



КИНОРЫНОК РОССИИ

2018-2019

Павел Кузьмичев, Светлана Мудрова –
аналитики Невафильм Research
Ксения Леонтьева – ведущий аналитик Невафильм Research

*При участии Искандера Аминова («Деловая Русь»),
Сергея Болотина («Синема 360»)*

ИЮЛЬ 2019
САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

ГЛАВНЫЕ ЦИФРЫ-2018

90 ДИСТРИБЬЮТОРОВ
НА РЫНКЕ **614 ФИЛЬМОВ**
ШИРОКОГО ПРОКАТА С БОЛЕЕ
883 ФИЛЬМА 20 СЕАНСАМИ
В РЕГУЛЯРНОМ **437 НОВЫХ**
ПРОКАТЕ РЕЛИЗОВ

5233 ЗАЛА
В 1893 КИНОТЕАТРАХ
НА 1 ЯНВАРЯ 2019 ГОДА (5256 / 1900 НА 1 МАЯ 2019 ГОДА)
61% ЗАЛОВ В ТРЦ **76% 3D-ЗАЛОВ**
29% ЭКРАНОВ РАСПОЛОЖЕНЫ
В ОДНО-ДУХЗАЛЬНИКАХ
28% — В МУЛЬТИПЛЕКСАХ
37% КИНОТЕАТРОВ (14% ЗАЛОВ)
СУБСИДИРОВАНЫ ФОНДОМ КИНО И СОБИРАЮТ
6% ЗРИТЕЛЕЙ И 4% КАССЫ
642 ОПЕРАТОРА КИНОПОКАЗА

2,2% КАССЫ ДОХОД ОТ КИНОРЕКЛАМЫ
27,3% КАССЫ ДОХОД КИНОБАРОВ
59% **26%**
КИНОТЕАТРОВ **БИЛЕТОВ**
ПОДКЛЮЧЕНЫ **ПРОДАЮТСЯ**
К ОНЛАЙН-ПРОДАЖАМ **ОНЛАЙН**

0,9% ЗРИТЕЛЕЙ
И **0,7% КАССЫ**
ПРИШЛОСЬ НА КРЕАТИВНЫЙ КОНТЕНТ
В СТРАНЕ ДЕЙСТВУЕТ **55% ЗРИТЕЛЕЙ**
11 КИНОКОМИССИЙ И **58% КАССЫ**
РЕГИОНАЛЬНОГО КИНО СОБИРАЮТ
ЯКУТСКИЕ ФИЛЬМЫ
В 5 РЕГИОНАХ ВВЕДЕНА РИБЕЙТЫ

2,5% ЗРИТЕЛЕЙ
И **2% ОБЩЕМИРОВОЙ**
КАССЫ ПРИХОДИТСЯ НА РОССИЮ
50,3 МЛРД РУБ. **1,4**
КАССОВЫХ СБОРОВ **КИНОПОТРЕБЛЕНИЯ**
200,6 МЛН ЗРИТЕЛЕЙ НА ДУШУ НАСЕЛЕНИЯ
27% КАССЫ **28% ЗРИТЕЛЕЙ**
РОССИЙСКИХ ФИЛЬМОВ **РОССИЙСКИХ ФИЛЬМОВ**
20 ЗРИТЕЛЕЙ НА СЕАНСЕ

215 МЛН ЗРИТЕЛЕЙ
(ПРОГНОЗ-2019) **217,5 МЛН ЗРИТЕЛЕЙ**
(ПРОГНОЗ-2023)
7050 ЗАЛОВ (ПРОГНОЗ-2023)
В **2590** **5570 ЗАЛОВ**
КИНОТЕАТРАХ В 2005 КИНОТЕАТРАХ
(ПРОГНОЗ-2019)
(ПРОГНОЗ-2023)

ТЕНДЕНЦИИ 2018–2019

Роль российского кинорынка в мире по числу посещений сохраняется на высоком уровне (второе место в Европе и седьмое в мире), однако ввиду продолжающегося снижения курса национальной валюты, в денежном выражении значимость России для зарубежных правообладателей снижается.

Экономическая ситуация в стране продолжает оставаться сложной (реальные доходы населения снижаются уже 5 лет подряд, растет налоговая нагрузка, курс рубля снижался в 2018 году на фоне падения цены на нефть, ключевая ставка росла), что сказывается на снижении цены киновилета как в реальном, так и в номинальном выражении. Отражаются экономические проблемы и на стагнации рынка коммерческого кинопоказа (без учета субсидий за счет федерального бюджета, которые с конца 2015 года направляются на открытие кинозалов).

Кассовые сборы и посещения в 2018 году, несмотря на расширение киносети, сократились на 5%. Эксперты связывают это с Чемпионатом мира по футболу, проходившим в России, и необычайно жарким летом на ключевых территориях, отвлекшими зрителей от кинозалов. Мы видим предпосылки для снижения результатов кинотеатров не только в этом. Во-первых, причиной стали слабые результаты североамериканских релизов на зарубежных рынках: на фоне их «неуспеха» доля отечественного кино выросла не только в России (до максимальных в современной истории кинорынка 28%, что выше целевых для Минкультуры 25%), но и на ряде других кинорынков. По данным Европейской аудиовизуальной обсерватории, в Великобритании доля отечественных фильмов стала выше на 13 процентных пунктов от среднего уровня за 2009-2018 годы, в странах Балтии на 10-14 п. п., в Турции на 9 п. п., в Китае на 6 п. п., в Скандинавии на 3-4 п. п., в Канаде и Франции – на 2 п. п. Еще одна причина сокращения рынка кроется в резком увеличении фильмов в прокате, которым Минкультуры присвоило рейтинг «18+», особенно среди отечественных картин. В дальнейшем непрозрачность процедуры присвоения рейтингов может оказывать еще более серьезное негативное влияние в связи с принятием в 2019 году закона, обязывающего допускать на сеансы для старшей возрастной аудитории зрителей, не достигших 18 лет, только при предъявлении паспорта. Наконец, сказалась и структура репертуара: в 2016-2017 годах в прокате насчитывалось достаточно много фильмов-событий

(которые привлекают внимание 5% и более жителей городов, имеющих кинотеатры) и блокбастеров (интересуют 3-5% населения) – они обеспечили устойчивый рост в этом периоде. При этом успех 2017 года был также обусловлен полусотней крепких середняков (их посмотрели 1-3% жителей). Тогда как в 2018 году не хватило не только событий и блокбастеров, но и «середняков» оказалось на десять меньше (на 10 млн сократилось и число их зрителей).

Широкая роспись на старте фильма с высокой долей вероятности обеспечивает интерес как минимум 1% жителей городов с кинотеатрами (сейчас это 100,6 млн чел. – 1 млн проданных билетов): события, блокбастеры и середняки имеют близкие значения по доле кинотеатров, в которых они стартовали – около 80% от числа действующих в стране на дату релиза. Впрочем, отличается среднее число сеансов, которые получают наиболее успешные фильмы: в 2018 году событийные фильмы имели в среднем по 190 тыс. показов в течение года, блокбастеры – 137 тыс., середняки – 87 тыс. (с другой стороны, разница в числе сеансов может достигаться за счет сроков проката, которые регулируются, в том числе, и зрительским спросом и «сарафанным радио»). Среди фильмов, которые привлекли внимание менее 1% жителей городов с кинопоказом, лишь 1,5% наименований вышли в 80% кинотеатрах страны – таким образом, широкий старт дает очень хороший шанс на успех в прокате.

Благодаря ЕАИС в прокате России стало легче отслеживать фильмы, но даже делая скидку на это, нельзя не отметить выросшее число картин, демонстрировавшийся на российских киноэкранах в течение года, – на 250 больше, чем в 2017-м. Меньше всего увеличилось североамериканское предложение – на 11% (24 фильма). На 93 выросло количество отечественных картин в прокате (+58%), и спрос на них обеспечен преимущественно субсидированными кинотеатрами, которые обязаны соблюдать квоту в 50% сеансов российских лент (сейчас такие игроки рынка составляют 12% кинозалов страны); этот спрос также способствует росту доли рынка представителей российских продюсеров до 11% кассы – +2 п. п.). Фильмов, произведенных в Европе, прокатывалось в России на 106 больше (+47%); картин других регионов производства (за пределами Европы, Северной Америки и России) – на 28 (+97%!) – эти две группы были привезены в страну

независимыми дистрибьюторами, позиции которых немного укрепились (до 8% кассового сбора – +1 п. п.).

Похоже, что кризис независимого кино, который мы фиксируем уже несколько лет, идет на спад: касса немейджоровских и нелидерских российских фильмов после достижения «дна» в 2016 году растет. При не очень широкой росписи каждого отдельного фильма (порядка 19% кинотеатров) они имеют достаточно большую долю сеансов (13% от общегодового числа прошедших в стране показов), что свидетельствует о формировании сети кинотеатров, сотрудничающих с независимыми дистрибьюторами.

2018 год стал буквально «прорывным» для фильмов азиатско-тихоокеанского и южноамериканского производства: в три раза выросло число сеансов таких картин и, соответственно, кассовые сборы. Эта категория фильмов оказалась единственной, у которой выросла посещаемость на фильм и число зрителей на сеансе (больше всех потеряли российские картины по этим показателям, что говорит о том, что рекордная доля отечественного кино в прокате достигнута за счет большего числа фильмов и более широкой их росписи, не всегда при этом эффективной). Самыми успешными фильмами «других регионов производства» стали анимационные ленты «Большой кошачий побег» (Китай), «Мэри и ведьмин цветок» (Япония) и «Плюшевый монстр» (Бразилия).

Релизы дистрибьюторов-мейджоров наиболее популярны у российского зрителя (в расчете на один фильм и на один сеанс, несмотря на небольшое снижение этих средних показателей в 2018 году). Это достигается, в том числе, благодаря жесткой политике мейджоров в отношении минимального количества сеансов на кинотеатр (она дает мейджорам 73% годовых показов) и избирательному подходу к росписи – фильмы отдаются далеко не всем площадкам (в среднем 55% кинотеатров страны стартуют проектами мейджоров – для сравнения, российские фильмы выходят в 64% кинотеатров, занимают 14% сеансов и имеют более низкие показатели на сеанс).

Растет доля фильмов с возрастной маркировкой «18+»: в 2018 году она увеличилась за счет картин «16+», причем в большей мере это коснулось российских фильмов. Эта ситуация может спровоцировать рост случаев самоцензуры на кинорынке в стремлении не только избежать сокращения аудитории в момент премьеры (за счет недопуска в залы младших возрастных групп), но и с целью продлить экранную жизнь картины: для повторного показа, практикуемого, прежде всего, в субсидированных залах, кинотеатры

предпочитают брать фильмы с более мягкими возрастными ограничениями.

В 2018 году в российском прокате насчитывалось рекордное число дистрибьюторов – порядка 90, включая тех, кто работал только с докатами; больше одного нового фильма выпустили 34 компании, еще около 20 – по одному фильму (и это без учета региональных фильмов и альтернативного контента). Для сравнения, в прошлые годы в стране было около 40 игроков с несколькими картинками, включая докаты, с одним релизом – так же 20.

Региональное кино после бума 2016 года переживает спад: второй год число релизов падает, в общероссийский прокат они не выходят, но привлекают все больше внимания фестивалей. Прежде всего, это касается самобытного якутского кинематографа, который с 2019 года получил серьезную поддержку на региональном уровне со стороны властей и частных фондов. В других регионах расширяется сеть кинокомиссий и рибейтов; планируется их принятие и на федеральном уровне, и охватывать они будут не только национальные фильмы, но и зарубежные.

Креативный контент в конце 2018–начале 2019 годов подвергся законодательному регулированию, в результате которого некоторые компании (среди них лидер по организации ретроспектив «Иноекино») отказались от ниши событийного показа и обратились к широкому регулярному прокату фильмов. В то же время концерты и театральные постановки получили разъяснение от Минкультуры, освобождающее их от обязательства получать прокатное удостоверение. Тем не менее, нестабильность на законодательном уровне привела к сокращению числа новых альтернативных программ на российских киноэкранах в 2018 году до 194 (-9%), но их состав и общее количество расширились (+6% наименований и +24% всего программ в прокате), в том числе и благодаря появлению новых игроков на рынке и обращению к этому сегменту опытных прокатчиков. В целом, несмотря на опасения, связанные с принятием закона о кинофестивалях, ниша креативного контента в России сохранилась.

В сфере кинопоказа главным трендом остается воздействие субсидий из федерального бюджета на открытие новых залов. Сейчас такие площадки составляют 37% кинотеатров, 14% залов, но дают не более 6% посещений и 4% кассовых сборов. Именно они обеспечивают рост рынка по числу залов (благодаря им 250 новых населенных пунктов появились на российской «кинокарте», еще 2,7 млн человек были обеспечены кинопоказом), но почти не дают прироста рынку в денежном выражении, часто выполняя социальные

функции, при этом не получая поддержки на осуществление текущей деятельности.

Несмотря на увеличение численности населения городов, заявители из которых могут принимать участие в конкурсах Фонда кино на выдачу субсидий, подавляющее большинство заявок приходит от организаций из населенных пунктов с числом жителей менее 50 тыс. (крупные участники – это в основном города Крыма). Желающих получить субсидии становится все сложнее: сбор заявок в 2019 году прошел в два этапа. Условия работы субсидированных залов ужесточились, что серьезно осложняет работу в конкурентной среде. Основную выгоду от федеральной программы кинофикации в настоящее время получают поставщики оборудования и букеры (81% субсидированных кинотеатров пользуются сегодня их услугами).

В целом сегодня 69% населения страны обеспечены услугами современных кинотеатров; наиболее проблемной остается группа городов с числом жителей менее 10 тыс. чел. – здесь лишь 27% населения имеет возможность сходить в кино.

Столичные рынки продолжают играть главную роль в российском кинопрокате: в Москве располагаются 15% залов страны, при этом город дает 17% посещений и 24% кассы; в Петербурге 7% залов обеспечивает 8% посещений и 9% кассовых сборов. В то же время в 2018 году рост числа экранов в этих городах был ничтожным (1% или менее).

В 2018 году с рынка ушли такие киносети как «Люксор» и «Тетерин-фильм» – их залы перераспределились между другими игроками (в том числе новыми – «Icekino», «Глобал синема»). «Объединенная сеть «СИНЕМА ПАРК» и «Формула кино» начала ребрендинг, открыв после реконструкции первые кинотеатры под брендом «КИНО ОККО». Готовится к выходу на кинорынок Москвы корейская сеть «CJ CGV» – первые два кинотеатра она планирует открыть летом 2019 года. Всего в стране насчитывается свыше 640 операторов кинопоказа.

В технологическом плане Россия идет в ногу с мировыми трендами: распространяются киноаттракционные форматы, прежде всего, иммерсивный звук и премиальные большие экраны PLF; в скором времени откроются первые залы с многоэкранной проекцией – ScreenX; 165 залов имеют возможность демонстрировать 4K изображение; почти 100 оборудованы лазерными проекторами.

Что касается смежных рынков, то объемы продаж в кинобарах в 2018 году сократились сильнее, чем кассовые сборы – на 9% (до 13,7 млрд руб.). Но уже в текущем году рынок начал заметно восстанавливаться и по первым месяцам 2019-го превосходит соответствующий период 2017-го.

В отличие от концешн, продажи рекламы в кинотеатрах в 2018 году прибавили 9% (хотя темпы роста были ниже, чем рекламного рынка в целом). От этого сегмента кинотеатры получили 1,1 млрд руб. Крупные сети пытаются улучшить свои результаты и экспериментируют, работая с подрядчиками и собственными рекламными отделами, однако скромная доля кинотеатров в рекламном пироге (0,2%) делает их неинтересным для крупных брокеров, которые покидают этот сегмент, не сумев его расширить.

Онлайн-продажи кинобилетов, напротив, интересны все большему числу игроков: такие решения предлагают многие технологические компании, в том числе сотрудничающие с кинотеатрами в малых городах и открытыми по программе Фонда кино (так, с 2019 года это делает «Премьер зал»). В то же время, расширение сети залов, продающих билеты онлайн, сдерживается слабой восприимчивостью к новым технологиям небольших игроков рынка: среди них сегодня предоставляют такую возможность 27% кинотеатров (всего в России – 59%). Тем не менее, продажи билетов онлайн растут с каждым годом все быстрее за счет давно внедривших эту практику киносетей – по итогам 2018 года мы оцениваем ее на уровне 26,3%. А с осени 2019-го статистика онлайн-продаж должна стать доступной в ЕАИС.

Наш прогноз на ближайшие 5 лет учитывает открытия субсидированных залов в большом объеме (к 2023 году общее число экранов в стране может превысить 7000), но они не будут приносить заметного прироста сборов. Основные колебания в числе посещений и сумме кассовых сборов будут обусловлены списком релизов голливудских студий – лучшим годом должен стать 2021-й (с 223 млн посещений и 59 млрд руб.).



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
<https://nevafilm.ru>
research@nevafilm.ru

ОГЛАВЛЕНИЕ

ФОН РАЗВИТИЯ КИНОРЫНКА	8	КИНОПОКАЗ	38
Место России на мировом рынке по итогам 2018 года	8	Динамика основных показателей	38
Экономическая ситуация в России	9	Типы кинотеатров и залов в России	40
РЕГУЛЯРНЫЙ ВСЕРОССИЙСКИЙ ПРОКАТ (без учета креативного контента и фильмов регионального производства)	10	<i>Кинотеатры в ТРЦ</i>	40
Динамика основных показателей проката	10	<i>VIP-залы</i>	40
Число и формат фильмов	11	<i>Детские залы</i>	40
Прокат российских и зарубежных фильмов	14	<i>Киноаттракционные залы</i>	41
Фильмы мейджоров и независимых компаний в прокате	17	<i>Кинотеатры по числу залов в них</i>	41
Возрастные рейтинги фильмов	19	Обеспеченность населения услугами кинопоказа	43
Степень блокбастеризации российского кинорынка	23	Игроки рынка кинопоказа России	45
Игроки рынка кинопроката России	26	Цифровое оборудование	48
ФИЛЬМЫ РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА В РОССИЙСКОМ ПРОКАТЕ	27	РЕГИОНАЛЬНЫЕ РЫНКИ КИНОПОКАЗА	50
Региональные релизы	27	Рынок кинопоказа Московского региона	53
Результаты в прокате	28	Рынок кинопоказа Санкт-Петербурга	58
Развитие господдержки кинопроизводства в регионах РФ	30	Региональный рынок кинопоказа	63
КРЕАТИВНЫЙ КОНТЕНТ В ПРОКАТЕ СНГ	33	ТЕНДЕНЦИИ НА СМЕЖНЫХ РЫНКАХ КИНОТЕАТРАЛЬНОГО БИЗНЕСА	69
Методологические пояснения	33	Рынок кинобаров в России	69
Программы креативного контента	33	Рынок кинорекламы в России	70
Результаты креативного контента в прокате	35	Оценка объемов онлайн-продаж кинобилетов в России (2014– 2018)	72
Дистрибьюторы креативного контента	37	ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА (2019–2023)	73
		Методология и предпосылки прогнозирования	73
		Прогноз развития рынка на 2019–2023 годы	73
		СПИСОК РИСУНКОВ И ТАБЛИЦ	75
		ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ	80

ФОН РАЗВИТИЯ КИНОРЫНКА
Место России на мировом рынке по итогам 2018 года

По итогам 2018 года, согласно данным Европейской аудиовизуальной обсерватории, российский кинорынок по числу посещений остался близок к Франции, заняв 6 строчку общемирового рейтинга¹. По сумме валютных кассовых сборов Россия с 813 млн долл. занимает 12 место в мире – после Мексики. Всего на долю нашей страны приходится 2,5% проданных кинобилетов и 2% кассы от числа доступных данных по всем странам мира.

**Таблица 1. Ведущие кинорынки мира в 2018 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	2 020,0	1 500,0	0,7	11 280	0,85	1,51	1 813	89,0%
2	Китай	1 720,0	9 240,0	5,4	60 079	4,29	1,23	1 082	62,2%
3	США	1 185,1	10 867,6	9,2	40 317	12,31	3,62	825*	92,9%
4	Мексика	320,0	848,4	2,7	7 024	5,63	2,57	115	9,0%
5	Южная Корея	216,4	1 710,0	7,6	2 937	5,68	4,19	454	50,9%
6	Россия	202,2	813,0	4,0	5 215	3,64	1,41	138	28,5%
7	Франция	201,1	1 580,0	7,8	5 981	8,90	2,99	300	39,5%
8	Великобритания	177,0	1 710,0	9,7	4 340	6,56	2,67	202	44,8%
9	Япония	169,2	2 020,0	11,9	3 561	2,82	1,34	613	54,8%
10	Бразилия	161,1	666,4	5,1	3 356	1,60	0,77	171	15,1%
11	Канада	109,4	1 003,3	9,2	3 142	8,49	2,96	105	3,2%
12	Германия	105,4	1 060,0	10,1	4 849	5,85	1,27	247	23,5%
13	Испания	98,9	691,8	7,0	3 589	7,69	2,12	264	17,6%
14	Италия	92,6	695,0	7,5	5 205	8,60	1,53	272	23,2%
15	Австралия	89,8	930,7	10,4	2 278	9,08	3,58	38	4,5%
16	Индонезия	89,5	235,0	2,6	1 685	0,64	0,34	137	38,1%
17	Филиппины	85,0	218,0	2,6	920	0,85	0,78	78*	н/д
18	Малайзия	77,3	251,7	3,3	1 094	3,37	2,38	54	16,4%
19	Турция	70,4	185,0	2,6	2 652	3,28	0,87	175	63,4%
20	Колумбия	64,0	187,5	2,9	1 090	2,19	1,29	42	3,4%
	В целом в мире	7 954	41 100	5,1	186 859	-	-	8 204	-

* 2017 год

Источник: Европейская аудиовизуальная обсерватория (Focus 2019)

¹ Статистика по России не включает данные по региональным фильмам и креативному контенту в отличие от других стран; однако, после публикации каннского статистического сборника «Focus 2019» наша оценка посещаемости в РФ была скорректирована в меньшую сторону – до 200,6 млн. Таким образом, Россия занимает 6-7 место в зависимости от методики подсчета.

Экономическая ситуация в России

Рисунок 1. Среднемесячные курсы рубля, 2018–1П2019 гг.

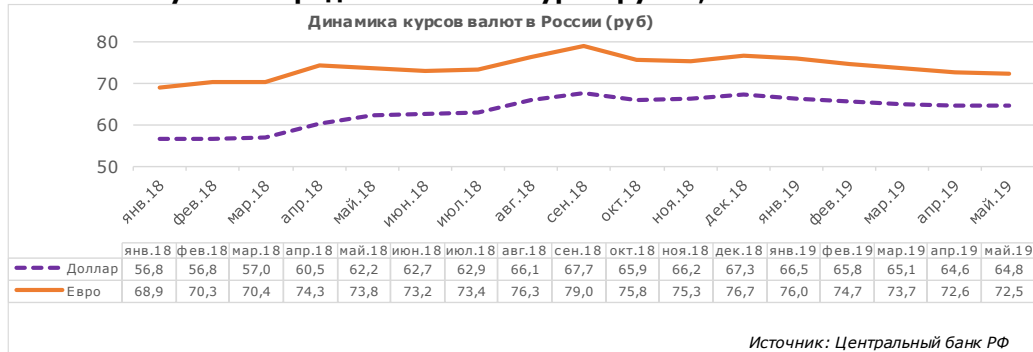


Таблица 2. Экономическая ситуация в России (в процентах к предыдущему году), 2015-2019 (прогноз)

Показатели	2015	2016	2017	2018	2019 (Прогноз)
Валовой внутренний продукт, в % к пред. году	-2,5	0,3	1,6	2,3	1,3
Экспорт, в % к пред. году	-31,3	-17,5	25,5	25,3	-1,0
Импорт, в % к пред. году	-37,3	-0,8	24,4	4,4	4,0
Индекс промышленного производства, в % к пред. году	-0,8	1,3	2,1	2,9	2,5
Инвестиции в основной капитал, в % к пред. году	-10,1	-0,2	4,8	4,3	3,1
Инфляция, в % к пред. году	12,9	5,4	2,5	4,3	4,3
Реальный располагаемый денежный доход, в % к пред. году	-4,0	-4,1	-1,7	-0,2	0,7
Среднегодовая цена нефти марки Urals (в долларах)	51,2	41,7	49,9	70	63,4
Официальный среднегодовой курс доллара (в рублях)	61,29	67,18	58,3	62,7	65,1

Источники: МЭР, ЦБ РФ, Росстат

Недавние процедуры Росстата по изменению методологии подсчета ВВП и пересмотру статистики завершились переоценкой этого показателя за последние несколько лет. В связи с этим в 2018 был обнаружен вселяющий надежду рост в +2,3%. Этот показатель – рекорд за последние 6 лет. Основной толчок к такому росту привело активное строительство крупных энергетических проектов в России («Ямал СПГ» и др.).

Инфляция в 2018 году была чуть выше, чем годом ранее, но все еще достаточно низкая, оставаясь на уровне инфляционного таргета ЦБ РФ. Одновременно с этим и цена на нефть по результатам 2018 года была заметно выше прогнозов, но не настолько высокой, чтобы поддерживать рубль, который ослабевал весь 2018 год, что вынудило ЦБ два раза за год поднимать ключевую ставку и приостанавливать закупку валюты. Ситуация изменилась в первой половине 2019-го: цена на нефть оттолкнулась от рекордно низкой за последние полгода и пошла вверх, вытягивая и национальную валюту России, что позволило ЦБ обратно снизить ключевую ставку.

Тем не менее, реальные доходы населения снижаются уже пять лет подряд, и в 2018 году спад составил -0,2%. А повышение НДС с 18% до 20% с 1 января 2019 года увеличило нагрузку на бизнес и граждан.

Таким образом, ситуация в экономике остается достаточно напряженной. Негативные тренды продолжают давить на население, вынуждая сокращать расходы на развлечения и брать потребительские кредиты. Тогда как кинотеатры имеют все меньше свободных средств на модернизацию и расширение киносетей. Все факторы вместе оказывают системный мультипликативный эффект на кинорынок и серьезно замедляют его развитие, и лишь субсидии из федерального бюджета поддерживают его рост.

РЕГУЛЯРНЫЙ ВСЕРОССИЙСКИЙ ПРОКАТ (без учета креативного контента и фильмов регионального производства) Динамика основных показателей проката

Рисунок 2. Посещения (млн) и кинопотребление (раз в год на душу населения) в России в 2014–2018 гг.



Рисунок 3. Кассовые сборы в России в 2014–2018 гг.

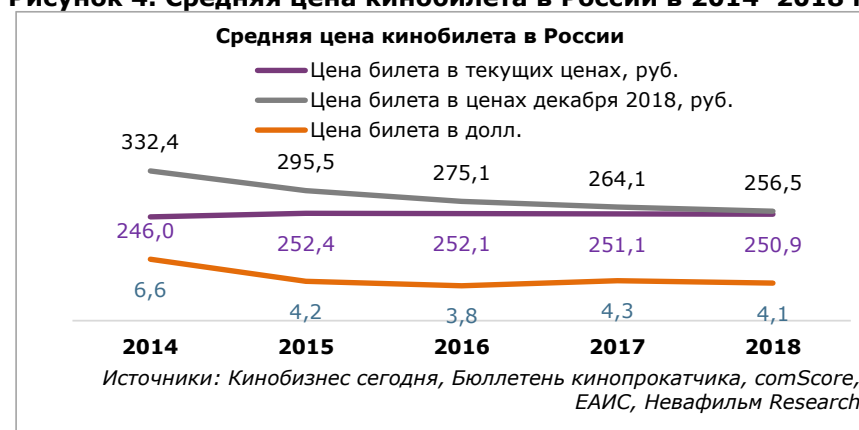


По нашей оценке², в 2018 году доля РФ в сборах по СНГ составила 90,5% (посещаемость) и 92,1% (касса). Общее число кинопосещений в стране в минувшем году снизилось на 5,4% и составило 200,6 млн³. Соответственно, упал и уровень кинопотребления, рассчитанный по всему населению России (на 5,5% – до 1,4 раз в год на человека) и – заметнее – по числу жителей городов, в которых есть кинотеатры (на 8,8% – до 2,05 раза в год).

Кассовые сборы достигли 50,3 млрд руб. (потеряв 5,5%), или 812 млн долл. (-11% – падение выше ввиду снижения курса рубля за год с 57,7 до 69,5 руб. за доллар).

