

ЧИТАЙТЕ В ВЫПУСКЕ

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ КИНОТЕАТРОВ И ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КИНОПОКАЗА В ЭПОХУ РАЗВИТИЯ ДРУГИХ ИНДУСТРИЙ РАЗВЛЕЧЕНИЙ



На протяжении всей своей столетней истории кинотеатр постоянно вынужден бороться за зрителя с другими индустриями развлечений. Сначала это был театр, затем телевидение, затем «домашнее видео». Сегодня, с наступлением эпохи Интернета и DVD кинопоказ вновь сталкивается с все возрастающей конкуренцией в борьбе за зрителя.

Стр. 2

NEVAFILM DIGITAL ADVERTISING ВИДЕОСЕРВЕРЫ РЕКЛАМЫ ДЛЯ КИНОТЕАТРОВ



Компания «Невафильм» начинает выпуск линейки многоканальных видеосерверов рекламы в кинотеатре NEVADA DVS.

Стр. 4

РЫНОК КИНОТЕАТРОВ РОССИИ (ЛЕТО 2003 ГОДА)



НЕВАФИЛЬМ RESEARCH™, исследовательское подразделение компании «Невафильм», представляет доклад Олега Березина на IPEA Seminars (Cinema Expo, Амстердам). Доклад посвящен обзору современного рынка российских кинотеатров (лето 2003 года) и прогнозу развития рынка на ближайшие годы.

Стр. 5

ПРОГРАММА СЕРВИСНОЙ ПОДДЕРЖКИ КИНОТЕАТРОВ



НЕВАФИЛЬМ CINEMAS™ представляет новую программу сервисной поддержки российских кинотеатров Service On Demand™ — «Сервис по требованию».

Одна из уникальных особенностей программы — гарантия наличия всех «жизненно важных» частей и узлов оборудования кинотеатра на складе Компании и их отправка в кинотеатр по требованию в течение нескольких часов.

Стр. 8

НОВОСТИ КОМПАНИИ «НЕВАФИЛЬМ»

КИНО ЭКСПО-2003

С 15 по 18 сентября в Москве прошел Форум российской киноиндустрии «Кино Экспо». На Форуме Компания «Невафильм» представила новый продукт для российских кинотеатров — видеосервер рекламы «Nevada», который будет выпускаться в серии устройств «NEVAFilm Digital Advertising».

На выставке была представлена четырехканальная версия сервера, позволяющая воспроизводить четыре независимых видеоизображения. Рекламные ролики могут демонстрироваться как в фойе кинотеатра, например, на плазменных панелях, так и на экране кинотеатра с помощью видеопроектора. Во время проведения выставки, прямо на стенде компании прошла серия технических и бизнес-семинаров, посвященных новому оборудованию компаний Kinoton, Dolby, DTS, а также различным аспектам проектирования кинотеатров и мультимедиа, лизингу кинооборудования и применению цифровых технологий в российских кинотеатрах.

Компания «Невафильм» приняла активное участие в проведении конференции «Бизнес кинотеатров», материалы которой размещены на сайте компании www.nevafilm.ru/cinemas/info.



ФЕСТИВАЛЬ «КИНОШОК»

С 5 по 16 сентября в Анапе проходил Открытый фестиваль кино стран СНГ и стран Балтии «Киношок». Компания «Невафильм» предоставила для проведения фестиваля передвижной комплект кинопроекторного оборудования, позволившего превратить обычный конференц-зал, где проходили все конкурсные просмотры, в современный Dolby-кинотеатр. Также компания «Невафильм» приняла участие и в заседаниях «Кинобизнес Клуба» фестиваля «Киношок», работа которого была посвящена современным тенденциям кинопроката.



УЧЕБНЫЕ КУРСЫ DOLBY

С 13 по 17 октября в Учебном центре НЕВАФИЛЬМ CINEMAS™ прошли первые учебные курсы «Эксплуатация оборудования Dolby в кинотеатрах», проведенные компанией Dolby Laboratories. 13 специалистов из различных регионов России прошли полный курс обучения по теме «Эксплуатация оборудования Dolby в кинотеатре». Учебный курс предусматривал как теоретические занятия, посвященные основам технологии Dolby, так и серию практических занятий по настройке, обслуживанию и эксплуатации оборудования. По окончании обучения участники курсов получили официальные сертификаты Dolby Laboratories.

В настоящее время проводятся учебные и тренировочные курсы по эксплуатации кинопроекторного оборудования Kinoton и Meopta, системам автоматизации кинопоказа и общеобразовательные учебные курсы «Эксплуатация звукового и кинопроекторного оборудования в современном кинотеатре».

В настоящее время проводятся учебные и тренировочные курсы по эксплуатации кинопроекторного оборудования Kinoton и Meopta, системам автоматизации кинопоказа и общеобразовательные учебные курсы «Эксплуатация звукового и кинопроекторного оборудования в современном кинотеатре».

ПРЕМЬЕРА МУЛЬТФИЛЬМА «КОРОЛЬ ЛЕВ» НА DVD

5 сентября 2003 года в Москве состоялась долгожданная премьера знаменитого диснеевского мультфильма «Король Лев» на DVD. Еще в 1994 году компания «Невафильм» (тогда еще Кинокомпания «Нева-1») начала записывать первые голосовые пробы для русской версии мультфильма. Но по причине кризиса российского кинопроката выпуск фильма был отложен на несколько лет. И вот в 2003 году фильм «Король Лев» вышел сразу в трех версиях: 35-мм для кинотеатров, версия IMAX для единственного в России кинотеатра IMAX-Nescafe и DVD-версия. Примечательно, что для записи российской версии студией дубляжа НЕВАФИЛЬМ DUBBING™ было проведено более 300 голосовых проб.



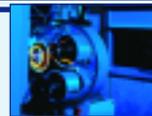
85 ЛЕТ УНИВЕРСИТЕТУ КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ

31 октября 2003 года исполнилось 85 лет Санкт-Петербургскому Государственному Университету Кино и Телевидения, известному для многих сотрудников Компании «Невафильм» как Ленинградский Институт Киноинженеров. В честь 85-летия родной «alma mater» Компания «Невафильм» объявила о выделении денежных грантов лучшим студентам Факультета аудиовизуальной техники и Факультета Приборов и Систем Кино и Телевидения, которые будут вручены по итогам 2003/2004 учебного года.

КОМПАНИЯ «НЕВАФИЛЬМ»

НЕВАФИЛЬМ CINEMAS

Один из лидеров на российском рынке проектирования кинотеатров, поставки и монтажа кинооборудования. За последние пять лет установлено звуковое и проекционное кинооборудование более чем в 90 кинотеатрах России и СНГ, в том числе в 40 кинотеатрах Москвы и 20 кинотеатрах Санкт-Петербурга.



НЕВАФИЛЬМ STUDIOS

Одна из самых современных Тонстудий в России, в которой записаны фонограммы более 30 российских кинофильмов (включая такие известные фильмы как «Брат», «Брат-2» и «Война» режиссера Алексея Балабанова, «Конец Века» режиссера Константина Лопушанского).



