

Российский рынок кинопоказа. Итоги 2010 года

Ксения Леонтьева, Элеонора Кольенен-Иванова, компания «Невафильм»

2010 год для российского кинорынка прошел под знаком перемен: пока кинопроизводство свыкалось с новой системой госфинансирования, а строительная отрасль восстанавливалась после кризисного падения, кинотеатры направили все свои усилия на установку цифровой кинопроекции, чем с радостью воспользовались кинопрокатчики и заполнили рынок широким ассортиментом цифровых фильмов как в 3D-, так и 2D-формате.

Внекинотеатральные каналы сбыта кинопродукции также были отмечены новыми трендами. Видеорынок все более активно переходит на новый формат носителей (Blu-Ray) – по оценкам специалистов «Screen Digest», число BD-плееров в стране за год увеличилось вдвое (до 600 тыс.), а объемы продаж Blu-Ray дисков уже составляют около 2% от легального DVD-рынка. На телевизионном рынке также происходили изменения: был проведен ребрендинг одних эфирных каналов (в сети ВГТРК), изменен формат других («7ТВ», «Спорт»), появились новые (детский канал «Карусель»); началось вещание первых трехмерных спутниковых телеканалов (в сети «НТВ-плюс»). Настоящая революция произошла в сфере развития услуг «видео по запросу»: прежде такие сервисы были доступны только в телевизионных кабельных сетях, а в 2010-м стали активно появляться в Интернете (на основе как платных, так и рекламных моделей). Сегодня 12 компаний предлагают пользователям услуги VoD в кабельных и IPTV сетях (доступ к ним на платной основе имеют порядка 11 млн человек); в Интернете же число легальных сервисов «видео по запросу» по итогам года превысило 15 сайтов, шесть из которых предлагали бесплатные для пользователя услуги. Примечательно, что крупные киностудии и дистрибьюторы охотно предоставляют для этого свой контент.

Кинопрокат

Что касается кинотеатрального проката, то здесь рынок достиг небывалых высот – отметка в миллиард долларов кассовых сборов в 2010 году была преодолена! По данным журнала «Кинобизнес сегодня», касса кинопроката СНГ (за исключением Украины) составила \$1 057,4 млн, что на 43,6% выше уровня 2009 года. Оценка *российского* кассового сбора по данным крупнейших дистрибьюторов¹ составила \$1 013,6 млн, или 30,9 млрд руб. (при среднегодовом курсе доллара 30,5 руб.). Количество проданных кинобилетов в РФ оценивается в 155,9 млн (это на 17,8% выше, чем в 2009-м). Цена кинобилета за прошедший год выросла весьма существенно – на 14,7% в рублевом эквиваленте и на 22% в долларах – и составила по итогам года 194,4 руб. (\$6,5). Естественно, главной причиной такого роста цены кинопосещения следует считать 3D-сеансы, число которых существенно увеличилось как благодаря расширению цифровой киносети, так и из-за возросшего числа цифровых 3D-релизов.



¹ Из суммарных кассовых сборов и числа проданных кинобилетов в СНГ (без учета Украины) выделена доля Российской Федерации – на основании средневзвешенной статистики кинопрокатных компаний «WDSР», «XX век Фокс-СНГ», «Каропремьер», «Каро Прокат» и «UPI» (в 2010 году на Россию приходится 95,9% кассовых сборов и 93,9% посещений).