Средняя цена кинопосещения в номинальном выражении в России практически не изменилась: с 2015 года она держится на уровне 250 руб. При этом с учетом инфляции 4,27% (по данным Росстата) продолжается снижение цены билета: в ценах декабря 2018-го за год она упала с 264 руб. до 257 руб. (-3%). В валютном выражении посещение киносеанса в нашей стране стоит 4,1 доллара.

Рисунок 4. Средняя цена кинобилета в России в 2014–2018 гг.



² Оценка произведена по данным comScore; учитываются фильмы, прокат которых проходил и в России, и в других государствах-членах СНГ.

³ По данным журналов «Кинобизнес сегодня», «Бюллетень кинопрокатчика», баз данных EАИС и comScore, Невафильм Research

Число и формат фильмов

В 2018 году на российские киноэкраны вышло 437 новых релизов, что на 5,8% больше, чем в 2017-м. При этом благодаря улучшившемуся качеству сбора статистики о демонстрации фильмов через ЕАИС заметно увеличивается количество картин, фиксируемых в прокате: если в 2017 году мы смогли отследить 633 фильма, то в 2018-м – уже 883 (и это без учета региональных картин и программ альтернативного контента⁴!). При этом 614 фильмов в 2018 году были показаны более чем на 20 сеансах⁵ (в 2017-м на 120 меньше).

Рисунок 5. Число фильмов в прокате в России (без учета креативного контента и региональных фильмов) в 2014–2018 гг.



В 2018 году произошло сокращение числа релизов в киноаттракционных форматах (с 87 до 71 фильма), впрочем, такие колебания отмечались и раньше – например, в 2015 году.

⁴ Под альтернативным, или креативным контентом подразумеваются 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»), сборники и отдельные показы короткометражных художественных и анимационных лент, эпизоды телесериалов, а также специальные показы фильмов прошлых лет, ретроспективы (картины, произведенные 5 лет назад и ранее), тематические и национальные фестивали в отдельных киносетях и т. п.

⁵ Граница в 20 сеансов выбрана на основании того, что это медианное значение числа сеансов программ креативного контента, по которым этот показатель известен.

Рисунок 6. Число релизов, имевших хотя бы один киноаттракционный формат



Число релизов в формате 3D оказалось минимальным за последние пять лет (47). На 4 фильма меньше вышло для залов 4DX, на 10 – для залов D-Box. Самым стабильным остается формат IMAX – ежегодно в нем выходят около 30 картин. Наиболее заметные изменения коснулись звуковых форматов: процессы глобальной стандартизации привели к тому, что параметры кодирования Dolby Atmos стали единственным форматом иммерсивного звука, которые должны воспроизводиться и в залах Dolby, и в залах Barco Auro и других конкурентов. Мы также переходим к подсчету релизов Immersive sound – отметим, что в 2018 году их число сократилось на 22 (-38%).

Рисунок 7. Число релизов в киноаттракционных форматах в России в 2014–2018 гг.



Таблица 3. Топ 20 фильмов в российском прокате 2018 года по числу посещений

№	Название фильма	Дистрибьютор	Страна пр-ва	Дата релиза	Посещения (млн)	Посещения (%)	Кассовые сборы (млн руб.)	Кассовые сборы (%)	Число сеансов
1	Движение вверх	Централ Партнершип	Россия	28.12.17	11,6	5,8%	2 857,0	5,7%	227 032
2	Веном	WDSSPR	США, Китай	04.10.18	7,1	3,5%	1 922,3	3,8%	192 064
3	Мстители: Война Бесконечности	WDSSPR	США	03.05.18	6,6	3,3%	1 886,9	3,7%	162 298
4	Лед	WDSSPR	Россия	14.02.18	6,1	3,0%	1 452,7	2,9%	163 570
5	Фантастические твари: Преступления Грин-де-Вальда	Каро Премьер	Великобритания, США	15.11.18	5,4	2,7%	1 526,7	3,0%	182 707
6	Монстры На Каникулах 3	WDSSPR	США	12.07.18	5,4	2,7%	1 128,8	2,2%	217 467
7	Дэдпул 2	Двадцатый Век Фокс СНГ	США	17.05.18	4,8	2,4%	1 241,2	2,5%	164 512
8	Мир Юрского Периода 2	UPI	США	07.06.18	4,2	2,1%	1 103,2	2,2%	177 579
9	Суперсемейка 2	WDSSPR	США	14.06.18	4,1	2,0%	860,7	1,7%	157 338
10	Богемская рапсодия	Двадцатый Век Фокс СНГ	Великобритания, США	01.11.18	3,5	1,8%	982,9	2,0%	107 255
11	Аквамен	Каро Премьер	Австралия, США	13.12.18	3,4	1,7%	968,7	1,9%	113 063
12	Черная Пантера	WDSSPR	США, ЮАР, Корея Южная, Австралия	26.02.18	3,4	1,7%	957,5	1,9%	117 087
13	Мег: Монстр глубины	Каро Премьер	США, Китай	09.08.18	3,4	1,7%	874,4	1,7%	146 029
14	Тренер	Централ Партнершип	Россия	19.04.18	3,3	1,7%	830,5	1,7%	137 209
15	Ральф против интернета	WDSSPR	США	22.11.18	3,2	1,6%	743,9	1,5%	112 708
16	Джуманджи: Зов джунглей	WDSSPR	США	21.12.17	3,0	1,5%	824,4	1,6%	61 489
17	Смолфут	Каро Премьер	США	20.10.18	3,0	1,5%	627,6	1,2%	119 013
18	Три богатыря и принцесса Египта	Наше Кино	Россия	28.12.17	2,9	1,5%	651,1	1,3%	83 360
19	Человек-Муравей И Оса	WDSSPR	США	05.07.18	2,9	1,4%	721,8	1,4%	150 611
20	Полицейский с Рублевки. Новогодний беспредел	Каропрокат	Россия	20.12.18	2,7	1,3%	701,8	1,4%	69 686

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

Таблица 4. Топ 10 российских фильмов в прокате 2018 года по числу посещений

№	Название фильма	Дистрибьютор	Дата релиза	Посещения (млн)	Посещения (%)	Кассовые сборы (млн руб.)	Кассовые сборы (%)	Число сеансов
1	Движение вверх	Централ Партнершип	28.12.17	11,6	5,8%	2 857,0	5,7%	227 032
2	Лед	WDSSPR	14.02.18	6,1	3,0%	1 452,7	2,9%	163 570
3	Тренер	Централ Партнершип	19.04.18	3,3	1,7%	830,5	1,7%	137 209
4	Три богатыря и принцесса Египта	Наше Кино	28.12.17	2,9	1,5%	651,1	1,3%	83 360
5	Полицейский с Рублевки. Новогодний беспредел	Каропрокат	20.12.18	2,7	1,3%	701,8	1,4%	69 686
6	Я хуюю	UPI	08.03.18	2,5	1,3%	636,3	1,3%	90 098
7	Елки новые	Базелевс	21.12.17	1,9	1,0%	498,0	1,0%	48 473
8	Гоголь. Страшная месть	Каропрокат	30.08.18	1,9	0,9%	456,7	0,9%	123 277
9	Гоголь. Вий	Каропрокат	05.04.18	1,9	0,9%	450,8	0,9%	120 942
10	Непрощенный	Каропрокат	27.09.18	1,6	0,8%	394,6	0,8%	74 242

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

Таблица 5. Топ 20 фильмов в российском прокате 2018 года по сумме кассовых сборов

№	Название фильма	Дистрибьютор	Страна пр-ва	Дата релиза	Посещения (млн)	Посещения (%)	Кассовые сборы (млн руб.)	Кассовые сборы (%)	Число сеансов
1	Движение вверх	Централ Партнершип	Россия	28.12.17	11,6	5,8%	2 857,0	5,7%	227 032
2	Веном	WDSSPR	США, Китай	04.10.18	7,1	3,5%	1 922,3	3,8%	192 064
3	Мстители: Война Бесконечности	WDSSPR	США	03.05.18	6,6	3,3%	1 886,9	3,7%	162 298
4	Лед	WDSSPR	Россия	14.02.18	6,1	3,0%	1 452,7	2,9%	163 570
5	Фантастические твари: Преступления Грин-де-Вальда	Каро Премьер	Великобритания, США	15.11.18	5,4	2,7%	1 526,7	3,0%	182 707
6	Монстры На Каникулах 3	WDSSPR	США	12.07.18	5,4	2,7%	1 128,8	2,2%	217 467
7	Дэдпул 2	Двадцатый Век Фокс СНГ	США	17.05.18	4,8	2,4%	1 241,2	2,5%	164 512
8	Мир Юрского Периода 2	UPI	США	07.06.18	4,2	2,1%	1 103,2	2,2%	177 579
9	Суперсемейка 2	WDSSPR	США	14.06.18	4,1	2,0%	860,7	1,7%	157 338
10	Богемская рапсодия	Двадцатый Век Фокс СНГ	Великобритания, США	01.11.18	3,5	1,8%	982,9	2,0%	107 255
11	Аквамен	Каро Премьер	Австралия, США	13.12.18	3,4	1,7%	968,7	1,9%	113 063
12	Черная Пантера	WDSSPR	США, ЮАР, Корея Южная, Австралия	26.02.18	3,4	1,7%	957,5	1,9%	117 087
13	Мег: Монстр глубины	Каро Премьер	США, Китай	09.08.18	3,4	1,7%	874,4	1,7%	146 029
14	Тренер	Централ Партнершип	Россия	19.04.18	3,3	1,7%	830,5	1,7%	137 209
15	Ральф против интернета	WDSSPR	США	22.11.18	3,2	1,6%	743,9	1,5%	112 708
16	Джуманджи: Зов джунглей	WDSSPR	США	21.12.17	3,0	1,5%	824,4	1,6%	61 489
17	Смолфут	Каро Премьер	США	20.10.18	3,0	1,5%	627,6	1,2%	119 013
18	Три богатыря и принцесса Египта	Наше Кино	Россия	28.12.17	2,9	1,5%	651,1	1,3%	83 360
19	Человек-Муравей И Оса	WDSSPR	США	05.07.18	2,9	1,4%	721,8	1,4%	150 611
20	Полицейский с Рублевки. Новогодний беспредел	Каропрокат	Россия	20.12.18	2,7	1,3%	701,8	1,4%	69 686

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

Таблица 6. Топ 10 российских фильмов в прокате 2018 года по сумме кассовых сборов

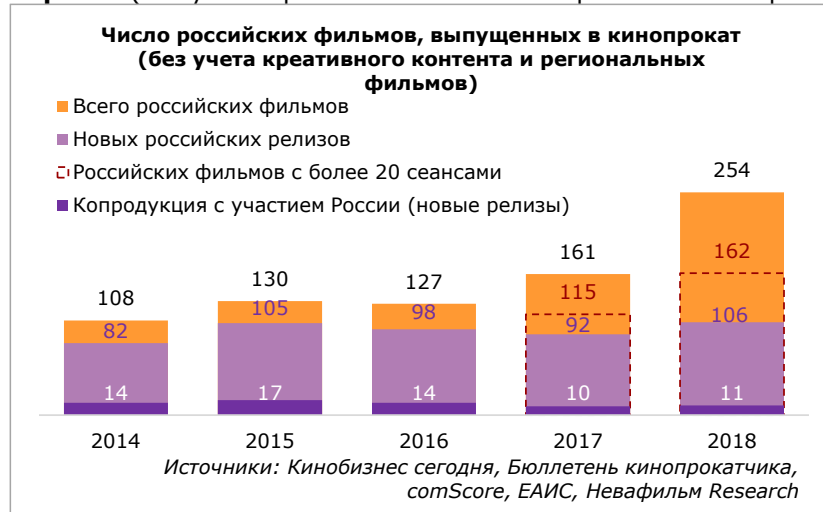
№	Название фильма	Дистрибьютор	Дата релиза	Посещения (млн)	Посещения (%)	Кассовые сборы (млн руб.)	Кассовые сборы (%)	Число сеансов
1	Движение вверх	Централ Партнершип	28.12.17	11,6	5,8%	2 857,0	5,7%	227 032
2	Лед	WDSSPR	14.02.18	6,1	3,0%	1 452,7	2,9%	163 570
3	Тренер	Централ Партнершип	19.04.18	3,3	1,7%	830,5	1,7%	137 209
4	Полицейский с Рублевки. Новогодний беспредел	Каропрокат	20.12.18	2,7	1,3%	701,8	1,4%	69 686
5	Три богатыря и принцесса Египта	Наше Кино	28.12.17	2,9	1,5%	651,1	1,3%	83 360
6	Я хую	UPI	08.03.18	2,5	1,3%	636,3	1,3%	90 098
7	Елки новые	Базелевс	21.12.17	1,9	1,0%	498,0	1,0%	48 473
8	Гоголь. Страшная месть	Каропрокат	30.08.18	1,9	0,9%	456,7	0,9%	123 277
9	Гоголь. Вий	Каропрокат	05.04.18	1,9	0,9%	450,8	0,9%	120 942
10	Непрощенный	Каропрокат	27.09.18	1,6	0,8%	394,6	0,8%	74 242

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

Прокат российских и зарубежных фильмов

Число новых отечественных релизов в 2018 году превысило показатель 2017-го: 106 против 92. Однако общее число российских фильмов в прокате достигло уже 254 (что в полтора раза больше, чем годом ранее). Данные ЕАИС по числу сеансов позволяют оценить широту росписи в том числе и отечественных картин: в 2017-м более 20 показов состоялось у 115 фильмов, а в 2018-м – у 162 (+41%). Количество картин совместного производства в отечественном прокате практически не изменилось (11).

Рисунок 8. Число российских фильмов, выпущенных в кинопрокат (без учета креативного контента и региональных фильмов)



Внушительный рост общего количества продемонстрированных картин и числа фильмов с многократными показами обусловлен интересом к отечественному контенту со стороны субсидированных Фондом кино залов, которые для выполнения обязательств по квотированию своего репертуара все чаще обращаются к повторному прокату хитов прошлых лет в те периоды, когда новых российских релизов выходит недостаточно.

В результате повышения спроса на российские фильмы, а также благодаря выпуску ряда успешных картин с широкой рекламной поддержкой со стороны телеканалов (среди них

«Движение вверх» и «Лед», вошедшие в топ-10 года) посещения и сборы отечественных картин в 2018 году выросли на 14% и составили 56,9 млн зрителей и 13,7 млрд руб. По итогам года доля лент российских кинематографистов достигла небывалых 28% по числу посещений и 27% по кассе. Таким образом, целевая планка Минкультуры в 25% была преодолена.

Рисунок 9. Доля фильмов в прокате по регионам производства в 2014-2018 гг.

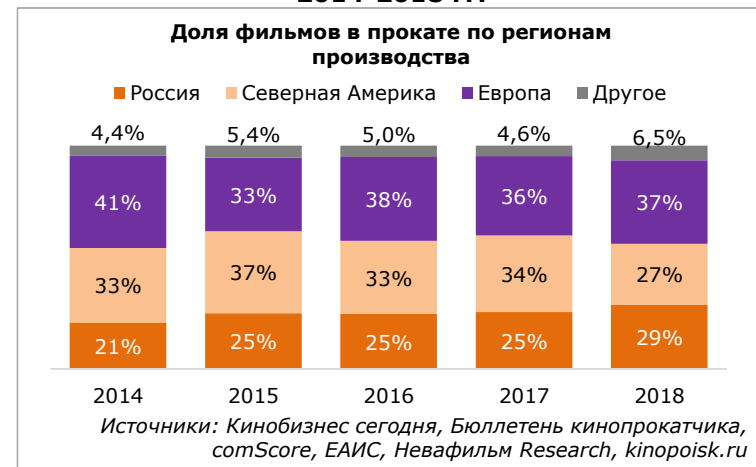


Рисунок 10. Доля посещаемости по регионам производства в 2014-2018 гг.

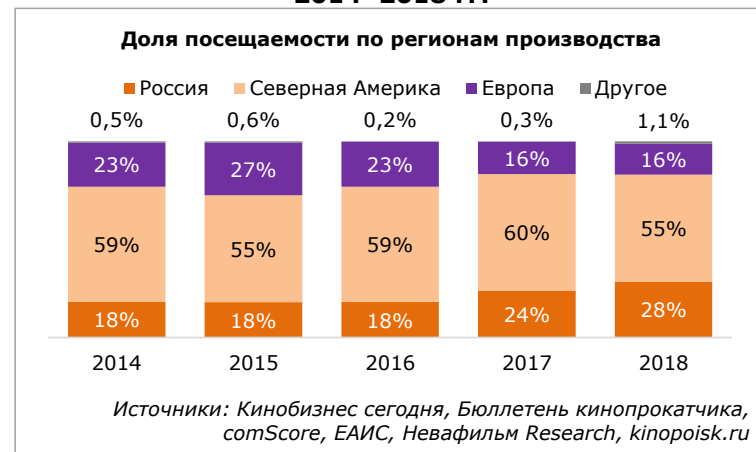


Рисунок 11. Доля кассовых сборов по регионам производства в 2014–2018 гг.



Североамериканские картины, доминирующие на российском рынке, несмотря на рост числа фильмов в прокате с 2017 до 241, по сравнению с прошлым годом потеряли по 5 п. п. доли аудитории и кассовых сборов, которые в целом сократились на 12%.

Выросло число и европейских фильмов (с 225 до 331), однако их доли по посещаемости и кассовым сборам практически не изменились по сравнению с прошлым годом – 16%.

Впервые за пять лет наблюдается рост доли и числа фильмов производства других регионов (страны Азии, Австралии и Латинской Америки продали в Россию почти вдвое больше картин – 57 по сравнению с 29 в 2017-м). Это сказалось и на трехкратном росте доли посещения и кассы – теперь они занимают около 1% рынка.

Самая высокая посещаемость в расчете на один фильм в российском прокате сохраняется у картин производства Северной Америки, хотя она и продолжает снижаться, составив 453 тыс. На втором месте отечественные фильмы, но и здесь показатель хуже 2017 года – 224 тыс. по сравнению с 310 тыс. годом ранее. Не лучшим образом проявили себя и европейские ленты, собрав в среднем на один фильм 96 тыс. зрителей. Тогда как картины других стран производства снова улучшили свои показатели почти вдвое (39 тыс. – по сравнению с 21 тыс.).

Рисунок 12. Среднее число посещения (тыс.) на фильм по регионам производства в 2015–2018 гг.



Посещаемость на один сеанс в 2018 году в целом снизилась на 2 человека по сравнению с 2017-м (20,4 зрителя на сеансе). Больше всех потеряли российские картины (-3 зрителя на сеансе); американские и европейские фильмы посмотрели на одного человека на сеансе меньше, чем годом ранее, а картины других стран – на одного больше.

Рисунок 13. Среднее число зрителей на сеансе по регионам производства в 2015–2018 гг.



Наиболее широкую роспись⁶ в 2018 году получили российские и североамериканские картины – обе группы новых релизов выходили в среднем на 42% площадок страны. Почти вдвое меньше кинотеатров проявляли интерес к европейскому кино (24% в среднем) или картинам других стран (20%); впрочем, последние свою среднюю роспись расширили.

Что касается экранного времени, выраженного в доле сеансов, то большая их часть по-прежнему отходит американским лентам (52%), но сеансы российских фильмов продолжают их вытеснять – их доля достигла в прошлом году уже 28%; на Европу пришлось 19% показов – эта доля сокращается. А фильмы других стран стали гораздо заметнее для

зрителя – в 2018 году им было предоставлено в 3 раза больше экранного времени (1,7% – по сравнению с 0,5% в 2017-м).

Рисунок 14. Широта росписи фильмов по регионам производства в 2016–2018 гг.



Рисунок 15. Доля сеансов фильмов в прокате по регионам производства в 2015–2018 гг.



⁶ Показатель широты росписи 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

Среди игроков российского рынка мы выделяем представителей голливудских студий-мейджоров (к ним относятся WDCSPR («Disney» и «Sony/Columbia»), «20 век Фокс-СНГ», «Централ Партнершип» («Paramount») и UPI («Universal»)); представителей российских продюсеров (крупнейшие среди них «Наше кино» (СТВ и «Продюсерская фирма Игоря Толстунова») и «Базелевс»); а также независимых прокатчиков и самокаты (продюсеров, не прибегающих к помощи посредника при организации кинотеатрального проката).

В 2018 году львиная доля фильмов в прокате приходилась на независимых дистрибьюторов (517 наименований); на втором месте были мейджоры (237 картин); на третьем представители российских продюсеров (92); самокатом работали еще 37 фильмов, в целом собрав 0,03% посещений и кассы.

Рисунок 16. Доля фильмов в прокате по типам дистрибьюторов в 2014–2018 гг.



Мейджоры забирают больше 80% рынка, а представители российских студий – еще 12%; на долю многочисленных независимых компаний приходится всего лишь 8% рынка (напомним, что они прокатывают 59% всех фильмов за год).

Рисунок 17. Доля посещаемости по типам дистрибьюторов в 2014–2018 гг.

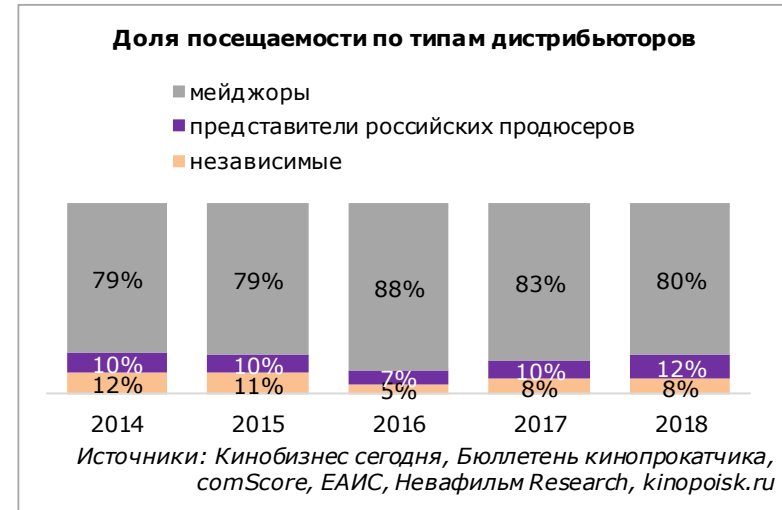
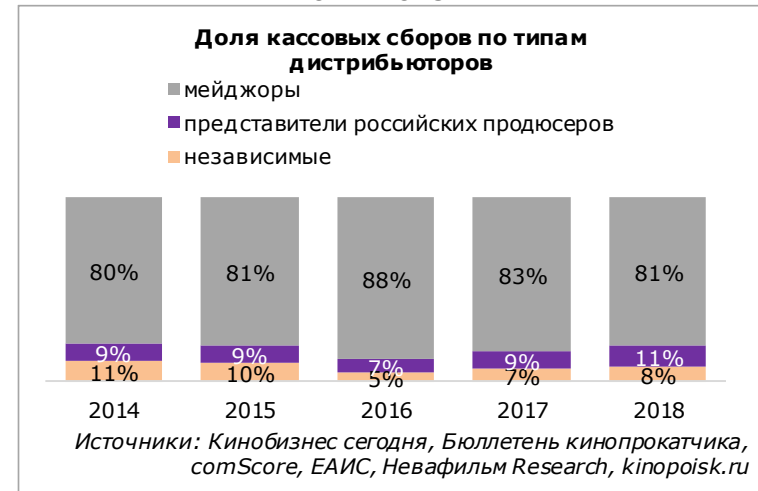


Рисунок 18. Доля кассовых сборов по типам дистрибьюторов в 2014–2018 гг.



Эффективность проката фильмов мейджоров в 2,5 раза выше, чем у представителей российских продюсеров: сбор на одну картину 672 и 268 тыс. зрителей соответственно. Результаты независимых в 8,7 раз ниже (31 тыс.) чем у

российских продюсеров, а самокатов и вовсе незначительны (1,4 тыс. посещений на фильм).

Рисунок 19. Среднее число посещений на фильм по типам дистрибьюторов, тыс. в 2015–2018 гг.



Показатель на один сеанс у самокатов при этом выше, чем у независимых дистрибьюторов в 2018 году (14 и 13 зрителей соответственно). На сеансы представителей российских продюсеров второй год приходит по 18 человек; у мейджоров в 2018 году насчитывалось 22 зрителя в среднем.

Рисунок 20. Среднее число зрителей на сеансе по типу прокатчика в 2015–2018 гг.



Максимальной ширитой росписи второй год подряд могут похвастаться российские продюсеры (64% кинотеатров – при 55% у мейджоров).

Рисунок 21. Ширина росписи фильмов по типу прокатчика в 2016–2018 гг.



Большая же доля сеансов приходится на проекты, поддержанные голливудскими представителями; тогда как независимые и российские прокатчики делят экранное время, как обычно, примерно поровну – в 2018 году им досталось по 13-14% (это больше чем в 2016-2017 гг.).

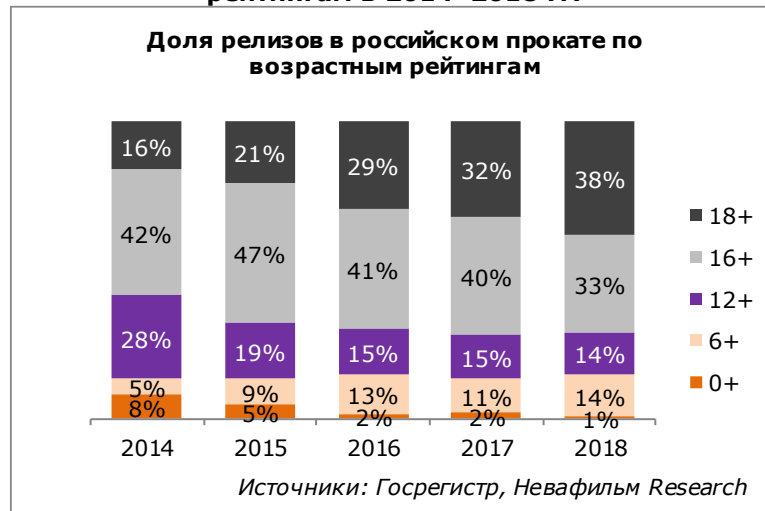
Рисунок 22. Доля сеансов фильмов в прокате по типу прокатчика в 2015–2018 гг.



Возрастные рейтинги фильмов

Министерство культуры продолжает выставлять фильмам в российском прокате все более строгие возрастные ограничения: уже 38% новых релизов получило рейтинг «18+» в 2018 году – ужесточение происходит за счет картин «16+»; тогда как доля фильмов в категориях «0+», «6+» и «12+» достаточно стабильна.

Рисунок 23. Доля релизов в российском прокате по возрастным рейтингам в 2014–2018 гг.



Если же обратить внимание на возрастные маркировки всех фильмов, которые кинотеатры демонстрировали в течение года, то можно заметить, что картины с более мягким возрастным ограничением живут на российских экранах дольше – именно их кинопоказчики предпочитают демонстрировать повторно.

Рисунок 24. Доля фильмов в российском прокате по возрастным рейтингам в 2014–2018 гг.



Разница между долей отечественных и зарубежных фильмов, которые получают маркировку «12+» и «18+», остается заметна: в 2018 году это соотношение составляло 30% к 10% у возрастного рейтинга «12+» и 21% к 44% у «18+» (соответственно – российские и зарубежные фильмы). Однако в прошлом году заметно выросла строгость Министерства культуры по отношению и к российским картинам: частота присвоения «18+» выросла почти втрое (с 8% до 21%).

В России наблюдается уже не столько дискриминация зарубежной продукции со стороны Министерства культуры, сколько факты «самоцензуры» со стороны правообладателей. Достаточно вспомнить случай с «Рокетменом», который в 2019 году был выпущен в отредактированной компанией «Централ Партнершип» версии: были вырезаны сцены гомосексуального полового акта и употребления наркотиков якобы «в целях соответствия требованиям законодательства РФ»; хотя вышедший в 2018 году фильм «Богемская рапсодия» на аналогичную тематику – биография гомосексуального популярного певца – редакции не подвергался и, несмотря на это, вошел в топ-10 российского проката.

Рисунок 25. Доля отечественных релизов в российском прокате по возрастным рейтингам в 2014–2018 гг.



Рисунок 26. Доля зарубежных релизов в российском прокате по возрастным рейтингам в 2014–2018 гг.



