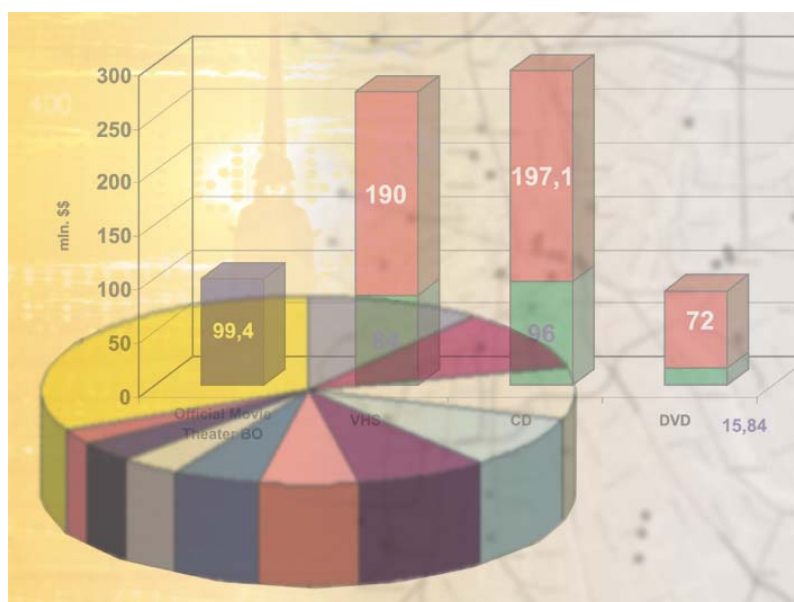


## АНАЛИЗ СРЕДНИХ ЦЕН НА КИНОБИЛЕТЫ В 2008 ГОДУ

*Игорь Русских, Светлана Мудрова, аналитики НЕВАФИЛЬМ RESEARCH™*



Этот обзор был подготовлен Невафильм Research™ исключительно в целях информации. Содержащаяся в настоящем отчете информация была получена из источников, которые, по мнению Невафильм Research™, являются надежными. Однако Невафильм Research™ не гарантирует точности и полноты информации для любых целей. 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 информации исследования третьими лицами, а так же за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Дополнительная информация может быть представлена по запросу.

Этот документ или любая его часть не могут распространяться без письменного разрешения Невафильм Research™, либо тиражироваться любыми способами.

## Компания «Невафильм»

Компания «Невафильм» включает в себя следующие подразделения:

### НЕВАФИЛЬМ *CINEMAS*<sup>™</sup>

- Решения для цифровых и 35-мм кинотеатров;
- Поставка оборудования для кинотеатров;
- Рабочее проектирование, монтаж, сервис.

### НЕВАФИЛЬМ *STUDIOS*<sup>™</sup>

- Тонстудии в Санкт-Петербурге, Москве и Киеве;
- Дублирование на русский и украинский языки;
- Сведение и кодирование фонограмм Dolby<sup>™</sup>.

### НЕВАФИЛЬМ *DIGITAL*<sup>™</sup>

- Производство цифровых копий кинофильмов;
- Мастеринг, пакетирование, тиражирование DCP;
- Управление ключами воспроизведения фильмов.

### НЕВАФИЛЬМ *RESEARCH*<sup>™</sup>

- Аналитика рынка кинотеатров в России;
- Исследования конкурентной среды;
- Разработка концепции кинотеатров.

## Содержание

Методика расчета и динамика средних цен на кинобилеты (2004–2008 гг.) .....	4
Москва .....	6
Санкт-Петербург .....	12
Средневзвешенные цены киносетей .....	16
Средние цены на цифровые 3D-фильмы в 2008 году .....	20
Выводы .....	23

## Список диаграмм

Рисунок 1. Динамика средневзвешенной цены кинобилета в Московской регионе и Санкт-Петербурге (2004–2008) .....	5
Рисунок 2. Динамика роста цены кинобилета в Московском регионе и Санкт-Петербурге vs инфляция в России (2004–2008) .....	5
Рисунок 3. Рыночные доли кинотеатров МР в зависимости от ценовой категории .....	7
Рисунок 4. Рыночные доли кинотеатров СПб в зависимости от ценовой категории .....	13
Рисунок 5. Средневзвешенные цены сетей 2008 г. ....	18
Рисунок 6. Средняя цена предложения на фильмы в формате 3D в российском прокате (vs 35 мм) .....	21

## Список таблиц

Таблица 1. Топ 5 самых дорогих кинотеатров Московского региона (12/2008) .....	6
Таблица 2. Топ 5 самых дорогих кинотеатров Санкт-Петербурга (12/2008) .....	12
Таблица 3. Средневзвешенные цены киносетей в Московском регионе и Санкт-Петербурге .....	16
Таблица 4. Среднее повышение стоимости билетов киносетями на 3D-фильмы по сравнению с 35-мм в 2008 году .....	22

## Методика расчета и динамика средних цен на кинобилеты (2004–2008 гг.)

С 22 по 29 декабря 2008 года аналитической группой компании «Невафильм» было проведено очередное измерение средних цен на билеты в современных кинотеатрах Московского региона и Санкт-Петербурга.

