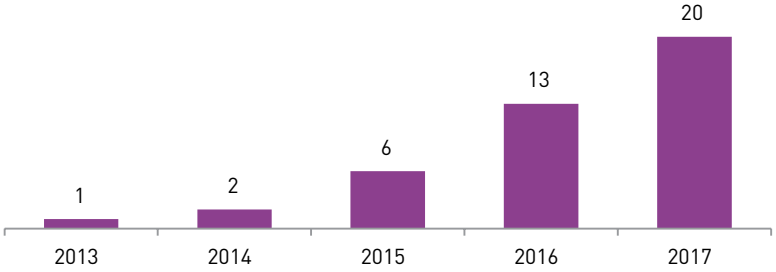


Детские залы

Увеличивается число и детских залов – кинотеатры все больше уделяют внимание юной аудитории и комфорту их родителей. Согласно опросу, опубликованному Фондом кино, за последний год выросла доля семейных посещений (в категории «родители с детьми» рост составил 8 п. п. – с 21% до 29%)[1]. Однако по итогам «III Всероссийского опроса киноаудитории»[2], проведенного Невафильм Research, доля зрителей, посещающих кинотеатры в компании детей/родителей, составила 12%. Такая разница в долях обусловлена тем, что в опросе ВЦИОМа вопрос предполагал множественные ответы, тогда как в опросе Невафильм Research можно было выбрать только один вариант.

Если рассматривать географию этих залов, то чаще всего они расположены в Москве и Санкт-Петербурге (8 и 2 зала соответственно). Также детские залы представлены в небольшом количестве в «городах-середняках» и «стареющих городах».

РИСУНОК 54. ЧИСЛО ДЕТСКИХ ЗАЛОВ В КИНОТЕАТРАХ РОССИИ (2013–2017)



[1] Исследование аудитории российских городских кинотеатров. 2017–2018. Фонд кино. 2018. См.: http://resources.fond-kino.ru/eais/docs/portret_kinozritelya_126.03.18.pdf.

[2] Отчет по результатам III Всероссийского опроса киноаудитории Невафильм Research. 2017. См.: http://research.nevafilm.ru/research/reports/cinemagoers/cinemagoers2016/.

Кинотеатры по числу залов в них

Наибольшую долю рынка по числу залов занимают миниплексы, однако за год она упала на 2 п. п.

Рост отмечен только у однозальников – на 2,5 п. п. На это оказали влияние те же субсидированные площадки, которые в основном открывают по одному залу. Так, в стране в начале 2018 года действовало уже 422 зала, получивших поддержку Фонда кино, 337 из них – однозальные площадки.

Стабильным остается число мегаплексов – за год не открылось ни одного кинотеатра с числом залов более 16.

РИСУНОК 55. МУЛЬТИПЛЕКСЫ (8+ ЗАЛОВ) В РОССИИ (2013–01.07.2018)

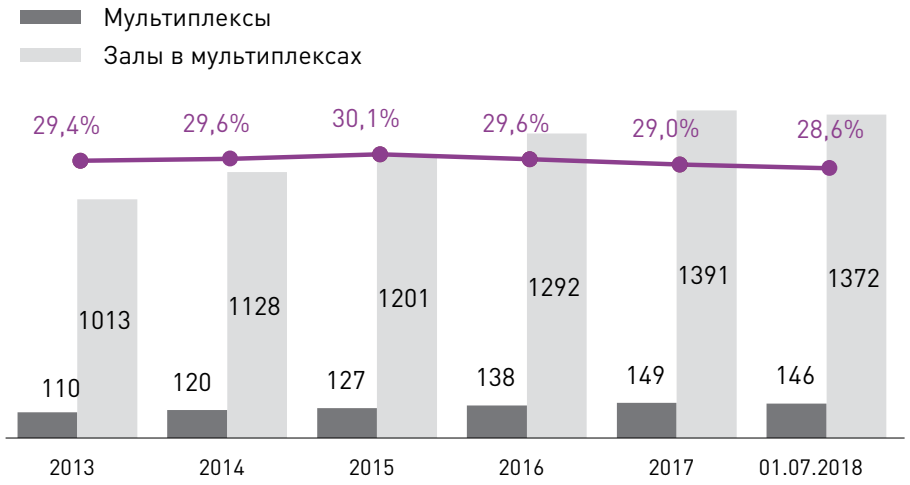


ТАБЛИЦА 11. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ КОММЕРЧЕСКИХ КИНОТЕАТРОВ В РОССИИ ПО КОЛИЧЕСТВУ ЗАЛОВ НА 01.01.2018

Кол-во залов в кинотеатре	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву кинотеатров	Доля рынка по кол-ву залов	Изменение доли залов к 01.01.17
ОДНОЗАЛЬНЫЕ	**730**	**730**	**45,7%**	**15,2%**	**2,5 п.п.**
2 зала	256	512	16%	10,7%	-0,1 п.п.
3 зала	116	348	7,3%	7,3%	-0,1 п.п.
4 зала	118	472	7,4%	9,8%	-0,5 п.п.
5 залов	85	425	5,3%	8,9%	-0,5 п.п.
6 залов	77	462	4,8%	9,6%	-1,1 п.п.
7 залов	65	455	4,1%	9,5%	0,4 п.п.
Итого МИНИПЛЕКСЫ	**717**	**2674**	**44,9%**	**55,8%**	**-2 п.п.**
8 залов	71	568	4,4%	11,8%	0,3 п.п.
9 залов	36	324	2,3%	6,8%	-0,5 п.п.
10 залов	19	190	1,2%	4%	-0,4 п.п.
11 залов	8	88	0,5%	1,8%	-0,2 п.п.
12 залов	4	48	0,3%	1%	-0,1 п.п.
13 залов	5	65	0,3%	1,4%	0,5 п.п.
14 залов	1	14	0,1%	0,3%	0 п.п.
15 залов	1	15	0,1%	0,3%	0 п.п.
Итого МУЛЬТИПЛЕКСЫ	**145**	**1312**	**9,1%**	**27,4%**	**-0,4 п.п.**
17 залов	2	34	0,1%	0,7%	-0,1 п.п.
22 залов	1	22	0,1%	0,5%	0 п.п.
23 залов	1	23	0,1%	0,5%	0 п.п.
Итого МЕГАПЛЕКСЫ	**4**	**79**	**0,3%**	**1,6%**	**-0,2 п.п.**
Всего	1596	4795	100%	100%	0 п.п.

Обеспеченность населения услугами кинопоказа

В 2017 году плотность экранов на 100 тысяч жителей в городах России составила 4,42 (год назад этот показатель был 4,11). В целом на рост оказали влияние новые города в категории 10–100 тыс. жителей. Так, без них рост плотности за год составил 0,24, тогда как с ними – 0,31.

Практически 100% всех городов России с населением выше 100 тыс. имеют кинотеатры. Однако только половина городов в категории 10–100 тыс. жителей оснащены современным цифровым кинопоказом.

ТАБЛИЦА 12. ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ УСЛУГАМИ КИНОПОКАЗА НА 01.01.18

Типы городов	Число населенных пунктов всего	Кол-во городов с кино-театрами	Жителей во всех городах такого типа (тыс.)	Суммарное число жителей в городах с кино-театрами (тыс.)	Доля городов с кино-театрами	Доля населения, обеспе-ченного кино-показом	Всего кино-театров	Всего залов	Число 3D-залов	Число залов IMAX	Плотность экранов на 100 тыс. жит. в городах с кино-театрами	Плотность экранов на 100 тыс. жит. всего
Московский регион	1	1	13 716	13 716	100%	100%	135	806	592	12	5,88	5,88
Санкт-Петербург	1	1	5282	5282	100%	100%	66	375	279	4	7,10	7,10
другие миллионники	13	13	15 526	15 526	100%	100%	135	754	490	10	4,86	4,86
500–1000 тыс. чел.	22	22	13 516	13 516	100%	100%	152	657	484	14	4,86	4,86
250–500 тыс. чел.	41	41	14 481	14 481	100%	100%	178	703	548	7	4,85	4,85
100–250 тыс. чел.	86	84	13 119	12 873	98%	98,1%	167	452	373	1	3,51	3,45
10–100 тыс. чел.	1028	560	29 430	20 535	54%	69,8%	614	898	797	2	4,37	3,05
Всего в городах с населением свыше 10 тыс. жит.*	**1192**	**722**	**105 069**	**95 928**	**61%**	**91,3%**	**1447**	**4645**	**3 563**	**50**	**4,84**	**4,42**
Всего	**н/д**	**759**	**146 804**	**96 959**	**-**	**66%**	**1596**	**4795**	**3708**	**50**	**4,95**	**3,27**

** Не учтены кинотеатры и кинозалы, расположенные в населенных пунктах с населением менее 10 тыс. жителей: 141 зал в 140 кинотеатрах 140 населенных пунктов.*

В разрезе федеральных округов наибольшая плотность экранов отмечена в Северной столице. На втором месте – Северо-Западный ФО с 6 залами на каждые 100 тыс. человек. Несмотря на высокую плотность залов, эти регионы находятся лишь на 6 и 8 местах соответственно по кассовым сборам и 7 и 8 позициях по посещаемости.

Наибольший денежный и зрительский поток традиционно генерирует Московский регион: четверть всех кассовых сборов и пятая часть зрителей в стране приходятся на столицу.

ТАБЛИЦА 13. ОБЕСПЕЧЕННОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ УСЛУГАМИ КИНОПОКАЗА ПО ФЕДЕРАЛЬНЫМ ОКРУГАМ НА 01.01.18

Округа	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Плотность экранов на 100 тыс. жителей	Доля рынка по кол-ву залов	Доля рынка по посещениям*	Доля рынка по кассовым сборам*
Санкт-Петербург	66	375	7,1	7,8%	8,6%	9,1%
Северо-Западный ФО (без учета СПб)	124	295	6	6,2%	5,2%	4,6%
Московский регион	135	806	5,9	16,8%	18,2%	25,3%
Дальневосточный ФО	113	207	5,1	4,3%	4%	4,3%
Уральский ФО	152	447	5	9,3%	8,7%	7,7%
Центральный ФО (без учета МР)	264	695	4,7	14,5%	14,1%	12,8%
Сибирский ФО	229	581	4,6	12,1%	11%	9,5%
Южный ФО	169	429	4,4	8,9%	10,7%	10,1%
Приволжский ФО	276	821	4,4	17,1%	16,7%	14%
Северо-Кавказский ФО	68	139	3,4	2,9%	2,8%	2,5%

** По данным comScore*

Игроки рынка кинопоказа России

Как и год назад, лидером среди операторов по числу залов остается «Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула кино» – она аккумулирует 13,2% залов на рынке страны. В два раза меньше доля у «Премьер-зала» – 6,8%. Однако без франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании эта сеть выпадает из рейтинга, а среди неоднородных остаются только «Синема 5» и «Монитор». Напомним, что по методологии Невафильм Research, сеть считается неоднородной, если более 30% залов в ней находятся не в собственности; большой – если залов больше 30.

ТАБЛИЦА 14. КРУПНЕЙШИЕ ОПЕРАТОРЫ СЕТЕЙ КИНОТЕАТРОВ РОССИИ НА 01.01.2018 (ВКЛЮЧАЯ ФРАНШИЗЫ И КИНОТЕАТРЫ НА РЕПЕРТУАРНОМ ПЛАНИРОВАНИИ)

место на 01.01.18	место на 01.01.17	Оператор	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Доля в совокупной посещаемости России[1]	Тип оператора	Головной офис
1	1–2	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	76	631	13,2%	15,3%	Большой однородный	Москва
2	3	Премьер-зал	232	327	6,8%	3,7%	Большой неоднородный	Екатеринбург
3	5	Киномакс	32	235	4,9%	6,8%	Большой однородный	Москва
4	4	КАРО	29	234	4,9%	5%	Большой однородный	Москва
5	7	Мираж синема	22	151	3,1%	3,6%	Большой однородный	Санкт-Петербург
6	6	Люксор	21	147	3,1%	3,7%	Большой однородный	Москва
7	8	Синема стар	25	127	2,6%	2,3%	Большой однородный	Москва
8	10	Синема 5	20	109	2,3%	н/д	Большой неоднородный	Йошкар-Ола
9	9	Монитор	28	104	2,2%	2,9%	Большой неоднородный	Краснодар
10	11	ОптимаКино	32	88	1,8%	н/д	Большой неоднородный	Москва
Итого у этих операторов			**517**	**2153**	**44,9%**	-		
Всего в России			**1596**	**4795**	**100%**	-		

ТАБЛИЦА 15. КРУПНЕЙШИЕ ОПЕРАТОРЫ СЕТЕЙ КИНОТЕАТРОВ РОССИИ НА 01.07.2018 (ВКЛЮЧАЯ ФРАНШИЗЫ И КИНОТЕАТРЫ НА РЕПЕРТУАРНОМ ПЛАНИРОВАНИИ)

место на 01.07.18	Оператор	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Тип оператора	Головной офис
1	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	74	626	13,1%	Большой однородный	Москва
2	Премьер-зал	241	342	7,1%	Большой неоднородный	Екатеринбург
3	Киномакс	33	239	5,0%	Большой однородный	Москва
4	КАРО	30	227	4,7%	Большой однородный	Москва
5	Мираж синема	22	151	3,1%	Большой однородный	Санкт-Петербург
6	Люксор	18	132	2,8%	Большой однородный	Москва
7	Синема стар	25	128	2,7%	Большой однородный	Москва
8	ОптимаКино	38	125	2,6%	Большой неоднородный	Москва
9	Синема 5	21	115	2,4%	Большой неоднородный	Йошкар-Ола
10	Монитор	29	105	2,2%	Большой неоднородный	Краснодар
Всего у этих операторов		**531**	**2190**	**45,7%**		
Всего в России		**1604**	**4792**	**100%**		

[1] По данным аналитического исследования Фонда кино и ИА «ИнтерМедиа» «Российская киноиндустрия-2017». М., 2018. С. 194.