Основную долю (треть) посещений и кассовых сборов продолжают обеспечивать в России фильмы категории «16+», но в 2018 году она сократилась за счет увеличения дохода от фильмов для аудитории «6+» (отметим, что этот рейтинг был присвоен фильму-лидеру год «Движение вверх»).

Рисунок 27. Доля посещаемости по возрастным рейтингам в 2014–2018 гг.

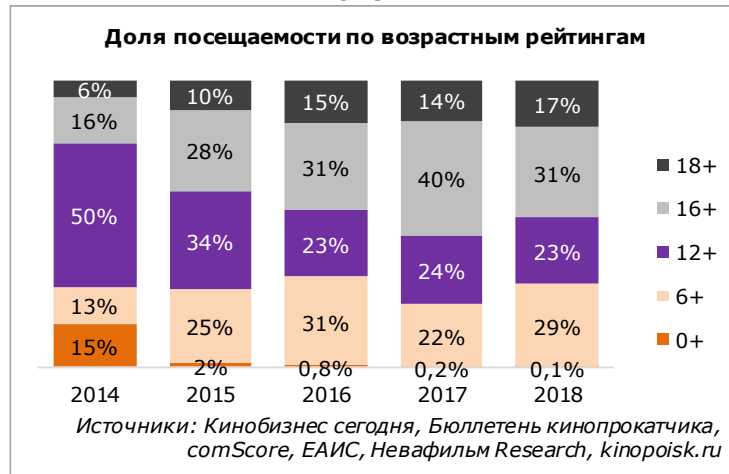
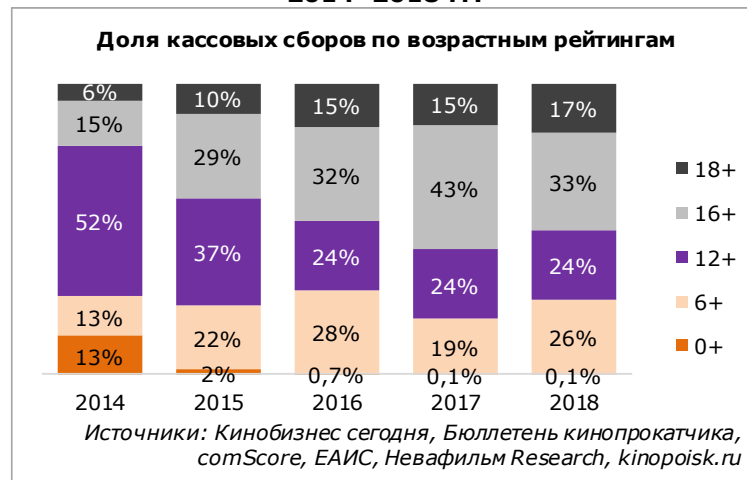


Рисунок 28. Доля кассовых сборов по возрастным рейтингам в 2014–2018 гг.



Картины для возрастных групп «6+» и «12+» являются наиболее популярными – они собирают больше всего зрителей на один фильм, и все последние несколько лет они продолжают сближение (у первых этот показатель упал на 1%, у вторых – на 3%). Выросла популярность лент с ограничением «0+» – на 91% (до 81 тыс. зрителей на фильм). На 10% упали показатели фильмов с категорией «16+». Картины с самым жестким возрастным рейтингом («18+») тоже стали менее популярны (потеряли в среднем 9% – они собирают 204 тыс. на фильм). Напомним, что таких фильмов стало заметно больше в прошлом году как среди зарубежных, так и среди отечественных релизов. Это может являться свидетельством того, как непрозрачные правила присвоения возрастных рейтингов в кабинетах Минкультуры оказывают влияние на результаты отечественного кинопроката: в целом по итогам 2018 года российский кинорынок потерял 5% посещений, тогда как на других зрелых рынках наблюдалось меньшее падение (по данным Европейской аудиовизуальной обсерватории, посещаемость в Евросоюзе сократилась на 2,9%) или даже рост (по данным МРАА, в Северной Америке было продано на 5% больше кинобилетов). В 2019 году был подписан Федеральный закон №93-ФЗ от 01.05.2019, предписывающий не допускать на фильмы с маркировкой «18+» лиц, не достигших этого возраста, а значит, сборы этой продукции будут снижаться.

Рисунок 29. Среднее число посещений на фильм по возрастным рейтингам, тыс. в 2015–2018 гг.



По числу зрителей на сеансе в 2018 году лидерство также осталось за фильмами категории «6+» – 24 чел.; выросла эффективность сеансов «0+» (с 3 до 10 чел.); тогда как у всех остальных картин с более высокими возрастными ограничениями число зрителей на сеансе сократилось.

Рисунок 30. Среднее число зрителей на сеансе по возрастным рейтингам в 2015–2018 гг.



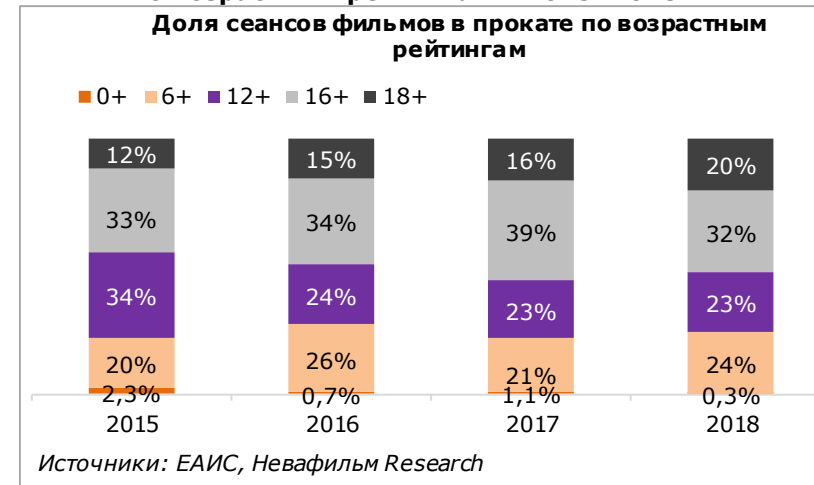
Широта росписи в 2018 году по фильмам для различных возрастных групп была больше похожа на картину 2016 года, нежели 2017-го. Наибольшее число кинотеатров на старте получили фильмы самой популярной у зрителей группы «6+» (54% действующих в стране площадок), наименьшее – «18+» (всего 24%).

По числу сеансов же лидерство осталось за картинами категории «16+» – они получили почти треть экранного времени (напомним, что такие ленты составляют большинство в прокате); тогда как на фильмы для зрителей «6+», «12+» и «18+» пришлось по 20-24% сеансов, прошедших в стране за год.

Рисунок 31. Широта росписи фильмов по возрастным рейтингам в 2016–2018 гг.



Рисунок 32. Доля сеансов фильмов в прокате по возрастным рейтингам в 2015–2018 гг.



Степень блокбастеризации российского кинорынка

Под «блокбастеризацией» специалисты Невафильм Research подразумевают деление фильмов по степени их популярности. 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-средняки – от 1% до 3%;
- остальные фильмы – менее 1% зрительской аудитории.

2016-2017 годы – тучные для российской киноиндустрии – отличались большим количеством и фильмов-событий, и блокбастеров; 2017-й также был богат на картины-средняки, которые помогли достичь рекордных показателей посещаемости и кассовых сборов.

В 2018 же году ситуация по числу представителей трех наиболее популярных категорий фильмов повторила картину 2015 года, когда посещаемость в России, по нашим подсчетам, впервые в истории современного российского кинорынка, снизилась на 1,2%: в прошлом году в прокате насчитывалось 40 средняков, 9 блокбастеров и 6 фильмов-событий.

С учетом того, что данные ЕАИС позволяют отслеживать все больше фильмов в прокате, а субсидированные Фондом кино площадки расширяют российскую киноафишу за счет картин прошлых лет, растет число и доля фильмов в прокате, которые относятся к категории непопулярных – «остальных» картин (привлекающих внимание менее 1% жителей городов с кинотеатрами). В 2018 году доля «остальных» фильмов составила 94% – по сравнению с 89% в прошлые годы. При этом на их долю приходится четверть посещений и кассовых сборов – мы являемся свидетелями теории «длинного хвоста» в действии, когда за счет этой массы фильмов достигаются сборы, сопоставимые с результатом 6 лидирующих картин-событий.

В то же время общий спад на рынке может объясняться дефицитом фильмов-средняков: достаточное число картин, способных привлечь от 1% до 3% жителей городов с кинотеатрами, обеспечивает устойчивость рынка.

Рисунок 33. Число фильмов в российском прокате по доле населения, охваченного кинопоказом, посмотревшего фильм

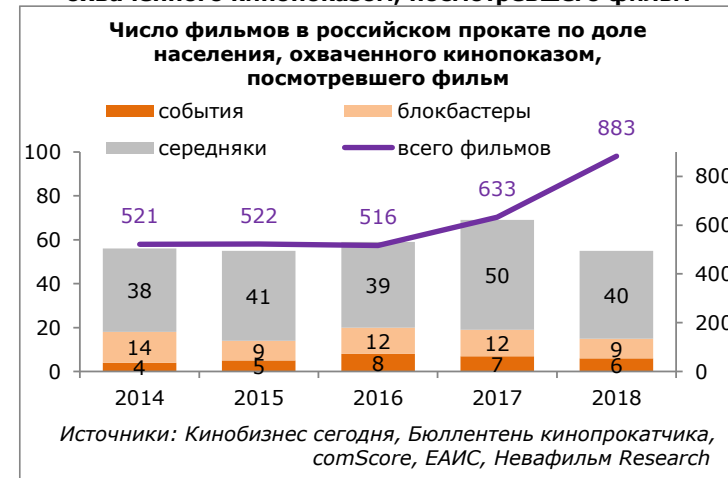


Рисунок 34. Доля фильмов в российском прокате по доле населения, охваченного кинопоказом, посмотревшего фильм в 2014–2018 гг.



Рисунок 35. Доля посещаемости по доле населения, охваченного кинопоказом, просмотревшего фильм в 2014–2018 гг.

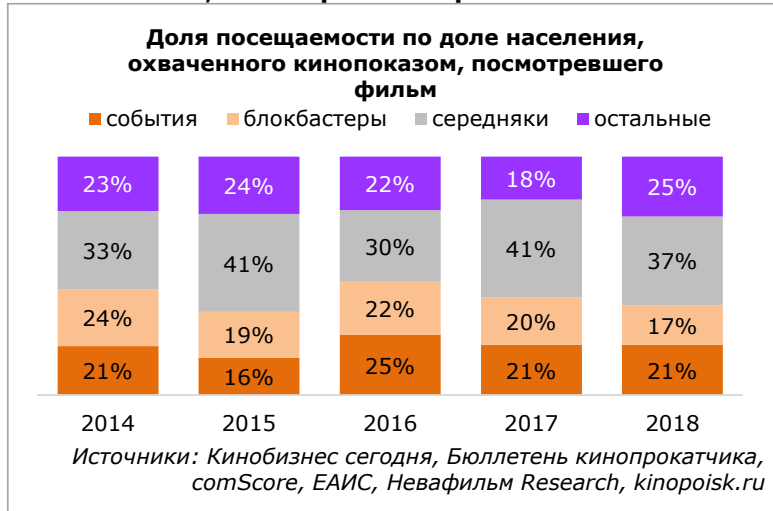
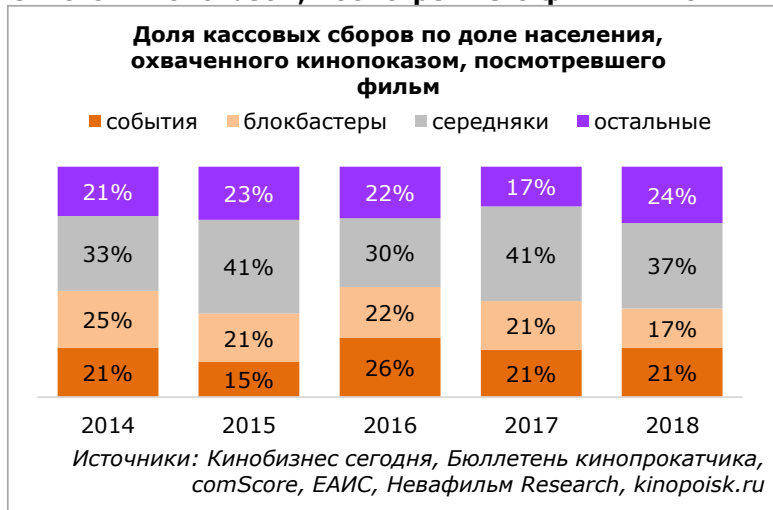


Рисунок 36. Доля кассовых сборов по доле населения, охваченного кинопоказом, просмотревшего фильм в 2014–2018 гг.



Средняя посещаемость одного фильма в первых трех категориях по степени блокбастеризации в 2018 году заметно выросла: на 11% у фильмов-событий (7 млн), на 6% у блокбастеров (3,7 млн) и на 8% у средняков (1,9 млн). Остальные фильмы, напротив, потеряли в среднем 10% зрителей на одну картину (60 тыс.).

Рисунок 37. Среднее число посещений на фильм по доле населения, охваченного кинопоказом, просмотревшего фильм, тыс. в 2015–2018 гг.



Анализ среднего числа зрителей на сеансе в разрезе степени блокбастеризации фильмов в российском прокате не показывает существенных отличий от 2016-2017 годов. А снижение общероссийского показателя объясняется ростом роли фильмов, которые привлекают менее 1% жителей городов с кинотеатрами, на сеансы которых в среднем приходят 13 человек.

Рисунок 38. Среднее число зрителей на сеансе по доле населения, охваченного кинопоказом, посмотревшего фильм в 2015–2018 гг.



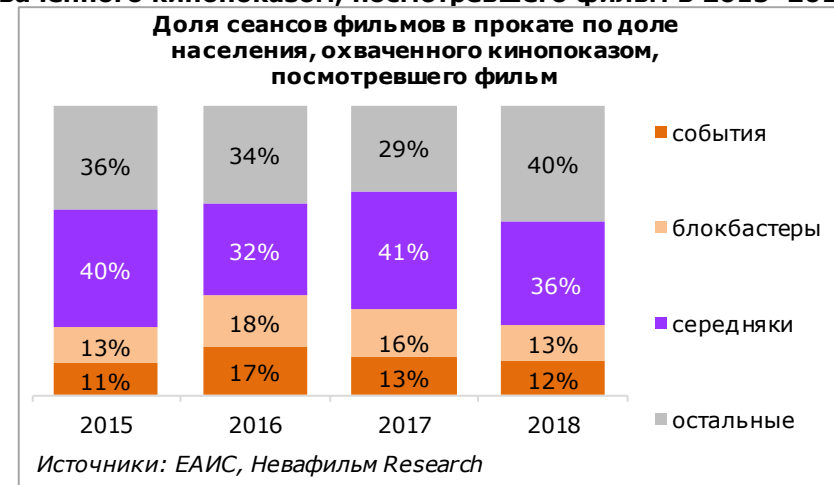
Широта росписи первых трех категорий фильмов осталась близка к 2017 году, хотя каждая группа потеряла несколько процентных пунктов от доли первоэкранных кинотеатров – все они имеют примерно по 80% площадок на старте. При этом непопулярные фильмы свою роспись немного расширили, прибавив 2 п. п. к доле кинотеатров в момент релиза (она достигла 27%).

За счет сокращения доли сеансов блокбастеров и середняков выросла с 29% до 40% доля экранного времени непопулярных фильмов. Часто это происходит благодаря субсидированным кинотеатрам, которые не могут получить доступ к популярным фильмам из-за требований дистрибьюторов, что приводит к формированию разноуровневой киносети в стране: сильные кинотеатры работают с высокомаржинальным контентом, тогда как многие площадки в регионах имеют возможность показывать только независимый репертуар или фильмы прошлых лет. Эту ситуацию нельзя однозначно рассматривать как негативную – в итоге общероссийская киноафиша расширяется, хотя зрители пока редко получают полноценный выбор разнообразного контента в рамках одного города за счет дифференциации предложения кинотеатров.

Рисунок 39. Широта росписи фильмов по доле населения, охваченного кинопоказом, посмотревшего фильм в 2016–2018 гг.



Рисунок 40. Доля сеансов фильмов в прокате по доле населения, охваченного кинопоказом, посмотревшего фильм в 2015–2018 гг.



Игроки рынка кинопроката России

Представители голливудских мейджоров традиционно занимают первые 5 строчек рейтинга прокатчиков в России, при этом WDSSPR уже более чем в два раза опережает своих ближайших конкурентов «Каро Премьер» (с учетом сборов «Каропрокат» разрыв будет меньше) и «Централ Партнершип».

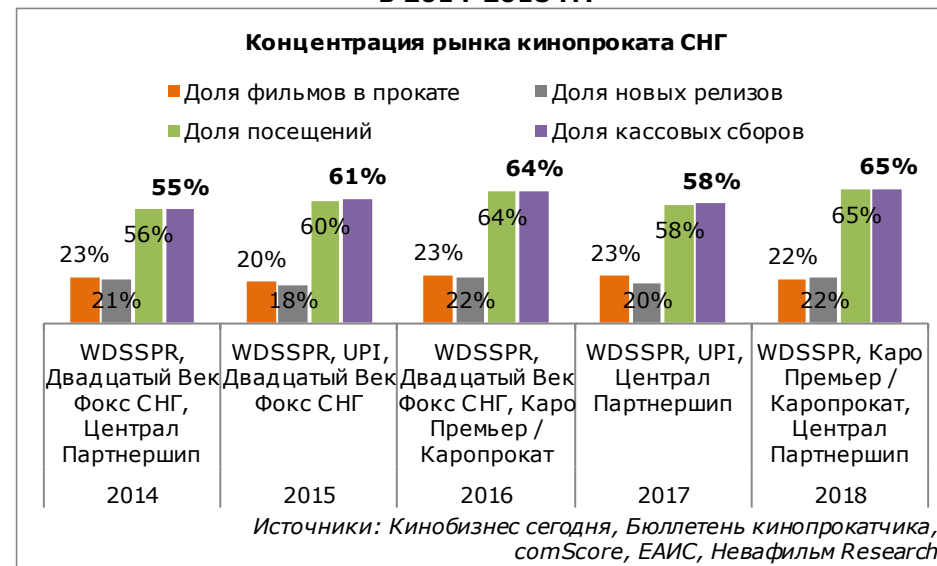
Таблица 7. Топ 20 дистрибьюторов в России в 2018 году
(по кассовым сборам)

Ранг	Компания	Число фильмов	Число релизов	Посещения, тыс.	Кассовые сборы, млн руб.	Доля по числу посетителей	Доля по кассовым сборам
1	WDSSPR	65	31	61 869,1	15 411,4	30,9%	30,7%
2	Каро Премьер	23	13	26 889,5	7 083,7	13,4%	14,1%
3	Централ Партнершип	63	35	27 188,2	6 790,3	13,6%	13,5%
4	UPI	39	22	21 893,6	5 616,0	10,9%	11,2%
5	Двадцатый Век Фокс СНГ	46	18	21 505,0	5 596,0	10,8%	11,1%
6	Каропрокат	39	18	14 975,5	3 516,5	7,5%	7,0%
7	Наше Кино	41	15	7 656,4	1 735,9	3,8%	3,5%
8	Вольга	46	19	4 844,5	1 188,0	2,4%	2,4%
9	Базелевс	8	2	3 027,9	775,8	1,5%	1,5%
10	Мегого Дистрибьюшн	37	26	2 456,1	582,9	1,2%	1,2%
11	Экспонента	37	23	1 837,2	482,2	0,9%	1,0%
12	Парадиз	46	25	1 516,1	399,5	0,8%	0,8%
13	Капелла Фильм	27	15	774,7	220,8	0,4%	0,4%
14	MVK	10	9	746,0	167,4	0,4%	0,3%
15	Russian World Vision	21	12	488,6	143,1	0,2%	0,3%
16	A-One Films	21	10	467,2	140,1	0,2%	0,3%
17	Каскад Фильм	6	6	486,5	139,8	0,2%	0,3%
18	Кинокомпания Пионер	10	9	513,6	125,6	0,3%	0,2%
19	Синема Престиж	40	13	482,9	122,5	0,2%	0,2%
20	Люксор	42	11	493,3	98,3	0,2%	0,2%

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

Уровень концентрации кинорынка в 2018 году вырос и вернулся к показателю 2016-го – 65% кассовых сборов собирают три ведущих дистрибьютора, прокатывающие лишь 22% всех фильмов на киноэкранах.

Рисунок 41. Концентрация рынка кинопроката СНГ в 2014-2018 гг.



Следует также отметить, что по итогам 2018 года рынок потерял одного из старейших игроков: компания «Люксор» окончательно прекратила свою прокатную деятельность (хотя и заняла 20 строчку из 34 компаний, выпустивших более 1 картины в регулярном прокате).

Всего на рынке широкого проката в течение 2018 года работали порядка 90 игроков (в том числе 20 компаний с одним новым релизом и более 30 прокатчиков без таковых – с одними докатами). Для сравнения, в предыдущие годы число игроков рынка составляло порядка 40.

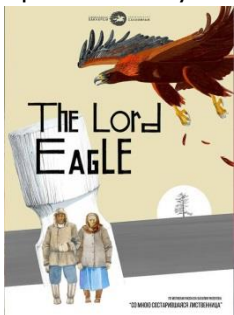
ФИЛЬМЫ РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА В РОССИЙСКОМ ПРОКАТЕ Региональные релизы

В 2018 году в кинотеатральный прокат вышло 19 новых релизов, произведенных в Российской Федерации с 2016 года, остающегося самым успешным именно для регионального кинопроизводства (при продолжающемся сокращении его объемов). При этом общее количество демонстрируемых на экранах страны региональных фильмов почти не изменилось по сравнению с прошлым годом.

Рисунок 42. Количество фильмов регионального производства в российском прокате в 2014–2018 гг.



Ни одна региональная картина в 2018-м не вышла в общероссийский прокат, хотя отдельные проекты имели фестивальную судьбу. Самый громкий успех сопутствовал в прошлом году якутскому фильму «Царь-птица» (реж. Эдуард Новиков): лента получила награды ММКФ (лучший фильм и приз ФИПРЕССИ), была отмечена на Монреальском кинофестивале, международном фестивале кино коренных народов «ImagineNative», Всемирном фестивале азиатских фильмов и на международном фестивале «Rain International Nature» в Индии; она также принимала участие во многих других российских и международных смотрах.



19 новых региональных фильмов были выпущены 11 республиками и областями РФ. Больше всего картин было произведено, по традиции, в Якутии, хотя и здесь объемы производства падают (в 2018-м вышло всего 6 лент). По 2 фильма выпустили в прокат кинематографисты Татарстана, Бурятии и Омской области. Обычно входящие в пятерку регионов-лидеров по числу релизов Иркутская область и Башкирия в 2018-м не выпустили на экраны ни одного нового проекта.

Таблица 8. Количество релизов по регионам в 2014–2018 гг.

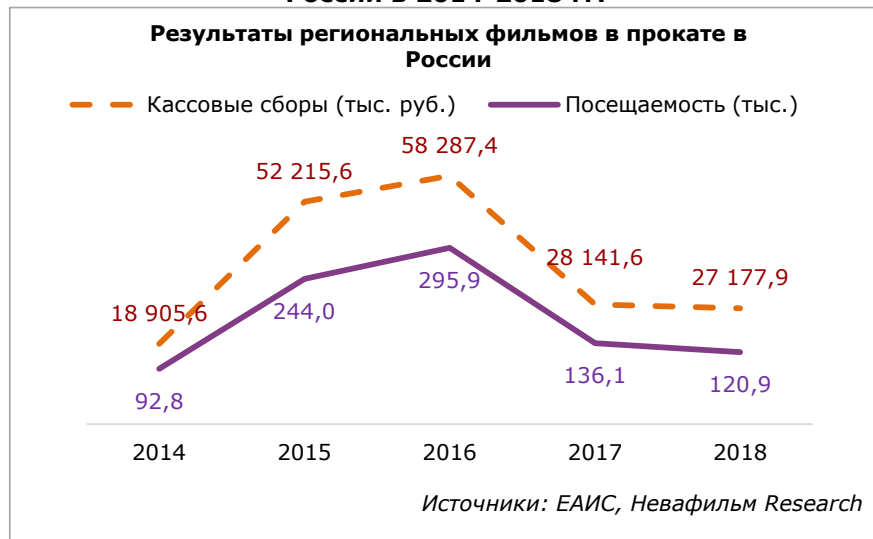
#	Российский регион производства фильма	2014	2015	2016	2017	2018
1	Республика Саха (Якутия)	12	12	13	8	6
2	Республика Татарстан	0	0	12	4	2
3	Республика Бурятия	5	4	4	3	2
4	Республика Башкортостан	3	2	1	3	0
5	Иркутская область	1	0	2	2	0
6	Омская область	0	0	0	1	2
7	Самарская область	0	1	1	1	0
8	Оренбургская область	2	0	1	0	0
9	Новосибирская область	2	1	0	0	0
10	Забайкальский край	0	1	0	0	1
11	Кабардино-Балкарская Республика	0	1	1	0	0
12	Красноярский край	1	1	0	0	0
13	Тамбовская область	0	0	0	0	1
14	Нижегородская область	0	0	0	0	1
15	Республика Крым	0	0	0	0	1
16	Республика Хакасия	0	0	0	0	1
17	Ростовская область	0	0	0	0	1
18	Кировская область	0	0	0	0	1
19	Приморский край	0	0	0	1	0
20	Ульяновская область	0	0	1	0	0
21	Липецкая область	0	0	1	0	0
22	Санкт-Петербург	0	0	1	0	0
23	Чеченская Республика	0	0	1	0	0
24	Чувашская Республика	0	0	1	0	0
25	Республика Калмыкия	0	1	0	0	0
26	Амурская область	0	1	0	0	0
27	Свердловская область	0	1	0	0	0
28	Тульская область	0	1	0	0	0
29	Саратовская область	1	0	0	0	0

Источники: ЕАИС, Невафильм Research

Результаты в прокате

38 региональных фильмов, которые демонстрировались на киноэкранах в 2018 году, были произведены в 15 регионах. Практически все они имели прокатные удостоверения, однако результаты проката в ЕАИС по-прежнему известны не по всем картинам. По данным, которые удалось получить Невафильм Research непосредственно от представителей кинотеатров⁷, продюсеров и из ЕАИС, в 2018 году фильмы регионального производства посмотрели 121 тыс. зрителей (на 11% меньше, чем годом ранее); их сборы составили 27 млн руб. (-3%).

Рисунок 43. Результаты региональных фильмов в прокате в России в 2014-2018 гг.



Максимальное число посещений и кассовых сборов региональных фильмов в 2018 году, как обычно, пришлось на Якутию: 55% посещений и 58% кассы. На втором месте оказалась Тамбовская область, хотя здесь касса была сделана усилиями

⁷ Информацию за 2018 год предоставили «People`s cinema» (Улан-Удэ), «Азия» (Якутск), «Еврозона» (Улан-Удэ), Ульяновский кинофонд, «Кузбасскино» (Кемерово), «Сокол» (Оренбург), «Мир» (Балаково), Театрально-концертная дирекция Псковской области, киносеть «КАРО».

лишь одного продюсера (Саркиса Шакаряна с фильмом «В ночь перед Рождеством»), со слов которого эти данные только и имеются, – ЕАИС они не зафиксированы. На третьей позиции – Нижегородская область с картиной Евгения Кудельникова «Студия Нижний», статистика проката которой тоже отсутствует в ЕАИС.



Больше одной картины помимо Якутии было в прокате в Бурятии, Татарстане и Омской области; из этих регионов только в Бурятии фильмы выходили в прокат на рыночных условиях (с сопоставимой со средней по России ценой билета). В Татарстане, так же как в Калмыкии и Самарской области, сеансы региональных фильмов явно преследуют социальные цели: цена билета здесь составляет 25–50 руб.; сходная ситуация наблюдается на региональных показах в Башкирии и Омской области (около 100 руб.).