Целью исследования является измерение *цены предложения* (Average Ticket Price), методика расчета которой основана на рассмотрении предлагаемых кинотеатрами цен на все категории мест в залах на всех сеансах в течение недели (без учета льгот и скидок, за исключением цены детского билета в специализированных кинотеатрах). Затем средние цены предложения кинобилетов взвешиваются в соответствии с количеством залов в каждом из исследованных кинотеатров.

Цена предложения отличается от *фактической стоимости кинопосещения* (Average Admission Cost), которая рассчитывается путем деления общих кассовых сборов кинотеатров на количество посещений за период.

Мониторинг цен по итогам 2008 года особенно актуален в связи со складывающейся кризисной обстановкой в экономике страны, а также с распространением новой киноуслуги – цифрового 3D-показа. Так как же изменилась за прошедший год цена предложения кинобилета в столицах?



**Рисунок 1. Динамика средневзвешенной цены кинобилета в Московской регионе и Санкт-Петербурге (2004–2008)<sup>1</sup>**



**Рисунок 2. Динамика роста цены кинобилета в Московском регионе и Санкт-Петербурге vs инфляция в России (2004–2008)**

<sup>1</sup> В «Синемаскопе» №1 (25)/2009 допущена неточность указании средней цены предложения кинобилета в Санкт-Петербурге за 2008 год – вместо 189,95 р. ее следует считать равной 182,51 р.

## Москва

- Число исследованных кинотеатров: **101 (411 залов)**
- Средневзвешенная цена билета: **217 руб. (\$8,8)**
- Годовой рост: **17% в руб. (20% в \$)**
- Максимальная цена билета = **1 157 руб.** (к/т «Времена Года», сеть «Центрфильм»)
- Минимальная цена билета = **71,4 руб.** (к/т «Иллюзион», «Госфильмофонд»)

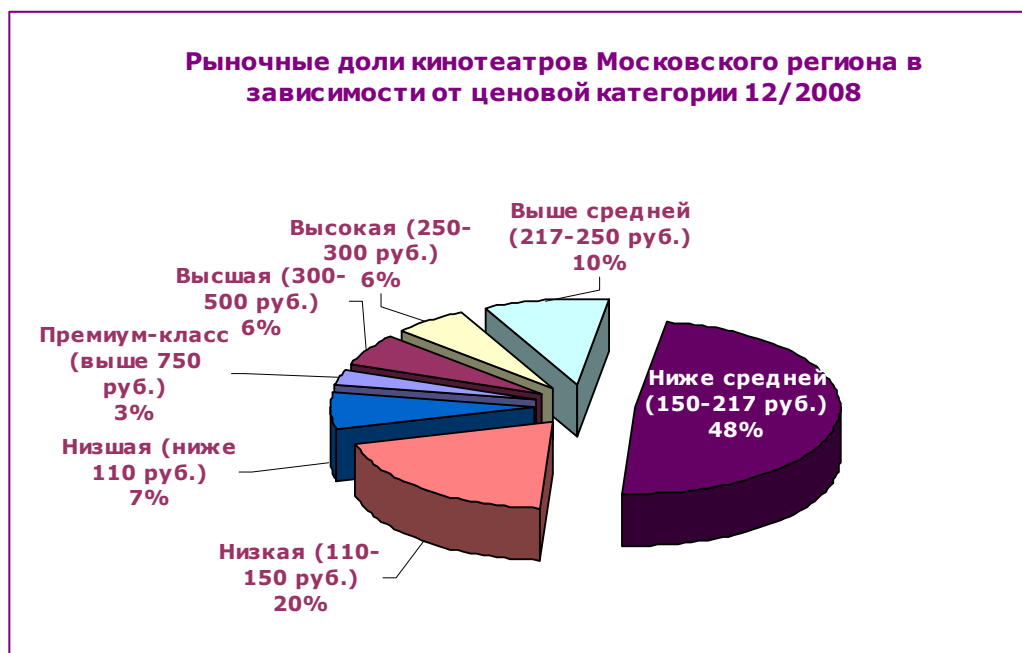
По результатам измерения, средневзвешенная цена предложения кинобилета современного кинотеатра Московского региона составляет 217 руб. или \$8,8 (при среднегодовом курсе 24,8 руб. за доллар). Годовой рост составил около 17%, что выше уровня инфляции 2008 года (13,3%); напомним, что в 2007 году рост равнялся 11%, а индекс потребительских цен – 12%.