ТАБЛИЦА 16. КРУПНЕЙШИЕ ОПЕРАТОРЫ СЕТЕЙ КИНОТЕАТРОВ РОССИИ НА 01.01.2018
(БЕЗ ФРАНШИЗ И КИНОТЕАТРОВ НА РЕПЕРТУАРНОМ ПЛАНИРОВАНИИ)

место на 01.01.18	Оператор	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Тип оператора	Головной офис
1	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	76	631	13,2%	Большой однородный	Москва
2	КАРО	29	234	4,9%	Большой однородный	Москва
3	Киномакс	28	210	4,4%	Большой однородный	Москва
4	Мираж синема	22	151	3,1%	Большой однородный	Санкт-Петербург
5	Люксор	21	147	3,1%	Большой однородный	Москва
6	Синема стар	25	127	2,6%	Большой однородный	Москва
7	Синема 5	11	68	1,4%	Большой неоднородный	Йошкар-Ола
8	Mori Cinema	9	62	1,3%	Большой однородный	Москва
9	Пять звезд	10	57	1,2%	Большой однородный	Москва
10	Монитор	11	55	1,1%	Большой неоднородный	Краснодар
Всего у этих операторов		**242**	**1742**	**36,3%**		
Всего в России		**1596**	**4795**	**100%**		

ТАБЛИЦА 17. КРУПНЕЙШИЕ ОПЕРАТОРЫ СЕТЕЙ КИНОТЕАТРОВ РОССИИ НА 01.07.2018
(БЕЗ ФРАНШИЗ И КИНОТЕАТРОВ НА РЕПЕРТУАРНОМ ПЛАНИРОВАНИИ)

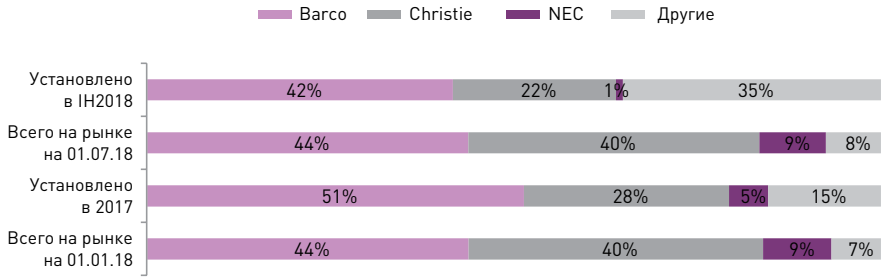
место на 01.07.18	Оператор	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Тип оператора	Головной офис
1	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	74	626	13,1%	Большой однородный	Москва
2	КАРО	30	227	4,7%	Большой однородный	Москва
3	Киномакс	29	214	4,5%	Большой однородный	Москва
4	Мираж синема	22	151	3,1%	Большой однородный	Санкт-Петербург
5	Люксор	18	132	2,8%	Большой однородный	Москва
6	Синема стар	25	128	2,7%	Большой однородный	Москва
7	Синема 5	12	74	1,5%	Большой неоднородный	Йошкар-Ола
8	Пять звезд	11	64	1,3%	Большой однородный	Москва
9	Mori Cinema	9	62	1,3%	Большой однородный	Москва
10	Монитор	11	55	1,1%	Большой неоднородный	Краснодар
Всего у этих операторов		**241**	**1733**	**36,1%**		
Всего в России		**1604**	**4792**	**100%**		

Отметим, что в 2018 году накопившиеся серьезные проблемы настигли сеть кинотеатров «Люксор», и, несмотря на поддержку Europa Cinemas, которую с 2017 года получают 5 площадок этой компании, они начали закрываться: к середине 2018 года буквально за полгода (с ноября-2017) уже прекратили работу 5 кинотеатров.

Цифровое оборудование

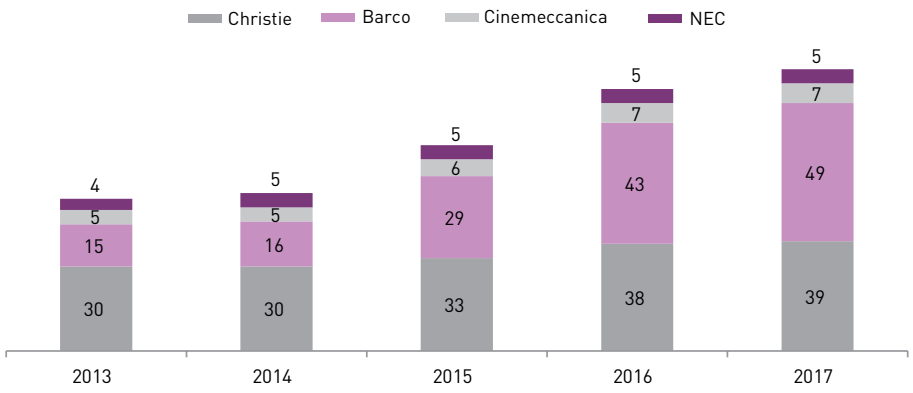
Главным производителем проекторов в России остается «Barco» – половина всех новых и переоборудованных залов в стране выбрали именно эту компанию. Треть отдали предпочтение «Christie». В целом на начало 2018 года эти производители занимают практически одинаковые доли рынка: 44% – «Barco» и 40% – «Christie».

РИСУНОК 56. РЕЙТИНГ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ 2K И 4K ЦИФРОВЫХ ПРОЕКТОРОВ В 2017-01.07.2018 ГГ.



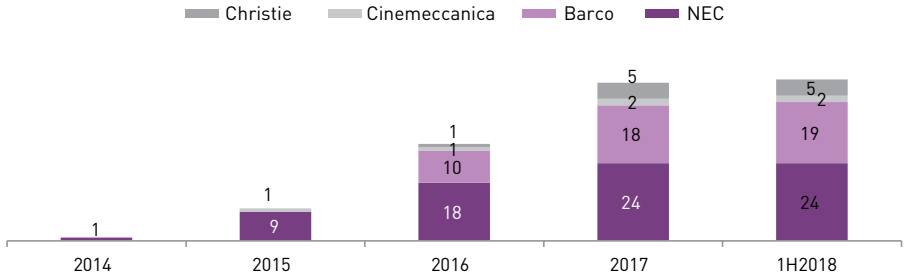
Эти же компании поставляют в кинотеатры большее число проекторов с разрешением 4K: 49 залов у «Barco» и 39 у «Christie» по итогам 2017 года.

РИСУНОК 57. 4K ПРОЕКТОРЫ В 2013–01.07.2018 ГГ.



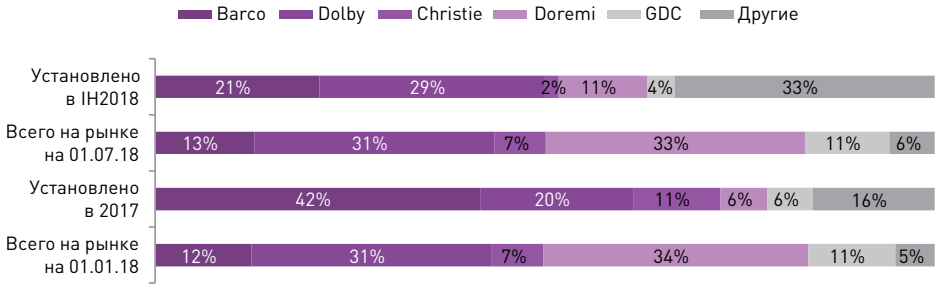
Лазерные проекторы, несмотря на свою дороговизну, набирают популярность у кинопоказчиков. Так, проекторы с RGB-лазером стоят практически в 2 раза больше обычных; цены на лазерно-фосфорные – выше на 35%. По итогам 2017 года лидером среди производителей оказался «NEC» с 24 залами; на втором месте – «Barco» с 18 залами.

РИСУНОК 58. ЛАЗЕРНЫЕ ПРОЕКТОРЫ В РОССИИ 2013–01.07.2018 ГГ.



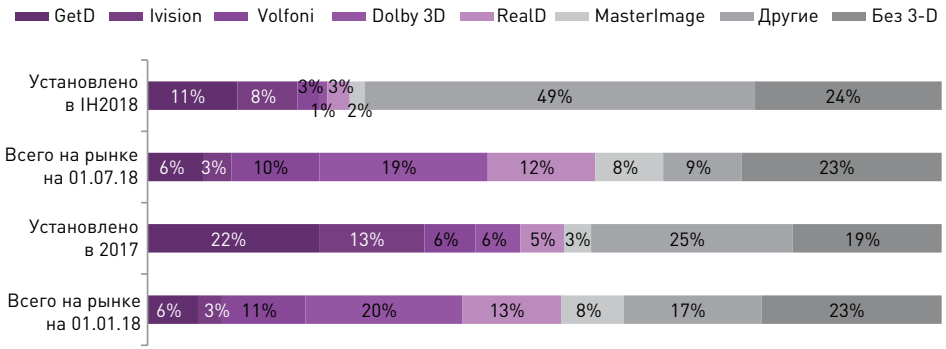
Среди производителей цифровых серверов безоговорочным лидером является компания «Dolby», доля которой на начало 2018 года составляет 65%. Хотя при покупке нового оборудования в течение 2017 года кинотеатры чаще отдавали предпочтение «Barco» (42%).

РИСУНОК 59. РЕЙТИНГ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ЦИФРОВЫХ СЕРВЕРОВ В 2017-01.07.2018 ГГ.



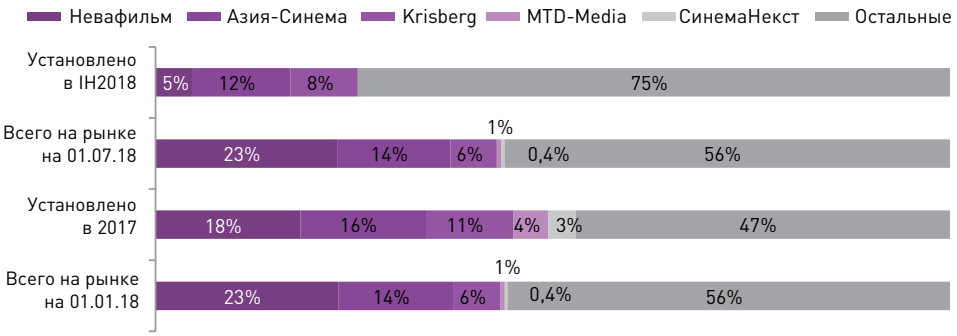
3D-системы Dolby также пока являются самыми распространенными в России и установлены в 20% залов. Однако в 2017 году чаще всего в новых залах или при переоборудовании ставили системы GetD (22%) и Ivision (13%).

РИСУНОК 60. РЕЙТИНГ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ 3D-СИСТЕМ В 2017-01.07.2018 ГГ.



Среди интеграторов цифрового оборудования в 2017 году практически бок о бок идут «Невафильм» и «Азия-Синема». Они оборудовали 18% и 16% залов соответственно. Однако общая доля на рынке у «Невафильма» гораздо выше – 23%.

РИСУНОК 61. РЕЙТИНГ ИНТЕГРАТОРОВ ОБОРУДОВАНИЯ В 2017-01.07.2018 ГГ.



РЕГИОНАЛЬНЫЕ РЫНКИ

Рынок кинопоказа Московского региона

РИСУНОК 62. КОММЕРЧЕСКИЕ КИНОТЕАТРЫ В МОСКОВСКОМ РЕГИОНЕ (2013–01.07.2018)

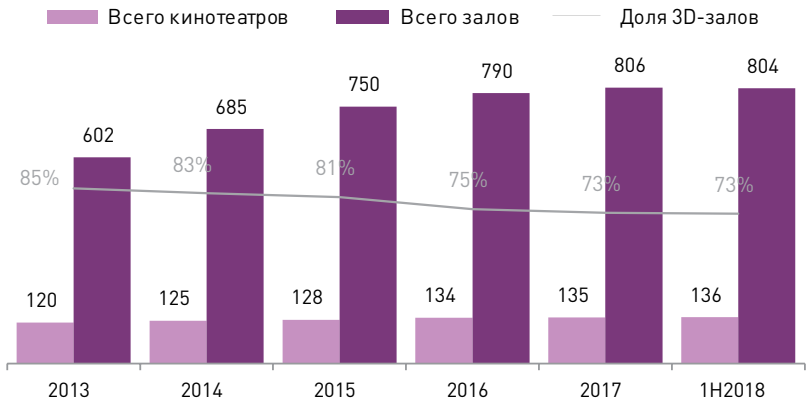
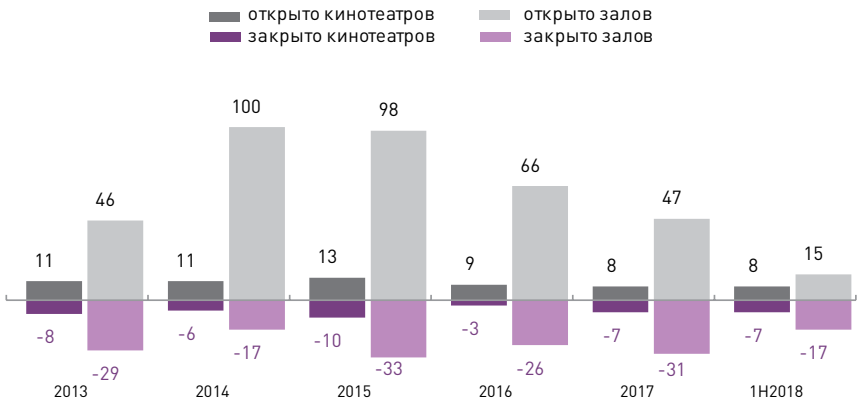


РИСУНОК 63. ДИНАМИКА ОТКРЫТИЯ/ЗАКРЫТИЯ КОММЕРЧЕСКИХ КИНОТЕАТРОВ В МОСКОВСКОМ РЕГИОНЕ (2013–01.07.2018)



Число кинотеатров в столице держится практически на одном уровне уже несколько лет. Однако более активно происходит увеличение числа залов. Постепенно снижается интерес к 3D-залам: их доля в городе с 2013 года снизилась на 12 п. п. (с 85% до 73%).

Динамика открытий и закрытий в Московском регионе в 2017 году находилась примерно на уровне 2013 года. Относительно 2016 года в столице открылось меньше кинотеатров и залов, а вот закрылось гораздо больше. Крупнейшими открытиями оказались «КАРО 13 Кунцево», «Синема парк Бутово Молл» с 9 залами и «Синема парк Зеленопарк» с 6 залами. Среди закрытий можно отметить «КАРО 7 Киргизия» с 6 залами и два «Люксора» – в Митино (6 залов) и Ясенево (5 залов).

Лидером среди операторов в мегаполисе Москвы является объединенная сеть – под ее контролем здесь находятся 27,3% залов. Среди неоднородных сетей крупным игроком в рейтинге является «ОптимаКино», которая в последние годы активно развивается не только в столице, но и в регионах.

Согласно данным Фонда кино[1], самым посещаемым кинотеатром в стране в 2017 году был «Киноцентр Соловей на Красной Пресне» – его доля составила 0,74% от совокупной посещаемости в России. Следующим в столице по популярности среди посетителей идет «Kinostar Maimi (Метрополис)», принадлежащий объединенной сети. В рейтинге Фонда кино он занимает 5 место с долей 0,46%. На третьем месте в городе и седьмом в рейтинге находится «КАРО 17 Sky» с долей 0,43%.

[1] По данным аналитического исследования Фонда кино и ИА «ИнтерМедиа» «Российская киноиндустрия-2017». М., 2018. С. 196–199.