НЕВАФИЛЬМ DUBBING

Крупнейшая российская студия дублирования зарубежных кинофильмов для кинотеатрального проката. Постоянными партнерами и клиентами Студии являются такие производители фильмов как Walt Disney, BVI, XX Century Fox, Columbia Tri-Star.



НЕВАФИЛЬМ DIGITAL

Подразделение Компании «Невафильм», созданное для реализации систем цифрового кинопоказа (Digital Cinema) и внедрения цифровых технологий рекламы в российских кинотеатрах.



НЕВАФИЛЬМ RESEARCH

Исследовательское подразделение Компании «Невафильм» в области бизнеса российских кинотеатров. Подразделение работает над исследованиями рынков Москвы, Санкт-Петербурга и других регионов России.



Привлекательность кинотеатров и цифровые технологии кинопоказа в эпоху развития других индустрий развлечений

ПРАКТИЧЕСКИ одновременно с появлением в России первых современных кинотеатров, появились и многочисленные прогнозы развития рынка кинотеатров в России. Наиболее оптимистичные прогнозы предполагали, что количество кинотеатров будет расти в геометрической прогрессии и довольно быстро достигнет если не уровня Европы или США, то, по крайней мере, уровня времен СССР. Однако этого не происходит. По различным оценкам специалистов, сегодня в конце 2003 года в России, население которой составляет около 145 млн. жителей, за 6 лет появилось всего только около 350 современных экранов.

Почему же рынок кинотеатров не развивается так стремительно, как это прогнозировалось всего несколько лет назад? Почему стремительно развиваются многие другие потребительские рынки — рынок недвижимости, продажа автомобилей и сотовых телефонов, сети ресторанов и кафе, а рынок кинотеатров демонстрирует снижающиеся темпы роста?

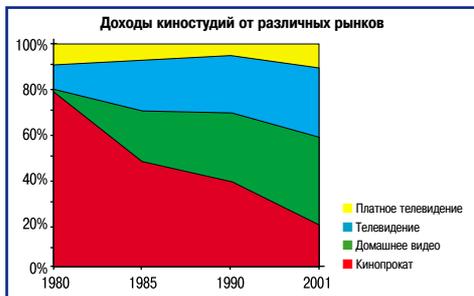
Одним из показателей рынка кинотеатров является кассовый сбор кинотеатров от кинопоказа — box office.

В таблице 1, на основе официальной статистики кассовых сборов журнала «Кинобизнес сегодня», рассчитаны темпы роста кассового сбора в России за последние несколько



лет. Как видно, темп роста кассового сбора неуклонно снижается и по предварительным прогнозам в 2003 году составит 57%.

Если мы посмотрим на доходы киностудий от различных рынков



личных сегментов рынка (без учета доходов киностудий от музыкальной индустрии и индустрии игр), то увидим, что за последние 20 лет, доля дохода киностудий от кинотеатрального проката катастрофически сокращается.

Доля дохода киностудии от показа фильма в кинотеатре сократилась с 80% — в 1980 году до 18–20% в 2001 году.

Здесь надо отметить, два ключевых, на наш взгляд, момента: еще в 1985 году доля доходов киностудий от видеорынка и телевидения превысила долю дохода от кинопоказа, и данные 2002 года, — когда доля дохо-

да киностудий от продажи фильмов на DVD превысила долю дохода от кинопоказа.

Что предпринимают владельцы киностудий в этой ситуации? Они развивают бизнес, не связанный с кинопрокатом и активно внедряются на «некинотеатральные» рынки — домашнее видео, телевидение, интернет.

Но надо обратить внимание на то, что это внедрение, хоть и оправданно с точки зрения развития рынка, на самом деле для многих владельцев киностудий пока оборачивается огромными убытками. В качестве примера приведем компанию AOL — Time Warner, которая недавно объявила о крупнейших убытках в истории США в размере 98 миллиардов долларов!

Вернемся к ситуации в России. На наш взгляд есть несколько причин для снижения темпов роста box office:

- высокая доля пиратства в России;
- развитие кинотеатров на рынках с невысокой платежеспособностью зрителей;
- Развитие новых технологий развлечений (DVD, интернет, спутниковое и эфирное телевидение), которые «отнимают» зрителей у кинотеатров.

К сожалению, кинотеатр самостоятельно не в состоянии влиять на уровень пиратства и не может повышать платежеспособность зрителя, но кинотеатр, на наш взгляд, вполне может повышать свою привлекательность, борясь за зрителя с новыми технологиями развлечений.

О каких основных факторах ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ КИНОТЕАТРА мы говорим:

Комфортность — это не только качество кресел в кинозале, но и наличие кондиционеров, удобных подсвеченных проходов в кинозалах, уютных кафе и баров, чистых и просторных холлов, систем бронирования и заказа билетов и т.д.

Премьерность — один из факторов, который способствует привлекательности кинотеатра. Согласитесь, что будет мало желающих пойти в кинотеатр, где показывают кинофильмы полугодовой давности.

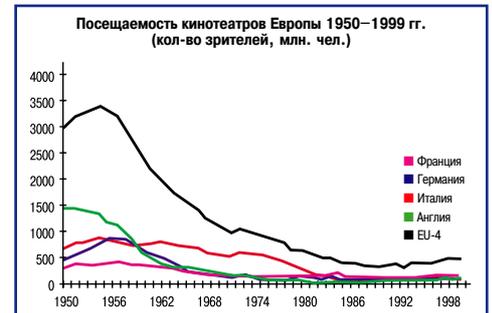
Качество кинопоказа — это фактор привлекательности, который не только зависит непосредственно от качественной технологии кинопоказа — то есть от оборудования, установленного в кинотеатре. Но, так же, этот фактор зависит от комфортности восприятия изображения фильма, то есть, это и размеры изображе-

ния и угол зрения кинозрителя на киноэкран, а так же от комфортности восприятия звука в кинозале — то есть от акустики кинозала, уровня воспроизведения и частотной характеристики воспроизведения.

Репертуарная политика — это не только широта выбора фильмов в кинотеатре, но и зависимость типа демонстрируемых фильмов в конкретном кинотеатре от выбранной концепции «позиционирования» кинотеатра — например, детский кинотеатр, семейный кинотеатр или кинотеатр европейского, либо российского кино.

И если мы говорим о привлекательности кинотеатра в свете применения новых технологий, то будет интересно посмотреть, как развитие тех, либо иных, новых технологий влияло на привлекательность кинотеатров и развитие технологий кинопоказа за 100 летнюю историю кино.

Интересна динамика посещаемости кинотеатров США, так как мы имеем данные за последние 80 лет, начиная с 1922 года!