Таблица 9. Рейтинг российских регионов по числу посещений локальных фильмов в 2018 году

#	Российский регион производства фильма	Число региональных фильмов в прокате	Посещаемость (тыс.)	Кассовые сборы (тыс. руб.)	Цена билета (руб.)
1	Республика Саха (Якутия)	16	65,9	15 818,1	240
2	Тамбовская область	1	20,0	6 000,0	300
3	Нижегородская область	1	9,3	2 091,2	226
4	Республика Крым	1	3,5	899,4	257
5	Забайкальский край	1	2,6	657,3	252
6	Республика Бурятия	4	2,5	644,5	254
7	Республика Татарстан	4	9,3	505,2	54
8	Республика Хакасия	1	1,1	182,0	165
9	Ульяновская область	1	1,0	176,0	182
10	Республика Калмыкия	1	3,3	82,9	25
11	Самарская область	1	1,9	40,3	22
12	Ростовская область	1	0,1	30,4	241
13	Кировская область	1	0,2	23,5	155
14	Омская область	2	0,1	14,5	104
15	Республика Башкортостан	1	0,1	6,7	91

Источники: ЕАИС, Невафильм Research

Первую строчку рейтинга региональных фильмов в 2018 году заняла картина тамбовского продюсера Саркиса Шакаряна и режиссера Дениса Гуляра «В ночь перед Рождеством» с 20 тыс. проданных билетов и 6 млн руб. сборов. Далее три строчки занимают якутские картины с близкими результатами по числу зрителей, но с меньшими кассовыми сборами: драма «Царь-птица» (реж. Эдуард Новиков), молодежная мелодрама «Мои белые ночи» (реж. Алексей Амбросьев) и зомби-триллер «Республика Z» (реж. Степан Бурнашев). Пятое место – за нижегородской картиной «Студия Нижний» (реж. Евгений Кудельников).



Таблица 10. Топ-10 фильмов регионального производства в 2018 г. в российском прокате по числу посещений

Ранг	Название фильма	Дистрибьютор	Регион производства	Дата релиза	Посещения (тыс)	Посещения (%)	Кассовые сборы (тыс. руб.)	Касса (%)
1	В ночь перед Рождеством	Фонд "Скей фильм"	Тамбовская область	08.04.18	20,0	16,5%	6 000,0	22,1%
2	Царь-птица (Тойон кыыл)	Сахафильм	Республика Саха (Якутия)	19.09.18	19,5	16,1%	4 297,2	15,8%
3	Мои белые ночи	Сахафильм	Республика Саха (Якутия)	08.02.18	19,0	15,7%	4 728,0	17,4%
4	Республика Z	Сайдам Барыл	Республика Саха (Якутия)	12.04.18	19,0	15,7%	5 100,0	18,8%
5	Студия Нижний	Живая Вода Кинокомпания	Нижегородская область	14.02.18	9,3	7,7%	2 091,2	7,7%
6	Мулла	Татаркино	Республика Татарстан	04.09.18	6,4	5,3%	406,2	1,5%
7	Хыдыр-деде	Кара дениз продакшн	Республика Крым	21.06.18	3,5	2,9%	899,4	3,3%
8	Небесный верблюд	Все Хорошо	Республика Калмыкия	12.02.15	3,3	2,7%	82,9	0,3%
9	На колесах	ИП Юсупов М. В.	Забайкальский край	22.11.18	2,6	2,2%	657,3	2,4%
10	Сарыал. Дорога к солнцу	Сахафильм	Республика Саха (Якутия)	24.05.18	2,5	2,1%	313,2	1,2%

Источники: ЕАИС, Невафильм Research

Таблица 11. Топ-10 фильмов регионального производства в 2018 г. в российском прокате по кассовым сборам

Ранг	Название фильма	Дистрибьютор	Регион пр-ва	Дата релиза	Посещения (тыс)	Посещения (%)	Кассовые сборы (тыс. руб.)	Касса (%)
1	В ночь перед Рождеством	Фонд "Скей фильм"	Тамбовская область	08.04.18	20,0	16,5%	6 000,0	22,1%
2	Республика Z	Сайдам Барыл	Республика Саха (Якутия)	12.04.18	19,0	15,7%	5 100,0	18,8%
3	Мои белые ночи	Сахафильм	Республика Саха (Якутия)	08.02.18	19,0	15,7%	4 728,0	17,4%
4	Царь-птица (Тойон кыыл)	Сахафильм	Республика Саха (Якутия)	19.09.18	19,5	16,1%	4 297,2	15,8%
5	Студия Нижний	Живая Вода Кинокомпания	Нижегородская область	14.02.18	9,3	7,7%	2 091,2	7,7%
6	Хыдыр-деде	Кара дениз продакшн	Республика Крым	21.06.18	3,5	2,9%	899,4	3,3%
7	На колесах	ИП Юсупов М. В.	Забайкальский край	22.11.18	2,6	2,2%	657,3	2,4%
8	Чээкэ	Гектор	Республика Саха (Якутия)	01.11.18	1,9	1,6%	640,3	2,4%
9	Смерти нет	ИП Будуев Н.Р.	Республика Бурятия	18.05.17	2,0	1,6%	529,6	1,9%
10	Мулла	Татаркино	Республика Татарстан	04.09.18	6,4	5,3%	406,2	1,5%

Источники: ЕАИС, Невафильм Research

Развитие господдержки кинопроизводства в регионах РФ

В течение последних трех лет активно обсуждается тема кинокомиссий и так называемых рибейтов в регионах России. В прессе регулярно появляются новости о том, что та или иная область или республика подключаются к программе, инициированной Агентством стратегических инициатив и Ассоциацией продюсеров кино и телевидения по выплате субсидий для возмещения затрат в связи с осуществлением производства национальных фильмов на территории субъекта федерации (в международной практике этот вид фискального стимулирования называется рибейтом – cash rebate).

В 2018–2019 годах факты воплощения в жизнь подобных заявлений были подтверждены нами в семи регионах (в дополнение к четырем ранее открытым кинокомиссиям, покрывающим 16 регионов, с учетом Сибирской комиссии, в которой участвуют 12 субъектов). Большинство из них, однако, были созданы как кинокомиссии, и возвратов съемочным группам они пока не предлагают, хотя их разработка ведется; рибейты сегодня можно получить только в 5 регионах России.

Рисунок 44. Динамика появления кинокомиссий и систем фискальных стимулов (рибейтов) в России (2013–2019 гг.)

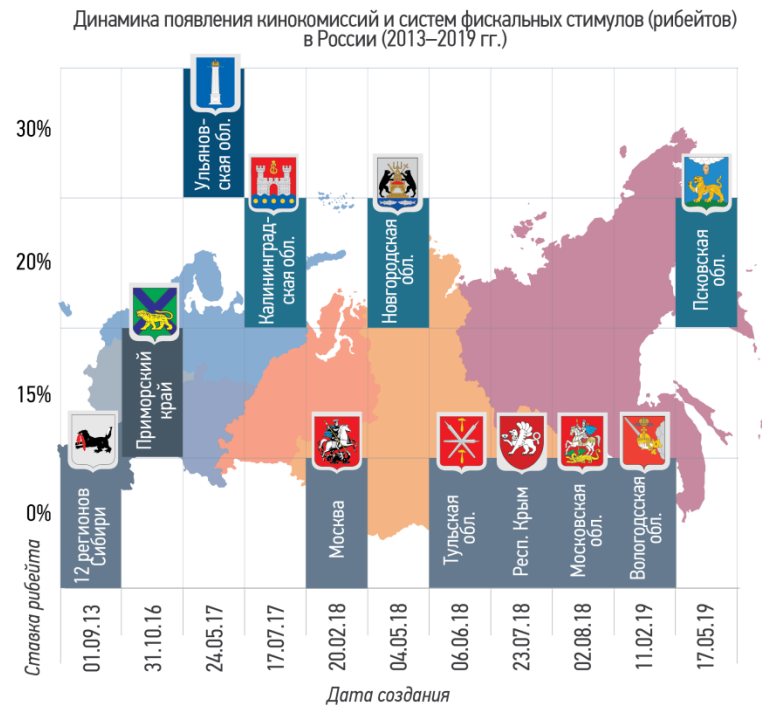


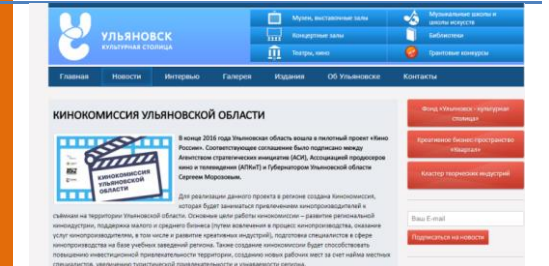




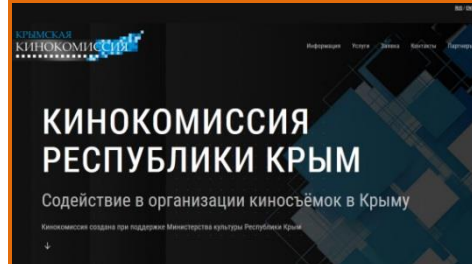
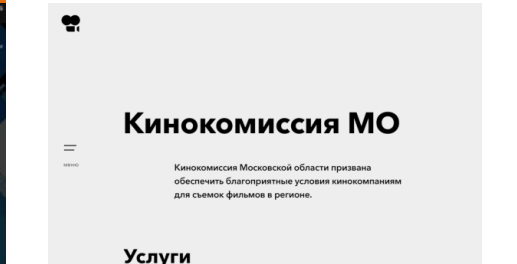

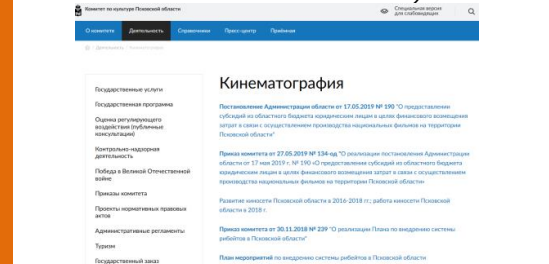


Таблица 12. Действующие российские кинокомиссии и условия получения субсидий на возмещение затрат на кинопроизводство в регионе

<p>Организация (распорядитель) условия для получения рибейта (каким законодательным актом установлены правила для получения субсидий на возмещение затрат на кинопроизводство в регионе - рибейтов)</p>	<p>Сибирская кинокомиссия (н/д) - (-)</p> 	<p>Кинокомиссия Приморского края (Департамент культуры) приоритетные темы, УНФ (Постановления Администрации Приморского края №504-па от 31.10.2016 и №576-па от 14.12.2016)</p> 	<p>Кинокомиссия Ульяновской области (Постоянно действующая кинокомиссия) утвержденные темы, культурный тест, УНФ (Постановление Правительства Ульяновской обл. №407-П от 16.08.2017)</p> 
<p>Кинокомиссия Калининградской области (Театр эстрады "Янтарь-Холл") культурный тест, УНФ (Постановления Правительства Калининградской обл. №365 от 17.07.2017 и №589 от 10.11.2017)</p> 	<p>Кинокомиссия Москвы (Москино) - (-)</p> 	<p>Кинокомиссия Новгородской области (Новгородское областное театральное-концертное агентство) культурный тест, УНФ, ПУ при наличии (Постановление Правительства Новгородской обл. №196 от 04.05.2018)</p> 	<p>Кинокомиссия Тульской области (Постоянно действующая кинокомиссия) - (-)</p> 
<p>Кинокомиссия Республики Крым (н/д) - (-)</p> 	<p>Кинокомиссия Московской области (Мособлкино) - (-)</p> 	<p>Кинокомиссия Вологодской области (Центр народной культуры) - (-)</p> 	<p>Кинокомиссия Псковской области (Комитет по культуре) культурный тест, УНФ, ПУ (Постановление Администрации Псковской обл. №190 от 17.05.2019)</p> 

Отметим, что, несмотря на выпуск постановлений правительств, в полной мере нельзя назвать кинокомиссиями созданные организации поддержки кинопроизводства в Вологодской и Псковской областях: они не имеют сайтов, а потому воспользоваться полноценно их услугами продюсерам вряд ли удастся. Отличаются и российские региональные фискальные стимулы от принятых за рубежом: они распространяются пока только на национальные фильмы, имеющие соответствующие удостоверения; в некоторых областях также требуется наличие прокатного удостоверения (в Новгородской области его нужно предъявить при наличии, а в Псковской это обязательный документ). В Приморском крае и Ульяновской области правительство утвердило приоритетные темы фильмов, авторы которых могут обращаться за региональной субсидией. При этом культурный тест, призванный оценить вклад картины в возможное увеличение туристического потока за счет демонстрации на экране местных достопримечательностей, используется не везде (согласно документации, его нет в Приморье).

Недавно Минэкономразвития обнародовало подготовленные им правила предоставления субсидий из федерального бюджета и иностранным компаниям, которые будут снимать кино- и телефильмы (включая игровые, анимационные, документальные картины и сериалы) на территории России.⁸ Функции выплаты рибейтов предлагается выполнять Российскому экспортному центру, который в последнее время активно сотрудничает с кинокомпаниями при продвижении их продукции за рубежом. Иностранцам хотя бы возвращать 25% понесенных в России затрат, а при продвижении позитивного образа России они смогут получить еще 5%.

Развивается в российских регионах и прямая поддержка: многолетний кинобум в Якутии наконец получит республиканскую финансовую поддержку, причем весьма внушительную. Проведя анализ киноотрасли в регионе, власти объявили о планах выделять ежегодно не менее 80 млн руб. на кинопроизводство фильмов. С учетом того что бюджеты фильмов в регионе

колеблются в диапазоне 1,5–3 млн руб., местные кинематографисты смогут сделать многое. Это особенно актуально в то время, когда объемы регионального производства сокращаются, а якутская кинематография становится все более заметна в мире. Отметим также, что якутское кино получит помощь и из частных рук: весной в республике был создан фонд



«Синет Сахавуд», нацеленный на поддержку якутских фильмов и анимации – он будет выдавать безвозмездные гранты в размере от 500 тыс. до 2 млн руб., а также планирует поддерживать картины во время рекламной кампании на крупнейшей в республике медиаплатформе Ykt.⁹

Стоит отметить еще одну региональную инициативу: основание татарским некоммерческим объединением «Время кино» межрегиональной кинопремии «Алтын тәлинкә» («Золотая тарелка»), которая получила поддержку Фонда президентских грантов. Конкурс будет проводиться в два этапа: 27 декабря 2019 года по итогам



зрительского голосования выберутся первые победители; а затем, 27 августа 2020 года, свои призы вручат уже эксперты. Призовой фонд премии составит 1,5 млн руб. – он будет распределен по номинациям «За достижения в области национального кино» и «Молодым авторам».¹⁰



⁸ Проект постановления «О государственной поддержке производства иностранными производителями аудиовизуальной продукции на территории Российской Федерации»; ID проекта – 01/01/06-19/00092123, от 11.06.2019; <https://regulation.gov.ru/projects#departments=6&StartDate=1.6.2019&EndDate=20.6.2019&npa=92123>.

⁹ «Синет» представляет фонд развития якутского кино и анимации. 25.03.2019; <https://news.ykt.ru/article/84719>

¹⁰ Заявки к участию принимаются на сайте премии <http://золотаятарелка.рф>, <http://goldenplatekzn.ru>.

КРЕАТИВНЫЙ КОНТЕНТ В ПРОКАТЕ СНГ

Методологические пояснения

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 «ИМАХ»), короткометражные сборники художественных и анимационных лент, эпизоды телесериалов, а также специальные показы фильмов прошлых лет, ретроспективы, тематические фестивали в отдельных киносетях и т. п.

До марта 2019 года такие показы часто проходили в формате фестивалей – пока Министерство культуры не утвердило перечень проводимых в 2019 году на территории страны кинофестивалей, которые имеют право демонстрировать фильмы без наличия прокатного удостоверения (сейчас он насчитывает 65 киносмотров). Однако в начале 2019 года ведущие игроки рынка креативного контента «Невафильм Emotion» и «CoolConnections» направили запросы в Министерство культуры и получили разъяснения, что прямая трансляция либо демонстрация видеозаписи концертов, спектаклей, иных театрально-зрелищных и спортивных мероприятий не является аудиовизуальным произведением в понятии федерального закона №126-ФЗ от 22.08.1996 – в этой связи получение прокатного удостоверения для осуществления такой трансляции или демонстрации видеозаписи не требуется. Осталась возможность и показа фильмов в рамках так называемого межгосударственного сотрудничества, под которое попадают национальные кинофестивали.

При анализе мы объединяем в программы показы, посвященные одной теме, выходившие в рамках одного фестиваля или объединяющие постановки одного театра – в том числе и из-за использования их организаторами концепции «фестиваля» дабы обходить требование в получении прокатного удостоверения, часто сложно доступного для дистрибьюторов альтернативного контента.

Наиболее полная статистика по сегменту креативного контента из различных источников собирается по территории СНГ: под этим подразумеваются наименования, которые выходили и в РФ, и в других странах; но при этом отдельно не собирается информация по релизам, доступным только в странах СНГ, но не выходившим в России.

Программы креативного контента

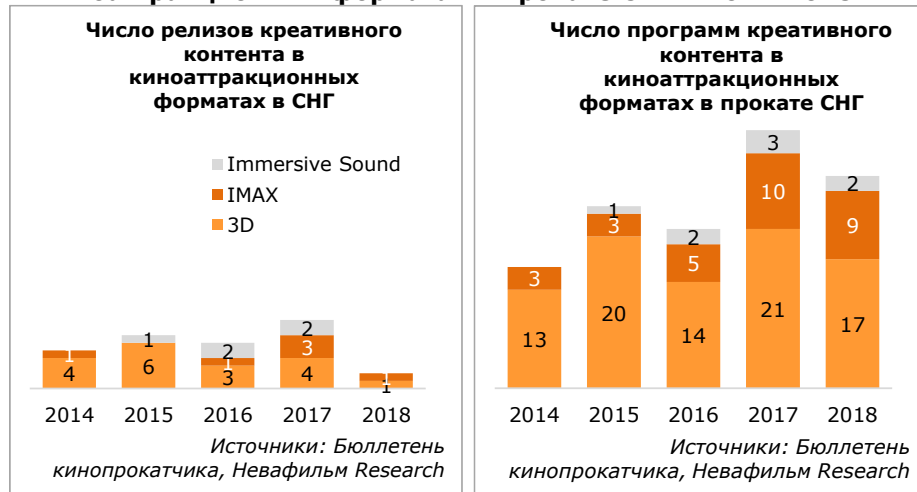
Несмотря на то, что общее число программ креативного контента в 2018 году снова увеличилось (причем заметно – с 316 до 393), количество новых релизов снизилось с 214 до 194. При этом в составе этих новых программ насчитывалось столько же наименований фильмов, как и в 2016-м – 558.

Рисунок 45. Число программ креативного контента в прокате в СНГ в 2014–2018 гг.



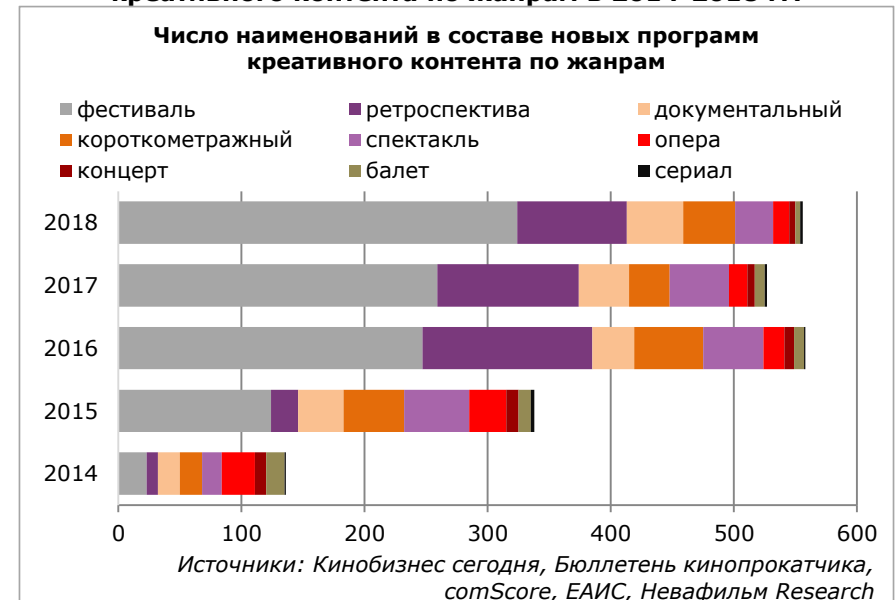
Среди киноаттракционных форматов спад в сфере креативного контента особенно заметен: в 2018 году вышел лишь один новый документальный фильм IMAX 3D («Панды») и ни одного с иммерсивным звуком; киноаттракционных премьер прошлых лет насчитывалось в прокате значительно больше.

Рисунок 46. Число релизов и программ креативного контента в киноаттракционных форматах в прокате СНГ в 2014-2018 гг.



Анализ состава программ креативного контента показывает, что в 2018 году заметно выросло число фильмов, выходящих в рамках различных кинофестивалей (+65); немного увеличилось число короткометражных сборников и документальных картин (+9 и +5 соответственно). В то же время сократилось количество ретроспективных показов¹¹ (-26) и спектаклей (-17); понемногу продолжает снижаться число оперных трансляций (-4) и балетов (-2). Стабильным можно считать количество показанных на большом экране концертов (-1) и сериалов (их было столько же, как и год назад).

Рисунок 47. Число наименований в составе новых программ креативного контента по жанрам в 2014-2018 гг.



¹¹ Ретроспектива определяется, во-первых, по формулировке прокатчика. Во-вторых, проверяется год производства фильма: если дата релиза в России позже на 5 лет, то проверяется широта выпуска. Картины с росписью свыше 50 кинотеатров/залов считаются ререлизами и не рассматриваются как креативный контент. Релизы с меньшей росписью включаются в число креативных программ в качестве ретроспектив. Описанная методика не охватывает оперы, балеты, спектакли, концерты, шоу, а также фильмы, впервые выпущенные в России дистрибьютором, специализирующимся на кинематографии какой-либо страны: например, итальянские картины «Пилот кино».

Результаты креативного контента в прокате

В 2018 году доля проектов с известными посещаемостью и кассовыми сборами в СНГ составила 88% (год назад – 84%), впрочем далеко не по всем проектам можно положиться на доступные статистические данные как исчерпывающие – часто они покрывают кинотеатры, отчитывающиеся в comScore; тогда как ЕАИС или сами дистрибьюторы по-прежнему раскрывают информацию не по всем наименованиям.

По имеющимся данным, объем рынка креативного контента в СНГ приблизился к 2 млн билетов и превысил 400 млн руб. – рост составил 54% в зрителях и 33% в деньгах. Средняя посещаемость одного проекта, по которому есть данные, выросла на 17% – до 5,7 тыс. зрителей, при этом кассовые сборы на проект остались на уровне 2017-го – 1,2 млн руб.

В целом креативный контент составил 0,9% посещений и 0,7 кассовых сборов от объема рынка регулярного проката (в 2017-м – 0,6% и 0,5% соответственно). В мире, по данным Event Cinema Association, эта доля достигает в среднем 1%.

Рисунок 48. Результаты креативного контента в прокате в СНГ в 2014-2018 гг.



Самой посещаемой и кассовой программой креативного контента на рынке СНГ по традиции являются новые выпуски «Мюльта в кино». В десятку лидеров по числу зрителей входят спектакли («Гамлет: Камбербэтч» среди них вне конкуренции; причем общая посещаемость трансляций этого спектакля к концу 2018 года превысила 69 тыс., а сборы – 55 млн руб.), документальные и короткометражные проекты, а также ретроспективный показ фильма «Сталкер» А. Тарковского.

Таблица 13. Топ-10 программ креативного контента в 2018 году в прокате СНГ по числу посещений

Ранг	Название программы	Дистрибьютор	Страна пр-ва	Дата релиза	Тип контента	Посещения (тыс)	Кассовые сборы (тыс. руб.)
1	МУЛЬТ в кино. Выпуски 66-87	MVK	Россия	04.01.18	короткометражный	1 207,3	138 882,9
2	Гамлет: Камбербэтч (Sonia Friedman Productions на сцене театра «Барбикан», 2015)	CoolConnections	Великобритания	15.10.15	спектакль	28,9	15 661,5
3	Обитаемая Луна, 21 век	Планетарий	Россия	26.04.18	короткометражный	27,0	15 094,0
4	Медведи Камчатки. Начало жизни	Lesfilm	Россия	11.10.18	документальный	26,4	6 321,5
5	«Золотая Маска» в кино 2018	CoolConnections	Россия	29.03.18	спектакль	21,0	10 743,0
6	Земля: Один потрясающий день	Русский Репортаж	Великобритания	22.03.18	документальный	20,9	4 558,1
7	Маккуин	Кинокомпания Пионер	Великобритания	01.11.18	документальный	20,0	6 304,0
8	Знаешь, мама, где я был?	ЦДК	Россия	26.04.18	документальный	19,6	5 288,1
9	Сталкер	Искусство кино	СССР	14.10.18	ретроспектива	19,0	5 623,0
10	#зановородиться	Кинологистика	Россия	10.06.18	спектакль	17,7	7 124,6

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

Среди самых кассовых проектов года помимо вышеперечисленных жанров также появляются оперные и балетные постановки и концерты.

Таблица 14. Топ-10 программ креативного контента в 2018 году в прокате СНГ по кассовым сборам

Ранг	Название программы	Дистрибьютор	Страна пр-ва	Дата релиза	Тип контента	Посещения (тыс)	Кассовые сборы (тыс. руб.)
1	МУЛЬТ в кино. Выпуски 66-87	MVK	Россия	04.01.18	короткометражный	1 207,3	138 882,9
2	Гамлет: Камбербэтч (Sonia Friedman Productions на сцене театра «Барбикан», 2015)	CoolConnections	Великобритания	15.10.15	спектакль	28,9	15 661,5
3	Обитаемая Луна, 21 век	Планетарий	Россия	26.04.18	короткометражный	27,0	15 094,0
4	«Золотая Маска» в кино 2018	CoolConnections	Россия	29.03.18	спектакль	21,0	10 743,0
5	МЕТ Опера в кино 2018-2019	CoolConnections		05.10.18	опера	8,6	7 666,8
6	Muse: Мировой тур Drones	Невафильм Emotion	Великобритания	12.07.18	концерт	13,9	7 621,9
7	5 сезон «Большого балета в кино»	CoolConnections	Россия	11.10.15	балет	14,0	7 399,9
8	МЕТ Опера в кино 2017-2018	CoolConnections	США	03.10.15	опера	8,6	7 259,9
9	#зановородиться	Кинологистика	Россия	10.06.18	спектакль	17,7	7 124,6
10	Медведи Камчатки. Начало жизни	Lesfilm	Россия	11.10.18	документальный	26,4	6 321,5

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

Дистрибьюторы креативного контента

В 2018 году традиционные лидеры этого сегмента рынка «CoolConnections» и «Иноекино» сократили объемы выпуска программ (последний даже официально объявил осенью о прекращении работы с событийными показами и о переходе к традиционной дистрибуции – в связи с принятием закона о фестивалях и ужесточением правил показа фильмов в кинотеатрах). Зато удержали число релизов на уровне 2016-2017 гг. «Невафильм Emotion» и ЦДК. Активнее стали «Искусство кино», «Кинокомпания Пионер», «Beat Films», «Русский репортаж», «Синема престиж» и «Пилот кино». Появился новый игрок – «Опера HD».

По сумме кассовых сборов безусловным лидером стал MVK с 35% рынка креативного контента. На втором месте «CoolConnections» (26%) и на третьем – «Невафильм Emotion» (5%).

Оперы по-прежнему остаются самым дорогим видом креативного контента в кинотеатрах (с ценой билета 840 руб.); балеты и концерты занимают второе и третье места (порядка 550 руб.); можно также причислить к дорогим трансляции спектаклей по 480 руб. и показы сериалов – 400 руб. за билет.

Рисунок 49. Средняя цена кинобилета на сеансы креативного контента в российском прокате в 2018 г. по жанрам (руб.)