ТАБЛИЦА 18. КРУПНЕЙШИЕ ОПЕРАТОРЫ СЕТЕЙ КИНОТЕАТРОВ РОССИИ НА 01.01.2018 В МОСКОВСКОМ РЕГИОНЕ

Место 01.01.18	Оператор сети	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Тип оператора
1	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	27	220	27,3%	Большой однородный
2	КАРО	15	134	16,6%	Большой однородный
3	Синема стар	10	67	8,3%	Большой однородный
4	Киномакс	6	45	5,6%	Большой однородный
5	Люксор	5	44	5,5%	Большой однородный
6	ОптимаКино	10	35	4,3%	Большой неоднородный
7	Mori Cinema	3	23	2,9%	Большой однородный
8	Киноцентр на Красной Пресне	1	23	2,9%	Малый однородный
9	Киноград	3	18	2,2%	Малый неоднородный
10	Пять звезд	4	17	2,1%	Большой однородный
Итого у этих операторов		**84**	**626**	**77,7%**	
Всего в Московском регионе		**135**	**806**	**100%**	

ТАБЛИЦА 19. КРУПНЕЙШИЕ ОПЕРАТОРЫ СЕТЕЙ КИНОТЕАТРОВ РОССИИ НА 01.07.2018 В МОСКОВСКОМ РЕГИОНЕ

Место 01.07.18	Оператор сети	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Тип оператора
1	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	26	217	27,0%	Большой однородный
2	КАРО	17	135	16,8%	Большой однородный
3	Синема стар	10	68	8,5%	Большой однородный
4	Киномакс	7	51	6,3%	Большой однородный
5	ОптимаКино	9	39	4,9%	Большой неоднородный
6	Люксор	4	38	4,7%	Большой однородный
7	Mori Cinema	3	23	2,9%	Большой однородный
8	Киноцентр на Красной Пресне	1	23	2,9%	Малый однородный
9	Киноград	3	18	2,2%	Малый неоднородный
10	Пять звезд	4	17	2,1%	Большой однородный
Итого у этих операторов		**84**	**629**	**78,2%**	
Всего в Московском регионе		**136**	**804**	**100,0%**	

Рынок кинопоказа Санкт-Петербурга

РИСУНОК 64. КОММЕРЧЕСКИЕ КИНОТЕАТРЫ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ (2013–01.07.2018)

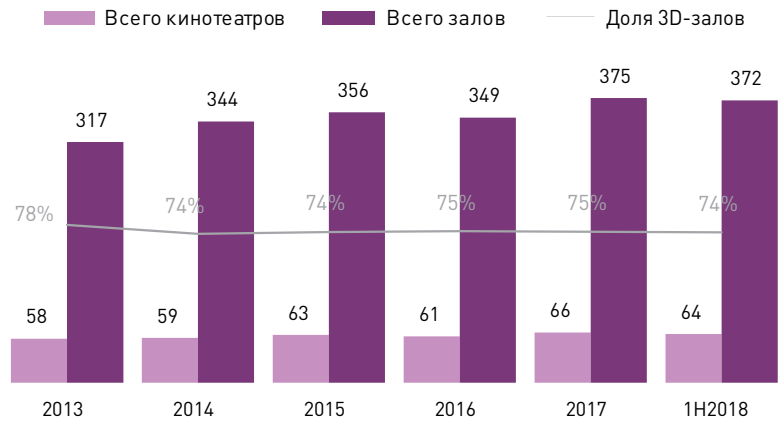
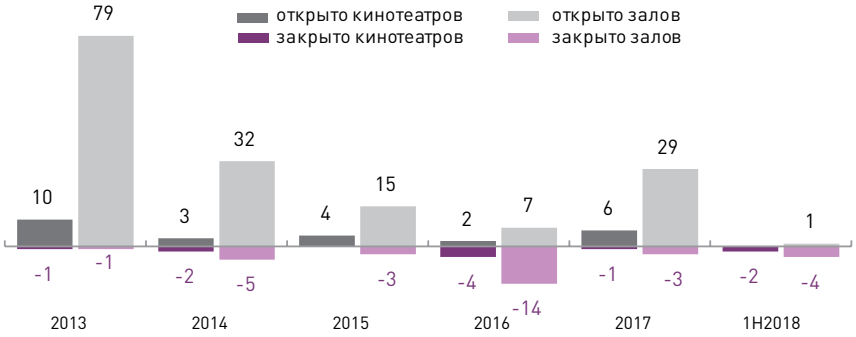


РИСУНОК 65. ДИНАМИКА ОТКРЫТИЯ И ЗАКРЫТИЯ КОММЕРЧЕСКИХ КИНОТЕАТРОВ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ (2013-01.07.2018 ГГ.)



Впервые за несколько лет в Петербурге был отмечен резкий рост числа кинотеатров и залов. В городе открылись крупный мультиплекс «КАРО 11 Охта», в котором на 01.01.2018 работало 10 залов, и два 6-зальных «Синема 5» в ТРЦ «Южный полюс» и «Шкиперский молл».

Не работали на конец года 2 зала в «КАРО 5 на Байконурской» и закрылся однозальный Дом молодежи «Царскосельский» в г. Пушкине.

Как и в столице, среди сетей лидирующую позицию занимает объединенная сеть с 34,9% залов. Однако «КАРО», которая в Москве находится на втором месте, в Петербурге занимает только третью позицию. Здесь ее опережает «Мираж синема» с долей рынка в 18,7% залов.

По данным Фонда кино[1], в рейтинге топ-100 кинотеатров по доле посещаемости в 2017 году петербургский кинотеатр «ПИК Киноцентр» впервые появляется на шестой позиции, собирая 0,44% зрителей от общей посещаемости в стране. Затем, на уже девятнадцатой строчке, располагается «Синема Парк delux Радуга (IMAX)» с 0,33% доли рынка. На третьем месте по городу (и двадцать пятом в рейтинге страны) находится «Мираж синема Европолис»: у него 0,32% посещений в стране за прошедший год.

[1] По данным аналитического исследования Фонда кино и ИА «ИнтерМедиа» «Российская киноиндустрия-2017». М., 2018. С. 196–199.

ТАБЛИЦА 20. КРУПНЕЙШИЕ ОПЕРАТОРЫ СЕТЕЙ КИНОТЕАТРОВ РОССИИ НА 01.01.2018 В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

Место 01.01.18	Оператор сети	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Тип оператора
1	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	15	131	34,9%	Большой однородный
2	Мираж синема	10	70	18,7%	Большой однородный
3	КАРО	8	57	15,2%	Большой однородный
4	Люксор	2	18	4,8%	Большой однородный
5	Синема 5	3	18	4,8%	Большой неоднородный
6	Синема-Мир	2	10	2,7%	Малый однородный
7	Айви Синема	1	8	2,1%	Малый однородный
8	Mori Cinema	1	6	1,6%	Большой однородный
9	Синема стар	1	6	1,6%	Большой однородный
10	Кино Сити	1	6	1,6%	Большой неоднородный
Итого у этих операторов		**44**	**330**	**88%**	
Всего в Санкт-Петербурге		**66**	**375**	**100%**	

ТАБЛИЦА 21. КРУПНЕЙШИЕ ОПЕРАТОРЫ СЕТЕЙ КИНОТЕАТРОВ РОССИИ НА 01.07.2018 В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

Место 01.07.18	Оператор сети	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Тип оператора
1	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	14	129	34,7%	Большой однородный
2	Мираж синема	10	70	18,8%	Большой однородный
3	КАРО	8	57	15,3%	Большой однородный
4	Люксор	2	18	4,8%	Большой однородный
5	Синема 5	3	18	4,8%	Большой неоднородный
6	Синема-Мир	2	10	2,7%	Малый однородный
7	Айви Синема	1	8	2,2%	Малый однородный
8	Mori Cinema	1	6	1,6%	Большой однородный
9	Синема стар	1	6	1,6%	Большой однородный
10	Кино Сити	1	6	1,6%	Большой неоднородный
Итого у этих операторов		**43**	**328**	**88,2%**	
Всего в Санкт-Петербурге		**64**	**372**	**100,0%**	

Региональный рынок кинопоказа

РИСУНОК 66. ЧИСЛО КОММЕРЧЕСКИХ КИНОТЕАТРОВ В РЕГИОНАХ РОССИИ (2013–01.07.2018)

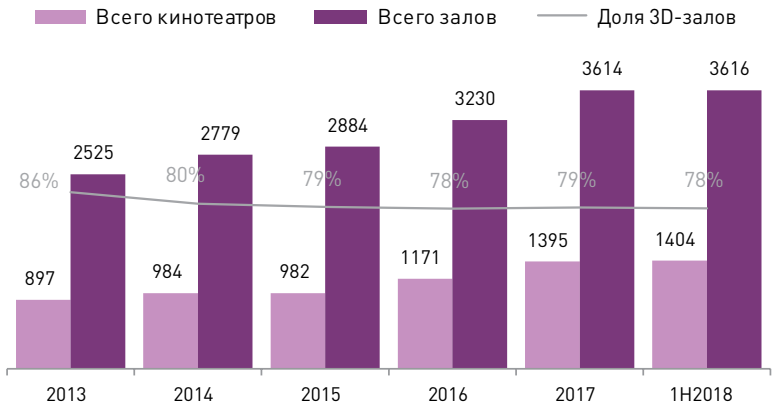
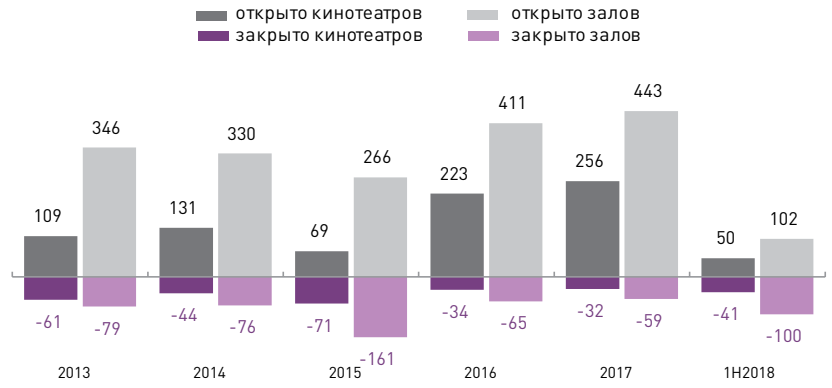


РИСУНОК 67. ДИНАМИКА ОТКРЫТИЯ И ЗАКРЫТИЯ КОММЕРЧЕСКИХ КИНОТЕАТРОВ В РЕГИОНАХ РОССИИ (2013–01.07.2018)



Резкий рост открытий в последние два года в регионах связан с программой субсидирования малых городов Фондом кино. Однако региональный рынок может похвастаться и крупными открытиями. Среди них – 13-зальный «Киномакс» в Иркутске; также за год начали работу по пять 8-зальных и 7-зальных площадок в разных городах России (Липецк, Иркутск, Уфа, Новосибирск, Ухта, Тюмень, Находка, Самара, Барнаул, Курск).

Единственными двумя большими закрытиями оказались шестизальные «Киноплекс» в Волгограде и «Киномечта» в Самаре.

«Премьер-зал», 39% залов которого являются субсидированными по программе Фонда кино, занимает в регионах первое место в рейтинге операторов сетей. Благодаря активному привлечению малых кинотеатров на репертуарное планирование они смогли обойти объединенную сеть и охватить 9% всех залов за пределами Москвы и Санкт-Петербурга.

По данным Фонда кино[1], в 2017 году лучшими по посещаемости среди региональных кинотеатров оказались «Большой» в Ростове-на-Дону (0,55% от общей посещаемости в стране), «Монитор СБС» (0,48%) и «Киномакс-Краснодар» (0,47%) в Краснодаре. В рейтинге топ-100 кинотеатров по доле посещаемости в 2017 году они заняли второе, третье и четвертое места соответственно.

[1] По данным аналитического исследования Фонда кино и ИА «ИнтерМедиа» «Российская киноиндустрия-2017». М., 2018. С. 196–199.

ТАБЛИЦА 22. КРУПНЕЙШИЕ ОПЕРАТОРЫ СЕТЕЙ КИНОТЕАТРОВ РОССИИ НА 01.01.2018 В РЕГИОНАХ

Место 01.01.18	Оператор сети	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Тип
1	Премьер-зал	232	327	9%	Большой неоднородный
2	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	34	280	7,7%	Большой однородный
3	Киномакс	26	190	5,3%	Большой однородный
4	Монитор	28	104	2,9%	Большой неоднородный
5	Синема 5	17	91	2,5%	Большой неоднородный
6	Люксор	14	85	2,4%	Большой однородный
7	Мираж синема	11	73	2%	Большой однородный
8	Синема стар	14	54	1,5%	Большой однородный
9	ОптимаКино	22	53	1,5%	Большой неоднородный
10	Кубанькино	38	49	1,4%	Большой неоднородный
Итого у этих операторов		**436**	**1306**	**36,1%**	
Всего в регионах РФ		**1395**	**3614**	**100%**	

ТАБЛИЦА 23. КРУПНЕЙШИЕ ОПЕРАТОРЫ СЕТЕЙ КИНОТЕАТРОВ РОССИИ НА 01.07.2018 В РЕГИОНАХ

Место 01.07.18	Оператор сети	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Тип
1	Премьер-зал	241	342	9,5%	Большой неоднородный
2	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	34	280	7,7%	Большой однородный
3	Киномакс	26	188	5,2%	Большой однородный
4	Монитор	29	105	2,9%	Большой неоднородный
5	Синема 5	18	97	2,7%	Большой неоднородный
6	ОптимаКино	29	86	2,4%	Большой неоднородный
7	Люксор	12	76	2,1%	Большой однородный
8	Мираж синема	11	73	2,0%	Большой однородный
9	Синема стар	14	54	1,5%	Большой однородный
10	Кубанькино	39	50	1,4%	Большой неоднородный
Итого у этих операторов		**453**	**1351**	**37,4%**	
Всего в регионах РФ		**1404**	**3616**	**100%**	

Развитие кинорынка в городских кластерах[1]

Поскольку в последние два года на российском рынке наблюдается необычный рост, мы решили рассмотреть возможные точки роста в нашей стране с позиции экономической географии – путем выявления городских кластеров, которые в наибольшей степени привносят вклад в рост объемов российского кинорынка.

В качестве универсального показателя конъюнктуры рынка будем использовать индикатор кинопотребления – число кинопосещений в год на одного жителя. В целом по России его уровень неуклонно растет и по итогам 2017 года составляет 1,59 раз в год на человека по стране в целом или 2,47 в городах, обеспеченных кинопоказом. Однако в региональном разрезе его значения неоднородны – коэффициент вариации, который показывает относительный разброс данного показателя от его среднего значения, в 2017 году составляет 43%, что свидетельствует о высокой степени неоднородности российских городов.