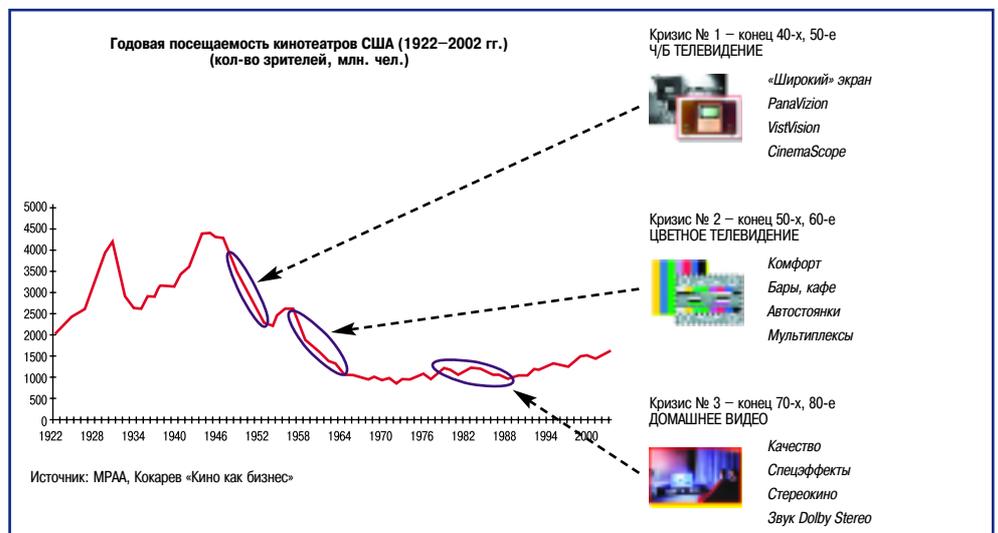
Данные по четырем странам Европы — Англии, Франции, Италии и Германии у нас есть с 1950 года.

И мы можем видеть, что эти графики, начиная с 50-х годов, выглядят практически одинаково.

Итак, давайте посмотрим на график посещаемости кинотеатров США.

Мы видим, что первое значительное падение посещаемости кинотеатров США пришлось на период Великой депрессии 30-х годов. Это понятно и не требует особых комментариев.

Первый «технологический» кризис кинотеатров разразился в конце 40-х годов и продолжался вплоть до середины



50-х годов. Этот кризис был связан с появлением черно-белого телевидения.

Что предприняли кинотеатры и киноиндустрия в целом для преодоления этого кризиса?

Для того, что бы вернуть зрителя в кинотеатры, то есть повысить привлекательность кинотеатров на фоне развития черно-белого телевидения, киноиндустрия разработала и внедрила так называемые «широкие» форматы изображения — PanaVision, VistaVision и самый распространенный сегодня формат «широкого» изображения — CinemaScope, который был предложен студией XX Century FOX.

Безусловно, широкоэкранный образ в кинотеатре было заметно привлекательнее для просмотра фильмов, чем небольшие кинескопки первых черно-белых телевизоров. Вспомните хотя бы такой телевизор как КВН-49!

Посещаемость кинотеатров не вернулась к докризисному значению, но наметился определенный рост этой посещаемости.

Второй «технологический кризис». В конце 50-х начинается новый кризис кинотеатров — связанный с появлением цветного телевидения.

Надо заметить, что этот кризис обошел стороной Советский Союз, так как у нас в то время цветное телевидение еще не получило широкого распространения.

Что предприняли кинотеатры и киноиндустрия для спасения своего положения?

Во-первых, были проведены масштабные исследования зрительской аудитории.

В результате этих широкомасштабных исследований было выявлено, что:

- зрители предпочитают ходить в кино небольшими группами по 5 — 8 человек, то есть семьями, парами, компаниями друзей
- зрители чувствуют себя более комфортно именно в небольших компаниях по 50 — 80 человек
- кроме просмотра кинофильма, зрители хотят иметь в кинотеатре другие способы развлечений (кафе, бары, игровые комнаты) и чувствовать себя более расковано в кинотеатре (гардеробы, автостоянки и т. д.)

В конечном итоге, кризис удалось преодолеть благодаря новациям в области кинопоказа: строительству первых мультиплексов с несколькими небольшими кинозалами на 60–150 мест и улучшению комфорта для зрителей, как в кинозале, так и в кинотеатре в целом.

Посещаемость уже не смогла вернуться на уровень «золотой эры» кинематографа, но, по крайней мере, она уже не падала так катастрофически.

Третий «технологический» кризис кинотеатров.

Конец 70-х годов ознаменовался появлением первых видеомагнитофонов для домашнего пользования. Этот кризис так же обошел Советский Союз в начале 80-х годов, но догнал и нас уже в конце 80-х годов.

Для преодоления этого третьего кризиса, киноиндустрия принялась значительно менять технологию не только кинопоказа но и кинопроизводства в целом.

Главной задачей, которая встала перед киноиндустрией, это достижение в кинозале эффекта, невозможного в «домашнем видео» — высококачественное цветное изображение, стереоизображение (IMAX, Стереokino), многоканальный звук (Dolby Stereo, Стереo-70), а в последствии был внедрен и цифровой многоканальный звук Dolby Digital, DTS, SDDS.

В немалой степени преодолению «кризиса домашнего видео» содействовало и появление фильмов, в которых использовались спецэффекты, воздействие которых было велико именно при просмотре на большом экране — вспомните фильмы тех лет «King Kong» или «Звездные Войны».

Результатом борьбы за зрителя между кинотеатром и «другими технологиями развлечений» является предложение более новых технологий кинопоказа, увеличивающих «привлекательность» кинотеатра для зрителя.

Рынок кинотеатров США и Европы сегодня и развитие современных «некинотеатральных» индустрий развлечений.

Последние пять лет посещаемость кинотеатров в США и Европе, за небольшими исключениями, неуклонно росла.

Крупные рынки кинопроката — США, Англия и Италия продемонстрировали в 2002 году рост посещаемости на 6-10%.

Но в 2002 — 2003 годах проявились и тревожные тенденции:

В 2002 году крупнейшие кинорынки Европы — Германия и Франция объявили о падении посещаемости в 2002 году на 5% и 1,5% соответственно.

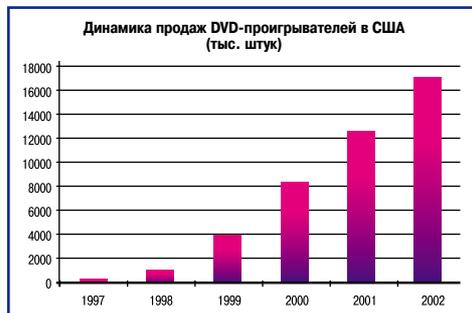
А в 2003 году, по данным за первую половину года, падение посещаемости кинотеатров на основных кинорынках становится все более заметным:

Испания — «-6%», США — «-8%», Франция — «-9%», Англия — «-12%», Германия — «-16%»!

И хотя, уровень посещаемости кинотеатров в первой половине 2003 года превышает посещаемость 2001 года за аналогичный период, на наш взгляд, происходит перелом тенденции, и в ближайшем будущем посещаемость кинотеатров на основных кинорынках будет снижаться.

Давайте посмотрим, что происходит на рынках «некинотеатральных» технологических развлечений, которые могут существенно повлиять на развитие бизнеса кинотеатров.

Рынок DVD продолжает свое победное шествие, которое он начал всего 6 лет назад.



Продажи DVD проигрывателей неуклонно растут, и рост объема продаж DVD устройств, например, на рынке США достиг 35% по сравнению с предыдущим годом.

Можно и не говорить, что выпуск фильмов на DVD поддержан всеми киностудиями мира.

2003 год ознаменовался началом продаж **DVD-рекордеров**. По мнению аналитиков, к 2005 году объем продаж DVD-рекордеров в мире составит более 100 млн. устройств!