Таблица 15. Топ-10 дистрибьюторов креативного контента в прокате СНГ в 2018 году (по числу релизов)

Ранг	Компания	2014	2015	2016	2017	2018
1	CoolConnections	31	72	78	77	58
2	Иноекино	0	2	33	28	19
3	Невафильм Emotion	42	23	13	15	14
4	Искусство кино	0	0	0	8	13
5	Кинокомпания Пионер	0	1	0	1	6
6	Beat Films	2	5	4	2	6
7	Русский репортаж	0	2	2	0	5
8	ЦДК	0	4	5	5	5
9	Опера HD	0	0	0	0	4
10	Синема Престиж	0	0	0	1	3
	Пилот кино	0	2	5	1	3

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

Таблица 16. Топ-10 дистрибьюторов креативного контента в прокате СНГ в 2018 году (по кассовым сборам)

Ранг	Компания	Число фильмов	Число релизов	Посещения, тыс.	Кассовые сборы, млн руб.	Доля по числу посещений	Доля по кассовым сборам
1	MVK	4	2	1 219,7	140,4	62,2%	35,2%
2	CoolConnections	133	58	205,9	104,2	10,5%	26,1%
3	Невафильм Emotion	29	14	56,8	20,9	2,9%	5,2%
4	Кинокомпания Пионер	7	6	57,6	18,6	2,9%	4,7%
5	ЦДК	13	5	46,3	13,3	2,4%	3,3%
6	Иноекино	19	19	47,4	12,2	2,4%	3,1%
7	Русский репортаж	5	5	40,6	9,5	2,1%	2,4%
8	ПилотКино	4	3	29,0	7,7	1,5%	1,9%
9	Кинологистика	1	1	17,7	7,1	0,9%	1,8%
10	Lesfilm	1	1	26,4	6,3	1,3%	1,6%

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

КИНОПОКАЗ

Динамика основных показателей

По данным на 1 января 2019 года, в России насчитывалось 1893 кинотеатра и 5233 зала (среднее число экранов на комплекс – 2,8).

Продолжается сокращение доли 3D-залов – к началу года их количество достигло 3967 (76% от числа цифровых экранов); отметим, что, по данным Европейской аудиовизуальной обсерватории, в мире доля 3D-залов составляет 56% (105,2 тыс. от 186,9 тыс. кинозалов всего насчитывающихся на планете).

Рисунок 50. Число коммерческих кинотеатров и залов, 2014–01.05.2019



В минувшем году было открыто рекордное в современной российской истории число залов (580) и кинотеатров (353). При этом количество закрытых площадок в первом полугодии даже превысило число открытий, что также впервые привело к снижению общего количества экранов в стране – к счастью, кратковременному. По итогам года закрытий оказалось меньше, чем в кризисном 2015-м, когда рынок потерял почти 200 экранов и 80 кинотеатров.

В течение первых четырех месяцев 2019 года количество кинотеатров и залов увеличилось незначительно: после волны массовых открытий субсидированных Фондом кино залов в

декабре, январь-апрель 2019-го прошли достаточно спокойно: было открыто 88 залов в 27 кинотеатрах и закрыто 65 залов в 20 кинотеатрах.

Рисунок 51. Динамика открытия и закрытия коммерческих кинотеатров в России, 2014–01.05.2019



Рисунок 52. Темпы прироста числа кинозалов в России, 2015–01.05.2019



Рост рынка больше чем на две трети был обеспечен поддержкой Фонда кино: до конца 2018 года должны были открыться кинозалы-получатели государственных субсидий сразу двух конкурсов (четвертого, объявленного в ноябре 2017-го, и пятого – март 2018-го). Как и третий конкурс до этого (декабрь 2016 года), они были доступны для заявителей из городов с населением не более 500 тыс. жит. (в отличие от первых двух, где граница проходила на уровне 100 тыс. жит.). Тем не менее, по итогам 2018 года, среднее число жителей городов, в которых действуют сегодня субсидированные кинотеатры, увеличилось с 25 тыс. лишь до 35 тыс. Общее число открытых при участии Фонда кинозалов достигло 762.

Без учета открытий, которые произошли благодаря государственной поддержке, российский рынок кинопоказа показал рекордно низкий темп роста – 2% (с господдержкой – 8,9%). В 2019 году, когда субсидии пока не влияют на рынок, рост составил менее 0,4% за 4 месяца.

Отметим также, что с начала 2019 года 129 залов – получатели первой волны государственных субсидий – уже освободились от обязательств по показу не менее 50% сеансов отечественных фильмов. В то же время 12% действующих в России экранов должны соблюдать это ограничение и, по условиям новых конкурсов, один из которых уже был объявлен, срок подобных обязательств был увеличен с трех до пяти лет.

Рисунок 53. Репертуарные обязательства российских прокатчиков на 01.01.2019



И по итогам 2018 года, и в 2019-м доля субсидированных кинотеатров составляет 37% рынка (доля залов к 1 мая 2019 года немного сократилась с 15% до 14%), тогда как, по нашим подсчетам на основе данных comScore, посещения в них составили по итогам прошлого года 3,8%, касса – 2,8% (в 2019-м эти цифры несколько выше: 5,8% и 4,3% соответственно). Таким образом, их эффективность остается крайне низкой.

Рисунок 54. Доли рынка субсидированных Фондом кино площадок, 2016–01.05.2019



Типы кинотеатров и залов в России

Кинотеатры в ТРЦ

Доля залов в торгово-развлекательных центрах в России сокращается на фоне расширения сети субсидированных залов в отдельно стоящих зданиях – сейчас она составляет 61%.

Рисунок 55. Число кинотеатров и залов в ТРЦ, 2014–01.05.2019



В ТРЦ расположено 34% вновь открытых залов страны в 2018 году и 66% в январе-апреле 2019-го, но именно они закрываются чаще: 51% в 2018-м и 68% в 2019-м.

Рисунок 56. Динамика открытия и закрытия коммерческих кинотеатров в ТРЦ России (2014-01.05.2019)



VIP-залы

Сегмент VIP-залов в последние годы растет все медленнее, а за первые 4 месяца 2019-го их число даже сократилось – сейчас в России их насчитывается меньше 260. Очевидно, что неблагоприятное экономическое положение в стране сказывается на готовности потребителей платить за повышенное качество киноуслуг, что сдерживает кинопоказчиков в стремлении развивать подобное предложение.

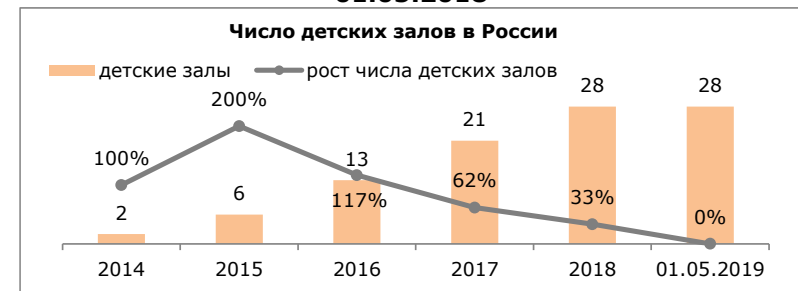
Рисунок 57. Число VIP-залов в России, 2014–01.05.2019



Детские залы

Другой сегмент залов для узкой аудитории – детской – в России гораздо менее развит, но темпы его роста достаточно высоки (33% в 2018-м). Сейчас в стране насчитывается 28 специальных залов для юной аудитории. В них используется приглушенный свет во время сеанса и пониженный уровень громкости, установлены адаптирующиеся под рост ребенка кресла, оборудованы игровые зоны.

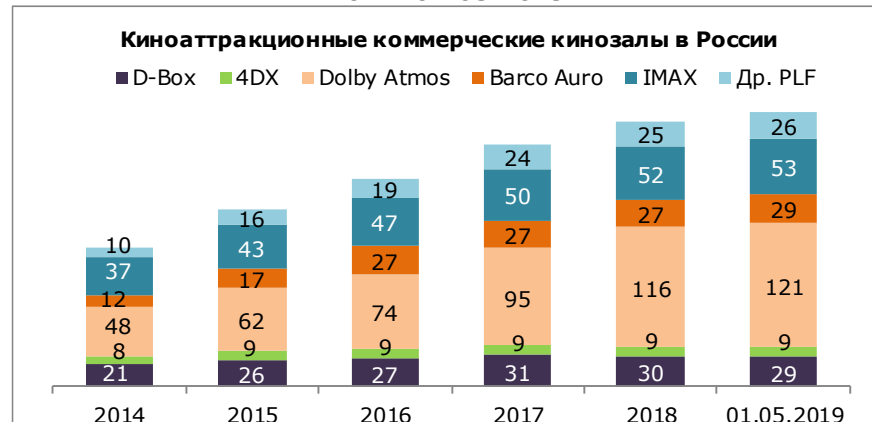
Рисунок 58. Число детских залов в кинотеатрах России, 2014–01.05.2019



Киноаттракционные залы

К киноаттракционным форматам мы относим премиальный формат изображения (PLF), иммерсивный звук (напомним, что с 2019 года производители фильмов используют единый стандарт Immersive sound, который должен быть воспроизведен в зале с соответствующим оборудованием любой марки) и иммерсивные кресла с эффектами движения, ветра, брызг и т. п.

Рисунок 59. Число киноаттракционных коммерческих залов, 2014–01.05.2019



Количество залов с креслами 4DX остается неизменным – это 9 кинотеатров в Объединенной сети кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино». При этом число залов D-Box сокращается – это связано с закрытием кинотеатров «Люксор» в Москве и Ростове-на-Дону в 2018-2019 годах.

Наиболее многочисленным сегментом является сегмент залов с иммерсивными звуковыми системами, лидером среди которых является Dolby Atmos – число таких залов в стране превысило 100; при этом в 2019 году впервые за долгое время были открыты два новых зала Barco Auro – во Владикавказе и Москве.

Растет число залов IMAX (сейчас их уже больше 50): в 2018 году открылись новые площадки в московском «Киномакс-Титан» и «Киномах IMAX» в Ростове-на-Дону, а в апреле 2019-го во Владивостоке начал работу кинозал IMAX Sapphire в той же сети. Число залов с другими премиальными форматами

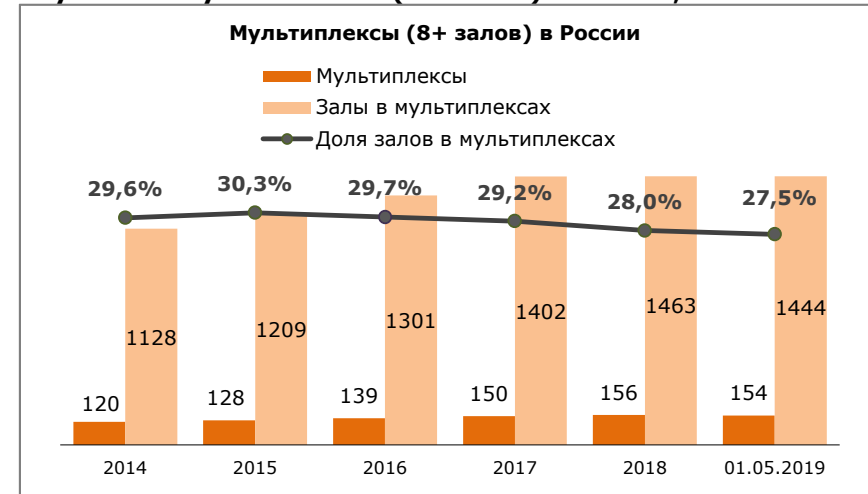
изображения достигло 26. Среди них преобладают «LUXE: A RealD Experience» (16 залов – преимущественно в сети «КАРО», а также в «Киномакс», «Mori Cinema» и Объединенной сети); последняя в 2017 году делала ставку на залы под брендом «Atmosfera» (их в России 4 – все в этой сети) и «SuperD» (1); 3 зала «Invision» работают в «Баргузине» и «Премьер зале»; «Киноград» имеет зал «Voka»; «Суперзал» действует в кинотеатре «Коллизей» в Кирове.

В 2019 году также было объявлено об открытии первых залов с панорамным обзором в 270 градусов под брендом ScreenX: они появятся в реконструированном кинотеатре «КИНО ОККО» в московском ТРЦ «Европейский» (Объединенная сеть) и в «Мягком кинотеатре» в ТРЦ «Гудок» в Самаре. Всего таких залов в мире сегодня действует 220, технологию разработала компания «CJ 4DPLEX» ей же принадлежит бренд 4DX.

Кинотеатры по числу залов в них

Доля мультиплексов в России с 2016 года постепенно сокращается в связи с развитием сети субсидированных малозальных площадок. При этом в начале 2019 года уменьшилось и их общее количество (в связи с закрытием «Люксоров»).

Рисунок 60. Мультиплексы (8+ залов) в России, 2014–2018 гг.



Однозальники остаются ведущим сегментом рынка по числу кинотеатров (52%), еще 14% – двухзальные. Такие кинотеатры испытывают наибольшие сложности с росписью фильмов. Вместе они занимают 29% экранов страны.

Таблица 17. Распределение коммерческих кинотеатров в России по количеству залов на 01.01.2019

Кол-во залов в кинотеатре	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля по кол-ву кино-театров, %	Доля по кол-ву залов, %
1-зальные	985	985	52,0%	18,8%
2 зала	272	544	14,4%	10,4%
3 зала	119	357	6,3%	6,8%
4 зала	125	500	6,6%	9,6%
5 залов	96	480	5,1%	9,2%
6 залов	76	456	4,0%	8,7%
7 залов	64	448	3,4%	8,6%
Итого миниплексы	752	2785	39,7%	53,2%
8 залов	71	568	3,8%	10,9%
9 залов	37	333	2,0%	6,4%
10 залов	21	210	1,1%	4,0%
11 залов	12	132	0,6%	2,5%
12 залов	4	48	0,2%	0,9%
13 залов	5	65	0,3%	1,2%
14 залов	1	14	0,1%	0,3%
15 залов	1	15	0,1%	0,3%
16 залов	1	16	0,1%	0,3%
Итого мультиплексы	153	1401	8,1%	26,8%
17 залов	1	17	0,1%	0,3%
22 зала	1	22	0,1%	0,4%
23 зала	1	23	0,1%	0,4%
Итого мегаплексы	3	62	0,2%	1,2%
Всего	1893	5233	100,0%	100,0%

Таблица 18. Распределение коммерческих кинотеатров в России по количеству залов на 01.05.2019

Кол-во залов в кинотеатре	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля по кол-ву кино-театров, %	Доля по кол-ву залов, %
1-зальные	988	988	52,0%	18,8%
2 зала	272	544	14,3%	10,4%
3 зала	121	363	6,4%	6,9%
4 зала	122	488	6,4%	9,3%
5 залов	95	475	5,0%	9,0%
6 залов	82	492	4,3%	9,4%
7 залов	66	462	3,5%	8,8%
Итого миниплексы	758	2824	39,9%	53,7%
8 залов	70	560	3,7%	10,7%
9 залов	37	333	1,9%	6,3%
10 залов	21	210	1,1%	4,0%
11 залов	12	132	0,6%	2,5%
12 залов	3	36	0,2%	0,7%
13 залов	5	65	0,3%	1,2%
14 залов	1	14	0,1%	0,3%
15 залов	1	15	0,1%	0,3%
16 залов	0	0	0,0%	0,0%
Итого мультиплексы	150	1365	7,9%	26,0%
17 залов	2	34	0,1%	0,6%
22 зала	1	22	0,1%	0,4%
23 зала	1	23	0,1%	0,4%
Итого мегаплексы	4	79	0,2%	1,5%
Всего	1900	5256	100,0%	100,0%

Обеспеченность населения услугами кинопоказа

К началу 2019 года число населенных пунктов, оснащенных коммерческими кинотеатрами, составило 1122, а доля населения, охваченного кинопоказом, достигла 69%. Преимущественно благодаря программе субсидирования Фонда кино за минувший год на кинокарте России появилось почти 250 новых населенных пунктов; это принесло стране 2,7 млн новых потенциальных зрителей, проживающих в этих городах и селах.

В целом по России средний уровень обеспеченности коммерческими кинозалами вырос до 3,6 на 100 тыс. человек, а в пересчете на число жителей населенных пунктов, где есть современные кинотеатры, – до 5,2 (год назад эти показатели составляли 3,3 и 5 соответственно).

Практически все города России с населением выше 100 тыс. имеют кинотеатры; в группе населенных пунктов с числом жителей 10–100 тыс. жителей 79% граждан обеспечены кинопоказом; в группе менее 10 тыс. жит. – 27% (именно она остается самой проблемной).

Таблица 19. Обеспеченность населения услугами кинопоказа на 01.01.2019

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, обеспеченного кино-показом	Всего кино-театров	Всего залов	Плотность экранов на 100 тыс. жит. в городах с кино-театрами	Плотность экранов на 100 тыс. жит. всего
Московский регион	1	1	13 870	13 870	100%	100,0%	132	807	5,82	5,82
Санкт-Петербург	1	1	5 352	5 352	100%	100,0%	69	383	7,16	7,16
другие миллионники	13	13	15 576	15 576	100%	100,0%	145	816	5,24	5,24
500-1000 тыс. чел.	22	22	13 576	13 576	100%	100,0%	145	652	4,80	4,80
250-500 тыс. чел.	41	41	14 293	14 293	100%	100,0%	185	715	5,00	5,00
100-250 тыс. чел.	93	91	13 357	13 067	98%	97,8%	177	494	3,78	3,70
10-100 тыс. чел.	1026	696	29 207	23 123	68%	79,2%	783	1 106	4,78	3,79
менее 10 тыс. чел.	> 1309	257	6 362	1 729	н/д	27,2%	257	260	15,03	4,09
Всего в РФ	н/д	1 122	146 804	100 588	н/д	68,5%	1 893	5 233	5,20	3,56

Таблица 20. Обеспеченность населения услугами кинопоказа на 01.05.2019

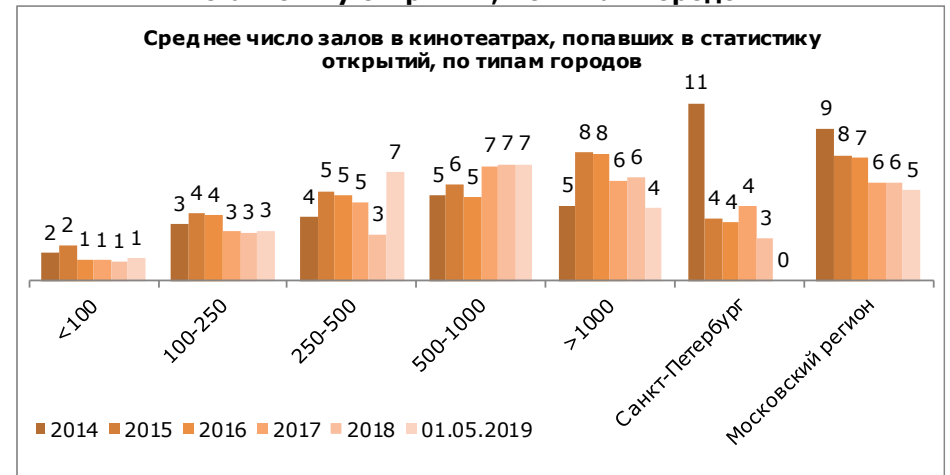
Типы городов	Число населенных пунктов всего	Кол-во городов с кино-театрами	Жителей во всех городах такого типа (тыс.)	Суммарное число жителей в городах с кино-театрами (тыс.)	Доля городов с кино-театрами	Доля населения, обеспеченного кино-показом	Всего кино-театров	Всего залов	Плотность экранов на 100 тыс. жит. в городах с кино-театрами	Плотность экранов на 100 тыс. жит. всего
Московский регион	1	1	13 870	13 870	100%	100,0%	136	824	5,94	5,94
Санкт-Петербург	1	1	5 352	5 352	100%	100,0%	69	384	7,17	7,17
другие миллионники	13	13	15 576	15 576	100%	100,0%	144	801	5,14	5,14
500-1000 тыс. чел.	22	22	13 576	13 576	100%	100,0%	146	659	4,85	4,85
250-500 тыс. чел.	41	41	14 293	14 293	100%	100,0%	187	728	5,09	5,09
100-250 тыс. чел.	93	92	13 357	13 216	99%	98,9%	176	495	3,75	3,71
10-100 тыс. чел.	1026	693	29 207	23 001	68%	78,8%	781	1 101	4,79	3,77
менее 10 тыс. чел.	> 1309	261	6 362	1 750	н/д	27,5%	261	264	15,09	4,15
Всего в РФ	н/д	1 124	146 804	100 635	н/д	68,6%	1 900	5 256	5,22	3,58

В 2018 году наибольшее число кинотеатров было открыто в городах с населением менее 100 тыс. жителей – открываются здесь преимущественно однозальники.

Рисунок 61. Открытия и закрытия кинотеатров и залов в 2018 году по типам городов



Рисунок 62. Среднее число залов в кинотеатрах, попавших в статистику открытий, по типам городов



Игроки рынка кинопоказа России

Среди порядка 650 компаний кинопоказа, действующих в России, 90% – это малые игроки с менее чем 30 залами, больше 70% которых принадлежит им самим: такие небольшие однородные кинопоказчики владеют 36% от всех залов страны. Также 36% управляются большими однородными компаниями (их насчитывается всего 15). Третью позицию занимают большие неоднородные игроки: у каждого из них в управлении более 30

экранов, больше 30% из которых находятся у сети на репертуарном планировании или на договорах франшизы. Доля неоднородных игроков на рынке растет в связи с тем, что субсидированные площадки часто предпочитают сотрудничество с более опытными и крупными операторами, чтобы получить доступ к фильмам голливудских мейджоров или крупным релизами российских лидеров кинопроизводства.

Таблица 21. Фрагментация рынка кинопоказа России по типам операторов кинотеатров на 01.01.2019

Тип оператора	Кол-во операторов	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов, %
большие однородные	15	258	1861	35,6%
малые однородные	597	736	1863	35,6%
большие неоднородные	8	539	994	19,0%
малые неоднородные	36	360	515	9,8%
Всего в России	656	1893	5233	

Таблица 22. Фрагментация рынка кинопоказа России по типам операторов кинотеатров на 01.05.2019

Тип оператора	Кол-во операторов	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов, %
большие однородные	15	263	1854	35,4%
малые однородные	582	726	1879	35,9%
большие неоднородные	8	543	1007	19,2%
малые неоднородные	37	368	516	9,9%
Всего в России	642	1900	5256	

Лидером среди операторов и владельцев кинотеатров остается «Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула кино» – она аккумулирует 12,1% залов на рынке страны, а весной 2019 года она приступила к процессу ребрендинга, переименовав первый кинотеатр (в ТРК «Афимолл Сити») в «КИНО ОККО». Крупнейшей управляющей компанией,

оказывающей услуги репертуарного планирования, является «Премьер-зал» – она занимает второе место в общероссийском рейтинге операторов кинотеатров с 8,5% экранов страны. Среди топ-10 операторов с учетом франшиз и кинозалов на репертуарном планировании подобные услуги оказывают также «ОптимаКино», «Синема 5», «Монитор» и «Кубанькино».

Таблица 23. Топ 10. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.01.2019

(включая франшизы и кинотеатры на репертуарном планировании)

Место	Оператор сети	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Центральный офис
1	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	75	631	12,1%	Москва
2	Премьер-зал	332	447	8,5%	Екатеринбург
3	Киномакс	36	268	5,1%	Москва
4	КАРО	29	238	4,5%	Москва
5	ОптимаКино	49	154	2,9%	Москва
6	Мираж синема	22	151	2,9%	Санкт-Петербург
7	Синема стар	26	137	2,6%	Москва
8	Синема 5	21	117	2,2%	Йошкар-Ола
9	Монитор	25	99	1,9%	Краснодар
10	Кубанькино	50	65	1,2%	Краснодар
Итого у этих операторов		665	2 307	44,1%	
Всего в России		1 893	5 233	100,0%	

Таблица 24. Топ 10. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.05.2019

(включая франшизы и кинотеатры на репертуарном планировании)

Место	Оператор сети	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Центральный офис
1	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	75	626	11,9%	Москва
2	Премьер-зал	333	455	8,7%	Екатеринбург
3	Киномакс	36	266	5,1%	Москва
4	КАРО	29	239	4,5%	Москва
5	Мираж синема	23	157	3,0%	Санкт-Петербург
6	ОптимаКино	49	155	2,9%	Москва
7	Синема стар	26	137	2,6%	Москва
8	Синема 5	20	115	2,2%	Йошкар-Ола
9	Монитор	25	99	1,9%	Краснодар
10	Кубанькино	50	66	1,3%	Краснодар
Итого у этих операторов		666	2 315	44,0%	
Всего в России		1 900	5 256	100,0%	

Второе и третье места рейтинга собственников кинотеатров занимают «Киномакс» и «КАРО» с 4,6–4,5% экранов.

Таблица 25. Топ 10. Крупнейшие владельцы сетей кинотеатров России на 01.01.2019

(без франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)

Место	Владелец сети	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Центральный офис
1	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	75	631	12,1%	Москва
2	Киномакс	32	243	4,6%	Москва
3	КАРО	29	238	4,5%	Москва
4	Мираж синема	22	151	2,9%	Санкт-Петербург
5	Синема стар	26	137	2,6%	Москва
6	Синема 5	12	76	1,5%	Йошкар-Ола
7	Mori Cinema	9	62	1,2%	Москва
8	Алмаз Синема	12	57	1,1%	Москва
9	Монитор	11	55	1,1%	Краснодар
10	Пять звезд	9	54	1,0%	Москва
Итого у этих владельцев		237	1 704	32,6%	
Всего в России		1 893	5 233	100,0%	

Таблица 26. Топ 10. Крупнейшие владельцы сетей кинотеатров России на 01.05.2019

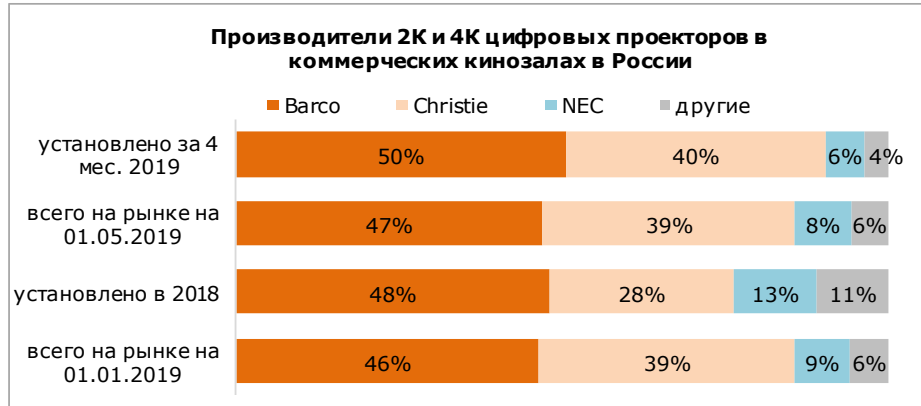
(без франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)

Место	Владелец сети	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Центральный офис
1	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	75	626	11,9%	Москва
2	Киномакс	32	241	4,6%	Москва
3	КАРО	29	239	4,5%	Москва
4	Мираж синема	23	157	3,0%	Санкт-Петербург
5	Синема стар	26	137	2,6%	Москва
6	Синема 5	12	76	1,4%	Йошкар-Ола
7	Mori Cinema	9	62	1,2%	Москва
8	Алмаз Синема	12	57	1,1%	Москва
9	Монитор	11	55	1,0%	Краснодар
10	Пять звезд	9	54	1,0%	Москва
Итого у этих владельцев		238	1 704	32,4%	
Всего в России		1 900	5 256	100,0%	

Цифровое оборудование

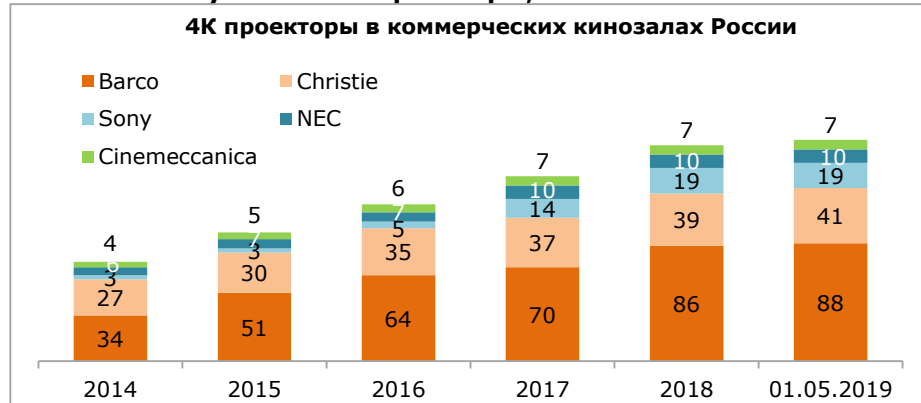
Самыми популярными цифровыми проекторами в российских кинотеатрах остаются «Barco» и «Christie». «Barco» принадлежит почти половина рынка, «Christie» – 40%.