Выделение кластеров со схожими темпами роста и зависимостями между числом залов и кинопосещениями позволит улучшить понимание причин роста российского кинорынка, а также прогнозировать его развитие в этих однородных группах. Для этого мы выделили в отдельные кластеры столичные мегаполисы, а также города с населением менее 100 тыс. жит. (по итогам 2017 года в 709 из них действовали коммерческие цифровые кинозалы). Из числа остальных 162 городов были взяты 134, по которым имеются данные по посещаемости (comScore) и следующим экономико-демографическим показателям (Росстат) в период 2009-2016 гг.:

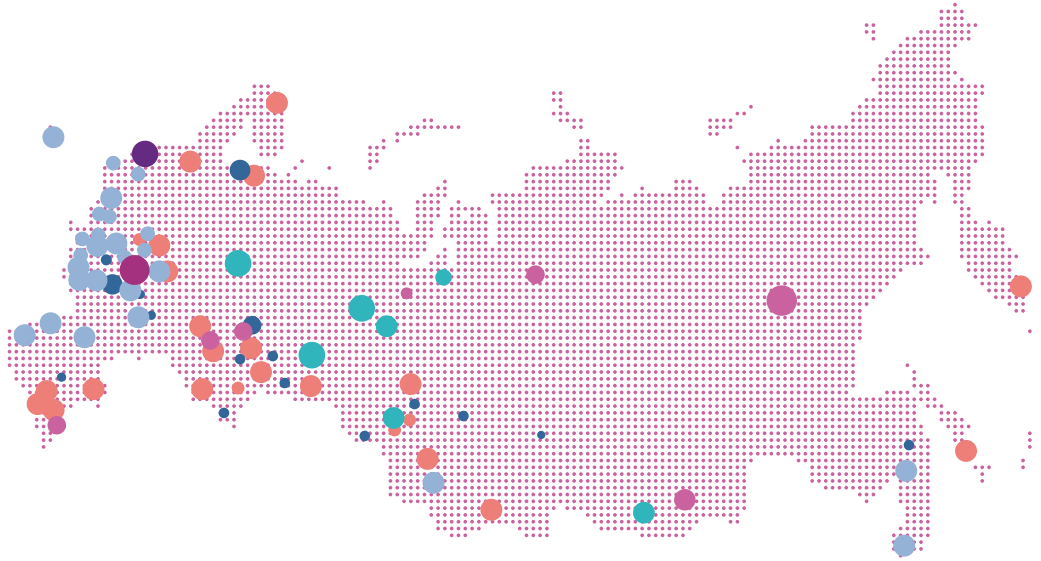
- доля населения моложе трудоспособного возраста,
- доля населения старше трудоспособного возраста,
- инвестиции в основной капитал на душу населения,
- оборот розничной торговли на душу населения,
- плотность кинозалов как показатель развитости кинорынка.

При этом в ходе анализа выяснилось, что наблюдаемые различия между групповыми средними по инвестициям и обороту розничной торговли оказались несущественны.

В результаты мы получили семь кластеров:

1. Москва;
2. Санкт-Петербург;
3. «Стареющие города»;
4. «Города-середняки»;
5. «Демографические отличники»;
6. «Города-аутсайдеры»;
7. «Российские клондайки».

РИСУНОК 68. КЛАСТЕРЫ РОССИЙСКИХ ГОРОДОВ С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ РАЗВИТИЯ КИНОРЫНКА



уровень кинопотребления в городе

[1] Раздел подготовлен при участии Натальи Трифоновой, СПбГЭУ

Москва и Санкт-Петербург – лидеры на рынке кинопоказа. Уровень кинопотребления здесь составляет в 2017 году 2,65 и 3,35, а плотность кинозалов – 5,8 и 7,1 соответственно. Однако темпы роста заметно сокращаются в связи с насыщением рынка предложения: пик открытий новых кинозалов пришелся здесь на 2014 и 2013 годы соответственно, однако он не привел к аналогичному росту числа посещений.

РИСУНОК 69. РАЗВИТИЕ КЛАСТЕРА МОСКОВСКОГО РЕГИОНА

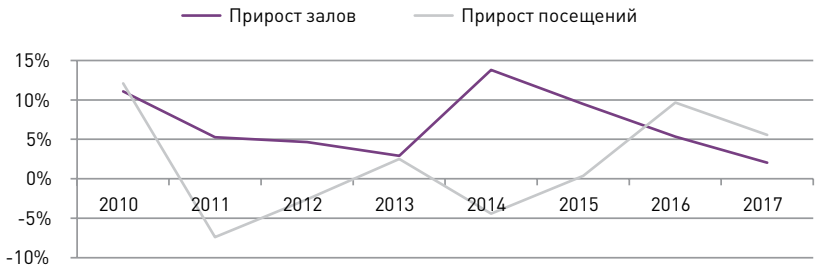
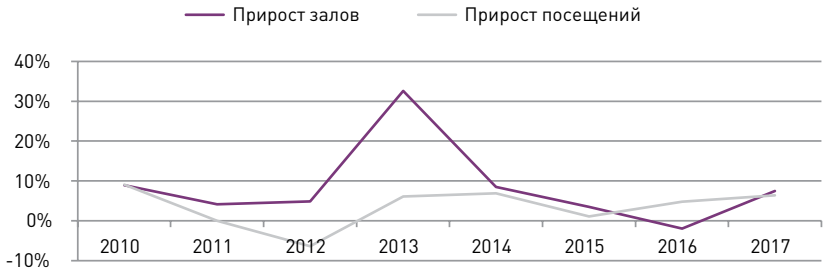


РИСУНОК 70. РАЗВИТИЕ КЛАСТЕРА САНКТ-ПЕТЕРБУРГА



Источники: comScore, Невафильм Research

«Стареющие города» (самый многочисленный кластер – 40 населенных пунктов) имеют уровень кинопотребления 2,56 раза в год. Отличием данного кластера от всех остальных является самая низкая доля людей моложе трудоспособного возраста (15%) и самая высокая доля людей старше трудоспособного возраста (25%).

«Города-середняки» (38 городов) имеют все показатели, близкие к средним по выборке. Уровень кинопотребления – 2,63. В данном кластере наблюдается развитость рынка предложения, так как в расчете на один город здесь приходится 24 кинозала, что опережает все кластеры, кроме «российских клондайков» и столиц.

Эти два кластера имеют сходную динамику развития киносети (с пиком в 2010-2012 годах и постепенно затухающими темпами роста) и посещаемости (с резким ростом в 2016 году и его замедлением в 2017-м).

РИСУНОК 71. РАЗВИТИЕ КЛАСТЕРА «СТАРЕЮЩИХ ГОРОДОВ»

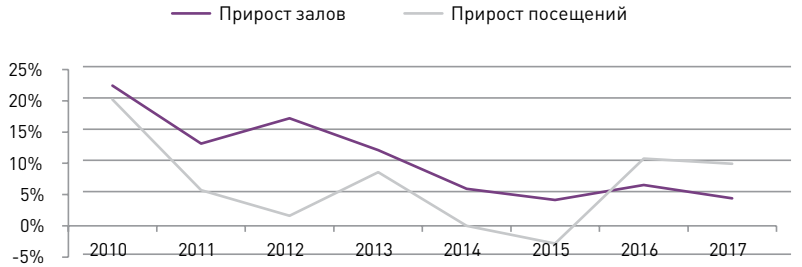
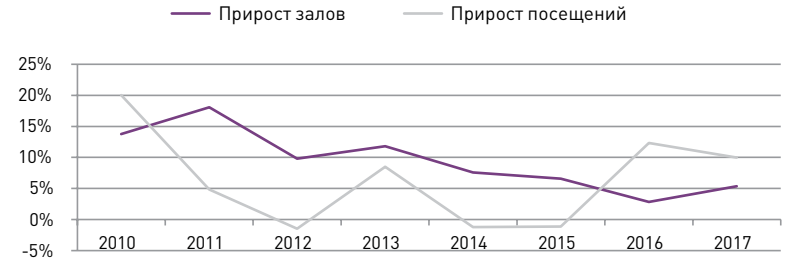


РИСУНОК 72. РАЗВИТИЕ КЛАСТЕРА «ГОРОДОВ-СЕРЕДНЯКОВ»



Источники: comScore, Невафильм Research

«Демографические отличники» характеризуются высокой долей людей моложе трудоспособного возраста: среднее значение этого показателя по кластеру – 21%, что на 5 процентных пунктов превышает долю в остальных кластерах. В эту группу входит 13 городов. По кинопотреблению эта группа уступает всем кластерам кроме городов-аутсайдеров – 1,97 посещения в год на человека. Темпы роста этого показателя также низкие по сравнению с остальными кластерами.

«Города-аутсайдеры» (34 города) имеют самые низкие социально-экономические показатели и уровень кинопотребления (1,4 раза в год на человека). Темпы роста частоты похода в кино до 2015 года падали, а число кинозалов росло медленно: так, на 9 «российских клондайков» приходилось 99 залов в 2009 году и 247 в 2016-м; в то же время в 34 «городах-аутсайдерах» в 2009 году действовало 128 кинозалов, а в 2016-м только 164.

Тем не менее, именно в этих двух кластерах мы наблюдаем особенно резко восходящую динамику темпов роста и кинопосещений и числа кинозалов не только в 2016-м, но и в 2017-м годах.

РИСУНОК 73. РАЗВИТИЕ КЛАСТЕРА «ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ОТЛИЧНИКОВ»

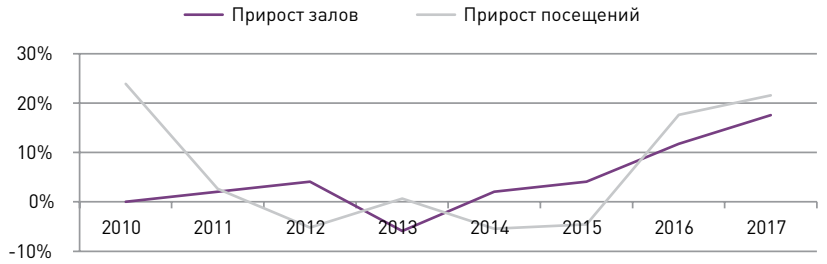


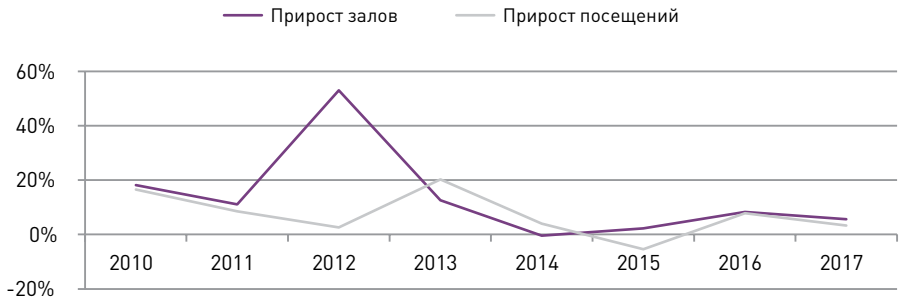
РИСУНОК 74. РАЗВИТИЕ КЛАСТЕРА «ГОРОДОВ-АУТСАЙДЕРОВ»



Источники: comScore, Невафильм Research

Наконец, к «российским клондайкам» относятся 9 городов с наиболее высоким уровнем заработной платы – ее значение в группе более чем на 30% превышает среднее по стране. Уровень кинопотребления также самый высокий – 3,16. Причем с 2009 по 2016 годы оно выросло на 46% и сопровождалось быстрым ростом числа кинозалов – почти в 2,5 раза. В то же время в последние годы рынок этого кластера находился, скорее, в состоянии стагнации.

РИСУНОК 75. РАЗВИТИЕ КЛАСТЕРА «РОССИЙСКИЕ КЛОНДАЙКИ»

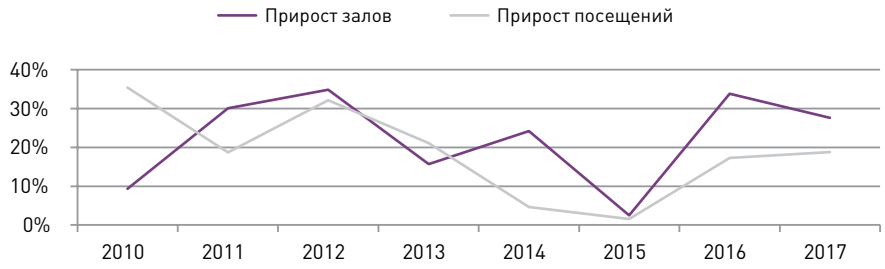


Источники: comScore, Невафильм Research

Отметим также, что за пределами кластерного анализа остался сегмент из более 700 малых населенных пунктов (с менее чем 100 тыс. жителей) и 28 городов, по которым недоступна статистика Росстата и comScore за весь анализируемый период. Они в 2016-2017 годах демонстрировали максимальный прирост числа залов, но в 1,5 раза меньший прирост числа посещений.

Расширение этого сегмента сегодня, скорее, механическое – за счет обеспечения все большего числа населенных пунктов и их жителей услугами кинопоказа. Причем интересно, что в период 2011-2015 годов динамика спроса вполне соответствовала динамике предложения: предприниматели открывали кинотеатры там, где имелось достаточно экономических обоснований для их функционирования, и новые залы вызывали соответствующий рост посещений. В 2014-м мы наблюдаем всплеск появления новых залов – во многом он был обусловлен включением Крыма в состав России[1]: без него рост числа залов составил 17%, а не 24% и был близок к уровню 2013 года (16%), а начавшийся экономический кризис сказался на низком росте посещаемости (всего 5%). Однако уже в 2016-2017 годах мы наблюдаем опережающий рост числа залов, обусловленный субсидиями Фонда кино, который пока не приводит к соответствующему росту количества продаваемых билетов.

РИСУНОК 76. РАЗВИТИЕ ВНЕ КЛАСТЕРОВ



Источники: comScore, Невафильм Research

[1] Этот регион не входит в кластеризацию ввиду отсутствия данных для анализа за период до 2015 года.

Если посмотреть на вклад каждого кластера в общее число кинозалов в стране и итоговую посещаемость, то можно заметить, что за минувшие 8 лет заметно сократилась доля залов и посещаемости в столицах – за счет большего веса этих показателей в малых и не вошедших в кластеры городах. Что касается остальных групп, то доля залов в них сокращается, но доля посещений остается достаточно стабильной.

Таким образом, можно сделать вывод, что наиболее заметный рост рынка сейчас происходит не только в малых населенных пунктах, где расширяется киносеть во многом за счет субсидий Фонда кино в новые города на российской кинокарте, но и в таких кластерах как «демографические отличники» и «города-аутсайдеры». Эти «точки роста» составляют 15%, 2% и 5% всех российских посещений за 2017 год и дали нашему рынку прирост на 26%, 5% и 7% соответственно.

