

АНАЛИЗ СРЕДНИХ ЦЕН НА БИЛЕТЫ В 2009 ГОДУ (3D-фильмы и альтернативный контент)

Ксения Леонтьева, Константин Городинский, Невафильм Research

2009 год был отмечен рекордным количеством трехмерных кинорелизов в российском прокате (за год на экраны вышло 19 3D-фильмов), а также началом трансляции альтернативных кинопрограмм в цифровых кинозалах – не на основе репертуарного показа, а в виде уникальных единичных сеансов (иногда с повторами). Исследовательский отдел компании «Невафильм» на сей раз ограничил мониторинг кинобилетов, анализируя цены только на крупнейшие трехмерные релизы – это «Монстры против пришельцев» (первый стереорелиз года), «Ледниковый период-3: Эра динозавров» (самый долгожданный релиз первой половины года) и, конечно, «Аватар» (крупнейший 3D-фильм в современной России, да и во всем мире). Кроме того, годовой опыт работы дистрибьюторского подразделения нашей компании позволил нам сделать некоторые интересные выводы относительно ценовой политики кинотеатров при показе альтернативного контента.

Крупнейшие 3D-фильмы 2009 года

«Монстры против пришельцев»

- 81 исследованный кинотеатр (93% цкт)
- Средневзвешенное повышение на 3D-сеансах – 41,6%

«Ледниковый период-3: Эра динозавров»

- 110 исследованных кинотеатров (87% цкт)
- Средневзвешенное повышение на 3D-сеансах – 40,2%

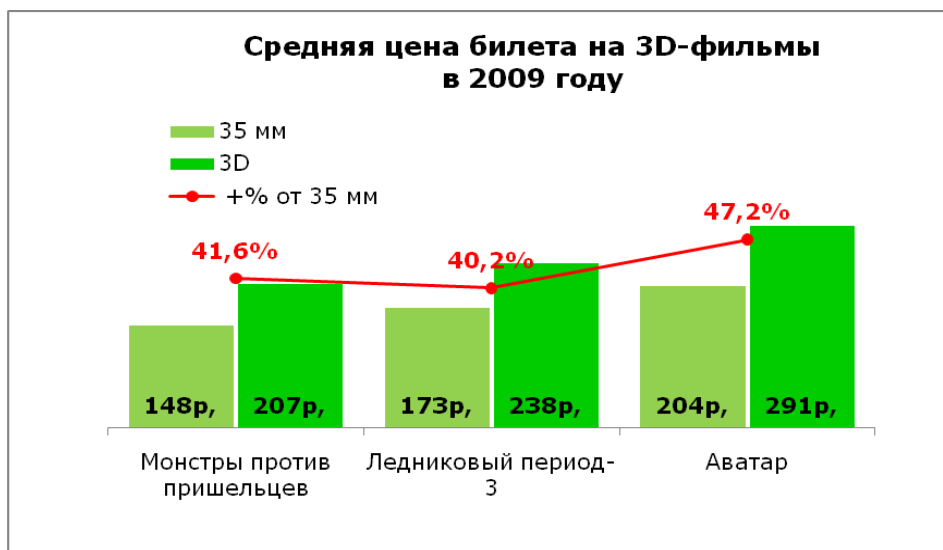
«Аватар»

- 197 исследованных кинотеатров (80% цкт)
- Средневзвешенное повышение на 3D-сеансах – 47,2%

Методика расчета средневзвешенного уровня повышения цены билета на 3D-сеансы относительно обычных 35-мм показов аналогична расчетам средней цены кинопосещения в Москве и Санкт-Петербурге: средняя цена предложения высчитывается для 3D-сеансов и для аналогичных по времени показов в обычном формате (в случае «Аватара» мы старались брать для сравнения 2D-сеансы того же фильма, где это было возможно). При этом уровень повышения цены рассчитывается как средневзвешенное (по числу цифровых залов в исследованных кинотеатрах) от полученного процента повышения в каждом кинокомплексе. Таким образом, данный процент отличается от простого деления, получаемого по формуле $[(\text{средняя цена 3D} - \text{средняя цена 2D}) / \text{средняя цена 2D}]$.

