

КИНОРЫНОК РОССИИ – 2017

ФРАГМЕНТ ОТЧЕТА

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

Июль 2018
Санкт-Петербург



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



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

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

ОГЛАВЛЕНИЕ

ФОН РАЗВИТИЯ КИНОРЫНКА	7	Детские залы	35
Место России на мировом рынке по итогам 2017 года	7	Кинотеатры по числу залов в них	36
Экономическая ситуация в России	8	Обеспеченность населения услугами кинопоказа	37
РЕГУЛЯРНЫЙ ВСЕРОССИЙСКИЙ ПРОКАТ (без учета креативного контента и фильмов регионального производства)	9	Игроки рынка кинопоказа России	39
Динамика основных показателей проката	9	Цифровое оборудование	41
Игроки рынка кинопроката России	10	РЕГИОНАЛЬНЫЕ РЫНКИ	43
Число и формат фильмов	11	Рынок кинопоказа Московского региона	43
Прокат российских и зарубежных фильмов	12	Рынок кинопоказа Санкт-Петербурга	45
Фильмы мейджоров и независимых компаний в прокате	14	Региональный рынок кинопоказа	47
Возрастные рейтинги фильмов	16	Развитие кинорынка в городских кластерах	49
Степень блокбастеризации российского кинорынка	19	ТЕНДЕНЦИИ НА СМЕЖНЫХ РЫНКАХ КИНОТЕАТРАЛЬНОГО БИЗНЕСА	54
Классы фильмов в российском прокате	21	Рынок кинобаров в России	54
ФИЛЬМЫ РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА		Рынок кинорекламы в России	55
В РОССИЙСКОМ ПРОКАТЕ	24	Оценка объемов онлайн-продаж кинобилетов в России (2013–2017)	57
Региональные релизы	24	Борьба с видеопиратством	59
Результаты в прокате	25	Способы распространения нелегального контента	59
Развитие кинопроизводства в регионах РФ	27	Борьба с нелегальным распространением контента	60
КРЕАТИВНЫЙ КОНТЕНТ В ПРОКАТЕ СНГ	29	Результаты и прогнозы	61
Программы креативного контента	29	ПРОГНОЗЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА (2018–2022)	62
Результаты креативного контента в прокате	30	Методология и предпосылки прогнозирования	62
Дистрибьюторы креативного контента	32	Прогноз развития рынка на 2018–2022 годы	62
КИНОПОКАЗ	33	ГЛОССАРИЙ	64
Динамика основных показателей	33	СПИСОК РИСУНКОВ И ТАБЛИЦ	67
Типы кинотеатров и залов в России	34	ПРЕДУПРЕЖДЕНИЕ	69
Кинотеатры в ТРЦ	34		
VIP-залы	34		
Киноаттракционные залы	35		

ФИЛЬМЫ РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА В РОССИЙСКОМ ПРОКАТЕ

Региональные релизы

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

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



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

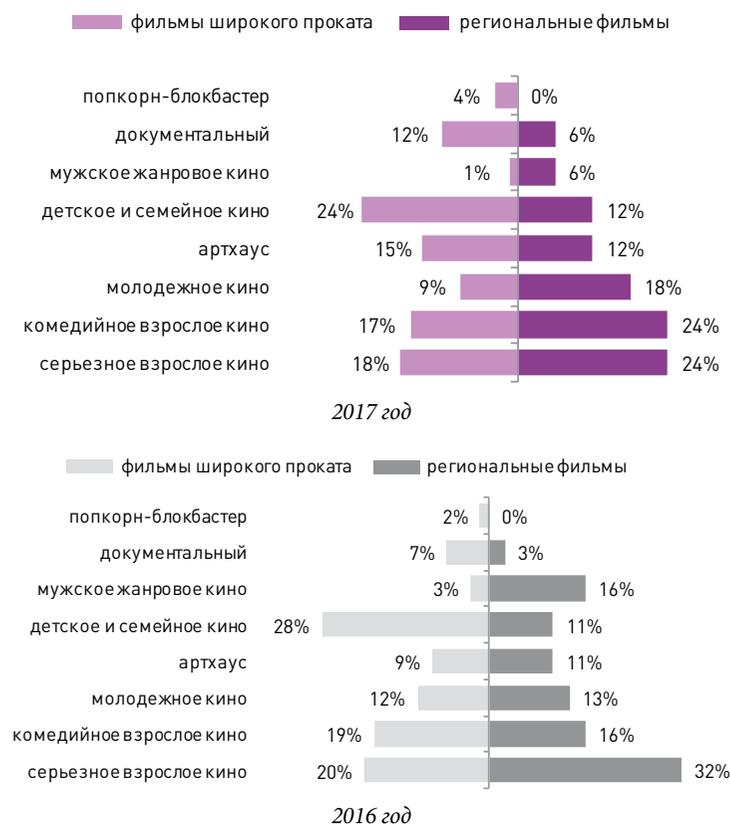
Лидеры по выпуску местных фильмов сбавили обороты: в Якутии вышло на 38% картин меньше, в Татарстане – на 66%, в Бурятии – на 25%. С другой стороны, в Башкортостане продюсеры выпустили на экраны 3 картины (республика повторила успех 2014 года), в том числе одну за пределами региона; увеличилось число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