РИСУНОК 77. ВКЛАД КЛАСТЕРОВ В ОБЩЕЕ ЧИСЛО ЗАЛОВ В РОССИИ (2009-2017)

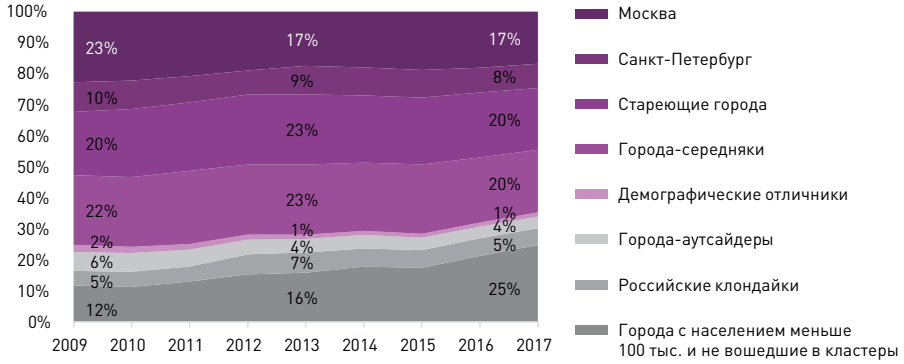
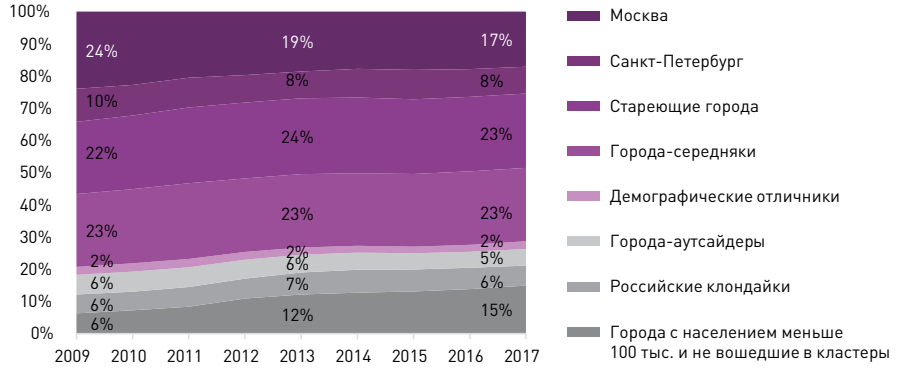


РИСУНОК 78. ВКЛАД КЛАСТЕРОВ В ИТОГОВУЮ ПОСЕЩАЕМОСТЬ В РОССИИ (2009-2017)



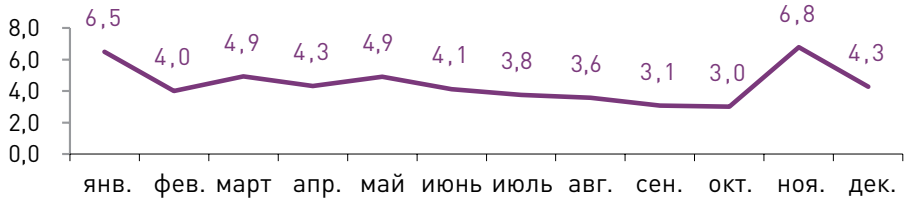
Источники: Невафильм Research, comScore

ТЕНДЕНЦИИ НА СМЕЖНЫХ РЫНКАХ КИНОТЕАТРАЛЬНОГО БИЗНЕСА

Рынок кинобаров в России[1]

Рублевый рост объема рынка кинобаров в России в 2017 году составил 20%. Динамика продаж, как обычно, совпала с динамикой кассовых сборов в целом: отличное начало года, серьезный провал августа–октября, мощный ноябрь и ожидаемый декабрь.

РИСУНОК 79. ДИНАМИКА КАССОВЫХ СБОРОВ РОССИЙСКОГО КИНОПРОКАТА В 2017 ГОДУ (МЛРД РУБ.)



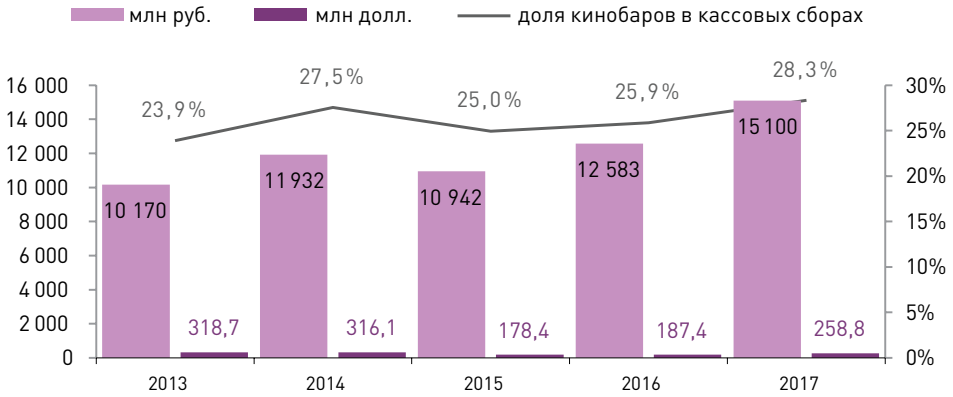
Источники: Кинобизнес сегодня, Невафильм Research

По оценкам «Деловой Руси» и Невафильм Research, всего в российских кинобарах было продано продукции на сумму 15 млрд руб., что составило 28% валового сбора от продажи кинобилетов. Рынок вырос на 20% в рублях, а на фоне укрепления курса национальной валюты – на 38% в долларах, достигнув 258 млн.

Лидеры продаж в кинобаре (выручка концешн-зоны) остаются прежними:

- попкорн;
- напитки;
- снеки;
- пиво;
- комбо-наборы;
- чай/кофе;
- алкоголь;
- прочее.

РИСУНОК 80. ОБЪЕМ РОССИЙСКОГО РЫНКА КИНОБАРОВ (2013–2017)



Источники: компания «Деловая Русь», Невафильм Research

Следует отметить тенденцию, которую мы давно предрекали: привычка покупать перед сеансом попкорн все глубже проникает в культуру посещения кинотеатров в России, и за последние три года доля его продаж выросла на 10%. Пока России еще очень далеко до уровня потребления попкорна в США или Мексике, но мы постепенно приближаемся к Европе. Это хорошая новость для кинотеатрального общепита: через несколько лет, вводя в ассортимент баров сосиски, пиццу, бургеры и другую горячую еду, кинопоказчики смогут не опасаться, что упадет доля продаж попкорна: зритель в первую очередь возьмет воздушную кукурузу, а уже потом в рамках своего бюджета изучит остальное меню.

В 2018 году мы ожидаем продолжение роста объемов рынка киноконцешн – ориентировочно на 20% в рублевом эквиваленте.

[1] Раздел подготовлен Искандером Аминовым («Деловая Русь»).

Рынок кинорекламы в России[1]

В конце 2017 года на рынке рекламы в кинотеатрах произошли серьезные изменения – с рынка ушел большой оператор «Национальный рекламный альянс» (НРА), который обслуживал «Объединенную сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино», а также «КАРО» и «Люксор» и привлекал на рынок бюджеты, используя консолидированные продажи кино и телевидения. Акционеры НРА приняли решение сконцентрироваться на телевидении и Интернете и свернули деятельность на непрофильных направлениях.

По мнению специалистов «Синема 360» это, скорее всего, позитивно скажется на рынке по следующим причинам:

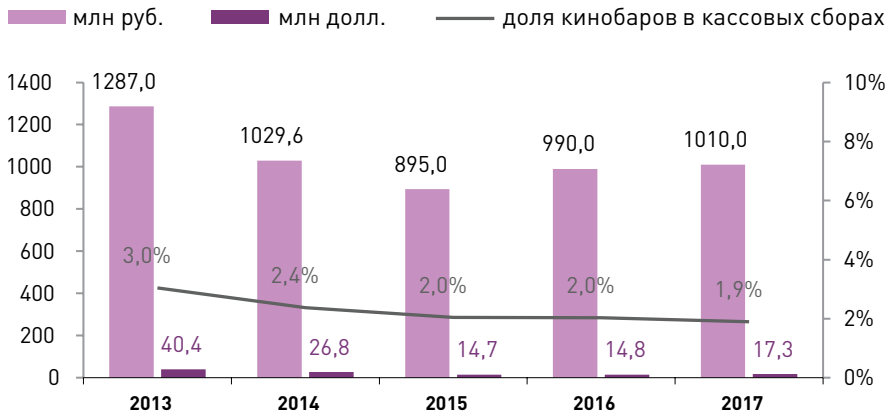
• во-первых, объем рынка рекламы в кинотеатрах последние шесть лет, по данным Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), составлял порядка 1 млрд руб. без учета НДС (в 2017 году рост составил 2%). Другими словами, за годы пребывания на рынке телегиганта «Видео Интернешнл»/НРА объем рынка значительно не изменился. Происходило только некоторое перераспределение рекламодателей и их рекламных бюджетов между сетями кинотеатров и специализированными агентствами;

• НРА избегал инноваций в способах продаж и придерживался традиционных форм размещения роликов (в выбранных залах определенное количество недель), а также развивал привязку к фильмам, размещая ролики на всех сеансах выбранных клиентами фильмов. Размещения роликов с гарантией числа зрителей НРА категорически не поддерживал, а внеэкранные возможности не развивал и не предоставлял;

• по договоренности с НРА, национальный медиаизмеритель TNS перестал отслеживать и публиковать данные о размещении роликов в кинотеатрах где-либо, кроме четырех сетей НРА, в которых был внедрен автоматизированный мониторинг TNS;

• хотя теперь часть клиентов НРА, интересовавшихся в основном телевизионной скидкой, уйдет из кинотеатров (прежде всего это касается фармацевтических компаний), другие компании, освобожденные от обязательств консолидированных сделок, вернутся в кинотеатры именно за зрителями, за качеством рекламного контакта. И с этой точки зрения кинотеатры как пространство для рекламодателей опять становятся понятным и востребованным медиа со всем богатством экранных и внеэкранных возможностей.

РИСУНОК 81. ОБЪЕМЫ РОССИЙСКОГО РЫНКА КИНОРЕКЛАМЫ (2013–2017)



Источник: АКАР, «Синема360», Невафильм Research

[1] Раздел подготовлен Сергеем Болотиным («Синема 360»).

Таким образом, сейчас единственным федеральным оператором рекламы в кинотеатрах остается рекламное агентство «Синема 360», однако это не означает, что у него нет конкурентов.

Летом 2017 года Александр Мамут приобрел сети «СИНЕМА ПАРК» (Керимов) и «Формула Кино» («Альфа-групп») и создал самую большую в России сеть (на начало 2018 года в нее входит 76 кинотеатров (4,7%) и 631 зал (13%)). Мамут также является управляющим акционером медиахолдинга «Rambler&Co», в состав которого входят система онлайн-продажи билетов «Рамблер-Касса», комплекс управления кинотеатрами UCS и рекламное агентство «Индекс20». Последний и стал новым игроком на рынке рекламы в кинотеатрах, причем агентство делает ставку на гарантию числа зрителей. На рынке эта система продаж развивается с 2009 года компанией «Синема 360», и сегодня она охватывает уже 1000 залов (21% рынка) в 63 городах страны. Сейчас «Индекс20» работает над автоматизированным комплексом, который сможет гарантировать не только число зрителей, но и сроки показа рекламы и сеансы конкретных фильмов. Таким образом, теперь на этих условиях ролики будут размещаться уже в более чем 1600 залах.

На уровнях городов и киносетей рекламные возможности развиваются местными агентствами и рекламными подразделениями сетей и кинотеатров. В качестве примера удачной и в высшей степени грамотной рекламной работы кинотеатров можно привести хабаровские кинотеатры (сеть «Фабрика грез»), особенно нейминг залов.

Наконец, «Синема 360» в 2017 году вывела на рынок маркетинговый и рекламный формат интерактивных развлекательных викторин «До сеанса»[1], заинтересовавших как кинотеатры, так и рекламодателей.

[1] См.: http://doseansa.info.

Оценка объемов онлайн-продаж кинобилетов в России (2013–2017)[1]

В 2017 году к платежной системе Apple Pay, упрощающей в том числе и онлайн-продажу кинобилетов, добавилась в России возможность использования аналогичного способа бесконтактной оплаты от операционной системы Android. Доступность Google Pay важна с той точки зрения, что, по данным DeviceAtlas[2], доля мобильной ОС Android составляет 60% (больше, чем iOS (37%)).

Это позволило онлайн-операторам интегрировать покупку кинобилета в поисковую систему Google (опция доступна в «Киноходе», с первого дня поддерживающего Google Pay в России). Купить билеты пользователи сегодня могут и в социальных сетях «Вконтакте» (с 2016 года) и «Одноклассники» (с 2017-го), не покидая саму сеть, что повышает конверсию и уменьшает количество кликов, необходимых для покупки билета.

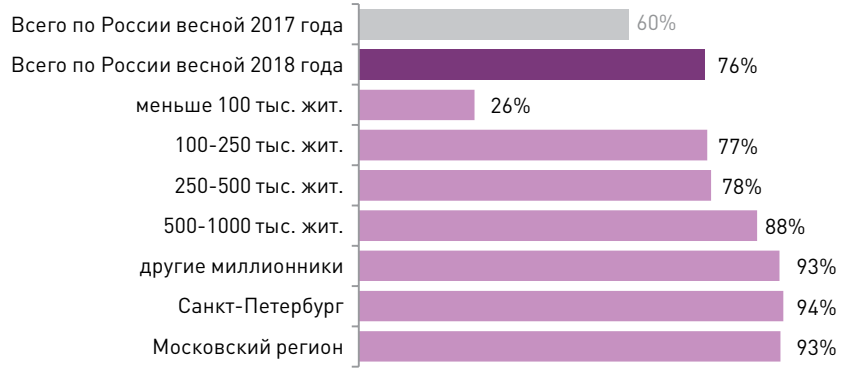
Еще одна технология, к которой присоединяется все больше и больше игроков рынка онлайн-продаж, – это персонализация предложения, что достигается благодаря анализу транзакций и разработке рекомендательных алгоритмов, основанных на больших данных, которые оседают в руках операторов сервисов.

Наконец, растет в России и аудитория Интернета, особенно мобильного: по данным Mediascope[3], в первой половине 2017 года она впервые стала больше доли аудитории, выходящей в Сеть со стационарных компьютеров. Всего Интернетом пользуются в России порядка 90 млн человек, тогда как с мобильных устройств это делают уже 73 млн. При этом, по данным GFK[4], в 2017 году доля тех, кто совершает онлайн-покупки, составила 30% от всех пользователей Интернета в России, и по отношению к 2016-му эта цифра выросла на 5 п. п.; растет и доля заказов с мобильных устройств.

В целом по стране услугу онлайн-продаж предлагают своим зрителям около 76% кинотеатров – по сравнению с 60% годом ранее.