В 2010 кинопрокатном году на 12% выросло общее число релизов: на экраны было выпущено 363 кинофильма, включая 162 для цифровых залов. Рост цифрового сегмента рынка кинопроката составил за год 69% (в 2009-м вышло 96 цифровых релизов). При этом ассортимент российских цифровых кинотеатров расширяется, несмотря на доминирование на экранах премьерных блокбастеров и 3D-фильмов (в 2010-м трехмерных релизов было уже 32): в частности, в прошлом году в России были продемонстрированы 25 программ (7 из них – в прямом эфире) альтернативного контента. Продолжился в 2010-м и тренд выпуска фильмов *только в цифровом* формате – за год таких картин насчитывается 42 (по сравнению с 15 в 2009-м), причем 12 из них были трехмерными, а прочие – релизами среднего формата или ограниченного проката (средний тираж 17 *только цифровых* релизов составил 250 экранов). В целом же четверть копий (24,4%), прокатывающихся на российском рынке за год, – это цифровые «копии» (в 2009 году их доля составляла 6,9%), что свидетельствует об адаптации российских дистрибьюторов к новому формату.

Современный рынок кинопоказа

По данным на 31 декабря 2010 года в России насчитывается 2 430 современных кинозалов в 865 кинотеатрах (среднее число экранов на кинокомплекс – 2,8). Число цифровых кинозалов достигло 941 (в 529 кинотеатрах), из них 937 имеют возможность 3D-показа.



В течение 2010 года в стране были открыты 85 кинотеатров (331 зал), что на треть больше, чем годом ранее. При этом число закрытий осталось на уровне 2009-го – 23 кинотеатра; в основном закрывались одно- и двухзальники (всего 34 зала). Годовой прирост рынка современных кинозалов в 2010 году составил 13,9% – немного выше, чем в 2009-м (12,6%). Последствия мирового финансово-экономического кризиса все еще сказываются на строительной отрасли России, хотя доля кинозалов в торгово-развлекательных центрах постепенно увеличивается: так, в прошедшем году в ТРЦ расположились 67% всех новых кинозалов страны (в 2009-м – 63%). Общая доля кинозалов в торговых центрах также продолжает расти и составляет по итогам года более 55%.

Рост же числа цифровых кинозалов в 2010 году оказался просто феноменальным: за год было открыто 594 цифровых зала (число кинотеатров с «цифрой» увеличилось на 258; при этом три зала в двух кинотеатрах закрылись – в связи с прекращением работы этих комплексов; цифровое оборудование было перенесено в другие залы операторов), рынок цифрового кинопоказа вырос на 169%. Главными движущими силами этого сегмента рынка в нынешнем году стали крупные сетевые операторы, осуществляющие планы по переходу к цифровым технологиям кинопоказа, в том числе при помощи однократных или длительных договоров VPF с мейджорами; а также независимые кинотеатры (преимущественно в малых городах с населением ниже 100 тыс. жителей – количество цифровых экранов за прошедший год здесь выросло более чем в пять раз!), преследующие цель получения премьерных цифровых копий.

Общее количество игроков на российском рынке кинопоказа уже приблизилось к 500-м, причем только 84 из них – сетевые кинопоказчики.

**Фрагментация рынка кинопоказа России
по типам операторов кинотеатров (на 31.12.2010)**

Тип оператора	Кол-во операторов		Кино-театров	Залов	Кино-театров с цифр. залами	Цифр. залов	Доля ЦКТ	Доля ЦЗ	Доля рынка по кол-ву залов
	Всего	в т.ч. с цифр. залами							
Федеральные сети	19	18	200	1091	168	422	84,0%	38,7%	45%
Региональные сети	9	8	82	190	47	63	57,3%	33,2%	8%
Местные сети	56	48	171	403	106	151	62,0%	37,5%	17%
Независимые кинотеатры	412	208	412	746	208	305	50,5%	40,9%	31%
Всего в России	496	282	865	2430	529	941	61,2%	38,7%	100%

Средний по России уровень обеспеченности населения страны современными кинозалами достиг в 2010-м 1,7 экрана на 100 тыс. жителей (в 2009-м – 1,5), а в пересчете на число жителей городов, где есть современные кинотеатры, среднероссийский показатель плотности киноэкранов в 2010-м составил 3,2 (по итогам 2009-го – 2,8).