2002 год ознаменовался так же началом продаж устройств революционного формата домашнего видео — **Digital VHS**.

Мало того, что этот формат поддерживает запись фильмов High Definition, так он еще и поддержан тремя крупными студиями Голливуда — DreamWorks, Universal и Fox.

В 2002 году благодаря поддержке пяти крупнейших студий Голливуда — Sony, Paramount, MGM, Universal и Warner Brothers начал свою работу сервис **«Видео по запросу»** компании MovieLink. В настоящее время, для жителей США доступно более 170 кинофильмов по этому сервису.

Многие аналитики прогнозируют бурный рост рынка сервисов «видео по запросу» с распространением технологий широкого доступа подключения Интернету.

В 2002 году продолжилось **развитие технологий кабельного, спутникового и цифрового телевидения.**

Например, в России, Санкт-Петербургская компания «ТелеМедиум» уже ведет платное цифровое вещание с форматом изображения 16х9 и многоканальным звуком 5.1. А если сравнить объемы рынка, то в 2002 году официальный box office российских кинотеатров составил около 100 млн. долларов (около 90% box office СНГ), а легальный рынок спутникового телевидения в России составил 70 млн. долларов. В 2003 году, в том числе, благодаря внедрению компанией «НТВ Плюс» новой технологии защиты от несанкционированного доступа, объем рынка спутникового телевидения существенно увеличился.

Бурное развитие этих «некинотеатральных» технологий, безусловно, будет сказываться и на бизнесе кинотеатров.

Мы считаем, что это влияние станет заметно уже в ближайшие два — три года.

Цифровые технологии кинопоказа как способ повышения привлекательности кинотеатра

В ситуации проявления очередного «технологического» кризиса появление цифровых технологий кинопоказа выглядит своевременным и современным решением.

Как цифровые технологии могут повысить привлекательность кинотеатров?

- безусловно, и это самое важное, цифровые технологии могут обеспечить качественный показ фильмов
- обеспечить оперативную доставку фильмов в кинотеатры
- обеспечить широкий выбор фильмов — аналоговый сервису «Кино по запросу»
- обеспечить высококачественный показ альтернативного контента (спортивных программ, концертов, различных шоу и спектаклей)
- цифровые технологии могут обеспечить показ высококачественной рекламы в кинотеатре

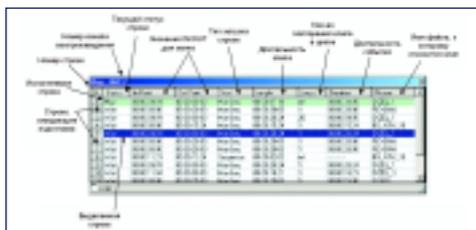
В конечном итоге, именно цифровые технологии кинопоказа могут превратить кинотеатр в Центр Развлечений.

Цифровой показ сам по себе — это не цель, цифровой показ — это средство повышения привлекательности кинотеатра в эпоху возрастания конкуренции со стороны «некинотеатральных» технологий и индустрий развлечения.

Видеосерверы рекламы NEVADA DVS для кинотеатров



НЕВАФИЛЬМ DIGITAL™ представляет новую серию многоканальных видеосерверов рекламы для кинотеатров, которые выпускаются Компанией «Невафильм» под единой торговой маркой NEVAfilm Digital Advertising.

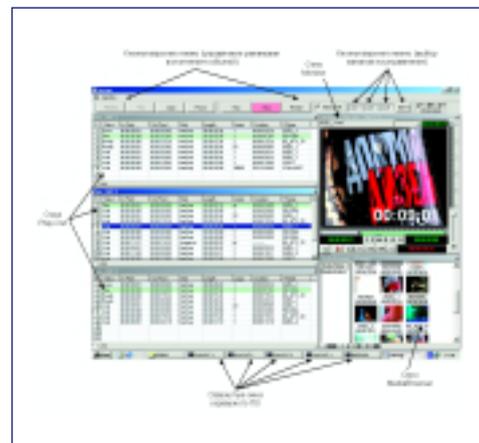
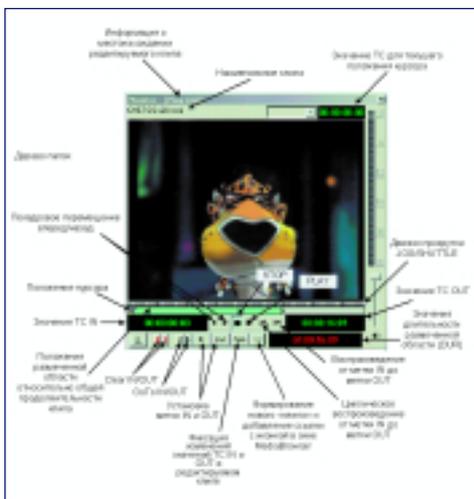


Многоканальные видеосерверы NEVADA DVS предназначены для автоматической трансляции рекламных роликов, графических изображений и текстовой информации на различные источники отображения информации в фойе и кинозале кинотеатра:

- ✓ видеодисплей и видеопроекторы в фойе кинотеатра
- ✓ видеостены на фасадах кинотеатра
- ✓ видеопроекция на экран в зале кинотеатра

Многоканальные видеосерверы NEVADA DVS обеспечивают выполнение следующих функций:

- Подготовка, просмотр и разметка видеофрагментов (клипов), предназначенных для воспроизведения.
- Составление и редактирование play-листов для каждого из 4-х каналов воспроизведения.
- Исполнение play-листов (воспроизведение последовательности видеофрагментов) в различных режимах, для каждого канала воспроизведения.
- Запись видеосигнала SDI с внешней линии в файлы.
- Хранение видеофрагментов, отдельных play-листов и многоканальных проектов в виде файлов.