Все вышеописанные события должны были привести к продолжению бурного роста объемов онлайн-продаж кинобилетов в России в 2017 году – их доля вполне могла бы приблизиться к 30% от всей кинопосещаемости в стране. Однако этого не произошло по следующей причине: в сентябре 2017 года «Рамблер/касса» ввела для зрителей 10%-ю наценку от суммы покупки. Это вызвало негодование среди дистрибьюторов, некоторые из которых впоследствии ввели эмбарго на продажи билетов онлайн на фильмы из своего пакета. Одновременно с этим какие-то фильмы вообще не попали в кинотеатры «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино», а «КАРО» отказалась от сотрудничества с «Рамблер/кассой».

РИСУНОК 82. ДОЛЯ КИНОТЕАТРОВ, ИМЕЮЩИХ ОНЛАЙН-ПРОДАЖИ КИНОБИЛЕТОВ, ПО ТИПАМ ГОРОДОВ С РАЗЛИЧНОЙ ЧИСЛЕННОСТЬЮ НАСЕЛЕНИЯ (ВЕСНА 2018 ГОДА)



Источник: Невафильм Research 2018 год – на основании выборки по всем типам городов, охватывающей 50% кинотеатров РФ; 2017 год – 40% кинотеатров

[1] Раздел подготовлен при участии Льва Левицкого («Киноход»).

[2] DeviceAtlas. Android v iOS market share 2018. См.: https://deviceatlas.com/blog/android-v-ios-market-share.

3 Mediascope. Аудитория интернета в России выросла на 4%. См.: http://mediascope.net/press/news/812866/.

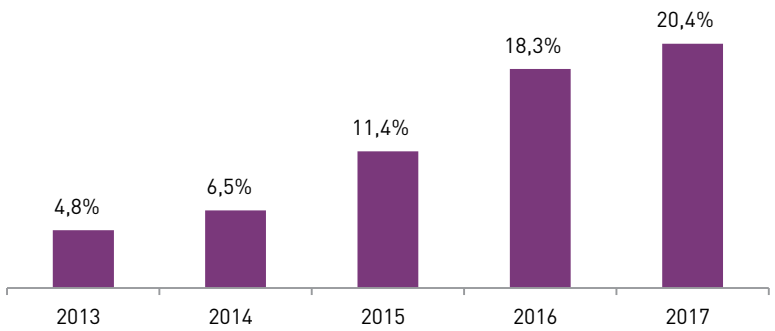
[4] Роман Рожков. Онлайн-шопинг затягивается // Коммерсант. №201. 27.10.2017. С. 9.

Данный конфликт привел к определенным репутационным издержкам оператора, инициировавшего наценку, и снижению деловой активности в данном сегменте. В феврале 2018 года эксперимент «Рамблер/кассы» был приостановлен, но, как заявляет оператор, временно[1]. Тем не менее если в 2016 году Алексей Васясин, директор департамента «Рамблер/касса», прогнозировал долю онлайн-продаж в 2017 году на уровне 20–25% , то уже в 2017-м он оценил реальную долю на уровне самого низкого прогноза – 20%.

Оценка Невафильм Research в 2017 году также близка к этой цифре: мы полагаем, что в стране было продано онлайн 43,4 млн[2] из 212,6 млн кинобилетов (20,4%); таким образом, годовой рост составил 24%. Мы полагаем, что в 2018 году, в условиях отсутствия конфликтных ситуаций, рост этого сегмента продолжится в связи с общемировыми и российскими тенденциями в сфере онлайн-торговли.

Конкуренты «Рамблер/кассы» приветствовали противодействие введению наценки со стороны дистрибьюторов, а ряд из них сумели воспользоваться ситуацией и расширить свою долю рынка. Сегодня ведущими игроками сегмента онлайн-продаж в России являются компании «Рамблер/касса», «Киноход» и «Кинобилеты.РФ»; многие киносети используют собственную систему.

РИСУНОК 83. ОЦЕНКА ОБЪЕМОВ ОНЛАЙН-ПРОДАЖ КИНОБИЛЕТОВ В РОССИИ (2013–2017)



Оценка Невафильм Research по данным Киноход, Рамблер-касса (за 2013 и 2014 гг), Кинобилеты.РФ и киносетей

[1] «Рамблер.Касса» отказалась от наценки за онлайн-продажу кинобилетов.
См.: https://www.vedomosti.ru/technology/articles/2018/02/07/750262-ramblerkassa.
Алексей Васясин. Стоять в очереди в кассу – это уже не в тренде.
См.: http://cinemaplex.ru/2016/11/29/aleksej-vasyasin-interview.html.

[2] Данная оценка основана на статистике сервисов онлайн-продаж («Киноход» и «Кинобилеты.РФ»), ряда киносетей («Mori Cinema», «КАРО», «Киномакс», «Монитор», «Пять звезд», «Синема парк», «Синема стар» и «Формула кино»), выборочной проверке части кинотеатров в различных типах городов на наличие продаж через Интернет и на опросе аудитории кинозрителей в различных городах, который был проведен Невафильм Research в 2016 году. Стоит отметить, что один из основных игроков рынка («Рамблер/касса») отказывается от предоставления своей статистики за 2015–2017 годы.

Борьба с видеопиратством[1]

В 2017 году рынок легального потребления контента в России продолжил демонстрировать устойчивый рост. Связано это не только со все большей популярностью легальных видеосервисов, но и с тем, что правообладатели и государство продолжают активную борьбу с пиратскими ресурсами. Тем не менее проблема интернет-пиратства в России стоит все еще довольно остро.

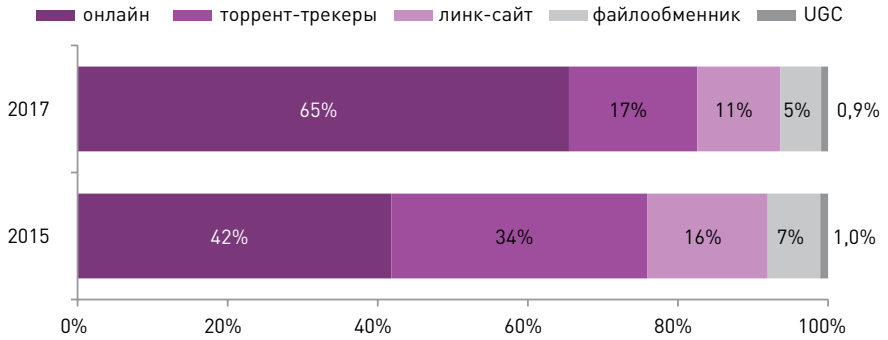
Так, в отчете Торгового представительства США за 2017 год[2] в списке злостных нарушителей авторского права в числе прочих перечислены крупные российские сайты с неавторизованным контентом (RuTracker.org, rapidgator.org, vk.com). Кроме того, наряду с существующими появляются новые способы нелегального распространения контента, которыми российские пираты активно пользуются.

Способы распространения нелегального контента

Сайты

В последние годы активно растет число сайтов, позволяющих смотреть контент онлайн. В 2017 году их доля достигла 65% от общего числа ресурсов с нелегальным контентом. В то же время, по данным «WebKontrol», за три года вдвое сократилась доля торрент-трекеров: с 34% в 2015-м до 17% в 2017-м.

РИСУНОК 84. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПИРАТСКИХ САЙТОВ В РОССИИ ПО ТИПАМ



Источник: WebKontrol

Количество UGC-сайтов относительно невелико, их доля составляет всего около 1%. Однако это преимущественно ресурсы крупных видеохостингов и социальных сетей (YouTube.com, vimeo.com. mail.ru, vk.com, OK.ru и т. д.), и здесь отмечается высокая посещаемость и заметно большее число размещаемых пользователями ссылок на контент, чем, к примеру, на онлайн-сайтах с пиратским видео.

[1] Раздел подготовлен специалистами «WebKontrol».

[2] Out-of-Cycle Review of Notorious Markets, Office of the US Trade Representative, 2016.
См.: https://ustr.gov/sites/default/files/2016-Out-of-Cycle-Review-Notorious-Markets.pdf.

IPTV

С ростом популярности IPTV растет количество программ и оборудования, которые позволяют нелегально смотреть видеоконтент и трансляции каналов. Сюда входят пиратские прошивки для телевизионных приставок, дополнения для сервиса Kodi, программы торрент-телевидения.

Особенно актуальна эта проблема в регионах, где некоторые интернет-провайдеры вместе с пакетом услуг предоставляют абонентам IPTV-оборудование с доступом к бесплатной, обычно нелегальной, библиотеке фильмов. Более того, ряд провайдеров создают сети P2P/sharing для своих абонентов, в которые пользователи могут загружать контент.

Приложения

Относительно новый способ пиратства – распространение нелегального контента через приложения для различных устройств. К ним относятся приложения для просмотра IPTV, плееры для потокового воспроизведения видеоторрентов (например, Torrent Video Player), приложения с доступом к библиотекам фильмов и т. д.

Помимо этого пираты распространяют контент и через мобильные версии соцсетей и мессенджеров. В частности, они могут использовать приложение VK-live для нелегального стриминга фильма или разместить контент или ссылку на сторонний ресурс в своем Telegram-канале.

Борьба с нелегальным распространением контента

Внесудебные уведомления

Одним из основных способов борьбы с нелегальным распространением контента остается уведомление администраторов сайтов и хостинг-провайдеров с требованием ограничить доступ или заблокировать интернет-страницу с нелегальной копией.

По данным «WebKontrol», в 80% случаев нарушители реагируют на уведомления правообладателей и удаляют контент, чтобы избежать перманентной блокировки.

В случаях, когда пиратский контент публикуется сервисами, имеющими мобильное приложение (VK, Telegram), правообладатели могут обратиться к магазинам мобильных приложений AppStore и Google Play для блокировки нелегального контента в приложениях.

12 февраля 2018 года в Госдуму был внесен законопроект о блокировке мобильных приложений, нарушающих авторские права, который направлен на регулирование этого вопроса[1].

Изъятие ссылок из выдачи поисковых систем

В борьбе с пиратством содействуют правообладателям и поисковые системы. В соответствии с принятым в 1998 году в США Законом об авторском праве в цифровую эпоху (Digital Millennium Copyright Act), компания Google удаляет ссылки на нелегальный контент из поисковой выдачи на основании уведомления правообладателя. К настоящему времени Google изъял более 3 млрд ссылок[2].

После вступления в силу третьего антипиратского закона в октябре 2017 года поисковые системы, в том числе российские, также обязаны удалять из поисковой выдачи ссылки на заблокированные сайты и на их зеркала.

Судебные блокировки

С 2013 года в России создавалась и совершенствовалась законодательная база, позволяющая правообладателям защищать контент через суд. Ключевыми законодательными актами являются три «антипиратских» закона:

- Федеральный закон № 187-ФЗ от 02.07.2013 «О внесении изменений в законодательные акты Российской Федерации по вопросам защиты интеллектуальных прав в информационно-телекоммуникационных сетях»: возлагает на администрацию ресурса обязанность принять меры по удалению с сайта объект прав, а также устанавливает процедуру судебной блокировки в случае неисполнения этого обязательства. Поскольку закон позволяет принять предварительные обеспечительные меры до предъявления иска, это обеспечивает оперативное ограничение доступа к контенту, как правило, в течение 24-48 часов;

[1] Законопроект № 386109-7 «О внесении изменений в статьи 15-2 и 15-7 Федерального закона "Об информации, информационных технологиях и о защите информации"». См.: http://sozd.parlament.gov.ru/bill/386109-7.

[2] Google Asked to Remove 3 Billion "Pirate" Search Results. См.: https://torrentfreak.com/google-asked-to-remove-3-billion-pirate-search-results-171018/.

• Федеральный закон № 364-ФЗ от 24.11.2014 «О внесении изменений в Федеральный Закон "Об информации, информационных технологиях и защите информации" и Гражданский процессуальный Кодекс Российской Федерации»: предоставляет правообладателям возможность перманентной блокировки сайтов по решению суда в случае неоднократного нарушения прав; расширяет список объектов права, подлежащих защите от пиратства, который помимо фильмов включает музыкальные и литературные произведения, программное обеспечение;

• Федеральный закон № 156-ФЗ от 01.07.2017 «О внесении изменений в Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации"»: позволяет правообладателям блокировать «зеркала» пиратских сайтов во внесудебном порядке при наличии ранее выданного судебного решения о блокировке основного сайта. Решение о том, является ли сайт «зеркалом», принимается Минкомсвязи.

Таким образом, сегодня у правообладателей есть возможность через суд требовать удаления нелегального контента с сайта; перманентной блокировки сайта с нелегальным контентом. Полученное ранее судебное решение о перманентной блокировке сайта позволяет блокировать неограниченное число его «зеркал» во внесудебном порядке.

Согласно вступившему в силу в ноябре 2017 года закону о запрете обхода блокировок, VPN и анонимайзеры теперь обязаны ограничивать доступ к сайтам, которые были заблокированы на территории России. Ожидается, что закон поможет существенно снизить трафик заблокированных сайтов, повысив эффективность процедуры блокировки.

Недавно стало известно о новой законодательной инициативе – законопроекте Министерства культуры РФ[1], который в случае принятия позволит Роскомнадзору блокировать сайты без решения суда. С подобной инициативой Минкультуры выступало и в прошлом году[2], но тогда ему так и не удалось получить поддержку законодателей.

Результаты и прогнозы

В последние годы наблюдается рост количества легальных просмотров, не в последнюю очередь благодаря борьбе с пиратством. Так, согласно исследованию «J`son & Partners Consulting»[3], в 2016 году рынок легального видео вырос на 32% и составил 11,18 млн руб., а доля платной подписной модели выросла с 3,8% до 11,2%.

Однако доля пиратского потребления все еще остается высокой: по данным исследования РАЭК и ОККО[4], 86% зрителей все еще используют сайты с нелегальным контентом.

Сейчас правообладатели все активнее прибегают к блокировке пиратских ресурсов: согласно данным Роскомнадзора[5], с момента вступления в силу «антипиратского» закона РКН получил более 2,8 тыс. определений о принятии обеспечительных мер, в том числе 1630 – в отношении кинофильмов. Доступ ограничивался к 1547 ресурсам. Перманентной блокировке подверглись 752 сайта и более 600 «зеркал»[6]. По сравнению с 2015 годом количество предоставленных РКН определений Мосгорсуда увеличилось на 208,7%, а количество заявлений правообладателей – в 5 раз. В целом с момента принятия в 2015 году антипиратского закона было заблокировано 752 пиратских сайта и более 600 «зеркал».

[1] Минкультуры предложило блокировать пиратские сайты без решения суда // РБК. 21.02.2018 См.: https://www.rbc.ru/technology_and_media/21/02/2018/5a8c53319a7947269e7977aa.

[2] Без суда и зеркала // Коммерсант. 30.03.2017. См. : https://www.kommersant.ru/doc/3256131.

[3] Развитие рынка легального потребления аудио- и видеоконтента, комментарии к сессии Петербургского экономического форума. См.: http://tass.ru/pmef-2017/articles/4287627.

