



## Отчет ДИНАМИКА ИЗМЕНЕНИЯ КИНОАУДИТОРИИ РОССИИ: какого зрителя ждать в 2025 году

*Павел Кузьмичев, аналитик Невафильм Research,  
Ксения Леонтьева, ведущий аналитик Невафильм Research;*

**Невафильм Research** – крупнейшее исследовательское агентство в сфере современного кинопоказа в России, которое ведет независимый мониторинг данного рынка с 2003 года; постоянный партнер и авторитетный источник информации для международных исследовательских организаций, предоставляющий данные о развитии российского кинорынка Европейской аудиовизуальной обсерватории, IHS, «Media Salles» и др.

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**); лидер в области проектирования кинотеатров и поставки цифрового оборудования кинопоказа на российский рынок (**Невафильм Cinemas**); первая в России лаборатория цифрового мастеринга (**Невафильм Digital**); первый российский дистрибьютор креативного контента для цифровых кинозалов (**Невафильм Emotion**).

### Описание исследования

Дата выхода отчета	Май 2018 года
Количество страниц	45
Язык отчета	Русский
Стоимость (руб.)	30 000 (без НДС) – русская версия <i>Цена для подписчиков на информационно-аналитический листок «Cinema Market» – 27 000 (без НДС)</i>
Описание отчета	Отчет по результатам метаисследования кинозрительских опросов 2011, 2013 и 2016 годов, включая анкетирование зрителей-синефилов в кинотеатрах Санкт-Петербурга.  <u>Цель:</u> описание изменений российской киноаудитории и прогноз частоты кинопосещения в различных возрастных группах к 2025 году. Составлен портрет российского любителя артхауса и его отличия от обычного посетителя кинотеатра. Сформулированы угрозы для кинотеатрального бизнеса, связанные с глобальными трендами в видеопотреблении.  <u>Методы исследования:</u> отчет представляет собой результаты метаисследования и базируется на изучении следующих материалов: <ul style="list-style-type: none"><li>• демографические тренды в России и за рубежом (во Франции, Германии и США);</li></ul>

- результаты опросов киноаудитории Невафильм Research, которые проводились в 2011, 2013 и 2016 годах, в том числе по телефону, в Интернете, в обычных кинотеатрах и на сеансах артхаусного ретропроекта журнала «Сеанс» «Кино в городе – Петербургская синематека»;
- статистика и аналитика киноаудитории в США, Австралии, Франции, Великобритании, Германии и Европе в целом
- отчеты, доклады и статьи, посвященные изменениям, происходящим с зарубежной и отечественной киноаудиторией в последние годы.

Все перечисленные материалы были использованы с целью представить изменения, которые происходят с киноаудиторией в России и в мире, и спрогнозировать частоту кинопосещения в различных возрастных группах, а также состав зрительской аудитории в нашей стране к 2025 году.

Источники информации: опросы киноаудитории Невафильм Research (2011-2016); исследовательские материалы компании «Невафильм»; статистические данные по посещаемости кинотеатров («Кинобизнес сегодня», «Бюллетень кинопрокатчика», comScore, ЕАИС); Росстат, ООН, «Демоскоп Weekly», populationpyramid.net, ВЦИОМ, «UCPR-Research», CNC, BFI, «Screen Australia», МРРА, UNIC, «CineEurope», EFARN, «Nostradamus Screen Visions», SAWA, IHS, «Goteborg Film Festival», Европейская аудиовизуальная обсерватория и др.

Содержание отчета

## МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Демография России и развитых стран
  - 1.1 Демографические тренды в России
  - 1.2 Демографические тренды западных стран
  - 1.3 Сравнение демографических трендов
2. Динамика кинопотребления в России
  - 2.1 Представленность половозрастных групп в российских кинотеатрах
  - 2.2 Частота кинопосещений и причины похода в кино
  - 2.3 Домашний кинопросмотр
  - 2.4 Основные изменения российского кинозрителя в период 2011-2016 гг.
3. Динамика кинопотребления в различных возрастных группах за рубежом
  - 3.1 США
  - 3.2 Франция
  - 3.3 Великобритания
  - 3.4 Австралия
  - 3.5 Другие европейские исследования
  - 3.6 Сходства и различия зарубежного и российского кинозрителя
4. Глобальные тенденции в сфере потребления видеоконтента
  - 4.1 Конкуренция за время зрителя
  - 4.2 Опыт кинопосещения
  - 4.3 Расширение предлагаемого контента
  - 4.4 Сегментация аудитории
  - 4.5 Конкуренция за внимание зрителя
  - 4.6 Мобильные технологии и второй экран
  - 4.7 Ценность vs стоимость
  - 4.7 Угрозы ближайшего времени и методы борьбы с ними
5. Сегментация киноаудитории: особенности российских синефилов

- 5.1 Социально-демографические особенности синефилов
- 5.2 Паттерны кинопосещения синефилов
- 5.3 Формы досуга синефилов
- 5.4 Паттерны домашнего кинопросмотра синефилов
- 5.5 Основные особенности сегмента синефилов
- 6. Прогноз частоты кинопосещения и структуры киноаудитории в России к 2025 году
  - 6.1 Частота кинопотребления в России в разных возрастных группах (2011-2016)
  - 6.2 Прогноз частоты кинопотребления в России в разных возрастных группах (2020-2025)
  - 6.3 Прогноз возрастной структуры зрительской аудитории российских кинотеатров (2016-2025)
- СПИСОК РИСУНКОВ
- СПИСОК ТАБЛИЦ
- БИБЛИОГРАФИЯ
- ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ