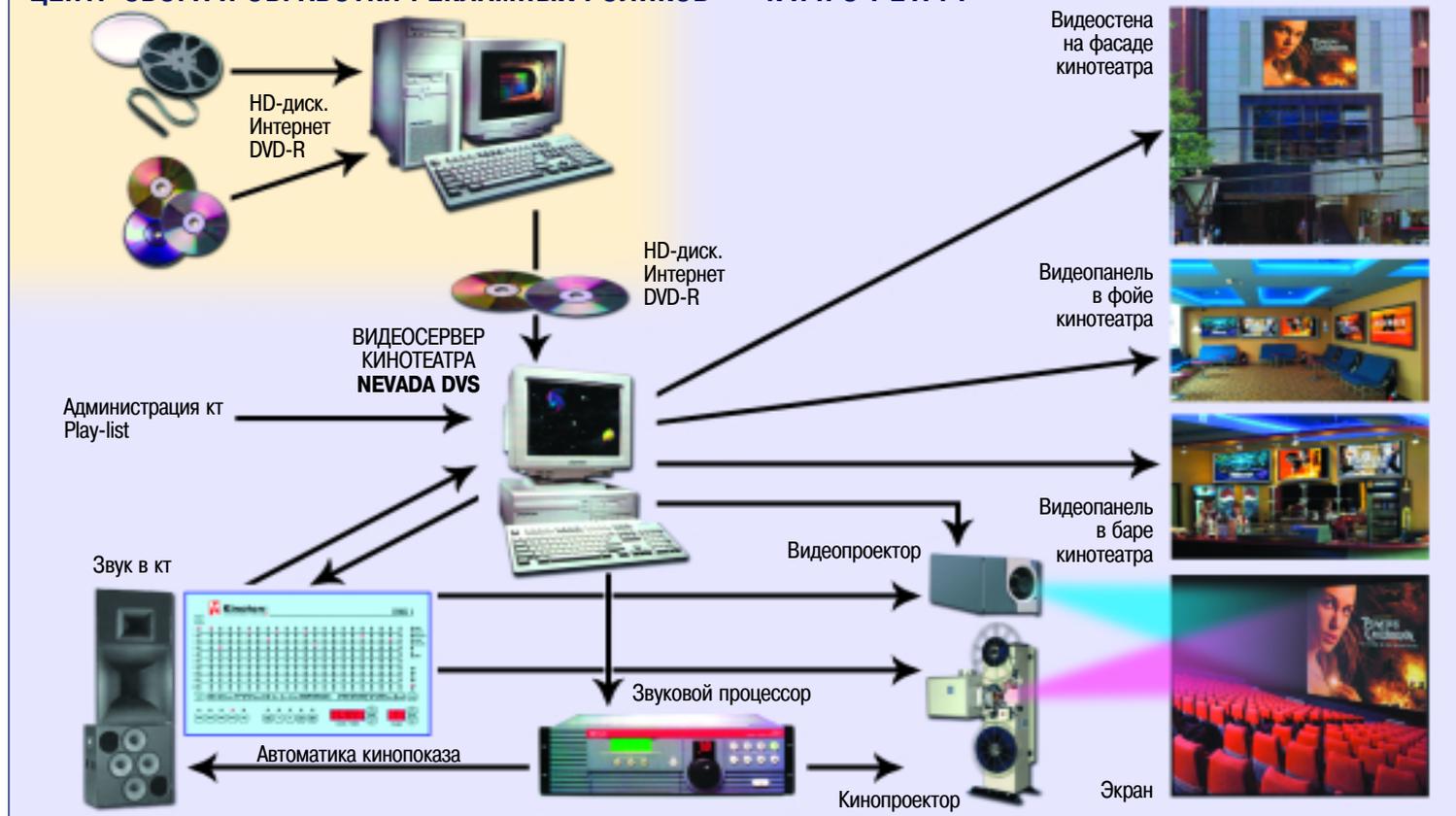
Видеосервер выполняет операции воспроизведения в соответствии с сформированными листами воспроизведения (play-листами). Листы могут готовиться как на отдельных клиентских рабочих местах, так и на самом видеосервере (при установленном на нем клиентском программном обеспечении AirMgr (DVS-D04-CP).

В состав видеосервера включена сетевая плата Ethernet 10/100 Mbit/s (100TX) для обеспечения:

- связи сервера с рабочими местами подготовки видеофайлов и обмена файлами,
- формирования play-листов и управления видеосервером с клиентской станции (при установленном на удаленном рабочем месте клиентском программном обеспечении AirMgr (DVS-D04-CP).

ЦЕНТР СБОРА И ОБРАБОТКИ РЕКЛАМНЫХ РОЛИКОВ

КИНОТЕАТР



Рынок кинотеатров России (лето 2003 г.)

РАЗВИТИЕ рынка кинотеатров в стране характеризуется несколькими качественными и количественными характеристиками:

- Посещаемость кинотеатров – соотношение общего количества посещений (проданных билетов) в стране либо регионе к соответствующему общему количеству населения в стране либо регионе
- Количество экранов (кинозалов) на 100'000 жителей страны, либо региона

Посещаемость кинотеатров

В конце 70-х годов посещаемость кинотеатров в Советском Союзе была одной из самых высоких в мире и составляла более 4 млрд. посещений в год.



Падение посещаемости, которое многие связывают с началом экономических реформ начала 90-х, в реальности началось значительно раньше – в начале 80-х годов. Уже в этот период советская киноотрасль, вопреки распространенному мнению, стала убыточной. Затраты на поддержание огромной киносети и затраты на производство кинофильмов не покрывались выручкой от продажи билетов. В первую очередь это было вызвано дальнейшим развитием и распространением телевидения и снижением зрительского интереса к сильно идеологизированному кино.

Экономические и политические преобразования, начавшиеся в стране, только усилили эту негативную тенденцию. Не малую роль в падении посещаемости кинотеатров сыграли как повсеместно открывавшиеся видеосалоны, так и увеличение парка домашних видеомагнитофонов.

Опустившись к 1997 году до минимального значения – 0,25 посещений на одного жителя России, к 2002 году посещаемость кинотеатров незначительно возросла и составила около 0,28 посещений, достигнув значения 0,28.

Безусловно, в первую очередь, рост посещаемости связан с ростом количества современных кинотеатров в России и развитием бизнеса кинотеатров в целом.

Для сравнения, приведем данные посещаемости в 2002 году в Европе:

Ирландия	4,5
Испания	3,5
Франция	3,0
Англия	2,9
Германия	2,0
Италия	1,9
Финляндия	1,4
Польша	0,7

Как мы видим, посещаемость в России сегодня значительно отстает от аналогич-

ных показателей основных кинорынков Европы

Количество экранов

В СССР в 70-е – 80-е годы действовало более 5'000 премьерных кинотеатров, более половины которых приходилось на Россию.

К лету 2003 года в России, по оценкам дистрибьюторов фильмов и данным различных компаний, действует около 400 кинотеатров, имеющих около 530 киноэкранов. Эти кинотеатры мы условно назвали – «действующие». «Действующий» кинотеатр – это кинотеатр, действительно занимающийся кинопоказом, как основным видом деятельности, в отличие от многих других, так называемых «номинальных» кинотеатров. По некоторым оценкам «номинальных» городских кинотеатров более полутора тысяч. Эти кинотеатры только числятся по официальной статистике кинотеатрами, а на самом деле, либо в этих кинотеатрах идет, в лучшем случае, один сеанс в день с двумя зрителями в зале, либо они уже перепрофилированы, либо их основной бизнес – сдача помещений в аренду другим организациям.



Из 400 «действующих» кинотеатров только около 180 кинотеатров (около 280 экранов на лето 2003 года) можно отнести к разряду «современных» кинотеатров.

«Современный» кинотеатр, это либо вновь построенный кинотеатр, либо реконструированный, ранее действовавший кинотеатр. Как правило, в «современном» кинотеатре установлено новое звуковое оборудование (как правило, формата Dolby), установлены новые кресла в кинозале, заменен киноэкран, произведен ремонт самого кинозала, фойе и других помещений. Надо отметить, что далеко не все «современные» кинотеатры имеют новое кинопроекторное оборудование (по нашим оценкам более 300 «действующих» кинотеатров имеют устаревшее либо «отреставрированное» кинооборудование, и более 360 кинозалов используют «нецифровые» форматы звука, в том числе и звук «моно»).