**Обеспеченность городского населения РФ современными кинозалами
(на 31.12.2010)**

Группы городов по числ-ти населения	Доля городов, имеющих современные кинотеатры	Доля городов, имеющих цифровые кинозалы	Доля населения, охваченного современным кинопоказом	Кино-театров	Залов	Кино-театров с цифр. залами	Цифр. залов	Кол-во экранов на 100 тыс. жит.
более 1 млн чел.	100,0%	100,0%	100,0%	243	1090	176	424	4,23
500-1000 тыс. чел.	100,0%	100,0%	100,0%	147	491	111	188	3,18
250-500 тыс. чел.	100,0%	100,0%	100,0%	139	300	94	134	2,31
100-250 тыс. чел.	89,0%	69,2%	91,7%	141	289	86	121	2,05
менее 100 тыс.	19,1%	6,5%	34,7%	195	260	62	74	0,98
Всего в городах РФ (население – 95 609,4 тыс. чел.)	30,3%	17,9%	79,7%	865	2430	529	941	2,54

Пятерка лидеров российского кинопоказа за минувший год изменилась незначительно: на местах с первого по четвертое по-прежнему располагаются «Каро Фильм», «Синема парк», «Киномакс» и «Кронверк Синема», а на пятом – сеть «Люксор», вытеснившая из пятерки «KinoStar». Всего в руках десятки крупнейших киносетей находится 38,8% современных киноэкранов страны и 40% цифровых (это направление развития в 2010 году стало приоритетным абсолютно для всех лидеров рынка кинопоказа России).

**Топ 10. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 31.12.2010
(включая франшизы и кинотеатры на репертуарном планировании)**

Место 2010	Место 2009	Оператор сети	Кино-театры	Залы	Кино-театры с цифр. залами	Цифр. залы	Доля кино-театров с цифр. залами	Доля цифр. залов в сети	Доля рынка по кол-ву залов	Центральный офис
1	1	Каро Фильм	33	170	30	60	90,9%	35,3%	7,0%	Москва
2	2	Синема Парк	19	159	19	74	100,0%	46,5%	6,5%	Москва
3	3	Киномакс	25	112	19	24	76,0%	21,4%	4,6%	Москва
4	4	Кронверк Синема	16	105	12	28	75,0%	26,7%	4,3%	Санкт-Петербург
5	6	Люксор	18	97	18	44	100,0%	45,4%	4,0%	Москва
6	5	KinoStar	6	75	6	57	100,0%	76,0%	3,1%	Москва
7	7	Формула Кино	12	72	12	41	100,0%	56,9%	3,0%	Москва
8	8	Премьер-зал	40	55	18	19	45,0%	34,5%	2,3%	Екатеринбург

9	9	Парадиз	9	50	9	21	100,0%	42,0%	2,1%	Москва
10	12	Синема Стар	9	47	8	12	88,9%	25,5%	1,9%	Москва
Итого у этих операторов			187	942	151	380	80,7%	40,3%	38,8%	
Всего в России			865	2430	529	941	61,2%	38,7%	100,0%	

Рынок кинорекламы²

В 2010 году рынок рекламы в кинотеатрах вырос почти вдвое относительно 2009 года, обогнав в этом отношении даже докризисный 2008 год (более чем на треть), – по оценкам Ассоциации Коммуникационных Агентств России (АКАР), оборот рекламного рынка в кинотеатрах составил 880 млн руб. (\$28,8 млн). Главными двигателями столь существенного роста стали успехи кинопроката, новый для рекламы формат 3D и развитие новых технологий продаж рекламного времени в кинотеатрах.

3D-фильмы и цифровые залы не только увеличили общую посещаемость российских кинотеатров, но и вызвали большой интерес со стороны рекламодателей, для которых 3D-сеансы означают повышенную наполняемость залов, повышенную стоимость билетов, минимальное количество опозданий на киносеанс (платя больше, люди склонны меньше опаздывать) и, наконец, повышенный интерес к самому рекламному ролику. Снимать рекламу в 3D начали еще в 2009 году, но в 2010-м она стала по-настоящему заметной в кинотеатрах.