Список таблиц и диаграмм отчета

### **Таблицы**

- Таблица 1. Сравнение частоты кинопосещения в разных возрастных группах (2011, 2016)
- Таблица 2. Изменение устройств для просмотра фильмов (2011, 2016)
- Таблица 3. Топ-3 популярных ресурсов для просмотра фильмов в Интернете (2011, 2013, 2016)

### **Диаграммы (рисунки)**

- Рисунок 1. Население на начало года, млн; средний прогноз Росстата
- Рисунок 2. Изменение населения с накоплением, млн; средний прогноз Росстата
- Рисунок 3. Половозрастная пирамида России (по однолетним группам до 84 лет) на 2017 год
- Рисунок 4. Половозрастная пирамида России (по однолетним группам до 84 лет) на 2025 год
- Рисунок 5. Численность населения в западных странах на 2017 год и прогноз на 2025 год, млн чел.
- Рисунок 6. Половозрастная пирамида (по четырехлетним группам) в США на 2017 год
- Рисунок 7. Половозрастная пирамида (по четырехлетним группам) во Франции на 2017 год
- Рисунок 8. Половозрастная пирамида (по четырехлетним группам) в Германии на 2017 год
- Рисунок 9. Половозрастная пирамида (по четырехлетним группам) в России на 2017 год
- Рисунок 10. Возрастные группы киноаудитории (2011, 2013, 2016)
- Рисунок 11. Возрастные группы киноаудитории (2017, 2018)
- Рисунок 12. Пол аудитории кинотеатров (2011, 2013, 2016)
- Рисунок 13. Частота похода в кинотеатр (2011, 2013, 2016)
- Рисунок 14. Частота похода в кинотеатр (2017, 2018)
- Рисунок 15. Причины похода в кинотеатр (2011, 2016)
- Рисунок 16. Что мешает ходить в кино чаще (2011, 2016)
- Рисунок 17. Количество просматриваемых фильмов в неделю (2011, 2013)
- Рисунок 18. Устройства для просмотра фильмов (2011, 2016)
- Рисунок 19. Потребление платного и бесплатного контента вне кинотеатров (2011, 2013, 2016)
- Рисунок 20. Доля респондентов, использующих легальные и нелегальные источники просмотра видео (2011, 2013, 2016)
- Рисунок 21. Число кинопосещений в западных странах (2008–2016)

Рисунок 22. Возрастные группы кинозрителей США и Канады в 2016 году

Рисунок 23. Частота кинопосещений по возрастным группам в США (2009, 2012, 2016)

Рисунок 24. Возрастные группы киноаудитории Франции (2008, 2011, 2016)

Рисунок 25. Частота кинопосещений по возрастным группам во Франции (2008, 2011, 2016)

Рисунок 26. Возрастные группы киноаудитории в Великобритании (2007, 2011, 2016)

Рисунок 27. Частота кинопосещений по возрастным группам в Австралии (2008, 2012, 2016)

Рисунок 28. Доля населения, посетившего кинотеатр хотя бы раз в год, от всей численности каждой возрастной группы в Австралии (2008, 2012, 2016)

Рисунок 29. Возрастные группы зрителей обычных кинотеатров и синефилов

Рисунок 30. Пол зрителей обычных кинотеатров и синефилов

Рисунок 31. Образование зрителей обычных кинотеатров и синефилов

Рисунок 32. Занятость зрителей обычных кинотеатров и синефилов

Рисунок 33. Структура занятости зрителей обычных кинотеатров и синефилов

Рисунок 34. Частота кинопохода зрителей обычных кинотеатров и синефилов

Рисунок 35. Компания для похода в кино зрителей обычных кинотеатров и синефилов

Рисунок 36. Время покупки билета зрителей обычных кинотеатров и синефилов

Рисунок 37. Препятствия для более частого похода в кино среди зрителей обычных кинотеатров и синефилов

Рисунок 38. Формы проведения досуга среди обычных зрителей кинотеатров и синефилов

Рисунок 39. Устройство для просмотра фильмов вне кинотеатра среди обычных зрителей кинотеатров и синефилов

Рисунок 40. Способы просмотра фильмов на телевизоре среди обычных зрителей кинотеатров и синефилов

Рисунок 41. Способы просмотра фильмов на компьютере среди обычных зрителей кинотеатров и синефилов

Рисунок 42. Способы просмотра фильмов на планшете среди обычных зрителей кинотеатров и синефилов

Рисунок 43. Использование приложений среди обычных зрителей кинотеатров и синефилов

Рисунок 44. Динамика частоты кинопотребления в разных возрастных группах по городскому населению России в целом (2011, 2016)

Рисунок 45. Динамика частоты кинопотребления в разных возрастных группах по городам, обеспеченным кинопоказом (2011, 2016)

Рисунок 46. Прогноз частоты кинопотребления в возрастных группах в России (2020–2025)

Рисунок 47. Изменение структуры зрительской аудитории российских кинотеатров (2016–2025)

ВНИМАНИЕ: описанные условия предоставления отчета предусматривают исключительно информационные цели его использования; во всех иных случаях условия приобретения материалов оговариваются отдельно.