Итак, в 2009 году мониторинг цен на 3D-сеансы был проведен по трем кинофильмам, на первой (в случае «Аватара» – и на второй) неделе проката картины: с 19 по 25 марта («Монстры против пришельцев»), с 1 по 7 июля («Ледниковый период-3») и с 17 по 31 декабря («Аватар»). Для перевода полученных рублевых значений в валютный эквивалент использовались следующие средние курсы доллара на момент измерения (в хронологическом порядке): 33,65 руб.; 31,20 руб.; 30,40 руб.

Результаты исследования показали, что в России неуклонно росла цена предложения: в марте обычные билеты в кинотеатрах стоили менее 150 руб. (\$4,4) – 3D-сеансы предлагалось посетить за 207 руб. (\$6,2); в июле цена обычных киносеансов превысила 170 руб. (\$5,6) – трехмерные показы могли обойтись в среднем в 240 руб. (\$7,6); а в декабре показ более длинных двухмерных сеансов «Аватара» стоил уже более 200 руб. (\$6,7), а трехмерных – более 290 руб. (\$9,6). В то же время с начала года в стране наблюдалось падение среднего уровня повышения цен на 3D-сеансы: так, если процент повышения на первом цифровом 3D-релизе в России – «Беовульфе» (2007) – составлял 69%, на «Путешествии к центру Земли» – 41%, на «Вольте» (2008) – 43%, то нынешний год начался с уровня +42% в марте и продолжился уже сорокапроцентным повышением в июле. Однако в декабре ошеломительный «Аватар» вмешался в прогнозы по дальнейшему падению разницы цен на билеты: средневзвешенный уровень повышения на трехмерных показах этого фильма составил на первых неделях демонстрации 47%.



В связи с тем, что результаты мониторинга цен по «Аватару» оказались несколько неожиданными, любопытно рассмотреть, чем же вызвано подобное изменение сложившейся тенденции к сглаживанию разницы между 2D- и 3D-показами. Фильм действительно вызвал небывалый интерес у публики, позволивший существенно продлить сроки кинотеатрального проката картины, повысить цены на все типы показов, а также установить сеансы в непривычное время (в некоторых кинотеатрах утренние сеансы начинались в 8-30 (!), что позволило кинопоказчикам вместить большее число показов в течение дня). Но помимо этого зрительского интереса, на наш взгляд, важное влияние на уровень повышения стоимости 3D-показов оказало молниеносное (почти в два раза за один месяц) расширение цифровой киносети России; при этом во многих городах были открыты первые цифровые кинозалы, которые на момент релиза «Аватара» смогли предложить зрителям уникальную киноуслугу.

Доказательством того, что именно «новички» 3D-показа подняли уровень цен так высоко, может служить ранжирование кинотеатров по дате открытия первых цифровых залов в них. Проведенный в таком контексте анализ свидетельствует, что установившие «цифру» – специально под «Аватара»! – кинокомплексы повысили цену на 3D-сеансы в среднем более чем в полтора раза; уже имевшие опыт показа трехмерных фильмов в 2009 году (от «Ледникового периода-3» до «Рождественской истории») – менее, чем в половину; а кинотеатры, имевшие цифровые залы до середины 2009-го, повысили цены в декабре всего на 44%.



При этом большое влияние на ценовую политику кинотеатров в отношении 3D оказывают и такие факторы, как наличие конкуренции на территории обслуживания, общее социально-экономическое положение в регионе, позиционирование кинотеатра и сложившиеся традиции кинообслуживания. Вообще не повышают цены на 3D-показы,

например, VIP-кинзалы («Джем Холл» в Санкт-Петербурге, «Люксор-Центр» в Москве), тогда как максимальное повышение на «Аватаре» (более, чем в два раза) было отмечено в Самаре («Киномест» – 182%) Балакове («Мир» – 132%), Москве («Художественный» – 120%), Ростове-на-Дону («Plaza Cinema» – 118%), Рязани («Малина» – 116%) и в некоторых других кинотеатрах.