Рисунок 63. Производители 2К и 4К цифровых проекторов, 2018-01.05.2019



Эти же компании поставляют в кинотеатры большее число проекторов с разрешением 4К: 88 залов у «Barco» и 41 у «Christie» к 01.05.2019.

Рисунок 64. 4К проекторы, 2014–01.05.2019

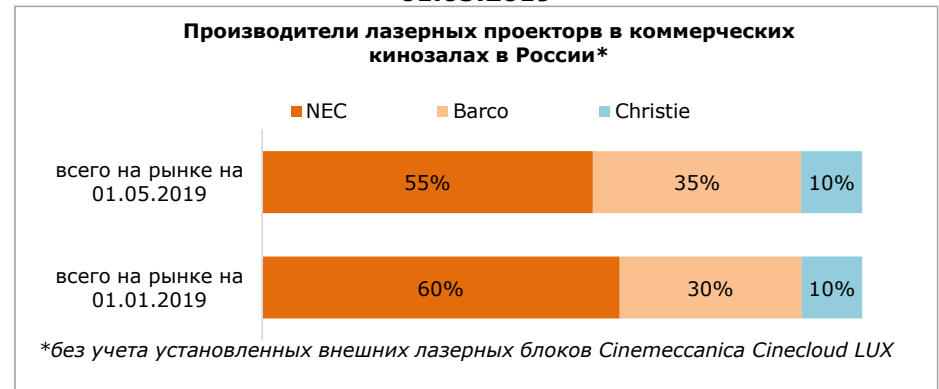


Число установок лазерных проекторов в 2018 году выросло почти в два раза. Лидером среди них является «NEC» с 54 залами; на втором месте – «Barco» с 34 залами.

Рисунок 65. Лазерные проекторы в России, 2014–01.05.2019

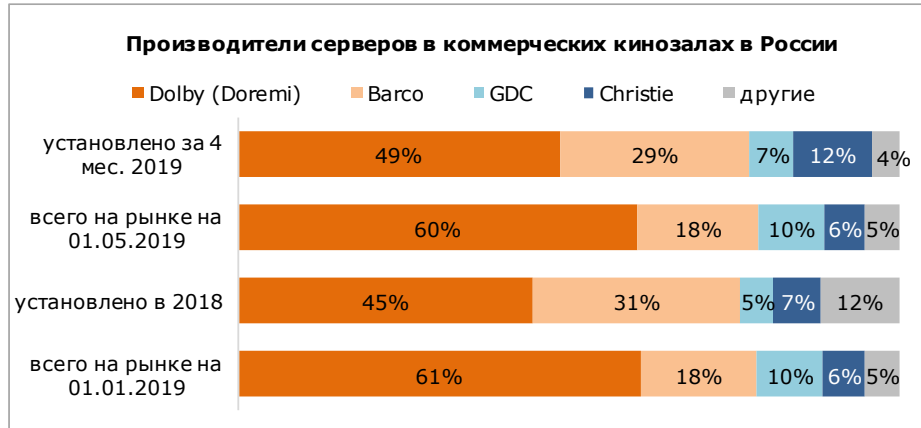


Рисунок 66. Производители лазерных проекторов, 2014–01.05.2019



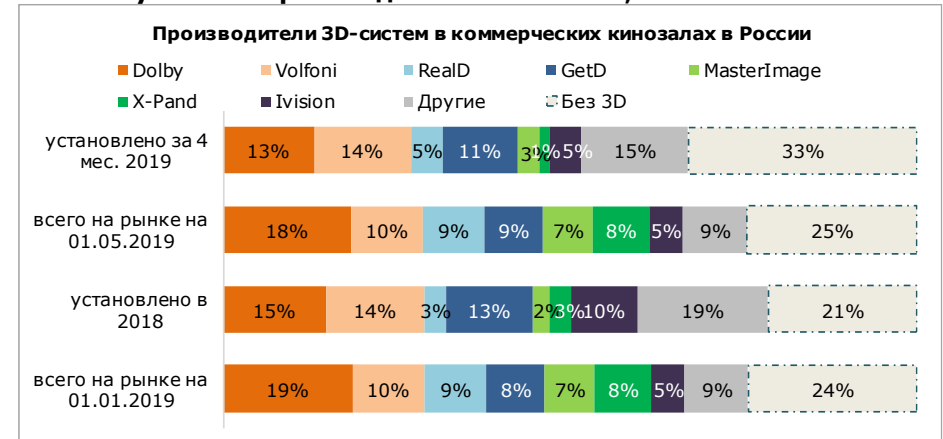
Среди производителей цифровых серверов безоговорочным лидером остается компания «Dolby», доля которой составляет 60%.

Рисунок 67. Производители цифровых серверов, 2018-01.05.2019



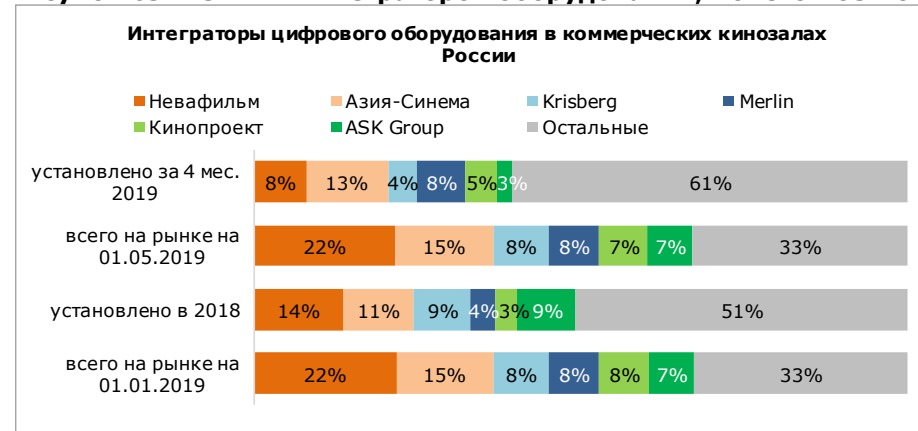
3D-системы Dolby также пока наиболее распространены в России и установлены в 18% залов.

Рисунок 68. Производители 3D-систем, 2018-01.05.2019



Среди интеграторов цифрового оборудования в 2018 году лидировала компания «Невафильм» (ею оснащено 14% новых залов). Общая доля на рынке у «Невафильм» 22%; на втором месте «Азия-Синема» с 15% цифровых залов; на третьем – «Krisberg» с 8%.

Рисунок 69. Рейтинг интеграторов оборудования, 2018-01.05.2019



РЕГИОНАЛЬНЫЕ РЫНКИ КИНОПОКАЗА

Лидирующим регионом по числу кинозалов остается Приволжский федеральный округ. В 2018 году произошли изменения в составе Сибирского и Дальневосточного округов, что привело к увеличению числа залов, приходящихся на

Дальний Восток, уменьшению доли Сибири. При этом по сумме кассовых сборов, по данным comScore, Московский регион играет главную роль в России: их доля составляет почти четверть.

Таблица 27. Кинорынок федеральных округов России на 01.01.19

Округа	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Плотность экранов на 100 тыс. жителей	Доля рынка по кол-ву залов	Доля рынка по посещениям	Доля рынка по кассовым сборам
Приволжский ФО	339	908	4,2	17,4%	17,5%	14,6%
Московский регион	132	807	5,8	15,4%	17,3%	24,3%
Центральный ФО (без учета МР)	338	792	2,4	15,1%	13,7%	12,6%
Сибирский ФО	251	575	4,4	11,0%	10,2%	8,8%
Уральский ФО	191	514	5,1	9,8%	9,0%	7,8%
Южный ФО	196	512	4,6	9,8%	10,6%	10,1%
Санкт-Петербург	69	383	7,2	7,3%	8,2%	8,7%
Северо-Западный ФО (без учета СПб)	154	338	2,9	6,5%	5,1%	4,6%
Дальневосточный ФО	144	258	4,2	4,9%	5,6%	6,0%
Северо-Кавказский ФО	79	146	2,9	2,8%	2,9%	2,5%

Источники: Невафильм Research, comScore

Таблица 28. Кинорынок федеральных округов России на 01.05.19

Округа	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Плотность экранов на 100 тыс. жителей	Доля рынка по кол-ву залов
Приволжский ФО	342	916	4,2	17,5%
Московский регион	136	824	5,9	15,7%
Центральный ФО (без учета МР)	336	791	2,4	15,1%
Сибирский ФО	250	573	4,4	10,9%
Уральский ФО	191	511	5,1	9,8%
Южный ФО	196	498	4,5	9,5%
Санкт-Петербург	69	384	7,2	7,3%
Северо-Западный ФО (без учета СПб)	152	335	2,8	6,4%
Дальневосточный ФО	150	274	4,5	5,2%
Северо-Кавказский ФО	78	150	3,0	2,9%

В 2018 году наибольшее число залов было открыто в Центральном ФО (на него же пришлось наибольшее число закрытий) и Приволжском ФО.

Рисунок 70. Открытия и закрытия кинотеатров и залов в 2018 году по федеральным округам



Таблица 29. Крупнейшие города по числу залов в России на 01.01.2019

Место	Типы городов	Жителей (тыс.)	Кино-театров	Залов	Плотность экранов на 100 тыс. жит.
1	Московский регион	13 869,8	132	807	5,82
2	Санкт-Петербург	5 351,9	69	383	7,16
3	Екатеринбург	1 469	20	102	6,94
4	Новосибирск	1 613	17	93	5,77
5	Ростов-на-Дону	1 130	12	85	7,52
6	Самара	1 163	10	72	6,19
7	Нижний Новгород	1 259	14	65	5,16
8	Уфа	1 121	10	65	5,80
9	Казань	1 244	12	61	4,91
10	Омск	1 172	12	59	5,03

Таблица 30. Рейтинг городов-миллионников по количеству коммерческих кинозалов на 100 тыс. жителей (на 01.01.2019, Московский регион = 100%)

Место	Город	Численность населения (тыс. чел.)	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Кол-во экранов на 100 тыс. жит.	% от уровня Московского региона
1	Ростов-на-Дону	1 125,30	12	85	7,6	128%
2	Санкт-Петербург	5 281,58	69	383	7,3	123%
3	Екатеринбург	1 455,51	20	102	7,0	119%
4	Самара	1 169,72	10	72	6,2	105%
5	Московский регион	13 715,54	132	807	5,9	100%
6	Уфа	1 115,56	10	65	5,8	99%
7	Новосибирск	1 602,92	17	93	5,8	98,6%
8	Нижний Новгород	1 261,67	14	65	5,2	88%
9	Омск	1 178,39	12	59	5,0	85%
10	Воронеж	1 039,80	9	52	5,0	85%
11	Казань	1 231,88	12	61	5,0	84%
12	Челябинск	1 198,86	8	51	4,3	72%
13	Красноярск	1 082,93	8	43	4,0	67%
14	Волгоград	1 015,59	8	38	3,7	64%
15	Пермь	1 048,01	5	30	2,9	49%

Таблица 31. Крупнейшие города по числу залов в России на 01.05.2019

Место	Типы городов	Жителей (тыс.)	Кино-театров	Залов	Плотность экранов на 100 тыс. жит.
1	Московский регион	13 869,8	136	824	5,94
2	Санкт-Петербург	5 351,9	69	384	7,17
3	Екатеринбург	1 469	19	98	6,67
4	Новосибирск	1 613	16	86	5,33
5	Самара	1 163	11	78	6,70
6	Ростов-на-Дону	1 130	10	68	6,02
7	Нижний Новгород	1 259	15	66	5,24
8	Омск	1 172	13	65	5,55
9	Уфа	1 121	10	65	5,80
10	Казань	1 244	12	61	4,91

Таблица 32. Рейтинг городов-миллионников по количеству коммерческих кинозалов на 100 тыс. жителей (на 01.05.2019, Московский регион = 100%)

Место	Город	Численность населения (тыс. чел.)	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Кол-во экранов на 100 тыс. жит.	% от уровня Московского региона
1	Санкт-Петербург	5 281,58	69	384	7,3	124%
2	Екатеринбург	1 455,51	19	98	6,7	114%
3	Самара	1 169,72	11	78	6,7	113%
4	Ростов-на-Дону	1 125,30	10	68	6,0	103%
5	Московский регион	13 715,54	136	824	6,0	100%
6	Уфа	1 115,56	10	65	5,8	99%
7	Омск	1 178,39	13	65	5,5	94%
8	Новосибирск	1 602,92	16	86	5,4	91%
9	Нижний Новгород	1 261,67	15	66	5,2	89%
10	Воронеж	1 039,80	9	52	5,0	85%
11	Казань	1 231,88	12	61	5,0	84%
12	Челябинск	1 198,86	8	51	4,3	72%
13	Красноярск	1 082,93	8	43	4,0	67%
14	Волгоград	1 015,59	8	38	3,7	64%
15	Пермь	1 048,01	5	30	2,9	49%

Рынок кинопоказа Московского региона

Число кинотеатров в Московском регионе держится практически на одном уровне уже несколько лет. Но в начале 2019 года в регионе успели открыться сразу 4 кинотеатра. Постепенно снижается интерес к 3D-залам: их доля с 2015 года снизилась на 13 п. п. (с 81% до 68%).

Рисунок 71. Коммерческие кинотеатры в Московском регионе, 2014–01.05.2019



Число открытий в Московском регионе в 2018 году осталось на уровне 2017-го, а закрылось кинотеатров и залов больше.

Крупнейшими открытиями 2018-го стали «Киномакс Титан» (11 залов), 6-зальники «Киномакс-Жулебино», «Пушка в ТРЦ Ладья». В 2019 открылись 6-зальные кинотеатры «Мираж Синема» в ТРЦ «Золотой Вавилон» в Отрадном (на месте закрывшегося «Люксора»), «Пушка в ТРЦ Ключевой» и «Мягкий кинотеатр» в Красногорске.

В 2018 году с рынка Московского региона ушли кинотеатры сети «Люксор». Одни были закрыты («Люксор Ростокино» в Москве, «Люксор» в Сергиевом Посаде), на место других пришли новые операторы (в Балашихе и Жуковском – кинотеатры сети «Prada 3D», в Воскресенске и Клине – «Silver Cinema», в Москве

в ТРЦ «Золотой Вавилон» – «Мираж Синема», в ТРЦ «Гуд Зон» и ТРЦ «Весна» – «IceKino», в Орехово-Зуево – «Космик»). В апреле 2019 года закрылся 9-зальный «Люксор Вегас» (впоследствии на его месте откроется «Каро 9 Vegas Каширский»).

Среди других закрытий 2018-го можно отметить «Формулу Кино – Витязь» (5 залов), «Формулу Кино – Прага» (3 зала), «Каро 4 Звездный» (4 зала) и «Пять Звезд – Бирюлево» (4 зала).

Рисунок 72. Динамика открытия и закрытия коммерческих кинотеатров в Московском регионе, 2014–01.05.2019



Рисунок 73. Темпы прироста числа кинозалов в Московском регионе, 2015–01.05.2019



Доля кинозалов в торгово-развлекательных центрах Московского региона медленно увеличивается и к маю 2019 года достигла 80% – уже 660 кинозалов функционируют в ТРЦ.

Рисунок 74. Кинотеатры в ТРЦ в Московском регионе, 2014–01.05.2019



Начиная с 2014 года в Москве растет число детских кинозалов. В 2018 году их насчитывалось 10 – в кинотеатрах сетей «Киномакс», «Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино», «Синема Стар», а также в «ГУМ Кинозал».

Число VIP-залов в Московском регионе в 2018 году увеличилось до 90 (в столице расположено 34% залов этого сегмента).

Рисунок 75. Детские и VIP кинозалы в Московском регионе, 2014–01.05.2019



Самой популярной технологией в киноаттракционных кинозалах Московского региона остается звук формата Dolby Atmos, и число залов, оснащенных этой системой, продолжает расти – 37 залов по итогам 2018 года, 39 – в мае 2019-го.

В 2018 году в Москве открылся один новый кинозал IMAX Laser в кинотеатре «Киномакс-Титан» – самый большой экран IMAX в России.

Рисунок 76. Киноаттракционные коммерческие кинозалы в Московском регионе, 2014–01.05.2019

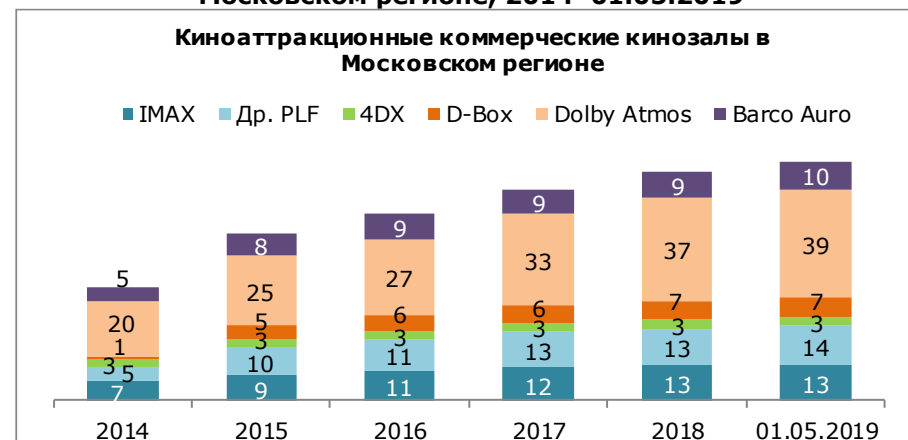


Таблица 33. Распределение коммерческих кинотеатров Московского региона по количеству залов на 01.01.2019

Кол-во залов в кинотеатре	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Доля по кол-ву кино-театров, %	Доля по кол-ву залов, %
1-зальные	18	18	13,6%	2,2%
2 зала	7	14	5,3%	1,7%
3 зала	8	24	6,1%	3,0%
4 зала	16	64	12,1%	7,9%
5 залов	15	75	11,4%	9,3%
6 залов	14	84	10,6%	10,4%
7 залов	8	56	6,1%	6,9%
Итого миниплексы	68	317	51,5%	39,3%
8 залов	20	160	15,2%	19,8%
9 залов	7	63	5,3%	7,8%
10 залов	5	50	3,8%	6,2%
11 залов	5	55	3,8%	6,8%
12 залов	1	12	0,8%	1,5%
13 залов	3	39	2,3%	4,8%
15 залов	1	15	0,8%	1,9%
16 залов	1	16	0,8%	2,0%
Итого мультиплексы	43	410	32,6%	50,8%
17 залов	1	17	0,8%	2,1%
22 зала	1	22	0,8%	2,7%
23 зала	1	23	0,8%	2,9%
Итого мегаплексы	3	62	2,3%	7,7%
Всего в Московском регионе	132	807	100,0%	100,0%

Таблица 34. Распределение коммерческих кинотеатров Московского региона по количеству залов на 01.05.2019

Кол-во залов в кинотеатре	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Доля по кол-ву кино-театров, %	Доля по кол-ву залов, %
1-зальные	18	18	13,2%	2,2%
2 зала	7	14	5,1%	1,7%
3 зала	10	30	7,4%	3,6%
4 зала	16	64	11,8%	7,8%
5 залов	15	75	11,0%	9,1%
6 залов	17	102	12,5%	12,4%
7 залов	8	56	5,9%	6,8%
Итого миниплексы	73	341	53,7%	41,4%
8 залов	19	152	14,0%	18,4%
9 залов	7	63	5,1%	7,6%
10 залов	5	50	3,7%	6,1%
11 залов	5	55	3,7%	6,7%
12 залов	1	12	0,7%	1,5%
13 залов	3	39	2,2%	4,7%
15 залов	1	15	0,7%	1,8%
Итого мультиплексы	41	386	30,1%	46,8%
17 залов	2	34	1,5%	4,1%
22 зала	1	22	0,7%	2,7%
23 зала	1	23	0,7%	2,8%
Итого мегаплексы	4	79	2,9%	9,6%
Всего в Московском регионе	136	824	100,0%	100,0%

Лидером среди операторов в мегаполисе Москвы является Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино» – под ее контролем здесь находятся 26,3% залов. В десятке компания «ОптимaКино», работающая, в том числе, с репертуаром кинотеатров сети «Алмаз Синема» (последняя входит в топ-10 крупнейших владельцев киносетей Московского региона), а также сеть «IceKino», в управление которой перешла часть кинотеатров «Люксор».

Таблица 35. Московский регион – крупнейшие операторы кинотеатров по количеству залов на 01.01.2019
(с учетом франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)

Место	Оператор сети	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Центральный офис
1	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	25	212	26,3%	Москва
2	КАРО	14	129	16,0%	Москва
3	Синема стар	10	73	9,0%	Москва
4	Киномакс	8	62	7,7%	Москва
5	ОптимaКино	10	40	5,0%	Москва
6	Mori Cinema	3	23	2,9%	Москва
7	Киноцентр на Красной Пресне	1	23	2,9%	Москва
8	Московское кино	13	16	2,0%	Курган
9	IceKino	2	16	2,0%	Москва
10	Киноквартал	2	15	1,9%	Москва
Итого у этих операторов		88	609	75,5%	
Всего в Московском регионе		132	807	100,0%	

Таблица 36. Московский регион – крупнейшие владельцы кинотеатров по количеству залов на 01.01.2019
(без учета франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)

Место	Оператор сети	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Центральный офис
1	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	25	212	26,3%	Москва
2	КАРО	14	129	16,0%	Москва
3	Синема стар	10	73	9,0%	Москва
4	Киномакс	8	62	7,7%	Москва
5	Алмаз Синема	5	23	2,9%	Москва
6	Mori Cinema	3	23	2,9%	Москва
7	Киноцентр на Красной Пресне	1	23	2,9%	Москва
8	Московское кино	13	16	2,0%	Москва
9	IceKino	2	16	2,0%	Москва
10	Киноград	2	15	1,9%	Москва
Итого у этих операторов		83	592	73,4%	
Всего в Московском регионе		132	807	100,0%	

Таблица 37. Московский регион – крупнейшие операторы кинотеатров по количеству залов на 01.05.2019
(с учетом франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)

Место	Оператор сети	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Центральный офис
1	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	25	212	25,7%	Москва
2	КАРО	14	130	15,8%	Москва
3	Синема стар	10	73	8,9%	Москва
4	Киномакс	8	62	7,5%	Москва
5	ОптимаКино	10	41	5,0%	Москва
6	Mori Cinema	3	23	2,8%	Москва
7	Киноцентр на Красной Пресне	1	23	2,8%	Москва
8	компания Крым/Пушка	3	20	2,4%	Курган
9	Московское кино	13	16	1,9%	Москва
10	IceKino	2	16	1,9%	Москва
Итого у этих операторов		89	616	74,8%	
Всего в Московском регионе		136	824	100,0%	

Таблица 38. Московский регион – крупнейшие владельцы кинотеатров по количеству залов на 01.05.2019
(без учета франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)

Место	Оператор сети	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Центральный офис
1	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	25	212	25,7%	Москва
2	КАРО	14	130	15,8%	Москва
3	Синема стар	10	73	8,9%	Москва
4	Киномакс	8	62	7,5%	Москва
5	Алмаз Синема	5	23	2,8%	Москва
6	Mori Cinema	3	23	2,8%	Москва
7	Киноцентр на Красной Пресне	1	23	2,8%	Москва
8	Московское кино	13	16	1,9%	Москва
9	IceKino	2	16	1,9%	Москва
10	Киноград	2	15	1,8%	Москва
Итого у этих операторов		83	593	72,0%	
Всего в Московском регионе		136	824	100,0%	

Рынок кинопоказа Санкт-Петербурга

В 2018 году число кинотеатров в Санкт-Петербурге осталось практически на прежнем уровне. Темп прироста числа кинозалов составил 1,3% (против 8,3% в 2017 году). Было открыто 2 кинотеатра на 5 кинозалов. Не закрылось ни одного кинозала. Как и в Москве, сокращается число 3D-залов – в 2018 году падение на 8 п. п. по сравнению с 2017-м.

Рисунок 77. Коммерческие кинотеатры в Санкт-Петербурге, 2014–01.05.2019



Новые кинотеатры в 2018 году появились в Курортном районе Санкт-Петербурга: в Зеленогорске открылся двухзальный кинотеатр «Zelux» и однозальный – в поселке Ушково.

Рисунок 78. Динамика открытия и закрытия коммерческих кинотеатров в Санкт-Петербурге, 2014–01.05.2019

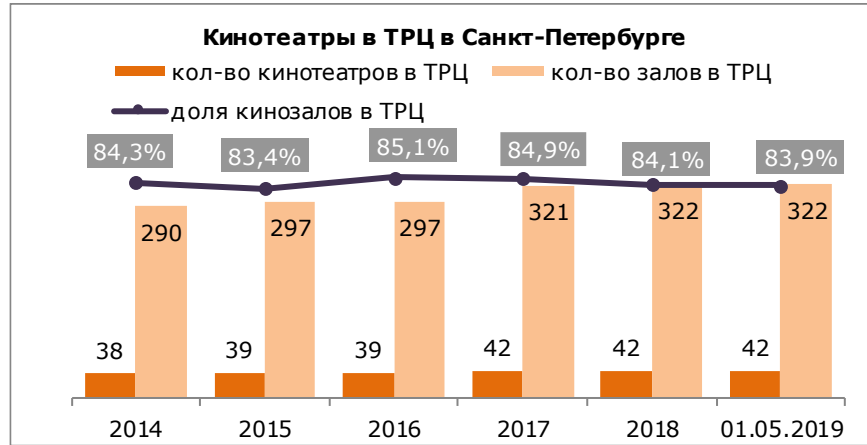


Рисунок 79. Коммерческие кинотеатры в Санкт-Петербурге, 2015–01.05.2019



Число кинозалов в торгово-развлекательных центрах Санкт-Петербурга сохраняется на уровне 2017 года, однако доля таких кинозалов в общем числе кинозалов города в 2018 году немного сократилась.

Рисунок 80. Кинотеатры в ТРЦ в Санкт-Петербурге, 2014–01.05.2019



Что касается детских кинозалов, то начиная с 2017 года в городе таких два, новые не открываются.

Число VIP-залов составляет 34 (на один больше, чем в 2017 году) – 13% VIP-залов страны.

Рисунок 81. Детские и VIP кинозалы в Санкт-Петербурге, 2014–01.05.2019



В 2018 году в Санкт-Петербурге появился только один новый аттракционный экран – в кинотеатре «Каро 5 на Байконурской» зал был оборудован системой Luxe RealD.

Рисунок 82. Киноаттракционные коммерческие кинозалы в Санкт-Петербурге, 2014–01.05.2019

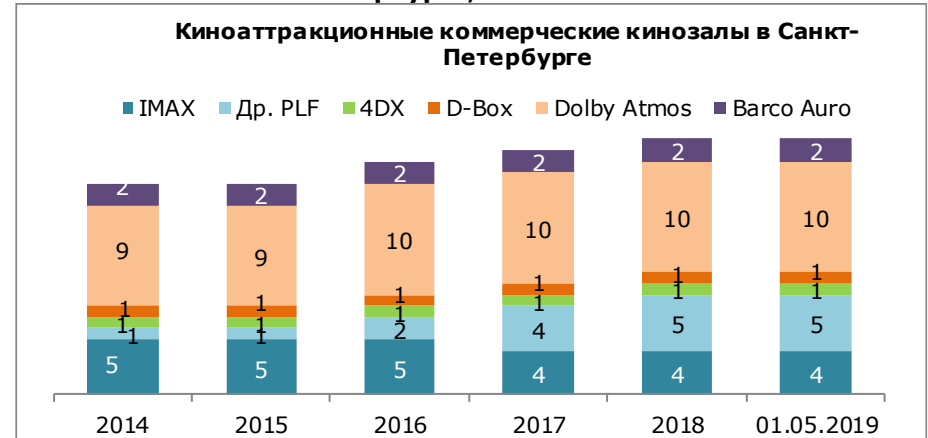


Таблица 39. Распределение коммерческих кинотеатров Санкт-Петербурга по количеству залов на 01.01.2019

Кол-во залов в кинотеатре	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля по кол-ву кинотеатров, %	Доля по кол-ву залов, %
1-зальные	11	11	15,9%	2,9%
2 зала	11	22	15,9%	5,7%
3 зала	2	6	2,9%	1,6%
4 зала	4	16	5,8%	4,2%
5 залов	4	20	5,8%	5,2%
6 залов	8	48	11,6%	12,5%
7 залов	9	63	13,0%	16,4%
Итого	38	175	55,1%	45,7%
минифлексы				
8 залов	4	32	5,8%	8,4%
9 залов	5	45	7,2%	11,7%
10 залов	5	50	7,2%	13,1%
11 залов	4	44	5,8%	11,5%
12 залов	1	12	1,4%	3,1%
14 залов	1	14	1,4%	3,7%
Итого	20	197	29,0%	51,4%
мультиплексы				
Всего в Санкт-Петербурге	69	383	100,0%	100,0%

Таблица 40. Распределение коммерческих кинотеатров Санкт-Петербурга по количеству залов на 01.05.2019

Кол-во залов в кинотеатре	Кол-во кинотеатров	Кол-во залов	Доля по кол-ву кинотеатров, %	Доля по кол-ву залов, %
1-зальные	11	11	15,9%	2,9%
2 зала	11	22	15,9%	5,7%
3 зала	1	3	1,4%	0,8%
4 зала	5	20	7,2%	5,2%
5 залов	4	20	5,8%	5,2%
6 залов	8	48	11,6%	12,5%
7 залов	9	63	13,0%	16,4%
Итого	38	176	55,1%	45,8%
минифлексы				
8 залов	4	32	5,8%	8,3%
9 залов	5	45	7,2%	11,7%
10 залов	5	50	7,2%	13,0%
11 залов	4	44	5,8%	11,5%
12 залов	1	12	1,4%	3,1%
14 залов	1	14	1,4%	3,6%
Итого	20	197	29,0%	51,3%
мультиплексы				
Всего в Санкт-Петербурге	69	384	100,0%	100,0%

Как и в столице, среди сетей лидирующую позицию занимает Объединенная сеть с 34,2% залов. «КАРО», которая в Москве находится на втором месте, в Петербурге занимает только третье – здесь ее опережает «Мираж синема» с долей рынка в 18,3% залов. Четвертое место за «IseKino» с бывшими площадками «Люксора».