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

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

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

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



Результаты в прокате

По данным, которые удалось получить Невафильм Research непосредственно от представителей кинотеатров¹, продюсеров, из отраслевых журналов и ЕАИС, в 2017 году фильмы регионального производства собрали 141 тыс. зрителей и 28,5 млн руб. К сожалению, ни одной картине не удалось повторить прошлогодний опыт «Эластико», вышедшего в широкий российский прокат почти в 500 кинотеатрах, поэтому посещения и сборы 2017-го оказались ниже на 54–57%.

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

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

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

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

Первую строчку рейтинга региональных фильмов занимает картина «Из Уфы с любовью!» (реж. Айнур Аскарров); на втором месте – фильм «Чувак» (реж. Владимир Мункуев), притом что первый выходил в общероссийский прокат¹, а второй – только в якутский. Замыкает тройку, но уже с большим отрывом, картина «Его дочь» (реж. Татьяна Эверстова) – лауреат гран-при Выборгского фестиваля «Окно в Европу» 2017 года; уже в 2018 году фильм также был показан в сети кинотеатров «КАРО».

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

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

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

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

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

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

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

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

Развитие кинопроизводства в регионах РФ

Развитию регионального кинопроизводства должны способствовать системы фискальных стимулов, запущенные в отдельных регионах в 2017 году. На отчетном собрании Ассоциации продюсеров кино и телевидения данное направление было признано одним из основных. АПКИТ сотрудничает в этом вопросе с Агентством стратегических инициатив; совместными усилиями они разработали проектную документацию, которая предполагает возврат части средств, потраченных на территории региона на производство национальных фильмов, приезжающим продюсерам (прежде всего членам АПКИТ) – так называемые рибейты. Инициативу поддерживает Фонд кино, который делает акцент на организации кинокомиссий (основная цель которых – помогать съемочным группам в поисках локаций, получении разрешений на съемки и подборе техники и персонала); согласно рекомендациям Фонда кино¹, именно кинокомиссия может взять на себя функции по выплате рибейтов и разработке правил для этого. По факту же регионы вольны сами назначать ответственную организацию, выполняющую функции кинокомиссии (к сожалению, чаще всего опыта и экспертизы в сфере кинематографа у этих организаций очень мало) и выдающую рибейты; причем даже сотрудничающие с АПКИТ регионы не всегда ограничивают круг имеющих право на возвраты средств только членами этой ассоциации. Тем не менее местные продюсеры часто не имеют возможности получить доступ к этому виду поддержки, так же как и иностранные съемочные группы: этому препятствует федеральное законодательство, устанавливающее в качестве обязательного условия наличие удостоверения национального фильма. А именно эти два направления могут в наибольшей степени повысить уровень подготовки региональных специалистов и дать дополнительное финансирование местным продюсерам.

¹ См.: <http://www.fond-kino.ru/projects/kinokomissii/>.

С начала года три региона объявили о начале выплат возвратов потраченных в регионах средств: Приморский край (до 15% и до 5 млн руб. на проект), Калининградская область (до 20% в общей сумме 20 млн руб. в 2017-м¹ и вдвое больше в 2018-м) и Астраханская область.² Позднее о разработке аналогичных программ заявили в Ульяновской и Иркутской областях: в первой в 2017 году выделено 20 млн руб. на возврат 20–40% затрат продюсеров³, во второй создана кинокомиссия на базе областного кинофонда, которая планирует возвращать до 20% затрат.