Альтернативный контент

«Iron Maiden: Flight 666»

- 37 исследованных кинотеатров
- Изменение цены – 1%

«Концерт в честь маэстро Паваротти»

- 25 исследованных кинотеатров
- Изменение цены – -11%

«Последний герой: Всероссийская КИНОакция памяти Цоя»

- 23 исследованных кинотеатра
- Изменение цены – 20%

Классическая музыка (опера «Ла Скала»)

- 18 исследованных кинотеатров
- Изменение цены – 30%

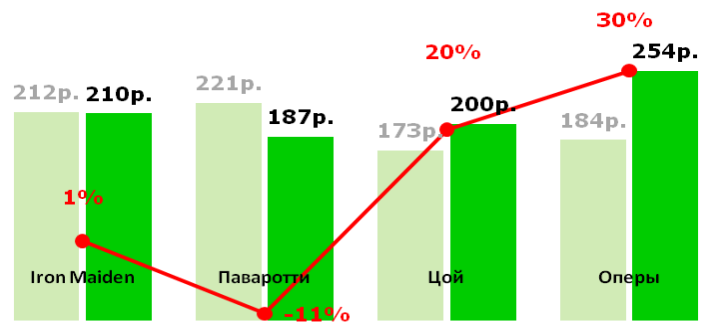
Методика сравнения цен на показах альтернативного контента и обычных фильмов отличается от традиционного нахождения средневзвешенных. Дело в том, что в распоряжении Невафильм Emotion имеются данные о фактической цене посещения сеансов наших альтернативных программ, но, поскольку в большинстве кинотеатров премьерные показы проходят вечером в будни, средняя цена кинопосещения на них может быть сравнима с ценой предложений кинотеатров на обычные фильмы в аналогичное время. Поскольку данные цифры могут быть сопоставимы с большой степенью условности, мы позволили себе провести сравнение с ценой кинобилета в этих же цифровых кинотеатрах на сеансах «Аватара» в 2D во вторник вечером (данные за декабрь 2009 года). Это не позволяет нам выявить реальное изменение цен на альтернативные кинопоказы, однако дает возможность представить потенциал ценовой политики музыкальных программ для кинотеатров по сравнению с успешными блокбастерами.

В 2009 году Невафильм Emotion представила зрителям три популярных музыкальных проекта («Iron Maiden: Рейс 666» – 21 апреля, «Концерт в честь Маэстро Паваротти: Изумительный вечер в Петре» – 26 мая, Всероссийская КИНОакция памяти Виктора Цоя «Последний герой» – 15 августа), а также серию оперных представлений театра «Ла Скала» («Травиата», «Мария Стюарт», «Аида» – с октября по декабрь 2009-го).

Относительно декабрьских вечерних сеансов обычных фильмов в целом средний уровень цен на показы альтернативного контента оказался выше на 10%! При этом невысокая цена в начале года может быть объяснена как внедрением новой услуги для российских цифровых кинотеатров, так и инфляцией кинобилета с весны по декабрь (взятый нами в качестве базы для сравнения). Однако уже летняя КИНОакция позволила кинотеатрам повысить цену билета на 20% по сравнению с декабрьским показом «Аватара» в 2D, а осенне-зимний сезон оперных спектаклей «Ла Скала» стал еще более прибыльным: стоимость посещения подобных демонстраций оказалась на 30% выше, чем цена на обычные фильмы.

Средняя стоимость билета на сеансы альтернативного контента в 2009 году

- средняя цена предложения на обычные сеансы (вечер вторника, декабрь 2009-го)
- средняя стоимость посещения сеансов альтернативного контента
- средний уровень повышения цены билета на сеансы альтернативного контента



© 2010 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH™

Полную версию исследования читайте на сайте www.nevafilm.ru