Вторая движущая сила на рынке кинорекламы 2010 года – новая технология размещения роликов по системе «Кино-Контакт!», гарантирующая рекламодателям определенное количество зрителей, на основе билетно-кассовой отчетности, которая проходит независимый аудит. Рекламодатели перестали зависеть от непредсказуемости кинопроката, получили полностью прозрачную систему размещения и выгодные условия. В рамках системы «Кино-Контакт!» ролики демонстрируются на всех сеансах и во всех залах кинотеатров до тех пор, пока их не просмотрит необходимое количество зрителей. Проект «Кино-Контакт!» охватывает уже треть кинопрокатного рынка – свыше 65 млн кинопосещений во всех крупнейших киносетях страны. Несколько консервативную позицию занимают сети «Каро Фильм» и «Формула Кино», которые по-прежнему реализуют свои рекламные возможности посредством недельных продаж.

На фоне общего развития рынка рекламы в кинотеатрах и появления новых способов продаж, тем не менее, остается не до конца разработанным вопрос мониторинга выхода рекламных роликов. Главный минус ситуации – принципиальная неполнота мониторинга, который проводят компании «InCinema» и «Экран Аналитика». Первая использует автоматическую систему в сетях «Формула Кино» и «Каро Фильм»: штрих-код подклеивается к пленке и считывается сканером при показе ролика; для цифровых залов система автоматического мониторинга только разрабатывается. «Экран Аналитика» еженедельно проверяет кинозалы с помощью штата контролеров.

Новыми трендами на рынке кинорекламы, которые должны получить развитие в 2011 году, стали распространение IMAX-кинзалов и возрастающий интерес рекламодателей к выкупу кинотеатральных билетов для повышения лояльности своих потребителей.

Интерес к формату IMAX сходен по своей природе с интересом к 3D-сеансам в цифровых кинотеатрах и связан с масштабной экспансией корпорации в России (на конец 2010 года в стране открылось уже 11 залов, а до 2012-го ожидается не менее 25). Однако рекламное предложение в данном сегменте рынка пока еще является делом будущего.

Другая тенденция – спрос рекламодателей на билеты в кинотеатры для использования их в маркетинговых целях. Однако кинотеатрам в этом вопросе недостает гибкости, присущей обычным рекламным услугам: билеты находятся в ведении прокатных, а не рекламных отделов. Сегодня рекламодатели хотят печатать «свои билеты/сертификаты», действующие в рамках региона, а не конкретной сети, раздавать их в ходе акций и платить кинотеатрам по факту их использования. Кинотеатры отвечают предоплатой, контрамарками на будни и ограничениями от дистрибьюторов. При всех очевидных противоречиях потенциал этого тренда очень высок, и уже сегодня при проведении конкретных кампаний кинотеатры и рекламодатели стараются найти всех устраивающий компромисс.

² Раздел подготовлен при участии Сергея Болотина, компания «Синема 360».