Безусловно, деление кинотеатров на «действующие» и «современные» достаточно условно. Во-первых, не каждый «действующий» кинотеатр, установивший у себя оборудование Dolby можно отнести к разряду «современных» кинотеатров. «Современный» кинотеатр – это еще и новая «философия кинотеатра», работающего на зрителя с учетом современных понятий комфорта, дизайна, организации кинопоказа и обслуживания зрителя. Вот тогда, в своих исследованиях и расчетах мы учитывали кинотеатры и кинозалы, в

которых постоянно идет показ современных, как российских, так и зарубежных кинофильмов, так называемыми «первым» либо «вторым» экраном и оставляем за рамками исследований кинотеатры, демонстрирующие кинофильмы от случая к случаю. «Действующие» кинотеатры, не отнесенные к разряду «современных», мы условно будем называть как «традиционные» кинотеатры.

Еще одним важным вопросом терминологии является классификация многозальных кинотеатров. В последние годы в международной практике исследования рынков кинотеатров сложилась устойчивая терминология для кинотеатров, в зависимости от количества кинозалов.

- Однозальный кинотеатр – (single screen)
- 2–7 кинозалов – миниплекс либо многозальный кинотеатр (miniplex, multiscreen)
- 8–15 кинозалов – мультиплекс (multiplex)
- 16 и более кинозалов – мегалплекс (megaplex)

Количество действующих экранов на 100'000 жителей по федеральным округам РФ (05.2003)

Округ	Кол-во КТ	Население (x 1 000)	Кол-во экранов	Экранов на 100 тыс. жит
Москва ¹	76	10 101	133	1,32
Санкт-Петербург ²	50	4 667	58	1,24
Уральский	39	12 379	53	0,43
Северо-Западный (без СПб)	27	9 313	37	0,40
Дальневосточный	20	6 683	25	0,37
Сибирский	49	20 062	64	0,32
Центральный (без Москвы)	47	27 624	73	0,26
Волжский	52	31 152	76	0,24
Южный	38	22 909	55	0,24
Итого по России	399	145 149	575	0,40

¹ Москва: современные 59кт/116экр, «традиционные» 17кт/17экр

² Санкт-Петербург: современные 13кт/21экр, «традиционные» 37кт/37экр

10 НАИБОЛЕЕ обеспеченных кинотеатрами регионов России (по количеству экранов на 100'000 жителей, 05.2003)

Регион	Кол-во КТ	Население (x 1 000)	Кол-во экранов	Экранов на 100 тыс. жит
Москва	76	10 101	133	1,32
Санкт-Петербург	50	4 667	58	1,24
Сахалинская обл.	5	599	4	0,67
Вологодская обл.	7	1 270	8	0,63
Республ. Бурятия	3	981	6	0,61
Архангельская обл.	5	1 335	8	0,60
Самарская обл.	12	3 239	19	0,59
Магаданская обл.	1	182	1	0,55
Красноярский край	13	2 966	15	0,51
Свердловская обл.	13	4 489	22	0,49

10 НАИМЕНЕЕ обеспеченных кинотеатрами регионов России (по количеству экранов на 100'000 жителей, 05.2003)

Регион	Кол-во КТ	Население (x 1 000)	Кол-во экранов	Экранов на 100 тыс. жит
Оренбургская область	2	2 177	2	0,09
Брянская область	1	1 378	1	0,07
Пермская область	2	2 824	2	0,07
Республика Удмуртия	1	1 570	1	0,06
Чеченская республика	0	1 100	0	–
Республика Тува	0	306	0	–
Республика Мордовия	0	889	0	–
Республика Калмыкия	0	292	0	–
Алтайский край	0	203	0	–
Еврейская АО	0	191	0	–

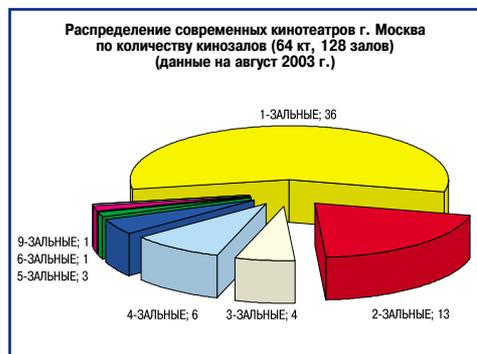
Для сравнения приведем данные о количестве экранов на 100 тысяч жителей по Европе:

1. Испания 9,49
2. Франция 8,92
3. Финляндия . . . 6,58
4. Германия 5,83
5. Англия 5,54
6. Италия 5,23
7. Польша 2,24

Рынок московских кинотеатров

Рынок кинотеатров Москвы – самый динамично развивающийся рынок. Анализ московского рынка интересен для кинотеатров других регионов еще и тем, что московский рынок, опережая развитие рынков других российских регионов на 2–2,5 года, с большой долей вероятности может дать представление о будущем развитии кинотеатров в том либо ином регионе.

В 1985 году рынок кинотеатров Москвы насчитывал 157 кинотеатров с общим количеством киноэкранов – 174. 139 однозальных кинотеатров, 17 двухзальных и один трехзальный кинотеатр.

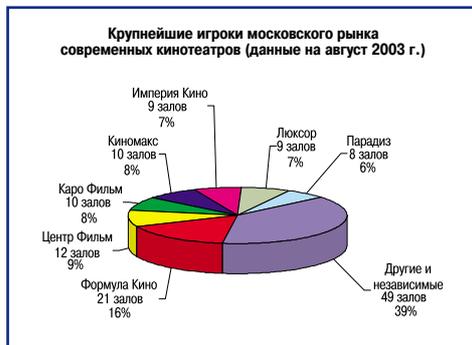


В 1995–1996 годах в Москве было открыто три современных кинотеатра: «Американский дом кино», «Кинотеатр под куполом» и «Кодак-Киномир». Несмотря на то, что до открытия кинотеатра «Кодак-Киномир», в Москве уже действовали два современных кинотеатра, начало развития рынка современных московских кинотеатров связывают именно с открытием «Кодак-Киномир» как первого массового кинотеатра. Надо отметить, что эти три кинотеатра не были первыми, где было установлено оборудование многоканального звука Dolby. Еще в начале 90-х годов был переоборудован кинотеатр «Ударник» для показа фильмов Московского кинофестиваля.

К концу лета 2003 года в Москве насчитывалось уже 128 современных киноэкранов в 64 кинотеатрах. Еще 17 кинотеатров относятся к разряду «традиционных» – «действующих», но не «современных».

Для оценки динамики роста количества современных киноэкранов в Москве приведем такие данные: май 2003 года – 116 экранов в 59 кинотеатрах, сентябрь 2003 года – 139 экранов в 65 кинотеатрах (в сентябре 2003 года открылся второй московский мультиплекс – «Киностар де Люкс»). То есть, за лето 2003 года количество киноэкранов в Москве увеличилось на 20%.