[4] Исследование «Экосистема онлайн кинотеатров в России». РАЭК, okko, 2017. См.: http://raec.ru/upload/files/171127-eok.pdf.

5 Глава Роскомнадзора обсудил вопросы защиты авторских прав с представителем руководства Американской ассоциации киностудий. См.: https://rkn.gov.ru/news/rsoc/news54554.htm.

[6] Там же.

ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА (2018–2022)

Методология и предпосылки прогнозирования

Прогнозирование развития кинорынка России на 2017–2022 годы было проведено в несколько этапов:

- прогнозирование числа открытий кинозалов;
- прогнозирование кинопосещаемости в стране;
- прогнозирование цены кинобилета и кассовых сборов;
- прогнозирование числа закрывающихся кинозалов исходя из динамики кассовых сборов на зал;
- составление прогноза по числу кинотеатров и залов.

При прогнозировании учитывается продолжение программы государственного субсидирования открытия кинотеатров в малых городах России (до 100 и до 500 тыс. жителей). На основании указов Фонда кино было рассчитано, что всего в России по этой программе в 2016–2018 годы откроется 811 новых кинотеатров. Эти субсидии вкупе с естественными процессами развития киноотрасли приведут к быстрому росту числа городов, в которых будет действовать хотя бы один кинотеатр, и к не столь быстрому, но все же росту кинопотребления (а именно этот индикатор лежит в основе прогноза посещаемости).

Кроме того, при прогнозировании использовались прогнозы Росстата и Минэкономразвития по числу жителей в России, инвестициям в основной капитал и доходам населения (консервативный сценарий).

ТАБЛИЦА 24. СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ДАННЫЕ, ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ДЛЯ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ

	2018	2019	2020	2021	2022
Население РФ, млн	147	147,1	147	146,9	146,7
Инвестиции в основной капитал	100,9	101,6	101,6	101,6	101,6
Реальные располагаемые доходы населения	101,4	100,2	100,6	100,6	100,6

Источники: Росстат, МЭР

Прогноз развития рынка на 2018–2022 годы

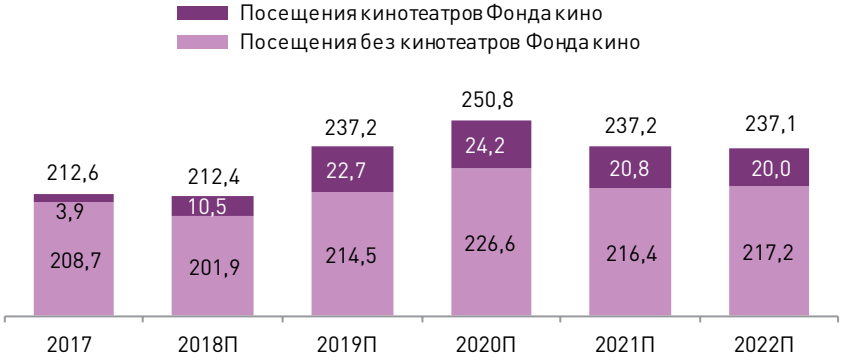
По нашей оценке, в 2018 году число посещений не превысит уровень 2017, несмотря на расширение киносети к концу года, в связи с несколькими факторами: слабый репертуар, трагедия в Кемерово, повлекшая закрытие кинотеатров в течение года, и проведение Чемпионата мира по футболу.

Кинотеатры, открытые по программе Фонда кино, с 2019 года смогут наконец вносить значительную лепту в развитие рынка, однако это произойдет за счет количества открытых залов, а не за счет высокого кинопотребления. Рынок начнет рост (порядка 5% в год) как за счет репертуара («Тайная жизнь домашних животных 2», «Мстители: Война бесконечности. Часть 2», «Холодное сердце 2», «Мадгаскар 4», «Тайна печати дракона: Путешествие в Китай» и т. д.), так и за счет исчезновения негативных для рынка факторов.

В 2020 году ожидается новый рекорд по посещениям – 250 млн. Это связано с сильными релизами и особенно с продолжением фильма «Аватар».

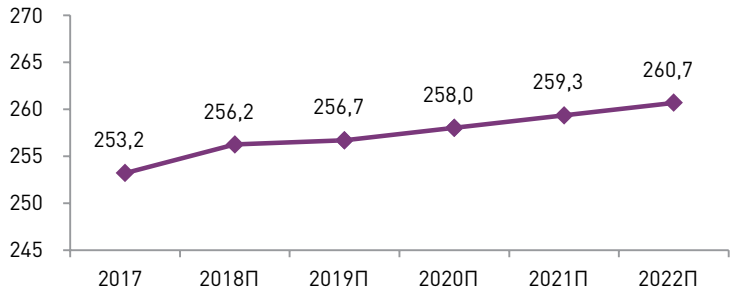
В 2021–2022 годах мы пока прогнозируем падение объема кинопосещений в России.

РИСУНОК 85. ПРОГНОЗ ПОСЕЩАЕМОСТИ РОССИЙСКИХ КИНОТЕАТРОВ В 2018–2022 ГГ., МЛН



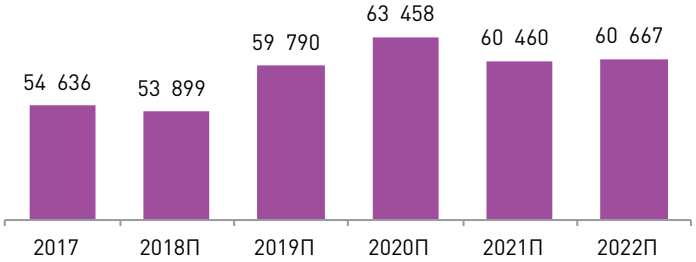
Средняя стоимость кинобилета в ценах декабря 2017 года будет незначительно расти в связи с ростом доходов населения.

РИСУНОК 86. РЕАЛЬНАЯ ЦЕНА КИНОБИЛЕТА, РУБ., В ЦЕНАХ ДЕКАБРЯ 2017 Г.



На основе средней цены кинобилета и посещаемости делается прогноз кассовых сборов в России: рынок ждет подъем в 2019-2020 годах – примерно в том же темпе, что и рост посещаемости. В 2021 году ожидается незначительное падение.

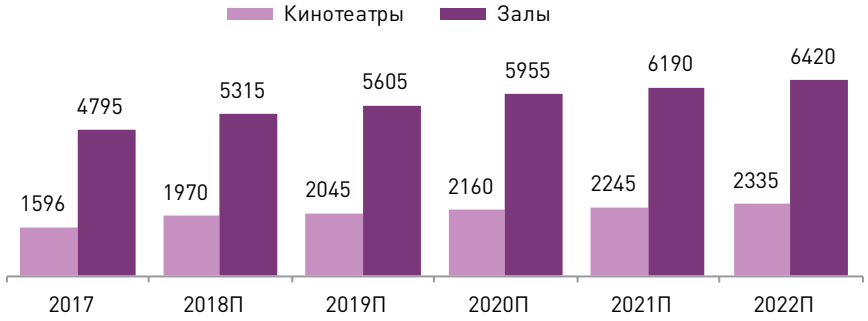
РИСУНОК 87. КАССОВЫЕ СБОРЫ, МЛН РУБ., В ЦЕНАХ ДЕКАБРЯ 2017 Г.



В первом полугодии 2018-го мы наблюдали сокращение числа действующих кинотеатров: виной тому проверки пожарной инспекции после трагедии в Кемерово; впрочем, большинство закрытых площадок все же возобновит свою деятельность уже до конца года. Росту также будет способствовать программа субсидирования кинозалов, оставшиеся получатели которой должны открыться до конца текущего года (в дальнейшем мы ожидаем только снижение их численности).

Согласно нашим расчетам, через пять лет в России будет насчитываться 2335 кинотеатров (6420 залов).

РИСУНОК 88. ПРОГНОЗ ЧИСЛА КИНОТЕАТРОВ И ЗАЛОВ В РОССИИ



ГЛОССАРИЙ

Кинопрокат – подотрасль киноиндустрии, выполняющая функцию оптового продавца и посредника между кинопроизводителями и кинотеатрами. Традиционно дистрибьюторы сдают фильмы напрокат кинотеатрам в обмен на долю от кассовых сборов (в России это 50%); с продюсером прокатчики обычно также расплачиваются процентами от сборов в кинотеатрах.

Дистрибьютор (прокатчик) – компания, которая покупает/берет на реализацию у продюсера фильм и сдает его напрокат кинотеатрам. В функции дистрибьютора входят локализация зарубежного фильма, легализация в стране (получение возрастного рейтинга, прокатного удостоверения), проведение рекламной кампании, роспись фильмов по кинотеатрам, подготовка и рассылка копий фильмов и рекламной продукции, контроль проката, сбор отчетности и доли кассовых сборов.

Мейджоры – ведущие голливудские киностудии или их представители в России: «20th century Fox» – «Двадцатый век Фокс-СНГ», «Warner Bros.» – «Каро Премьер», «Walt Disney», «Columbia Sony» – WDSSPR, «Universal» – UPI, «Paramount» – «Централ Партнершип».

Роспись (или букинг, от англ. booking – заказ, резервирование) – достижение договоренности между дистрибьютором и кинотеатром о постановке фильма в репертуар, включая срок проката, количество экранов показа, время и количество сеансов, условия взаиморасчетов и т. п.

Релизы (от англ. release – выпуск) – новые фильмы, вышедшие на киноэкраны в рассматриваемом году.

Фильмы в прокате – все фильмы, бывшие в прокате в рассматриваемом году, включая новые релизы и картины прошлых лет.

Докаты – фильмы, вышедшие в прокат в прошлом (относительно рассматриваемого) году, которые продолжают получать сборы в начале рассматриваемого года. Обычно к докатам не относят картины, вышедшие ранее и/или повторно выпущенные на экраны.

Перелизы (от англ. rerelease – повторный выпуск) – повторно выпущенные на экраны фильмы, часто в новом формате (в цвете, в цифре, в 3D и т. п.).

Ретроспектива – фильм, выпущенный на экраны спустя 5 и более лет после производства не более чем в 100 кинотеатров/залов. Относится к креативному контенту.

Киноаттракционный формат – выпуск фильма в формате, отличного от обычного 2D. Мы различаем киноаттракционы трех видов: изображение (3D, IMAX, другие Premium Large Format); звук (Dolby Atmos, Barco Auro); эффекты движения (D-Box, 4DX, tremor).

Широта росписи – показатель широты представленности фильма в кино, рассчитывающийся как доля кинотеатров, в которых вышел фильм, от числа всех действовавших в стране площадок на дату его релиза.

ЕАИС (Единая федеральная автоматизированная информационная система сведений о показах фильмов в кинозалах) – государственная программа, оператором которой является Фонд кино, собирающая в режиме реального времени данные о проданных кинобилетах во всех кинотеатрах РФ; агрегированные данные системы доступны онлайн (http://ekinobilet.fond-kino.ru/); детальные данные по кинотеатрам и фильмам доступны правообладателям фильмов, имеющих подтверждающий документ (прокатное удостоверение).

«comScore» (ранее «Rentrak») – американская компания, занимающаяся сбором данных о проданных билетах непосредственно от кинотеатров по всему миру; действует в интересах голливудских студий-мейджоров; присутствует в России с 2008 года; доступ к системе имеют ее подписчики, данные представляются на сайте International box-office essential (http://iboe.com/).

Посещаемость – число проданных за определенный период кинобилетов.

Кассовые сборы – сумма собранных денег в кинотеатрах за проданные кинобилеты.

Кинопотребление – частота похода в кино жителями рассматриваемого региона/страны; измеряется в числе посещений на душу населения за год; мы также рассматриваем кинопотребление в городах, оснащенных кинопоказом.

Номинальная цена билета – стоимость билета для кинозрителей в текущий момент времени; измеряется в валюте рассматриваемой территории; рассчитывается путем деления кассовых сборов на посещаемость.

Реальная цена билета – стоимость билета, приведенная к текущему времени (с учетом инфляции в стране с момента начала рассматриваемого периода).

Население, охваченное услугами кинопоказа – число жителей в городах, где действуют коммерческие кинотеатры.

Блокбастер (от англ. blockbuster – кассовый фильм) – изначально этим термином обозначались картины, достигшие особенной популярности у зрителя и собравшие большую кассу. Однако со временем продюсеры, прежде всего голливудские мейджоры, разработали некую формулу, способную гарантировать подобный успех; составными частями этой формулы являются, например, большой бюджет на производство и продвижение, участие популярных актеров, масштабные спецэффекты, популярная литературная основа и т. п. В связи с этим сейчас блокбастерами называют фильмы еще до их выхода в прокат, обозначая таким образом картины, на которые возлагаются особенные надежды и нацеленные на самую широкую аудиторию.

Фильм-событие – поскольку российский рынок с конца 1990-х годов очень быстро рос и расширялся географически, сравнивать фильмы разных лет по кассовым сборам и даже по посещаемости стало некорректно. Для определения картин, которые привлекли внимание небывало большого количества зрителей, мы выбрали показатель доли населения, охваченного услугами кинопоказа: **событием** считается фильм, который посмотрели больше 5% жителей городов с кинотеатрами. Кроме того, для анализа используются еще три категории, основанные на том же показателе: **фильмы-блокбастеры**, собравшие от 3% до 5%, зрительской аудитории от населения, охваченного кинопоказом; **фильмы-середняки** – от 1% до 3%; остальные фильмы – менее 1% зрительской аудитории.

Креативный контент (альтернативный контент) – аудиовизуальные программы для показа в кинотеатрах, не являющиеся кинофильмами, в том числе концерты, трансляции театральных, оперных и балетных постановок, документальные фильмы, в том числе фильмы-выставки, научно-популярные и образовательные картины (включая фильмы корпорации «IMAX»), короткометражные сборники художественных и анимационных лент, эпизоды телесериалов, а также специальные показы, ретроспективы, тематические фестивали в отдельных киносетях и т. п. С 2018 года не только короткометражные анимационные сборники объединяются в одну программу, но и посвященные одной тематике или представляющие постановки одного театра.

Региональные фильмы – картины, произведенные продюсером и съемочной группой, базирующимися за пределами Москвы и Санкт-Петербурга, и выходящие в кинотеатральный прокат преимущественно на территории своего и близлежащих регионов, чаще всего без посредничества дистрибьютора.

Кинопоказ – подотрасль киноиндустрии, выполняющая функцию розничного продавца и посредника между дистрибьюторами и зрителями. Игроками рынка кинопоказа являются киносети различного размера и независимые кинотеатры.

Оператор кинотеатра (кинопоказчик) – компания, управляющая работой кинотеатра; часто это также владелец кинотеатра или киносети.

Кинотеатры на франшизе – кинотеатр, использующий торговую марку киносети на условиях лицензии; киносеть может управлять его репертуарным планированием, представлять афишу и продавать билеты на своем сайте и т. п., однако сеть не является владельцем такого кинотеатра. При подсчете рейтинга киносетей такие кинотеатры традиционно включаются в состав сети, франшизу которой они используют.