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

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

В настоящее время о развитии кинематографии заявили также в Ро-

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

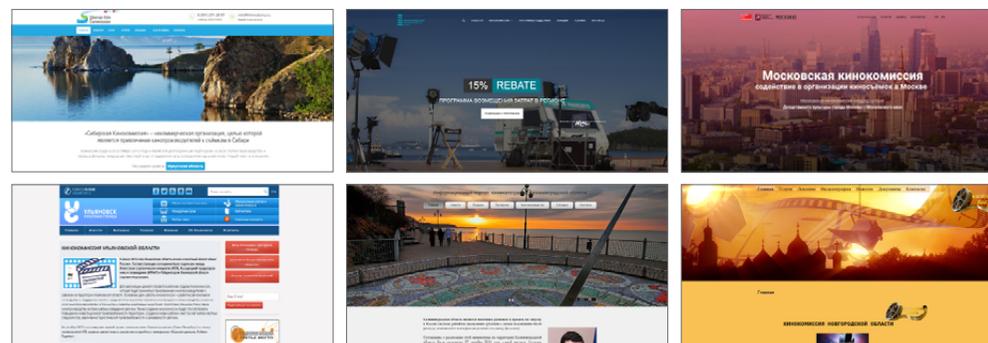
² В данном случае об условиях и фактических выплатах не было объявлено.

³ 10 млн руб. было выплачено в 2017-м кинокомпания «Гамма-продакшн».

стовской области (здесь планируется создать образовательный и производственный кинокластеры). В Москве начала работать кинокомиссия, предоставляющая бесплатные услуги российским и зарубежным кинематографистам (хотя при этом все поддерживаемые проекты утверждаются на заседании мэрии, что вовсе не соответствует общемировым принципам функционирования подобных организаций). Санкт-Петербургский бюджет поддержал в 2017 году 22 картины на сумму 64 млн руб.; правда, здесь субсидии выдаются только НКО – это прямая поддержка, а не фискальные стимулы коммерческих проектов. Об открытии кинокомиссии объявлено в Новгородской области⁴.

По данным Фонда кино, к концу 2017 года в России насчитывалось 11 кинокомиссий, четыре из которых предлагают продюсерам выплату части средств, потраченных на кинопроизводство в регионе⁵. Однако к середине 2018 года мы насчитали только 6 действующих сайтов кинокомиссий:

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



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

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

ГЛОССАРИЙ

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Посещаемость – число проданных за определенный период кинобилетов.

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

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

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

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

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

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

Фильм-событие – поскольку российский рынок с конца 1990-х годов очень быстро рос и расширялся географически, сравнивать фильмы разных лет по кассовым сборам и даже по посещаемости стало некорректно. Для определения картин, которые привлекли внимание небывало большого количества зрителей, мы выбрали показатель доли населения, охваченного услугами кинопоказа: **событием** считается фильм, который посмотрели больше 5% жителей городов с кинотеатрами. Кроме того, для анали-

за используются еще три категории, основанные на том же показателе: **фильмы-блокбастеры**, собравшие от 3% до 5%, зрительской аудитории от населения, охваченного кинопоказом; **фильмы-средняки** – от 1% до 3%; остальные фильмы – менее 1% зрительской аудитории.

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

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

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

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

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

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

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

ТРЦ – торгово-развлекательный комплекс.

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

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

Мегаплекс – кинотеатр с числом залов более 17.