Таблица 41. Санкт-Петербург – крупнейшие операторы кинотеатров по количеству залов на 01.01.2019

(с учетом франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)

Место	Оператор сети	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Центральный офис
1	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	15	131	34,2%	Москва
2	Мираж синема	10	70	18,3%	Санкт-Петербург
3	КАРО	8	60	15,7%	Москва
4	IseKino	2	18	4,7%	Москва
5	Киноград	2	12	3,1%	Москва
6	Синема-Мир	2	10	2,6%	Санкт-Петербург
7	Айви Синема	1	8	2,1%	Санкт-Петербург
8-10	Кино Сити	1	6	1,6%	Санкт-Петербург
	Синема стар	1	6	1,6%	Москва
	Mori Cinema	1	6	1,6%	Москва
Итого у этих операторов		43	327	85,4%	
Всего в Санкт-Петербурге		69	383	100,0%	

Таблица 42. Санкт-Петербург – крупнейшие операторы кинотеатров по количеству залов на 01.05.2019

(с учетом франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)

Место	Оператор сети	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Центральный офис
1	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	15	131	34,1%	Москва
2	Мираж синема	10	70	18,2%	Санкт-Петербург
3	КАРО	8	60	15,6%	Москва
4	IseKino	2	18	4,7%	Москва
5	Киноград	2	12	3,1%	Москва
6	Синема-Мир	2	10	2,6%	Санкт-Петербург
7	Айви Синема	1	8	2,1%	Санкт-Петербург
8	Mori Cinema	1	6	1,6%	Москва
9	Синема 5	1	6	1,6%	Йошкар-Ола
10	Синема стар	1	6	1,6%	Москва
Итого у этих операторов		43	327	85,2%	
Всего в Санкт-Петербурге		69	384	100,0%	

Таблица 43. Санкт-Петербурге – крупнейшие владельцы кинотеатров по количеству залов на 01.01.2019
(без учета франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)

Место	Оператор сети	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Центральный офис
1	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	15	131	34,2%	Москва
2	Мираж синема	10	70	18,3%	Санкт-Петербург
3	КАРО	8	60	15,7%	Москва
4	IceKino	2	18	4,7%	Москва
5	Синема-Мир	2	10	2,6%	Санкт-Петербург
6	Айви Синема	1	8	2,1%	Санкт-Петербург
7-10	Синема 5	1	6	1,6%	Йошкар-Ола
	Mori Cinema	1	6	1,6%	Москва
	Киноград	1	6	1,6%	Москва
	Кино Сити	1	6	1,6%	Санкт-Петербург
Итого у этих операторов		42	321	83,8%	
Всего в Санкт-Петербурге		69	383	100,0%	

Таблица 44. Санкт-Петербурге – крупнейшие владельцы кинотеатров по количеству залов на 01.05.2019
(без учета франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)

Место	Оператор сети	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Центральный офис
1	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	15	131	34,1%	Москва
2	Мираж синема	10	70	18,2%	Санкт-Петербург
3	КАРО	8	60	15,6%	Москва
4	IceKino	2	18	4,7%	Москва
5	Синема-Мир	2	10	2,6%	Санкт-Петербург
6	Айви Синема	1	8	2,1%	Санкт-Петербург
7	Киноград	1	6	1,6%	Москва
8	Кино Сити	1	6	1,6%	Санкт-Петербург
9	Mori Cinema	1	6	1,6%	Москва
10	Синема 5	1	6	1,6%	Йошкар-Ола
Итого у этих операторов		42	321	83,6%	
Всего в Санкт-Петербурге		69	384	100,0%	

Региональный рынок кинопоказа

Темп прироста новых кинозалов в регионах продолжает держаться на уровне 2016-2017 годов, что связано с программой субсидирования малых городов Фондом кино. Он составил 11,7%. Было открыто рекордное в современной российской истории число залов (528) и кинотеатров (343). Без учета кинотеатров, открытых при поддержке государства, прирост оказался бы всего 2,4%. В 2019 же году (в январе-апреле) в регионах наблюдается ситуация, когда число новых кинозалов практически компенсируется числом закрытых.

Рисунок 83. Коммерческие кинотеатры в регионах, 2014–01.05.2019



Региональный рынок может похвастаться крупными открытиями: среди них целых три новых больших кинотеатра в Ростове-на-Дону – 13-зальный «Горизонт Cinema&Emotion», 10-зальный «Киномакс IMAX» и 9-зальный «Кинополис-Парк»; «Синема 5» открыла 8-зальный кинотеатр в Энгельсе; в Брянске на месте бывшего «Люксора» в ТРЦ «Авиапарк» заработал 8-зальный кинотеатр «Панорама».

Из числа закрытий стоит отметить 9-зальный «Люксор» и 8-зальный «Киномакс Дон» в Ростове-на-Дону, 8-зальный кинотеатр «Пять звезд» в Пензе (на его месте в июне 2019

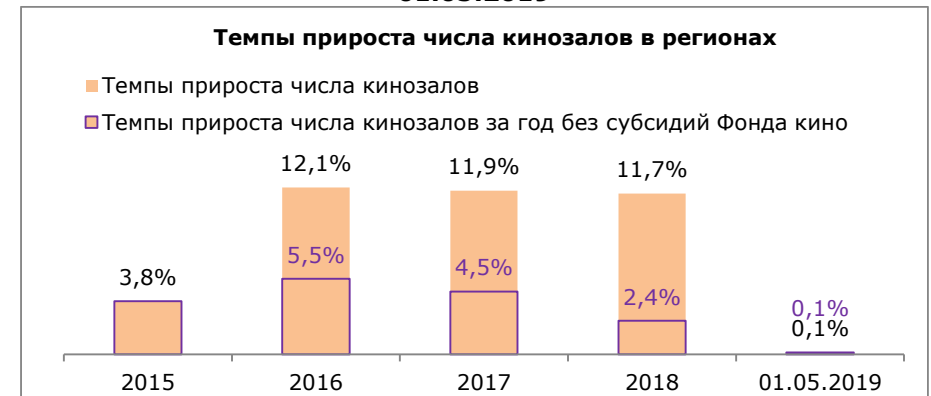
открылся «Zoom Cinema» от «Синема 5»); 8-зальный «Синема Клуб» в Брянске, закрытый на ремонт.

Доля 3D-кинотеатров в региональных кинотеатрах остается неизменной уже несколько лет, в отличие от Москвы и Санкт-Петербурга, где наблюдается сокращение их числа.

Рисунок 84. Динамика открытия и закрытия коммерческих кинотеатров в регионах, 2014–01.05.2019

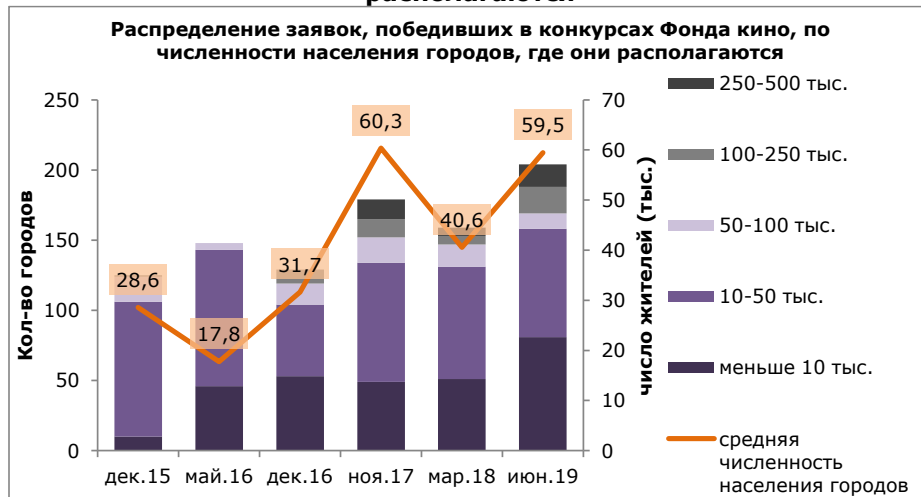


Рисунок 85. Темпы прироста числа кинозалов в регионах, 2015–01.05.2019



Отметим, что новая – шестая волна – конкурса на выдачу субсидий Фондом кино прошла в 2019 году в два этапа: поскольку в феврале не набралось нужного числа участников, в апреле было объявлено о продлении сроков приема заявок. Только в июне 2019 года Фонд кино опубликовал список из 204 залов, которые получают субсидию в этом году. В большинстве городов-победителей проживает менее 10 тыс. жит. (и эта группа участников конкурсов с каждым конкурсом растет), а среднее число жителей по всем городам-победителям составляет около 60 тыс. чел.

Рисунок 86. Распределение заявок, победивших в конкурсах Фонда кино, по численности населения городов, где они располагаются



Кинозалы, получающие субсидии Фонда кино, часто попадают под управление опытных игроков: 81% субсидированных кинотеатров работают по договорам репертуарного планирования или управления с более крупными сетями или независимыми букерами.

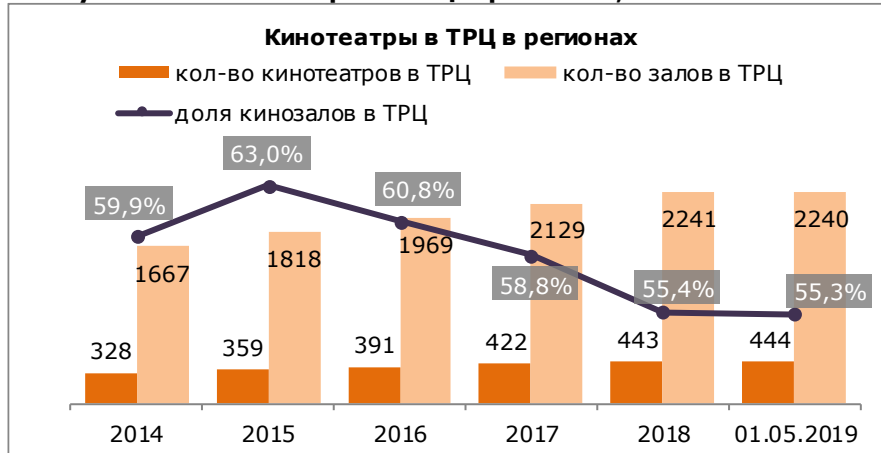
Из числа 10 лидирующих киносетей 5 компаний имеют в своем составе субсидированные залы. Лидером среди них является «Премьер-зал»: больше половины его залов открыты по программе Фонда кино. Среди других частных компаний 13% таких залов насчитывается в составе «ОптимаКино», меньше 10% – у «Синема 5» и «Монитор». Государственная сеть «Кубанькино» на 47% оснащена при помощи субсидий из федерального центра.

Рисунок 87. Доля субсидированных кинозалов в составе киносетей из числа топ-10 с учетом франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании



Число кинозалов в региональных ТРЦ постепенно увеличивается, однако их доля сокращается (из-за открытия субсидированных кинотеатров), что оказывает влияние на общероссийский тренд.

Рисунок 88. Кинотеатры в ТРЦ в регионах, 2014–01.05.2019



В регионах постепенно растет число детских и VIP-залов.

Рисунок 89. Детские и VIP кинозалы в регионах, 2014–01.05.2019



Среди киноаттракционных залов преобладают оснащенные технологией Dolby Atmos – в 2018 году их число выросло на 19, а с начала 2019-го еще на 3. Открываются новые кинозалы IMAX. Число залов D-Box сокращается.

Рисунок 90. Киноаттракционные коммерческие кинозалы в регионах, 2014–01.05.2019

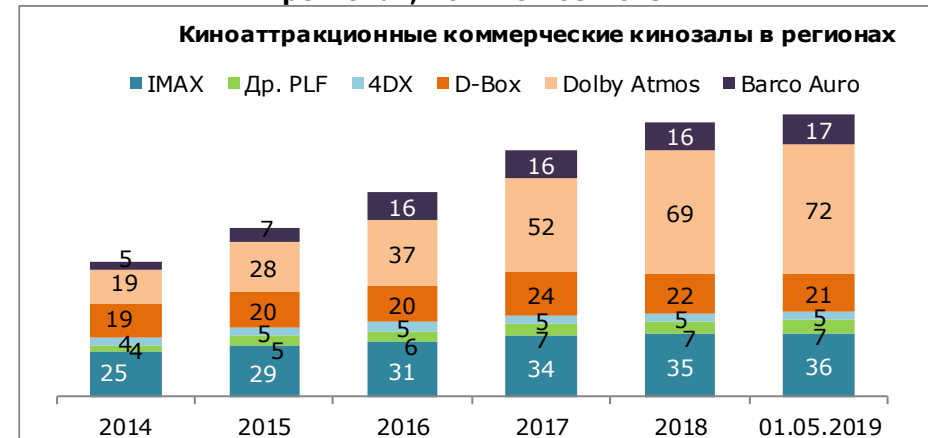


Таблица 45. Распределение коммерческих кинотеатров в регионах по количеству залов на 01.01.2019

Кол-во залов в кинотеатре	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Доля по кол-ву кино-театров, %	Доля по кол-ву залов, %
1-зальные	956	956	56,5%	23,6%
2 зала	254	508	15,0%	12,6%
3 зала	109	327	6,4%	8,1%
4 зала	105	420	6,2%	10,4%
5 залов	77	385	4,6%	9,5%
6 залов	54	324	3,2%	8,0%
7 залов	47	329	2,8%	8,1%
Итого миниплексы	646	2293	38,2%	56,7%
8 залов	47	376	2,8%	9,3%
9 залов	25	225	1,5%	5,6%
10 залов	11	110	0,7%	2,7%
11 залов	3	33	0,2%	0,8%
12 залов	2	24	0,1%	0,6%
13 залов	2	26	0,1%	0,6%
Итого мультиплексы	90	794	5,3%	19,6%
Всего в регионах	1692	4043	100,0%	100,0%

Таблица 46. Распределение коммерческих кинотеатров в регионах по количеству залов на 01.05.2019

Кол-во залов в кинотеатре	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Доля по кол-ву кино-театров, %	Доля по кол-ву залов, %
1-зальные	959	959	56,6%	23,7%
2 зала	254	508	15,0%	12,5%
3 зала	110	330	6,5%	8,2%
4 зала	101	404	6,0%	10,0%
5 залов	76	380	4,5%	9,4%
6 залов	57	342	3,4%	8,4%
7 залов	49	343	2,9%	8,5%
Итого миниплексы	647	2307	38,2%	57,0%
8 залов	47	376	2,8%	9,3%
9 залов	25	225	1,5%	5,6%
10 залов	11	110	0,6%	2,7%
11 залов	3	33	0,2%	0,8%
12 залов	1	12	0,1%	0,3%
13 залов	2	26	0,1%	0,6%
Итого мультиплексы	89	782	5,3%	19,3%
Всего в регионах	1695	4048	100,0%	100,0%

В регионах лидирующую позицию удерживает сеть «Премьер зал», большая часть залов которой находятся у нее на репертуарном планировании. Среди владельцев кинотеатров первое место за «Объединенной сетью кинотеатров «СНИЕМА ПАРК» и «Формула кино».

Таблица 47. Регионы – крупнейшие операторы кинотеатров по количеству залов на 01.01.2019

(с учетом франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)

Место	Оператор сети	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Центральный офис
1	Премьер-зал	331	443	11,0%	Екатеринбург
2	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	35	288	7,1%	Москва
3	Киномакс	28	206	5,1%	Москва
4	ОптимаКино	39	114	2,8%	Москва
5	Синема 5	20	111	2,7%	Йошкар-Ола
6	Монитор	25	99	2,4%	Краснодар
7	Мираж синема	11	73	1,8%	Санкт-Петербург
8	Кубанькино	50	65	1,6%	Краснодар
9	Синема стар	15	58	1,4%	Москва
10	КАРО	7	49	1,2%	Москва
Итого у этих операторов		561	1506	37,2%	
Всего в регионах		1692	4043	100,0%	

Отметим, что в последнее время появляются сети кинотеатров у интеграторов оборудования: например, у компании «МТД-Медиа» (Казань); после банкротства «Тетерин фильм» его кинотеатры перешли в новую сеть «Глобал Синема», которая принадлежит технологической компании «Кинопроект». Такие предприятия оказывают полный спектр услуг кинотеатрам, в том числе субсидированным: от поставки и установки кинооборудования до репертуарного планирования.

Таблица 48. Регионы – крупнейшие операторы кинотеатров по количеству залов на 01.05.2019

(с учетом франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)

Место	Оператор сети	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Центральный офис
1	Премьер-зал	329	435	10,7%	Екатеринбург
2	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	35	288	7,1%	Москва
3	Киномакс	28	206	5,1%	Москва
4	ОптимаКино	39	113	2,8%	Москва
5	Синема 5	20	111	2,7%	Йошкар-Ола
6	Монитор	25	99	2,4%	Краснодар
7	Мираж синема	10	67	1,7%	Санкт-Петербург
8	Кубанькино	50	65	1,6%	Краснодар
9	Синема стар	15	58	1,4%	Москва
10	КАРО	7	48	1,2%	Москва
Итого у этих операторов		558	1490	36,8%	
Всего в регионах		1695	4048	100,0%	

Таблица 49. Регионы – крупнейшие владельцы кинотеатров по количеству залов на 01.01.2019

(без учета франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)

Место	Оператор сети	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Центральный офис
1	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	35	288	7,1%	Москва
2	Киномакс	24	181	4,5%	Москва
3	Мираж синема	11	73	1,8%	Санкт-Петербург
4	Синема 5	11	70	1,7%	Йошкар-Ола
5	Синема стар	15	58	1,4%	Москва
6	Монитор	11	55	1,4%	Краснодар
7	КАРО	7	49	1,2%	Москва
8	Мегаполис (Империя Игр)	7	48	1,2%	Челябинск
9	Баргузин	9	46	1,1%	Иркутск
10	Пять звезд	6	41	1,0%	Москва
Итого у этих операторов		136	909	22,5%	
Всего в регионах		1692	4043	100,0%	

Таблица 50. Регионы – крупнейшие владельцы кинотеатров по количеству залов на 01.05.2019

(без учета франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)

Место	Оператор сети	Кол-во кино-театров	Кол-во залов	Доля рынка по кол-ву залов	Центральный офис
1	Объединенная сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино»	35	288	7,1%	Москва
2	Киномакс	24	181	4,5%	Москва
3	Синема 5	11	70	1,7%	Йошкар-Ола
4	Мираж синема	10	67	1,7%	Санкт-Петербург
5	Синема стар	15	58	1,4%	Москва
6	Монитор	11	55	1,4%	Краснодар
7	КАРО	7	48	1,2%	Москва
8	Баргузин	9	46	1,1%	Иркутск
9	Мегаполис (Империя Игр)	6	42	1,0%	Челябинск
10	Люксор	5	42	1,0%	Москва
Итого у этих операторов		133	897	22,2%	
Всего в регионах		1695	4048	100,0%	

ТЕНДЕНЦИИ НА СМЕЖНЫХ РЫНКАХ КИНОТЕАТРАЛЬНОГО БИЗНЕСА

Рынок кинобаров в России¹²

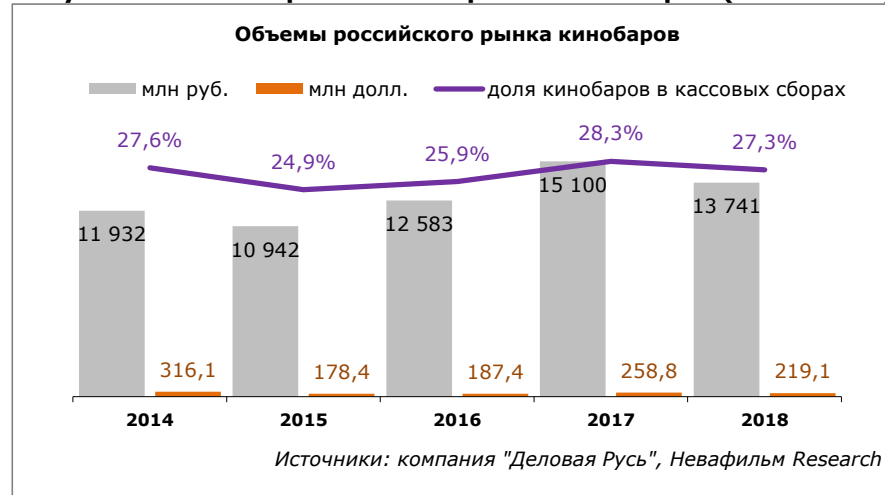
По оценкам компании «Деловая Русь» и Невафильм Research, в 2018 году объемы рынка кинобаров в России, в связи с общим падением доходов кинотеатров, сократились в среднем на 9% и составили 13,7 млрд руб. С учетом суммы кассовых сборов за прошлый год (50 млрд руб.), это составляет 27% кассы отечественного проката.

В долларовом выражении с учетом падения курса рубля объемы продаж кинобаров снизились, по нашей оценке, на 15% - до 219,1 млн долл.

Отметим, что в 2018 году эксперты были куда более оптимистичны и ожидали роста объема продаж. Этого не произошло, в первую очередь, из-за сокращения числа посещений и кассовых сборов кинотеатров в том числе из-за форс-мажорных обстоятельств (пожар в ТРЦ «Зимняя вишня») и проходившего в России Чемпионата мира по футболу. Кроме того, зритель продолжил экономить на развлечениях, прежде всего, урезая свои расходы на попкорн.

В то же время в первом полугодии-2019 продажи превосходят показатели двух последних лет. Таким образом, по итогам 2019-го специалисты ожидают 20% роста концессионных продаж – их общий объем может превзойти уровень 2017 года и достичь 16,5 млрд руб.

Рисунок 91. Объем российского рынка кинобаров (2014-2018)



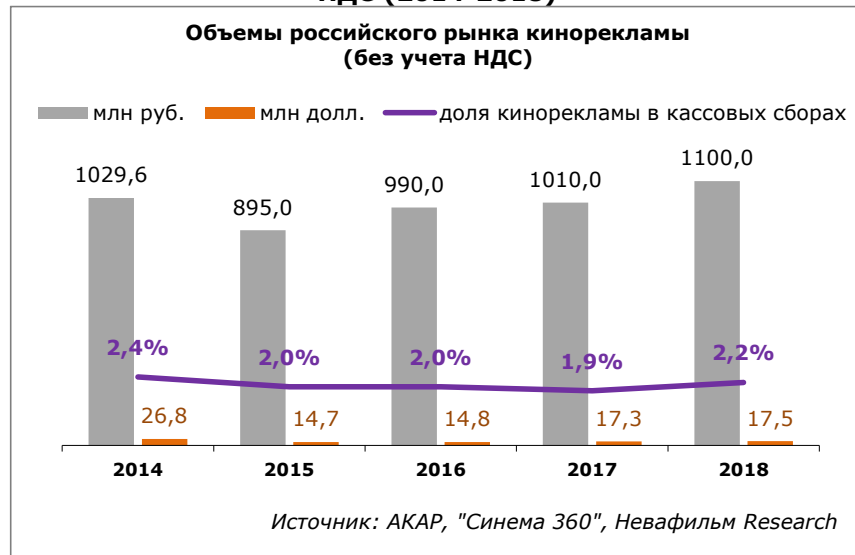
¹² Раздел подготовлен Искандером Аминовым («Деловая Русь»).

Рынок кинорекламы в России¹³

По оценкам Ассоциации коммуникационных агентств России, рекламный рынок в России в 2018 году вырос на 12% до 469 млрд руб. Реклама в кинотеатрах составляет 0,2% от этого объема – 1,1 млрд руб. (+9% за год).¹⁴

В первом квартале 2019-го рост продолжился: за три месяца суммарный объем рекламных бюджетов в средствах распространения рекламы за вычетом НДС составил 111 млрд руб. (+4% к показателю 2018 года). Причем затраты рекламодателей в сфере традиционных СМИ (прежде всего, на основных телеканалах, радио и в прессе) сокращаются (-6%, -5% и -12% соответственно), тогда как сегмент «Out of home», к которому относится реклама в кинотеатрах, растет – на 3% по сравнению с прошлым годом.¹⁵

Рисунок 92. Объемы российского рынка кинорекламы, без учета НДС (2014-2018)



Роль рекламы в доходах кинотеатров возвращается к докризисному уровню – по итогам 2018 года они составили 2,2%

кассовых сборов. И даже в долларовом выражении наблюдается ее рост, несмотря на продолжающееся падение курса рубля (до 17,5 млрд долл., +1,3%).

Тем не менее, крупные сети кинотеатров не добились желаемых результатов в 2018 году и снова поменяли эксклюзивных партнеров. Так, сеть «КАРО», проводившая в мае 2018 года тендер, который выиграло рекламное inoog-агентство «Клумба», через год отказалось от его услуг. В 2019 году руководство сети рассчитывает собрать рекламные бюджеты с рынка силами собственного рекламного отдела, в который вошли сотрудники рекламной службы Объединенной сети кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино», покинувшие ее в конце 2018-го.

Сеть кинотеатров «Киномакс» отказалась от услуг рекламного агентства «Синема 360», заключив эксклюзивный контракт с агентством «Index20», обслуживающим «Объединенную сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино». «Index20» является подразделением «Rambler Group», в которую входит и объединенная киносеть. Группа посчитала недостаточными преимуществами и драйверами на рынке свои новые рекламные пакеты, разработанные на основе принципов размещения рекламы с гарантией количества зрителей, и решила еще и увеличить свой эксклюзивный инвентарь на рынке за счет кинотеатров сети «Киномакс».

Ставшие уже перманентными, такие пертурбации на рынке связаны с завышенными ожиданиями киносетей от рекламы и дальнейшим их ростом на фоне отсутствия роста самого рынка рекламы в кинотеатрах, а также интересного, современного, конкурентного (относительно других видов размещения) предложения для рекламодателей. Надежных рецептов роста рынка его участниками пока не найдено. Хотя мы и наблюдаем 9%-рост как положительный отклик рынка на уход с него крупного, но не профильного игрока в конце 2017 года (речь о крупнейшем операторе ТВ рекламы – Национальном Рекламном Альянсе, ранее «Видео Интернешнл»).

¹³ Раздел подготовлен совместно с Сергеем Болотиним, «Синема 360»

¹⁴ http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id8690

¹⁵ http://www.akarussia.ru/knowledge/market_size/id8826

Желания киносетей поднять доходы от рекламы понятны. Крупные сети делают существенные вложения в свой основной бизнес кинопоказа, которые пока не компенсируются ни ростом посещаемости, ни ростом средней цены билета. В существующих условиях рост доходов отдельной киносети возможен только за счет других игроков рынка кинопоказа, а это в известной мере не отвечает интересам самих рекламодателей, заинтересованных в широких адресных программах, прозрачных условиях размещения и понятном и устойчивом ценообразовании.