Кинотеатры на репертуарном планировании – кинотеатры, не использующие бренд киносети, но находящиеся у нее на репертуарном планировании (или даже в управлении); сеть не является владельцем такого кинотеатра. При подсчете рейтинга киносетей такие кинотеатры традиционно включаются в состав сети, на репертуаре у которой они находятся.

Коммерческий кинотеатр – кинотеатр, работающий на коммерческой основе с современными фильмами, оснащенный цифровым оборудованием, мягкими креслами, многоканальным звуком и кинобаром.

ТРЦ – торгово-развлекательный комплекс.

Миниплекс – кинотеатр с числом залов от 2 до 7 включительно.

Мультиплекс – кинотеатр с числом залов от 8 до 16 залов включительно.

Мегаплекс – кинотеатр с числом залов более 17.

Обеспеченность киноуслугами (плотность экранов) – показатель оснащенности населения коммерческими кинотеатрами; рассчитывается путем деления числа залов на рассматриваемой территории на число жителей (часто выражается на 100 тыс. чел.).

Московский регион – Москва и прилегающие к МКАД города, объединенные в мегаполис: Барвихинское сельское поселение, Видное, Дзержинский, Долгопрудный, Котельники, Красногорск, Лесной городок, Люберцы, Мытищи, Одинцово, Реутов, Химки.

Кластеры – сходные по ряду признаков группы городов, в которых развитие кинорынка происходит однотипно. Мы выделяем отдельно **два столичных кластера,** а также «стареющие города» (имеют самую низкую долю людей моложе трудоспособного возраста (15%) и самую высокую долю людей старше трудоспособного возраста (25%)); **«города-середняки»** (имеют все показатели, близкие к средним по выборке); **«демографические отличники»** характеризуются высокой долей людей моложе трудоспособного возраста (21%); **«города-аутсайдеры»** (имеют самые низкие социально-экономические показатели); **«российские клондайки»** (наиболее высокий уровнь заработной платы – ее значение в группе более чем на 30% превышает среднее по стране).

Кинобар (концешн, он англ. concession – концессия) – бар, находящийся на территории кинотеатра, где продаются прежде всего попкорн и газированные напитки, а также другие закуски, которые зрители могут взять с собой в кинозал.

Кинореклама – реклама, размещаемая на территории кинотеатра (видеоролики в зале и в холле, плакаты, флаеры, indoor-реклама). В кинотеатре обычно размещаются два вида рекламных материалов: анонсы кинофильмов и коммерческая реклама. Как правило, анонсы фильмов размещаются на территории кинотеатра бесплатно, поскольку преследуют интересы в том числе и кинотеатров – привлекают будущих зрителей. В то время как коммерческая реклама приносит кинотеатру дополнительный доход (в данном отчете рассматривается именно этот сегмент).

Кинокомиссия – некоммерческая организация при исполнительных органах региона/страны, занимающаяся помощью кинематографистам в получении разрешений на съемки и предоставляющая приезжающим из других регионов съемочным группам информацию по местным локациям, интерьерам, имеющимся техническим возможностям, наличию рабочей силы.

Денежные возвраты (рибейты) – разновидность фискальных стимулов, предполагающих получение продюсерами части потраченных в стране/регионе средств на производство. При этом властями устанавливается минимальный порог таких затрат и часто вводятся условия культурного соответствия создаваемого продукта требованиям страны/региона.

СПИСОК РИСУНКОВ И ТАБЛИЦ

Рисунок 1. Среднемесячные курсы российского рубля, 2016–2017 гг. 8
Рисунок 2. Посещаемость и кинопотребление на душу населения в год в России в 2013–2017 гг. 9
Рисунок 3. Кассовые сборы в России в 2013–2017 гг., млн руб. 9
Рисунок 4. Средняя цена кинобилета в России в 2013–2017 гг. 9
Рисунок 5. Концентрация рынка кинопроката в 2013–2017 гг. 10
Рисунок 6. Количество релизов в 2013–2017 гг. 11
Рисунок 7. Число релизов хотя бы в одном киноаттракционном форматев России в 2013–2017 гг. 11
Рисунок 8. Киноаттракционные форматы в российском прокате в 2013–2017 гг. – новые релизы 11
Рисунок 9. Новые релизы и фильмы в прокате России по регионам производства в 2013–2017 гг. 12
Рисунок 10. Доля посещений и кассовых сборов фильмов по регионам производства в 2013–2017 гг. 12
Рисунок 11. Среднее число посещений (тыс.) на фильм по регионам производства (2015–2017) 13
Рисунок 12. Среднее число зрителей на сеансепо регионам производства (2015–2017) 13
Рисунок 13. Широта росписи фильмов по регионам производства (2016–2017) 13
Рисунок 14. Доля сеансов фильмов в прокате по регионам производства (2015–2017) 13
Рисунок 15. Количество релизов в российском прокате по типу прокатчика в 2013–2017 гг. 14
Рисунок 16. Количество посещений и кассовых сборов фильмовпо типу прокатчика в 2013–2017 гг. 14
Рисунок 17. Среднее число посещений (тыс.) на фильм по типу прокатчика (2015–2017) 14
Рисунок 18. Среднее число зрителей на сеансе по типу прокатчика (2015–2017) 15
Рисунок 19. Широта росписи фильмов по типу прокатчика (2016–2017) 15
Рисунок 20. Доля сеансов фильмов в прокате по типу прокатчика (2015–2017) 15
Рисунок 21. Доля релизов по возрастным рейтингам в российском прокате в 2013–2017 гг. 16
Рисунок 22. Доля посещений и кассовых сборов фильмов по возрастным рейтингам в российском прокате 2013–2017 гг. 16
Рисунок 23. Доля российских релизов по возрастным рейтингам в прокате в 2013–2017 гг. 17
Рисунок 24. Доля зарубежных релизов по возрастным рейтингам в прокате в 2013–2017 гг. 17
Рисунок 25. Среднее число посещений (тыс.) на фильм по возрастным рейтингам (2015–2017) 18
Рисунок 26. Среднее число зрителей на сеансе по возрастным рейтингам (2015–2017) 18
Рисунок 27. Широта росписи фильмов по возрастным рейтингам (2016–2017) 18
Рисунок 28. Доля сеансов фильмов в прокате по регионам производства (2015–2017) 18
Рисунок 29. Число новых релизов по уровню блокбастеризации в прокате России за 2013–2017 гг. 19
Рисунок 30. Доли посещений и кассовых сборов фильмов по уровню блокбастеризации в прокате России за 2013–2017 гг. 19
Рисунок 31. Среднее число посещений (тыс.) на фильм по уровню блокбастеризации (2015–2017) 20
Рисунок 32. Среднее число зрителей на сеансе по возрастным рейтингам (2015–2017) 20
Рисунок 33. Широта росписи фильмов по уровню блокбастеризации (2016–2017) 20
Рисунок 34. Доля сеансов фильмов в прокате по уровню блокбастеризации (2015–2017) 20
Рисунок 35. Количество релизов по классам в прокате России в 2013-2017 гг. 21
Рисунок 36. Доли посещений и кассовых сборов фильмов по классам в прокате России в 2013-2017 гг. 21
Рисунок 37. Отечественные и зарубежные фильмы в прокате по классам: доля релизов и посещений (2016-2017) 22
Рисунок 38. Среднее число посещений (тыс.) на фильм по классам (2015-2017) 22
Рисунок 39. Среднее число зрителей на сеансе по классам (2015-2017) 22
Рисунок 40. Широта росписи фильмов по классам (2016-2017) 23
Рисунок 41. Доля сеансов фильмов в прокате по классам (2015-2017) 23
Рисунок 42. Количество фильмов регионального производства в российском прокате (2011–2017) 24
Рисунок 43. Доли жанров российских фильмов широкого проката и регионального производства в 2016–2017 гг. 25
Рисунок 44. Креативный контент в прокате СНГ (2013–2017) 29
Рисунок 45. Форматы креативного контента в прокате СНГ (2013–2017) 29
Рисунок 46. Число новых релизов креативного контента в прокате СНГ по жанрам (2013–2017) 30
Рисунок 47. Средняя цена билета на новые релизы креативного контента в российском прокате в 2017 г. по жанрам (руб.) 32
Рисунок 48. Число коммерческих кинотеатров и залов (2013–01.07.2018) 33
Рисунок 49. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.01.2018 в регионах 33
Рисунок 50. Средняя наработка на один зал в кинотеатрах России (2013–2017) 33
Рисунок 51. Число кинотеатров и залов в ТРЦ (2013–01.07.2018) 34

Рисунок 52. Число VIP-залов в кинотеатрах (2013–01.07.2018) 34
Рисунок 53. Число киноаттракционных коммерческих залов (2013–01.07.2018) 35
Рисунок 54. Число детских залов в кинотеатрах России (2013–2017) 35
Рисунок 55. Мультиплексы (8+ залов) в России (2013–01.07.2018) 36
Рисунок 56. Рейтинг производителей 2K и 4K цифровых проекторов в 2017-01.07.2018 гг. 41
Рисунок 57. 4K проекторы в 2013–01.07.2018 гг. 41
Рисунок 58. Лазерные проекторы в России 2013–01.07.2018 гг. 41
Рисунок 59. Рейтинг производителей цифровых серверов в 2017-01.07.2018 гг. 41
Рисунок 60. Рейтинг производителей 3D-систем в 2017-01.07.2018 гг. 42
Рисунок 61. Рейтинг интеграторов оборудования в 2017-01.07.2018 гг. 42
Рисунок 62. Коммерческие кинотеатры в Московском регионе (2013–01.07.2018) 43
Рисунок 63. Динамика открытия/закрытия коммерческих кинотеатров в Московском регионе (2013–01.07.2018) 43
Рисунок 64. Коммерческие кинотеатры в Санкт-Петербурге (2013–01.07.2018) 45
Рисунок 65. Динамика открытия и закрытия коммерческих кинотеатров в Санкт-Петербурге (2013-01.07.2018 гг.) 45
Рисунок 66. Число коммерческих кинотеатров в регионах России (2013–01.07.2018) 47
Рисунок 67. Динамика открытия и закрытия коммерческих кинотеатров в регионах России (2013–01.07.2018) 47
Рисунок 68. Кластеры российских городов с точки зрения развития кинорынка 49
Рисунок 69. Развитие кластера Московского региона 50
Рисунок 70. Развитие кластера Санкт-Петербурга 50
Рисунок 71. Развитие кластера «стареющих городов» 50
Рисунок 72. Развитие кластера «городов-середняков» 50
Рисунок 73. Развитие кластера «демографических отличников» 51
Рисунок 74. Развитие кластера «городов-аутсайдеров» 51
Рисунок 75. Развитие кластера «российские клондайки» 52
Рисунок 76. Развитие вне кластеров 52
Рисунок 77. Вклад кластеров в общее число залов в России (2009-2017) 53
Рисунок 78. Вклад кластеров в итоговую посещаемость в России (2009-2017) 53
Рисунок 79. Динамика кассовых сборов российского кинопроката в 2017 году (млрд руб.) 54
Рисунок 80. Объем российского рынка кинобаров (2013–2017) 54
Рисунок 81. Объемы российского рынка кинорекламы (2013–2017) 55
Рисунок 82. Доля кинотеатров, имеющих онлайн-продажи кинобилетов, по типам городов с различной численностью населения (весна 2018 года) 57
Рисунок 83. Оценка объемов онлайн-продаж кинобилетов в России (2013–2017) 58
Рисунок 84. Распределение пиратских сайтов в России по типам 59
Рисунок 85. Прогноз посещаемости российских кинотеатров в 2018–2022 гг., млн 62
Рисунок 86. Реальная цена кинобилета, руб., в ценах декабря 2017 г. 63
Рисунок 87. Кассовые сборы, млн руб., в ценах декабря 2017 г. 63
Рисунок 88. Прогноз числа кинотеатров и залов в России 63

Таблица 1. Ведущие кинорынки мира в 2017 году (по числу посещений) 7
Таблица 2. Экономическая ситуация в России (в процентах к предыдущему году) 8
Таблица 3. Рейтинг дистрибьюторов в России в 2017 году 10
Таблица 4. Количество релизов по регионам (2013–2017) 24
Таблица 5. Результаты фильмов регионального производства в российском прокате (2013–2017) 25
Таблица 6. Топ-10 фильмов регионального производства в 2017 г. в российском прокате по числу посещений 26
Таблица 7. Рейтинг российских регионов по числу посещений локальных фильмов в 2017 году 27
Таблица 8. Результаты программ креативного контента в прокате СНГ (2013–2017) 30
Таблица 9. Топ-10 программ креативного контента в 2017 году в прокате СНГ по числу посещений 31
Таблица 10. Топ-10 дистрибьюторов креативного контента в прокате СНГ в 2017 году (по числу проектов на экране) 32
Таблица 11. Распределение коммерческих кинотеатров в России по количеству залов на 01.01.2018 36
Таблица 12. Обеспеченность населения услугами кинопоказа на 01.01.18 37
Таблица 13. Обеспеченность населения услугами кинопоказа по федеральным округам на 01.01.18 38
Таблица 14. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.01.2018 (включая франшизы и кинотеатры на репертуарном планировании) 39
Таблица 15. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.07.2018 (включая франшизы и кинотеатры на репертуарном планировании) 39
Таблица 16. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.01.2018 (без франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании) 40
Таблица 17. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.07.2018 (без франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании) 40
Таблица 18. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.01.2018 в Московском регионе 44
Таблица 19. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.07.2018 в Московском регионе 44
Таблица 20. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.01.2018 в Санкт-Петербурге 46
Таблица 21. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.07.2018 в Санкт-Петербурге 46
Таблица 22. Динамика открытия и закрытия коммерческих кинотеатров в регионах России (2013–01.07.2018) 48
Таблица 23. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.07.2018 в регионах 48
Таблица 24. Социально-экономические данные, использованные для прогнозирования 62

ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Настоящее исследование проведено по инициативе Невафильм Research; никто из участников российского рынка не является ни заказчиком, ни спонсором данного исследования; оно не выполнялось в интересах каких-либо третьих лиц и не отражает ничью точку зрения, кроме точки зрения Невафильм Research.

Обзор подготовлен исключительно в информационных целях. Содержащиеся в настоящем отчете данные были получены из источников, которые, по мнению Невафильм Research, являются надежными. Однако Невафильм Research не гарантирует точности и полноты общей картины. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем как рекомендательная к вложению инвестиций. Все мнения и оценки, содержащиеся в данном обзоре, отражают мнение авторов на момент публикации и могут быть изменены без предупреждения.

Невафильм Research не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования данного исследования третьими лицами, а также за последствия, вызванные неполнотой информации. Дополнительные сведения могут быть представлены по запросу.

Этот документ или любая его часть не могут распространяться без письменного разрешения Невафильм Research либо тиражироваться.