Основные игроки рынка современных московских кинотеатров (на август 2003 года) – «Формула Кино» (которая сегодня объединяет под единым управлением не только многозальные и VIP кинотеатры сетей «Каро Фильм» и «Империя Кино», но



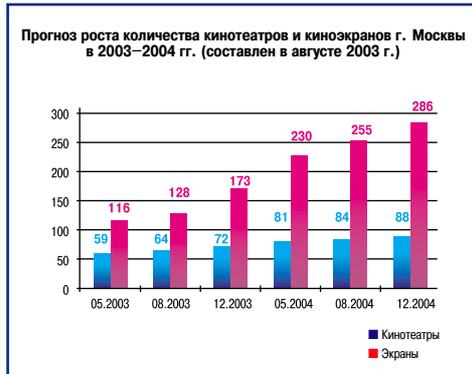
и все остальные кинотеатры этих сетей). Фактически, «Формула Кино» – крупнейший игрок московского рынка, под управлением которого находится 40 кинозалов столицы. Кроме сетей «Формула Кино», «Каро Фильм» и «Империя Кино» на московском рынке сильны позиции киносетей «Киномакс», «Центр Фильм», «Парадиз» и «Люксор».

Средняя цена билета (цена посещения) в Москве летом 2003 года составила:

«Современные» к-ры г. Москвы	199 руб. (\$6,3)
«Традиционные» к-ры	69 руб. (\$2,2)
Средняя цена билета в Москве	154 руб. (\$4,9)

Прогноз развития рынка «современных» московских кинотеатров

Московский рынок современных кинотеатров демонстрирует высокую динамику развития в течение 2003 года. И судя



по объявленным планам развития ведущих игроков рынка, эта высокая динамика сохранится в 2004 году. По данным компании «Невафильм» количество современных кинозалов в Москве возрастет к концу 2004 года до 286.



При этом важно отметить значительные изменения структуры многозальных кинотеатров Москвы.

Доля кинотеатров с 4–7 кинозалами и доля мультиплексов будут увеличиваться, в то время, как доля двух-трехзальных кинотеатров и однозальных кинотеатров будет заметно снижаться.

Принимая во внимание такое развитие московского рынка, можно с высокой долей уверенности предвидеть следующие основные тенденции на московском рынке кинотеатров:

- **снижение дохода на экран**, вызванное возрастанием конкуренции кинотеатров и отсутствием прироста зрительской аудитории при сохранении действующей цены билета. Средняя заполняемость московских кинотеатров сегодня составляет 0,15 – 0,35, и зрительская аудитория в Москве в ближайшие годы не будет увеличиваться такими же темпами, как в предыдущие несколько лет;
 - **снижение цены билета**, вызванное возрастанием конкуренции среди кинотеатров, и желанием владельцев кинотеатров привлечь новых зрителей;
 - **увеличение объемов инвестиций** в строительство кинотеатров, вызванное желанием владельца кинотеатра привлечь зрителя в новый, более современный и более комфортабельный кинотеатр. Тенденция появления «простых» кинотеатров, ко многим из которых сегодня зритель уже относится как к ресторану «фаст-фуд», сменится тенденцией развития дорогостоящих «многофункциональных киноцентров».
 - **изменение процентных долей отчислений от кинопроката в пользу дистрибьютора** в связи с усилением позиций дистрибьюторов кинофильмов. Дистрибьюторы кинофильмов получают сильные рычаги воздействия на кинотеатры, в связи с появлением большого количества небольших кинозалов (до 100 мест) и невозможностью (либо не желанием) для дистрибьютора выпускать кинофильм в прокат еще большим количеством кинокопий.
- В конечном итоге, все эти тенденции приведут к возрастанию сроков окупаемости кинотеатров с нынешних 3–5 лет до 5–8 лет и резким усилением конкуренции среди московских кинотеатров.

Рынок кинотеатров Санкт-Петербурга

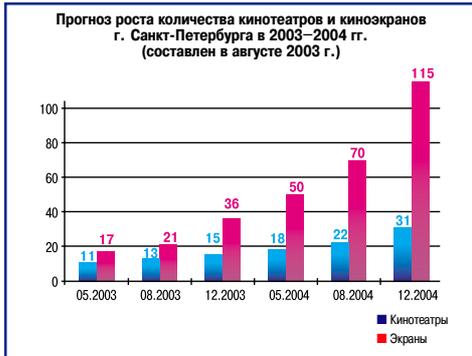
В 1985 году в Санкт-Петербурге (Ленинграде) действовало 59 кинотеатров, а на протяжении двух километров Невского проспекта работало 11 кинотеатров.

В 2003 году (лето) в Санкт-Петербурге работает 13 кинотеатров с общим количеством современных киноэкранов – 21. Еще 37 кинотеатров относятся к разряду «традиционных», хотя в некоторых из них и была произведена модернизация кинооборудования.

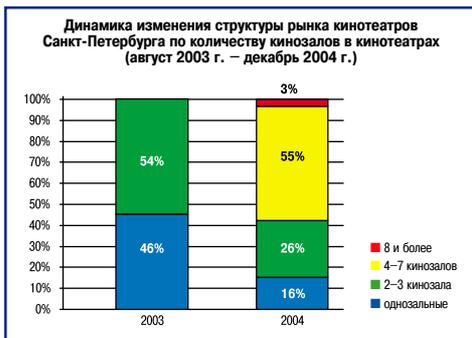
В отличие от Москвы, рынок кинотеатров Санкт-Петербурга пока не демонстрирует высоких темпов роста.

С чем это связано? Во-первых, со значительной разницей среднего дохода жителей Москвы и Санкт-Петербурга, то есть платежеспособностью населения. Во-вторых, это связано с различной демографической ситуацией в Москве и Петербурге, практически противоположной. За последние 10 лет население Москвы выросло на 25% до 10,1 млн. жителей, в основном за счет миграции более активного

населения из других регионов России, в том числе и из Петербурга. За те же 10 лет население Санкт-Петербурга уменьшилось на 10% и составляет сегодня около 4,6 млн. жителей. При этом важно отметить, что более 50% населения Петербурга – люди нетрудоспособного возраста (пожилые и малолетние).



Еще одной причиной низкого развития рынка кинотеатров является политика городских властей в предыдущие годы в отношении как местных, так и внешних инвесторов. Неблагоприятным для развития современных кинотеатров в Петербурге стало решение о приватизации зданий кинотеатров в начале 90-х годов, в результате которого многие удачно расположенные здания кинотеатров были перепрофилированы. В редких случаях интересы владельцев зданий кинотеатров и частных инвесторов совпадали – так появились в Петербурге кинотеатры «Кристалл-Палас» и «Мираж Синема».



Важную роль в развитии рынка современных кинотеатров Москвы сыграло развитие рынка торговых центров («Атриум», «Рамстор», «XL», «Золотой Вавилон» и др.). Отсутствие в Санкт-Петербурге подобных объектов – так же один из неблагоприятных факторов развития рынка. Надо отметить, что в 2004 году в Санкт-Петербурге планируется открыть сразу несколько новых торговых центров («Гулливвер», «Телецентр», «О'Кей», «Пик», сеть ТЦ «Альянс» компании «Адамант»), в которых будут открыты и многозальные кинотеатры и мультиплексы.

С учетом всех этих планов к концу 2004 года ситуация на кинотеатральном рынке Санкт-Петербурга значительно изменится.

По нашим прогнозам, только в конце 2003, и в течение 2004 года в Санкт-Петербурге появится около 90 новых современных киноэкранов в 18-ти новых кинотеатрах.

Если проследить динамику изменения структуры рынка современных кинотеатров Санкт-Петербурга, то основные тенденции – появление 4–7-зальных кинотеатров (миниплексов) и мультиплексов – соответствуют тенденциям развития московского рынка кинотеатров.