Все еще неразработанной нишей и возможным драйвером рынка рекламы в кинотеатрах является интерактивный рекламный блок. В этом направлении делаются только первые шаги, такие как интерактивная развлекательная викторина «До сеанса». Потенциал интерактивных технологий в рамках большого рекламного блока, включающего трейлеры, заключается в возможности сформировать новые ценности для рекламодателей и привлечь дополнительные рекламные бюджеты на весь рынок.

Таким образом, двумя крупнейшими операторами на рынке рекламы в кинотеатрах сейчас выступают агентства «Index20» («Rambler Group») и «Синема 360».

«Index20» охватывает «Объединенную сеть кинотеатров «СИНЕМА ПАРК» и «Формула Кино», «Киномакс» и «Москино»: на 01.06.2019 это 125 кинотеатров, 919 залов (17,5% экранов страны); это размещение по контактам и по показам.

«Синема 360» представляет рекламные возможности кинотеатров и сетей, входящих в пул «Кино-Контакт!» (размещение по контактам) – 126 кинотеатров 811 залов, а также закупает рекламу по показам в общей сложности в 700 кинотеатрах (3300 залах – 63% рынка РФ).

Оценка объемов онлайн-продаж кинобилетов в России (2013–2019)

В 2019 году, согласно выборочной проверке кинотеатров, расположенных в городах различных типов, в целом по стране услугу онлайн-продаж предлагают своим зрителям 59% площадок. Эта цифра заметно ниже, чем годом ранее – 76%. Причина кроется в резком увеличении доли рынка, приходящейся на малые города (100- тыс. жит.), где билеты онлайн продаются лишь в 27% кинотеатров. Еще один проблемный сегмент рынка – города с населением в 100-250 тыс. чел., где с каждым годом уменьшается число площадок с онлайн-продажами (сейчас уже 63%). Это также происходит за счет нарастания доли субсидированных игроков рынка, несмотря на то, что в более крупных городах около половины получивших субсидии кинотеатров продают билеты онлайн, а в малых поселениях – лишь меньше 10%. В то же время, в населенных пунктах с числом жителей более 250 тыс. эта услуга предоставляется почти всеми кинотеатрами.

Рисунок 93. Доля кинотеатров, имеющих онлайн-продажи кинобилетов, по типам городов с различной численностью населения (2017-2019)



По оценке Невафильм Research, в 2018 году в стране было продано онлайн 52,7 млн¹⁶ из 200,2 млн кинобилетов (26,3%); таким образом, годовой рост остался на уровне 2017-го – 22% (по сравнению с более 70% в 2015-2016 годах). Но если в 2017-м причиной замедления роста стали действия самих игроков (введение осенью наценки «Рамблер-кассой» и последовавший отказ от сотрудничества с ней крупных киносетей), то в 2018-м все подключенные к онлайн-продажам игроки рынка упрочили свои позиции в этом сегменте, однако при этом существенно выросла киносеть, не имеющая онлайн-продаж; напомним, что и посещаемость в стране сократилась.

Тем не менее, компаний, которые предлагают услуги по организации онлайн-продаж на рынке, становится все больше: сейчас среди крупных игроков можно отметить «Рамблер-кассу», «Киноход», «Премьеру-лайт», «Платформу 24» (бывшую «Кинобилеты.РФ»), «Кинокассу», «Премьер зал» и др. Добавим, что Фонд кино в настоящее время ведет разработку отдельного подсчета и визуализации онлайн-продаж в приложении ЕАИС (функция должна стать доступна осенью 2019 года), что будет способствовать большей открытости данного сегмента рынка.

Рисунок 94. Оценка объемов онлайн-продаж кинобилетов в России (2013–2018)



¹⁶ Оценка 2018 года произведена на основе данных крупных киносетей и доли кинотеатров, подключенных к онлайн-продажам по типам городов РФ. Ранее: по данным «Рамблер-кассы» (2013-2014), «Кинохода» (2014-2017), «Кинобилеты.РФ»/«Платформа 24» (2013-2018) и киносетей «Формула кино» (2013-2016), «Синема парк» (2014-2015), «Пять звезд» (2013-2018), «Монитор» (2014-2018), «Mori Cinema» (2015-2016), «КАРО» (2015-2018), «Киномакс» (2017-2018).

ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА (2019–2023)

Методология и предпосылки прогнозирования

Прогнозирование развития кинорынка России на 2019–2023 годы было проведено в несколько этапов:

- кластеризация городов с кинотеатрами по социоэкономическим признакам для дальнейшего прогнозирования показателей по образовавшимся группам;
- 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.

Для прогноза важно иметь в виду, что в России продолжается программа кинофикации малых городов. По ней уже было открыто 766 кинозалов, и планируется открыть еще 1200, примерно по 200 залов в год. Это ведет к росту сети быстрыми темпами. Однако кинопотребление в малых городах остается низким, и, несмотря на значительное расширение киносети и увеличения населения, охваченного кинопоказом, жители малых городов остаются достаточно инертными и не вносят ощутимый вклад в посещаемость, поэтому в прогнозе их потребление остается на крайне низком уровне.

Таблица 51. Социально-экономические данные, использованные для прогнозирования

	2019П	2020П	2021П	2022П	2023П
Население РФ, млн	146,80	146,80	146,76	146,68	146,58
Население Москвы, млн	12,58	12,67	12,75	12,82	12,88
Население Санкт-Петербурга, млн	5,36	5,40	5,44	5,47	5,47
Инвестиции в основной капитал, в % к пред. году	2,5	6,3	5,3	5,4	5,2
Реальные располагаемые доходы населения, в % к пред. году	0,7	1,6	1,8	2,0	2,1

Источники: Росстат, МЭР

Как обычно, мы опираемся на прогнозы Росстата и Минэкономразвития по числу жителей в России, инвестициям в основной капитал и доходам населения (консервативный сценарий).

Прогноз развития рынка на 2019–2023 годы

В 2019 году число посещений будет выше, чем в 2018-м, но ниже, чем в 2017-м. Выйти в плюс относительно совсем неудачного 2018 года (Чемпионат мира по футболу в России и другие факторы) будет относительно просто. Внесут свой вклад и почти 800 кинозалов, открытых по программе Фонда кино и к 2019 году начавших полноценно функционировать. Не последнюю роль сыграет и ряд релизов: до конца года большие сборы возможны у таких франшиз как «Малифисента 2», «Оно 2», «Тайна печати дракона: Путешествие в Китай», «Терминатор: Темная судьба», «Холодное сердце 2». В итоге мы ожидаем порядка 215 млн посещений по итогам текущего года.

Рекордная же посещаемость в ближайшие 5 лет ожидается в 2021 году: долгожданный релиз «Аватара 2» совместно с рядом других сильных продуктов позволят российскому кинорынку достичь 223 млн посещений. Однако следующие два года будут заметно менее тучными.

Рисунок 95. Прогноз кинопосещений, млн (2019–2023)



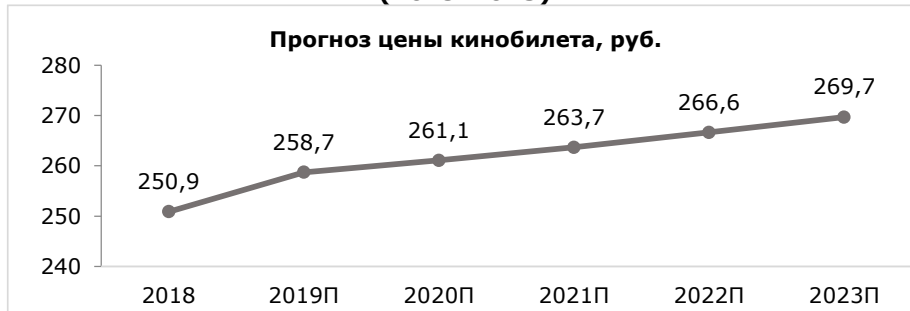
Средняя стоимость кинобилета в номинальном выражении будет незначительно расти в связи с ожидаемым ростом доходов населения и инфляцией. Стоит отметить, что реальная цена на билет при этом продолжит свой многолетний курс на снижение.

Этот отчет подготовлен для Олега Березина. 17 июля 2019 г.

В связи с тем, что Фонд Кино решил продлить программу кинофикации малых городов, киносеть продолжит расширение ударными темпами. Ежегодно до 2024-го включительно будет открываться почти по 200 залов. Кроме того, к концу 2020 года планируется открытие почти 160 залов в Москве компаний «ADG Group» и корейской киносети «CJ CGV».

Таким образом, в 2023 году в России будет 7050 цифровых кинозалов в почти 2600 коммерческих кинотеатрах.

Рисунок 96. Прогноз цены кинобилета в текущих ценах, руб. (2019-2023)



Используя прогноз посещаемости и средней цены кинобилета можно рассчитать кассовые сборы в России: в 2019 году они превысят 55 млрд руб., а в рекордном 2021-м приблизятся к 59 млрд руб.

Рисунок 97. Прогноз кассовых сборов в текущих ценах, млн руб. (2019-2023)

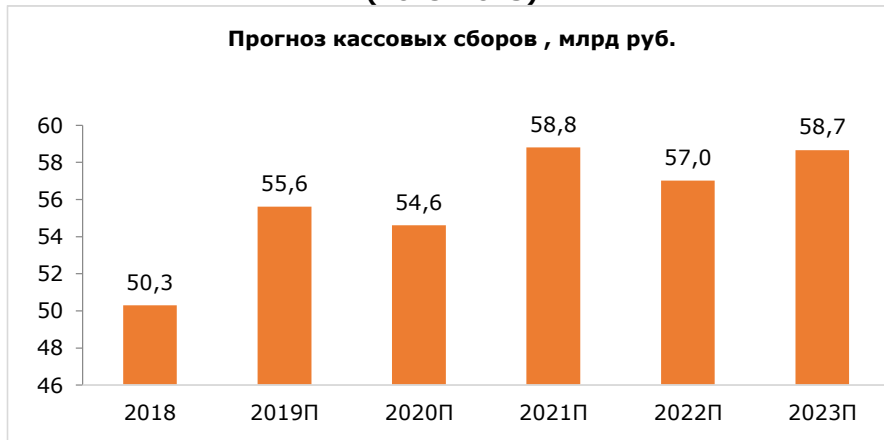
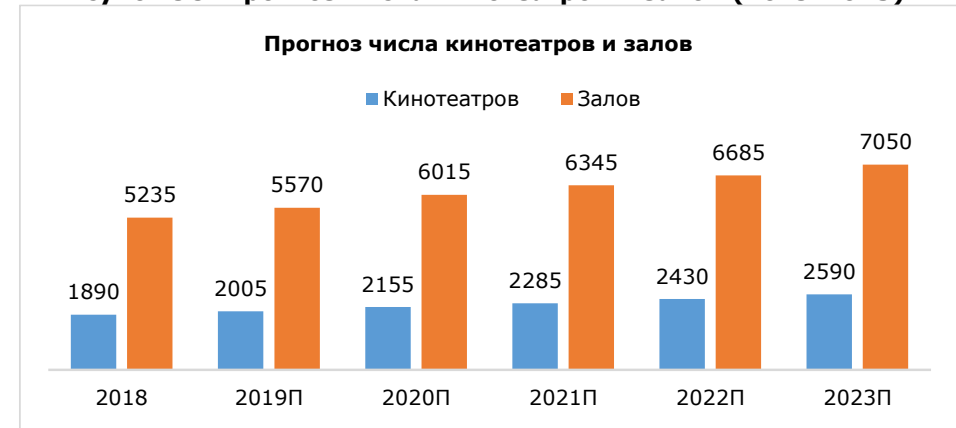


Рисунок 98. Прогноз числа кинотеатров и залов (2019-2023)



Впрочем, эти открытия не приведут к серьезному росту посещаемости и увеличению кинопотребления. Новые кинозалы лишь перераспределят общий пирог посещаемости.

СПИСОК РИСУНКОВ И ТАБЛИЦ

Рисунок 1. Среднемесячные курсы рубля, 2018–1П2019 гг.	9	Рисунок 20. Среднее число зрителей на сеансе по типу прокатчика в 2015–2018 гг.	18
Рисунок 2. Посещения (млн) и кинопотребление (раз в год на душу населения) в России в 2014–2018 гг.	10	Рисунок 21. Ширина росписи фильмов по типу прокатчика в 2016–2018 гг.	18
Рисунок 3. Кассовые сборы в России в 2014–2018 гг.	10	Рисунок 22. Доля сеансов фильмов в прокате по типу прокатчика в 2015–2018 гг.	18
Рисунок 4. Средняя цена кинобилета в России в 2014–2018 гг.	10	Рисунок 23. Доля релизов в российском прокате по возрастным рейтингам в 2014–2018 гг.	19
Рисунок 5. Число фильмов в прокате в России (без учета креативного контента и региональных фильмов) в 2014–2018 гг.	11	Рисунок 24. Доля фильмов в российском прокате по возрастным рейтингам в 2014–2018 гг.	19
Рисунок 6. Число релизов, имевших хотя бы один киноаттракционный формат	11	Рисунок 25. Доля отечественных релизов в российском прокате по возрастным рейтингам в 2014–2018 гг.	20
Рисунок 7. Число релизов в киноаттракционных форматах в России в 2014–2018 гг.	11	Рисунок 26. Доля зарубежных релизов в российском прокате по возрастным рейтингам в 2014–2018 гг.	20
Рисунок 8. Число российских фильмов, выпущенных в кинопрокат (без учета креативного контента и региональных фильмов)	14	Рисунок 27. Доля посещаемости по возрастным рейтингам в 2014–2018 гг.	21
Рисунок 9. Доля фильмов в прокате по регионам производства в 2014–2018 гг.	14	Рисунок 28. Доля кассовых сборов по возрастным рейтингам в 2014–2018 гг.	21
Рисунок 10. Доля посещаемости по регионам производства в 2014–2018 гг.	14	Рисунок 29. Среднее число посещений на фильм по возрастным рейтингам, тыс. в 2015–2018 гг.	21
Рисунок 11. Доля кассовых сборов по регионам производства в 2014–2018 гг.	15	Рисунок 30. Среднее число зрителей на сеансе по возрастным рейтингам в 2015–2018 гг.	22
Рисунок 12. Среднее число посещений (тыс.) на фильм по регионам производства в 2015–2018 гг.	15	Рисунок 31. Ширина росписи фильмов по возрастным рейтингам в 2016–2018 гг.	22
Рисунок 13. Среднее число зрителей на сеансе по регионам производства в 2015–2018 гг.	16	Рисунок 32. Доля сеансов фильмов в прокате по возрастным рейтингам в 2015–2018 гг.	22
Рисунок 14. Ширина росписи фильмов по регионам производства в 2016–2018 гг.	16	Рисунок 33. Число фильмов в российском прокате по доле населения, охваченного кинопоказом, посмотревшего фильм ..	23
Рисунок 15. Доля сеансов фильмов в прокате по регионам производства в 2015–2018 гг.	16	Рисунок 34. Доля фильмов в российском прокате по доле населения, охваченного кинопоказом, посмотревшего фильм в 2014–2018 гг.	23
Рисунок 16. Доля фильмов в прокате по типам дистрибьюторов в 2014–2018 гг.	17	Рисунок 35. Доля посещаемости по доле населения, охваченного кинопоказом, посмотревшего фильм в 2014–2018 гг.	24
Рисунок 17. Доля посещаемости по типам дистрибьюторов в 2014–2018 гг.	17	Рисунок 36. Доля кассовых сборов по доле населения, охваченного кинопоказом, посмотревшего фильм в 2014–2018 гг.	24
Рисунок 18. Доля кассовых сборов по типам дистрибьюторов в 2014–2018 гг.	17		
Рисунок 19. Среднее число посещений на фильм по типам дистрибьюторов, тыс. в 2015–2018 гг.	18		

Рисунок 37. Среднее число посещений на фильм по доле населения, охваченного кинопоказом, посмотревшего фильм, тыс. в 2015–2018 гг.	24
Рисунок 38. Среднее число зрителей на сеансе по доле населения, охваченного кинопоказом, посмотревшего фильм в 2015–2018 гг.	25
Рисунок 39. Широта росписи фильмов по доле населения, охваченного кинопоказом, посмотревшего фильм в 2016–2018 гг.	25
Рисунок 40. Доля сеансов фильмов в прокате по доле населения, охваченного кинопоказом, посмотревшего фильм в 2015–2018 гг.	25
Рисунок 41. Концентрация рынка кинопроката СНГ в 2014-2018 гг.	26
Рисунок 42. Количество фильмов регионального производства в российском прокате в 2014–2018 гг.	27
Рисунок 43. Результаты региональных фильмов в прокате в России в 2014-2018 гг.	28
Рисунок 44. Динамика появления кинокомиссий и систем фискальных стимулов (рибейтов) в России (2013-2019 гг.)	30
Рисунок 45. Число программ креативного контента в прокате в СНГ в 2014–2018 гг.	33
Рисунок 46. Число релизов и программ креативного контента в киноаттракционных форматах в прокате СНГ в 2014-2018 гг. ..	34
Рисунок 47. Число наименований в составе новых программ креативного контента по жанрам в 2014-2018 гг.	34
Рисунок 48. Результаты креативного контента в прокате в СНГ в 2014-2018 гг.	35
Рисунок 49. Средняя цена кнобилета на сеансы креативного контента в российском прокате в 2018 г. по жанрам (руб.)	37
Рисунок 50. Число коммерческих кинотеатров и залов, 2014–01.05.2019.....	38
Рисунок 51. Динамика открытия и закрытия коммерческих кинотеатров в России, 2014–01.05.2019	38
Рисунок 52. Темпы прироста числа кинозалов в России, 2015–01.05.2019.....	38
Рисунок 53. Репертуарные обязательства российских прокатчиков на 01.01.2019.....	39

Рисунок 54. Доли рынка субсидированных Фондом кино площадок, 2016–01.05.2019	39
Рисунок 55. Число кинотеатров и залов в ТРЦ, 2014–01.05.2019	40
Рисунок 56. Динамика открытия и закрытия коммерческих кинотеатров в ТРЦ России (2014-01.05.2019).....	40
Рисунок 57. Число VIP-залов в России, 2014–01.05.2019	40
Рисунок 58. Число детских залов в кинотеатрах России, 2014–01.05.2018.....	40
Рисунок 59. Число киноаттракционных коммерческих залов, 2014–01.05.2019.....	41
Рисунок 60. Мультиплексы (8+ залов) в России, 2014–2018 гг.	41
Рисунок 61. Открытия и закрытия кинотеатров и залов в 2018 году по типам городов	44
Рисунок 62. Среднее число залов в кинотеатрах, попавших в статистику открытий, по типам городов	44
Рисунок 63. Производители 2К и 4К цифровых проекторов, 2018-01.05.2019.....	48
Рисунок 64. 4К проекторы, 2014–01.05.2019	48
Рисунок 65. Лазерные проекторы в России, 2014–01.05.2019 ..	48
Рисунок 66. Производители лазерных проекторов, 2014–01.05.2019.....	48
Рисунок 67. Производители цифровых серверов, 2018-01.05.2019.....	49
Рисунок 68. Производители 3D-систем, 2018-01.05.2019	49
Рисунок 69. Рейтинг интеграторов оборудования, 2018-01.05.2019.....	49
Рисунок 70. Открытия и закрытия кинотеатров и залов в 2018 году по федеральным округам	51
Рисунок 71. Коммерческие кинотеатры в Московском регионе, 2014–01.05.2019.....	53
Рисунок 72. Динамика открытия и закрытия коммерческих кинотеатров в Московском регионе, 2014–01.05.2019	53
Рисунок 73. Темпы прироста числа кинозалов в Московском регионе, 2015–01.05.2019	53
Рисунок 74. Кинотеатры в ТРЦ в Московском регионе, 2014–01.05.2019.....	54

Рисунок 75. Детские и VIP кинозалы в Московском регионе, 2014–01.05.2019.....	54
Рисунок 76. Киноаттракционные коммерческие кинозалы в Московском регионе, 2014–01.05.2019.....	54
Рисунок 77. Коммерческие кинотеатры в Санкт-Петербурге, 2014–01.05.2019.....	58
Рисунок 78. Динамика открытия и закрытия коммерческих кинотеатров в Санкт-Петербурге, 2014-01.05.2019.....	58
Рисунок 79. Коммерческие кинотеатры в Санкт-Петербурге, 2015–01.05.2019.....	58
Рисунок 80. Кинотеатры в ТРЦ в Санкт-Петербурге, 2014–01.05.2019.....	59
Рисунок 81. Детские и VIP кинозалы в Санкт-Петербурге, 2014–01.05.2019.....	59
Рисунок 82. Киноаттракционные коммерческие кинозалы в Санкт-Петербурге, 2014–01.05.2019.....	59
Рисунок 83. Коммерческие кинотеатры в регионах, 2014–01.05.2019.....	63
Рисунок 84. Динамика открытия и закрытия коммерческих кинотеатров в регионах, 2014–01.05.2019.....	63
Рисунок 85. Темпы прироста числа кинозалов в регионах, 2015–01.05.2019.....	63
Рисунок 86. Распределение заявок, победивших в конкурсах Фонда кино, по численности населения городов, где они располагаются.....	64
Рисунок 90. Доля субсидированных кинозалов в составе киносетей из числа топ-10 с учетом франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании.....	64
Рисунок 87. Кинотеатры в ТРЦ в регионах, 2014–01.05.2019....	65
Рисунок 88. Детские и VIP кинозалы в регионах, 2014–01.05.2019.....	65
Рисунок 89. Киноаттракционные коммерческие кинозалы в регионах, 2014–01.05.2019.....	65
Рисунок 91. Объем российского рынка кинобаров (2014-2018)	69
Рисунок 92. Объемы российского рынка кинорекламы, без учета НДС (2014-2018).....	70

Рисунок 93. Доля кинотеатров, имеющих онлайн-продажи кинобилетов, по типам городов с различной численностью населения (2017-2019).....	72
Рисунок 94. Оценка объемов онлайн-продаж кинобилетов в России (2013–2018).....	72
Рисунок 95. Прогноз кинопосещений, млн (2019-2023).....	73
Рисунок 96. Прогноз цены кинобилета в текущих ценах, руб. (2019-2023).....	74
Рисунок 97. Прогноз кассовых сборов в текущих ценах, млн руб. (2019-2023).....	74
Рисунок 98. Прогноз числа кинотеатров и залов (2019-2023)...	74

Таблица 1. Ведущие кинорынки мира в 2018 году (по числу посещений).....	8
Таблица 2. Экономическая ситуация в России (в процентах к предыдущему году), 2015-2019 (прогноз).....	9
Таблица 3. Топ 20 фильмов в российском прокате 2018 года по числу посещений.....	12
Таблица 4. Топ 10 российских фильмов в прокате 2018 года по числу посещений.....	12
Таблица 5. Топ 20 фильмов в российском прокате 2018 года по сумме кассовых сборов.....	13
Таблица 6. Топ 10 российских фильмов в прокате 2018 года по сумме кассовых сборов.....	13
Таблица 7. Топ 20 дистрибьюторов в России в 2018 году (по кассовым сборам).....	26
Таблица 8. Количество релизов по регионам в 2014–2018 гг....	27
Таблица 9. Рейтинг российских регионов по числу посещений локальных фильмов в 2018 году.....	28
Таблица 10. Топ-10 фильмов регионального производства в 2018 г. в российском прокате по числу посещений.....	29
Таблица 11. Топ-10 фильмов регионального производства в 2018 г. в российском прокате по кассовым сборам.....	29
Таблица 12. Действующие российские кинокомиссии и условия получения субсидий на возмещение затрат на кинопроизводство в регионе.....	31
Таблица 13. Топ-10 программ креативного контента в 2018 году в прокате СНГ по числу посещений.....	35

Таблица 14. Топ-10 программ креативного контента в 2018 году в прокате СНГ по кассовым сборам.....	36
Таблица 15. Топ-10 дистрибьюторов креативного контента в прокате СНГ в 2018 году (по числу релизов).....	37
Таблица 16. Топ-10 дистрибьюторов креативного контента в прокате СНГ в 2018 году (по кассовым сборам).....	37
Таблица 17. Распределение коммерческих кинотеатров в России по количеству залов на 01.01.2019	42
Таблица 18. Распределение коммерческих кинотеатров в России по количеству залов на 01.05.2019	42
Таблица 19. Обеспеченность населения услугами кинопоказа на 01.01.2019.....	43
Таблица 20. Обеспеченность населения услугами кинопоказа на 01.05.2019.....	43
Таблица 21. Фрагментация рынка кинопоказа России по типам операторов кинотеатров на 01.01.2019.....	45
Таблица 22. Фрагментация рынка кинопоказа России по типам операторов кинотеатров на 01.05.2019.....	45
Таблица 23. Топ 10. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.01.2019 (включая франшизы и кинотеатры на репертуарном планировании)	46
Таблица 24. Топ 10. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.05.2019 (включая франшизы и кинотеатры на репертуарном планировании)	46
Таблица 25. Топ 10. Крупнейшие владельцы сетей кинотеатров России на 01.01.2019 (без франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)	47
Таблица 26. Топ 10. Крупнейшие владельцы сетей кинотеатров России на 01.05.2019 (без франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)	47
Таблица 27. Кинорынок федеральных округов России на 01.01.19	50
Таблица 28. Кинорынок федеральных округов России на 01.05.19	50
Таблица 29. Крупнейшие города по числу залов в России на 01.01.2019.....	52

Таблица 30. Рейтинг городов-миллионников по количеству коммерческих кинозалов на 100 тыс. жителей (на 01.01.2019, Московский регион = 100%).....	52
Таблица 31. Крупнейшие города по числу залов в России на 01.05.2019.....	52
Таблица 32. Рейтинг городов-миллионников по количеству коммерческих кинозалов на 100 тыс. жителей (на 01.05.2019, Московский регион = 100%).....	52
Таблица 33. Распределение коммерческих кинотеатров Московского региона по количеству залов на 01.01.2019	55
Таблица 34. Распределение коммерческих кинотеатров Московского региона по количеству залов на 01.05.2019	55
Таблица 35. Московский регион – крупнейшие операторы кинотеатров по количеству залов на 01.01.2019 (с учетом франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)	56
Таблица 36. Московский регион – крупнейшие владельцы кинотеатров по количеству залов на 01.01.2019 (без учета франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)	56
Таблица 35. Московский регион – крупнейшие операторы кинотеатров по количеству залов на 01.05.2019 (с учетом франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)	57
Таблица 36. Московский регион – крупнейшие владельцы кинотеатров по количеству залов на 01.05.2019 (без учета франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)	57
Таблица 37. Распределение коммерческих кинотеатров Санкт-Петербурга по количеству залов на 01.01.2019.....	60
Таблица 38. Распределение коммерческих кинотеатров Санкт-Петербурга по количеству залов на 01.05.2019.....	60
Таблица 39. Санкт-Петербург – крупнейшие операторы кинотеатров по количеству залов на 01.01.2019 (с учетом франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)	61
Таблица 40. Санкт-Петербург – крупнейшие операторы кинотеатров по количеству залов на 01.05.2019 (с учетом франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)	61
Таблица 41. Санкт-Петербурге – крупнейшие владельцы кинотеатров по количеству залов на 01.01.2019 (без учета франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)	62

Таблица 42. Санкт-Петербурге – крупнейшие владельцы кинотеатров по количеству залов на 01.05.2019 (без учета франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)	62
Таблица 43. Распределение коммерческих кинотеатров в регионах по количеству залов на 01.01.2019	66
Таблица 44. Распределение коммерческих кинотеатров в регионах по количеству залов на 01.05.2019	66
Таблица 45. Регионы – крупнейшие операторы кинотеатров по количеству залов на 01.01.2019 (с учетом франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)	67
Таблица 46. Регионы – крупнейшие операторы кинотеатров по количеству залов на 01.05.2019 (с учетом франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)	67
Таблица 47. Регионы – крупнейшие владельцы кинотеатров по количеству залов на 01.01.2019 (без учета франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)	68
Таблица 48. Регионы – крупнейшие владельцы кинотеатров по количеству залов на 01.05.2019 (без учета франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)	68
Таблица 49. Социально-экономические данные, использованные для прогнозирования.....	73

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.