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

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

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

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

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

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

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

СПИСОК РИСУНКОВ И ТАБЛИЦ

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

Рисунок 52. Число VIP-залов в кинотеатрах (2013–01.07.2018)	34	Таблица 1. Ведущие кинорынки мира в 2017 году (по числу посещений)	7
Рисунок 53. Число киноаттракционных коммерческих залов (2013–01.07.2018)	35	Таблица 2. Экономическая ситуация в России (в процентах к предыдущему году)	8
Рисунок 54. Число детских залов в кинотеатрах России (2013–2017)	35	Таблица 3. Рейтинг дистрибьюторов в России в 2017 году	10
Рисунок 55. Мультиплексы (8+ залов) в России (2013–01.07.2018)	36	Таблица 4. Количество релизов по регионам (2013–2017)	24
Рисунок 56. Рейтинг производителей 2К и 4К цифровых проекторов в 2017-01.07.2018 гг.	41	Таблица 5. Результаты фильмов регионального производства в российском прокате (2013–2017)	25
Рисунок 57. 4К проекторы в 2013–01.07.2018 гг.	41	Таблица 6. Топ-10 фильмов регионального производства в 2017 г. в российском прокате по числу посещений	26
Рисунок 58. Лазерные проекторы в России 2013–01.07.2018 гг.	41	Таблица 7. Рейтинг российских регионов по числу посещений локальных фильмов в 2017 году	27
Рисунок 59. Рейтинг производителей цифровых серверов в 2017-01.07.2018 гг.	41	Таблица 8. Результаты программ креативного контента в прокате СНГ (2013–2017)	30
Рисунок 60. Рейтинг производителей 3D-систем в 2017-01.07.2018 гг.	42	Таблица 9. Топ-10 программ креативного контента в 2017 году в прокате СНГ по числу посещений	31
Рисунок 61. Рейтинг интеграторов оборудования в 2017-01.07.2018 гг.	42	Таблица 10. Топ-10 дистрибьюторов креативного контента в прокате СНГ в 2017 году (по числу проектов на экране)	32
Рисунок 62. Коммерческие кинотеатры в Московском регионе (2013–01.07.2018)	43	Таблица 11. Распределение коммерческих кинотеатров в России по количеству залов на 01.01.2018	36
Рисунок 63. Динамика открытия/закрытия коммерческих кинотеатров в Московском регионе (2013–01.07.2018)	43	Таблица 12. Обеспеченность населения услугами кинопоказа на 01.01.18	37
Рисунок 64. Коммерческие кинотеатры в Санкт-Петербурге (2013–01.07.2018)	45	Таблица 13. Обеспеченность населения услугами кинопоказа по федеральным округам на 01.01.18	38
Рисунок 65. Динамика открытия и закрытия коммерческих кинотеатров в Санкт-Петербурге (2013-01.07.2018 гг.)	45	Таблица 14. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.01.2018 (включая франшизы и кинотеатры на репертуарном планировании)	39
Рисунок 66. Число коммерческих кинотеатров в регионах России (2013–01.07.2018)	47	Таблица 15. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.07.2018 (включая франшизы и кинотеатры на репертуарном планировании)	39
Рисунок 67. Динамика открытия и закрытия коммерческих кинотеатров в регионах России (2013–01.07.2018)	47	Таблица 16. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.01.2018 (без франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)	40
Рисунок 68. Кластеры российских городов с точки зрения развития кинорынка	49	Таблица 17. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.07.2018 (без франшиз и кинотеатров на репертуарном планировании)	40
Рисунок 69. Развитие кластера Московского региона	50	Таблица 18. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.01.2018 в Московском регионе	44
Рисунок 70. Развитие кластера Санкт-Петербурга	50	Таблица 19. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.07.2018 в Московском регионе	44
Рисунок 71. Развитие кластера «старейших городов»	50	Таблица 20. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.01.2018 в Санкт-Петербурге	46
Рисунок 72. Развитие кластера «городов-средняков»	50	Таблица 21. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.07.2018 в Санкт-Петербурге	46
Рисунок 73. Развитие кластера «демографических отличников»	51	Таблица 22. Динамика открытия и закрытия коммерческих кинотеатров в регионах России (2013–01.07.2018)	48
Рисунок 74. Развитие кластера «городов-аутсайдеров»	51	Таблица 23. Крупнейшие операторы сетей кинотеатров России на 01.07.2018 в регионах	48
Рисунок 75. Развитие кластера «российские клондайки»	52	Таблица 24. Социально-экономические данные, использованные для прогнозирования	62
Рисунок 76. Развитие вне кластеров	52		
Рисунок 77. Вклад кластеров в общее число залов в России (2009–2017)	53		
Рисунок 78. Вклад кластеров в итоговую посещаемость в России (2009–2017)	53		
Рисунок 79. Динамика кассовых сборов российского кинопроката в 2017 году (млрд руб.)	54		
Рисунок 80. Объем российского рынка кинобаров (2013–2017)	54		
Рисунок 81. Объемы российского рынка кинорекламы (2013–2017)	55		
Рисунок 82. Доля кинотеатров, имеющих онлайн-продажи кинобилетов, по типам городов с различной численностью населения (весна 2018 года)	57		
Рисунок 83. Оценка объемов онлайн-продаж кинобилетов в России (2013–2017)	58		
Рисунок 84. Распределение пиратских сайтов в России по типам	59		
Рисунок 85. Прогноз посещаемости российских кинотеатров в 2018–2022 гг., млн	62		
Рисунок 86. Реальная цена кинобилета, руб., в ценах декабря 2017 г.	63		
Рисунок 87. Кассовые сборы, млн руб., в ценах декабря 2017 г.	63		
Рисунок 88. Прогноз числа кинотеатров и залов в России	63		

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.