Основные причины, сдерживающие развитие кинопоказа в России

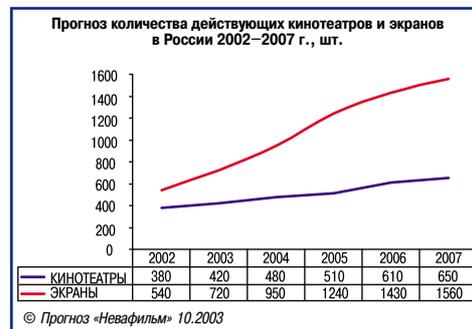
Можно выделить четыре основных причины, сдерживающих развитие рынка современных российских кинотеатров:

- низкий доход населения
- пиратство
- развитие других индустрий развлечений (см. статью на стр. 2)
- недостаток квалифицированного управленческого и технического персонала в кинотеатрах

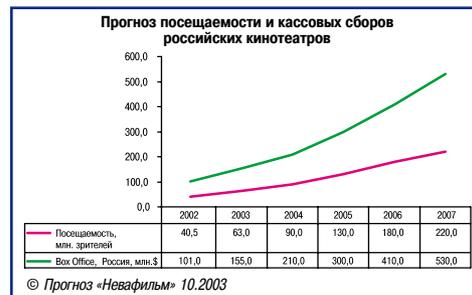
Прогнозы развития рынка кинопоказа и кинопроката в России

Оценивая тенденции развития кинотеатров в России, нами были сделаны прогнозные оценки развития рынка кинотеатров и рынка кинопроката до 2007 года. В некоторых своих докладах мы приводили данные, рассчитанные в целом по СНГ, здесь мы приводим свой прогноз только по России, скорректированный на основе последних данных на октябрь 2003 г.

ПРОГНОЗ 1. Количество «действующих» кинотеатров и кинозалов



ПРОГНОЗ 2. Посещаемость и box-office



ПРОГНОЗ 3. Цена билета



Олег БЕРЕЗИН

© 2003, Невафильм

© Октябрь 2003, исправления и дополнения

Перепечатка без согласия автора запрещена

ПРОГРАММА СЕРВИСНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ КИНОТЕАТРОВ – «SERVICE ON DEMAND»

С января 2004 года НЕВАФИЛЬМ CINEMAS™ начинает уникальную программу сервисной поддержки звукового и кинопроекторного оборудования современных российских кинотеатров: **Service On Demand – «Сервис По Требованию»**.

Программа сервисного обслуживания включает:

- услуги по контрольным измерениям параметров звукового тракта и кинопроекции;
- услуги по юстировке и настройке звукового и кинопроекторного оборудования;
- услуги по ремонту и обслуживанию звукового и кинопроекторного оборудования;
- услуги по «горячей замене» неисправного оборудования с целью снижения убытков кинотеатра от простоя кинозала;
- подготовку протоколов испытаний для проведения Сертификации кинотеатра по программе сертификации НИКФИ;
- проведение инспекционных проверок оборудования перед премьерой;
- гарантированное наличие комплектов наиболее важных запасных частей оборудования Dolby, Kinoton, Meopta, Electro-Voice и JBL на складах Компании в Санкт-Петербурге, Москве и Сибири;
- услуги по обучению нового персонала кинотеатра и проведению тренингов для повышения квалификации технического персонала кинотеатра;
- систему скидок на приобретение запасных частей, расходных материалов и оборудования;
- для кинотеатров, находящихся на «абонентном обслуживании» предусмотрена система экстренной отправки запасных частей и расходных материалов по гарантийной заявке без предварительной оплаты.

Программа рассчитана для всех российских кинотеатров, приобретавших звуковое и кинопроекторное оборудование как в компании «Невафильм», так и у других поставщиков оборудования.

Подробности о программе можно узнать в Группе сервиса и обучения Отдела оборудования кинотеатров Компании «Невафильм»:

тел. (821)351-0033, факс (812)352-6969,

e-mail: service@nevafilm.ru

НОВЫЙ ИНФОРМАЦИОННЫЙ ПОРТАЛ DIGITALCINEMA.RU

С января 2004 года НЕВАФИЛЬМ DIGITAL™ открывает в интернете новый информационный портал DIGITALCINEMA.RU, полностью посвященный развитию цифрового кинопоказа в России и в мире.

Помимо информации о технологиях, фильмах и цифровых кинотеатрах, на сайте будет размещаться еженедельно пополняемая библиотека обзоров и новостей журналов Digital Cinema Report и ScreenDigest E-cinema Alerts.

Консультации по кинобизнесу

- Анализ привлекательности кинотеатра
- Оценка конкурентоспособности и эффективности бизнеса кинотеатра
- Разработка концепций кинотеатров
- Консультации по бизнес-планированию



Сервис

- Гарантийное и сервисное обслуживание кинотеатра
- Техническая консультационная поддержка
- Склады запчастей в Санкт-Петербурге и в Москве
- Проведение технических регламентов обслуживания кинооборудования
- Инспекционные проверки оборудования кинотеатров перед проведением кинопремьер
- Мобильный комплект оборудования для кинофестивалей и кинопремьер



Исследования рынка кинотеатров

Проектирование

- Разработка планировочных решений
- Кинотехнологическое проектирование
- Акустические проекты и расчеты
- Разделы «Кинотехнология» рабочих проектов реконструкции и нового строительства
- Проектирование IMAX-кинотеатров
- Проектирование кинотеатров и мультиплексов в торговых и развлекательных центрах



- Исследование и анализ рынков кинотеатров России и СНГ
- Анализ мировых тенденций развития кинотеатров
- Исследование локальных рынков городов и регионов России
- Подготовка отчетов, докладов и обзоров о развитии рынков кинотеатров



Мониторинг

- Полный цикл пусконаладочных работ
- Подготовка исполнительной документации
- Подготовка протоколов испытаний для сертификации

Обучение

- Учебный центр в Санкт-Петербурге
- Обучение технического персонала кинотеатра
- Тренировочные курсы для киномехаников
- Проведение учебных курсов компаний производителей оборудования
- Программы обучения:
 - техника безопасности в кинотеатре;
 - оценка качества кинопоказа;
 - форматы звука и изображения;
 - юстировка осветительной системы;
 - регулировка звукового тракта;
 - определение неисправностей оборудования;
 - действия технического персонала в критических ситуациях;
 - регламент обслуживания кинооборудования



Цифровые технологии в кинотеатре

- Оборудование для цифрового кинопоказа (Digital Cinema)
- Оборудование для демонстрации рекламы в фойе и кинозалах кинотеатра
- Разработка и поставка систем цифровой рекламы NEVAfilm Digital Advertising



Поставка оборудования

- Кинопроекционное и звуковое оборудование
- Системы автоматизации кинопоказа
- Киноэкраны и механизмы экранных конструкций
- Звуковое оборудование для фойе, баров и кафе кинотеатров
- Поставка оборудования со складов в Финляндии и в России
- Поставка оборудования в лизинг



НЕВАФИЛЬМ CINEMAS™

ТЕЛ. (812) 352-7070, ФАКС (812) 352-6969 WWW.NEVAFILM.RU