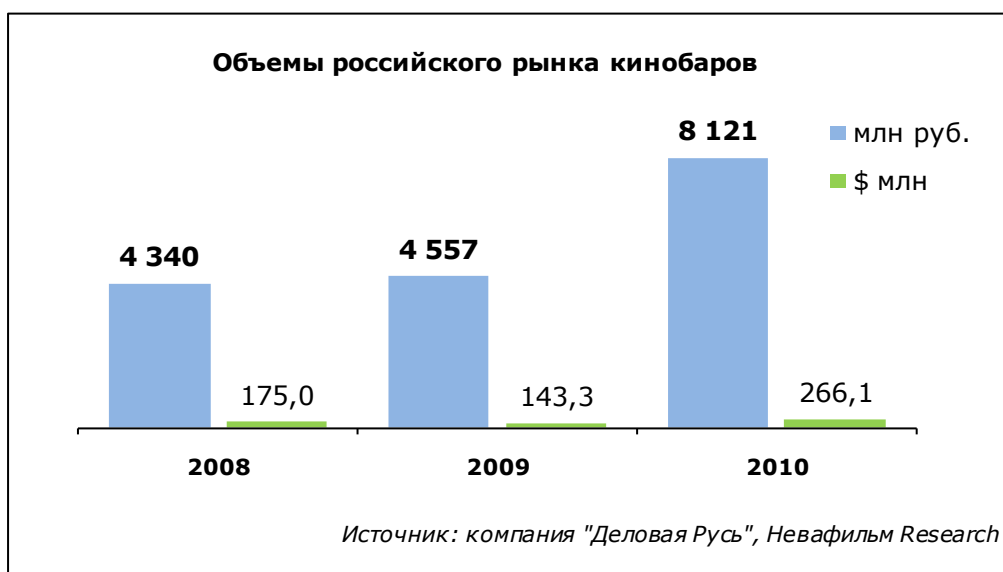
Кинобары³

На российском рынке киноконцешн в 2010 году доминировали две тенденции: контроль затрат с целью повышения рентабельности работы кинобаров и увеличение потребления concession-продукции в связи с общим ростом посещаемости кинотеатров.

Последний тренд, безусловно, связан с распространением цифровых 3D-залов, увеличивших размер российской киноаудитории. Опасения же относительно того, что на более дорогих 3D-сеансах зрители будут меньше тратить в кинобаре, к счастью, оказались напрасными. До настоящего времени кинопоказчики не отмечали каких-либо колебаний спроса на попкорн и колу по причине удорожания билета.

Прошлогодний кризис заставил кинотеатры «затянуть пояса» и обратить пристальное внимание на свои затраты. Прежде всего это выразилось в увеличении доли рынка отечественных концессионных товаров высокого качества: так, в продаже появились российские чипсы «Начос» и российский сыр для них. Хотя в целом ассортимент продукции не претерпел существенных изменений, а потребность в новинках была компенсирована новыми методами визуализации товаров (примером могут служить коктейли «Слаш»). Среди других методов, активно внедрявшихся кинотеатрами в прошлом году, можно назвать традиционный контроль ассортимента баров, борьбу с очередями и презентации продуктов, неуклонно поднимавшие средний чек.

Если в 2009 году на рынке были заметны последствия кризиса, когда рублевые обороты российских кинобаров увеличились, а валютные – упали, то в 2010-м рынок рос как в рублях, так и в долларах и в целом составил, по оценкам компании «Деловая Русь» и «Невафильм Research», 8,1 млрд руб. (\$266,1 млн). Причем продажи concession в московских кинотеатрах, несмотря на самые высокие в России цены в кинобарах, выросли на 5–7%, в Петербурге – на 7–10%, а в региональных столицах – до 15%. В то же время говорить о преодолении кризиса на рынке кинобаров в России с уверенностью нельзя. Опрошенные компанией «Деловая Русь» ведущие киносети страны прогнозируют полный выход отрасли из кризиса не ранее осени 2011 года.



³ Раздел подготовлен при участии Искандера Аминова, группа «Деловая Русь».

Рынок кинопоказа Московского региона

31. 12. 2009 – 112 кт / 474 экрана
47 кт / 321 экран в ТЦ
54 кт/ 84 цифровых зала
31. 12. 2010 – 118 кт / 530 экранов
55 кт / 374 экрана в ТЦ
81 кт/ 212 цифровых зала

В течение 2010 года в Московском регионе было открыто 62 кинозала в 19 кинотеатрах. Закрыты четыре кинотеатра (шесть залов). Один кинотеатр за рассматриваемый период сменил владельца: сеть «Каро Фильм» отказалась от управления «Варшавой».

Среди открытий первого полугодия-2010 крупнейшим стал пятизальный «Кронверк Синема-Лефортово». В первое полугодие столичную киносеть пополнили также однозальные «Владивосток» и «Факел» под управлением «Московского кино».

Крупнейшими открытиями второго полугодия 2010-го стали долгожданный десятизальный «Синема Стар-РИО» в Реутове и девятизальный «Люксор» в ТРК «Vegas». В сентябре открылся трехзальный «Каро Фильм-Алтуфьево», а в ноябре новые четырехзальные площадки появились в Московской области: «Галакс» в Долгопрудном и «Киноград» в Одинцово. В конце года московская киносеть пополнилась также кинотеатрами «Азовский» (четыре зала) и «Радуга кино» (пять залов).

В течение 2010 года многие московские кинотеатры открыли дополнительные залы: по одному экрану появилось в кинотеатрах «Формула Кино-Стрела», «Киноцентр на Красной Пресне», в «Бумерангах» на Варшавской и Теплом Стане, а также в одинцовском «Киномиксе». По два новых зала открылись в кинотеатрах «Люксор-Центр» и в ТЦ «Мариэль», а «Кронверк Синема-Лефортово» и «Алмаз» увеличились сразу на три дополнительных экрана в каждом.

Всего за 2010 год число кинозалов в Московском регионе выросло на 11,8%, а киноэкранов в ТЦ – на 16,5%. При этом сейчас доля кинозалов в ТРЦ в столице составляет 70,6%, что на 2,8% выше, чем в конце 2009-го.

Число цифровых экранов достигло по итогам 2010-го 212 (в 81 кинотеатре). Все они имеют возможность 3D-показа. За год в Москве было установлено 128 цифровых кинопроекторов (в том числе в 27 кинотеатрах – впервые). Число цифровых экранов в Московском регионе увеличилось за прошедший год на 40%. В целом уже более 68% современных кинозалов Москвы имеют цифровые проекторы, установленные в 40% городских кинотеатров.

Московский регион - крупнейшие операторы кинотеатров по количеству залов (на 31.12.2010)

Место 2010	Место 2009	Оператор сети	Кино-театров	Залов	Кино-театров с цифр. залами	Цифр. залов	Доля рынка по кол-ву залов
1	1	Каро Фильм	17	90	14	32	17,0%
2	2	Формула Кино	11	62	11	34	11,7%
3	3	KinoStar	4	51	4	39	9,6%
4	5	Люксор	7	43	7	21	8,1%
5	4	Синема Парк	4	33	4	16	6,2%
6	7	Синема Стар	4	31	4	8	5,8%
7	6	Кронверк Синема	4	30	3	8	5,7%
8	10	West	4	23	3	9	4,3%
9	8	Центрфильм	6	19	2	2	3,6%
10	7	Парадиз	4	17	4	7	3,2%
Итого у этих операторов			65	399	56	176	75,3%
Всего в Москве			118	530	81	212	100,0%

Рынок кинопоказа Санкт-Петербурга

31. 12. 2009 – 43 кт / 200 экранов
25 кт / 160 экранов в ТЦ
23 кт/ 25 цифровых залов
31. 12. 2010 – 44 кт / 217 экранов
26 кт / 174 экрана в ТЦ
38 кт/ 97 цифровых залов

В Санкт-Петербурге в прошедшем году было открыто 18 залов (в том числе в двух новых кинотеатрах). Закрылся один кинотеатр. В городе возобновился процесс ввода в эксплуатацию новых торговых центров, и все кинотеатры, открытые в течение года в Северной столице, расположены именно в них: десятизальник «Формула Кино» в ТРЦ «Галерея» (с залом IMAX) и «Мираж Синема» в ТРЦ «Атлантик Сити» (на конец года были открыты три из семи залов). Дополнительные залы появились также в других сетевых кинотеатрах Санкт-Петербурга: «Каро Фильм» расширила кинотеатр в гостинице «Москва» на три зала, а «Синема Парк» и «Mori Cinema» добавили в свои петербургские кинотеатры по одному новому экрану.

Общий рост числа современных кинозалов в Санкт-Петербурге в 2010 году составил 8,5%, при этом число кинозалов в торгово-развлекательных центрах выросло почти на 9%, и их доля в общем количестве киноэкранов города составила 80,2%.

Число цифровых экранов достигло по итогам 2010-го 97 в 38 кинотеатрах, из которых лишь «Заневский» не имеет оборудования для 3D-показов. В течение года в Северной столице было установлено 78 цифровых кинопроекторов (в 18 кинотеатрах – впервые). Общий рост данного сегмента рынка за год составил 259% – сегодня доля цифровых залов составляет уже 44% от общего числа петербургских экранов, при этом «цифра» есть в более чем 86% кинотеатров города.

Новым игроком на рынке Петербурга стала «Формула Кино», вошедшая в число федеральных операторов и сразу занявшая шестую позицию в рейтинге киносетей Северной столицы.

Санкт-Петербург - крупнейшие операторы кинотеатров по количеству залов (на 31.12.2010)

Место 2010	Место 2009	Оператор сети	Кино-театров	Залов	Кино-театров с цифр. залами	Цифр. залов	Доля рынка по кол-ву залов
1	1	Кронверк Синема	8	48	7	18	22,1%
2	2	Каро Фильм	8	46	8	17	21,2%
3	3	KinoStar	2	24	2	18	11,1%
4	4	Мираж синема	5	22	5	12	10,1%
5	6	Синема Парк	1	10	1	4	4,6%
6	-	Формула кино	1	10	1	7	4,6%
7	5	Синема-Мир	2	9	2	3	4,1%
8	7	КиноЭксперт	1	8	1	3	3,7%
9	9	Mori Cinema	1	6	1	2	2,8%
10	8	Русское поле	1	6	1	2	2,8%
Итого у этих операторов			30	189	29	86	87,1%
Всего в С.-Петербурге			44	217	38	97	100,0%

Регионы

31.12.2009 – 648 кт / 1459 экранов
133 кт / 642 экрана в ТЦ
196 кт/ 239 цифровых залов
31.12.2010 – 703 кт / 1683 экрана
161 кт / 797 экранов в ТЦ
410 кт/ 632 цифровых зала

С 1 января по 31 декабря 2010 года в регионах России был открыт 251 кинозал (73 кинотеатра). При этом закрылись 27 залов в 18 кинотеатрах. Рост регионального рынка кинопоказа в 2010 году составил 15,4% (что превышает аналогичный показатель 2009-го – 11,6%, но меньше уровня 2008 года – 24%); при этом рост числа кинозалов в ТРЦ составил 24,1%. В результате доля киноэкранов в региональных ТРЦ достигла 47,4%. В то же время в течение года за пределами столиц в 215 кинотеатрах были установлены 395 цифровых проекторов – общий рост данного сегмента рынка составил 164,8%. Трехмерные фильмы не показывают только три региональных цифровых кинозала.

Распределение современных кинотеатров по федеральным округам России (на 31.12.2010)

Округа	Кино-театров	Залов	Кино-театров с цифр. залами	Цифр. залов	Доля рынка по кол-ву залов
Московский регион	118	530	81	212	21,8%

Приволжский ФО	145	434	90	144	17,9%
Центральный ФО (без учета МР)	137	334	86	135	13,7%
Сибирский ФО	117	276	62	102	11,4%
Уральский ФО	96	229	49	78	9,4%
Санкт-Петербург	44	217	38	97	8,9%
Южный ФО	67	179	47	79	7,4%
Дальневосточный ФО	60	93	31	39	3,8%
Северо-Западный ФО (без учета СПб)	50	87	29	34	3,6%
Северо-Кавказский ФО	31	51	16	21	2,1%
Всего в России	865	2 430	529	941	100,0%

© 2011 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH™

Полную версию исследования можно приобрести, обратившись в аналитический отдел компании «Невафильм»: (812) 449-70-70, доб. 240; research@nevafilm.ru