**Таблица 1. Топ 5 самых дорогих кинотеатров Московского региона (12/2008)**

Место 2008 г.	Место 2007 г.	Кинотеатр	Кол-во залов	Цена 2007 г., руб.	Цена 2008 г., руб.	Изменение 2008 г. к 2007 г., %
1	–	Центрфильм–Времена Года	3	-	1 156,89р.	-
2	2	Романов Синема	3	750,00р.	1 000,00р.	33,33%
3	1	Формула Кино–Стрела	1	817,46 р.	767,35р.	-6,13%
4	–	Варшава	1	-	471,43р.	-
5	4	Каро Фильм–Атриум	9	331,50 р.	398,61р.	20,25%
<b>В среднем на экран, руб.:</b>				<b>186,2 р.</b>	<b>217,0р.</b>	<b>16,6%</b>
<b>В среднем на экран, \$:</b>				<b>\$7,3</b>	<b>\$8,7</b>	<b>20,1%</b>

Причиной такого роста можно было бы посчитать то, что кинопоказчики стараются минимизировать свои риски в условиях кризисной обстановки в стране, повышая цены на билеты. Однако, по словам игроков кинорынка, влияние экономического кризиса на работу кинозалов в декабре 2008-го еще не ощущалось. К тому же только в 25 кинотеатрах (35% залов) цена одного посещения превышает средневзвешенную цену билетов по Московскому региону в целом. Причем разброс цен в Москве достаточно высокий. Так, стандартное отклонение<sup>1</sup> цен на билеты составляет 153 руб. При детальном разбиении средневзвешенных цен на группы разброс становится более очевидным.

<sup>1</sup> Стандартное отклонение отражает рассеивание всех значений выборки относительно ее математического ожидания и рассчитывается как квадратный корень из дисперсии.



**Рисунок 3. Рыночные доли кинотеатров МР в зависимости от ценовой категории**

✓ *Премиум-класс (выше 750 руб.)*. В данном ценовом сегменте работают три кинотеатра. Один из них – новый миниплекс сети «Центрфильм» «Времена Года», средневзвешенная цена в котором составляет 1 157 руб. Второй – VIP-кинотеатр «Романов Синема», входящий в сеть «Сезон Синема», где все билеты в декабре стоили 1 000 руб.; с начала 2009 года данный кинотеатр перешел на новую ценовую схему, предусматривающую плату за одно посещение от 1 000 до 18 000 руб. (кинотеатр предоставляет услугу бронирования целого зала для частного просмотра с фуршетом и возможностью выбора фильма для просмотра). Третье место в рассматриваемой нами ценовой категории занимает лидер прошлого года – кинотеатр «Стрела» сети «Формула Кино»; средневзвешенная цена билета в этом комплексе упала на 6% по сравнению с прошлым годом и составила 767 руб. на конец 2008-го.

✓ *Высшая (300–500 руб.)*. Во второй ценовой категории оказались 5 кинотеатров (6% от числа всех современных залов

Московского региона). Среди них 3 кинотеатра сети «Каро Фильм»: «Капитолий на Вернадского», «Атриум» и обновленный кинотеатр «Варшава», открывшийся после реконструкции в конце 2008 года (он стал первым VIP-кинотеатром сети). «Варшава» возглавляет высший ценовой диапазон, при этом отрыв от средневзвешенной цены кинотеатров премиум-класса составляет более 290 руб. Также в ценовую группу 300–500 руб. входят: «Формула Кино на Рублевке», зал «IMAX Nescafe» и кинотеатр «Космос». Самый высокий рост средневзвешенной цены билета в данной ценовой группе продемонстрировал кинотеатр «Капитолий на Вернадского» (54%). Билеты в кинотеатре на Рублевке подорожали на треть; далее следует «Атриум» (20%); 6% рост средневзвешенной цены одного билета был зафиксирован в кинотеатре «Космос» и кинозале «IMAX Nescafe». Отметим, что некоторые вышеперечисленные кинотеатры попали в высокую ценовую категорию благодаря своему месторасположению (работают в центре Москвы либо в престижных районах города), другие – благодаря предложению уникальных услуг (например, «IMAX Nescafe»).

✓ *Высокая (250–300 руб.)*. В данном ценовом сегменте работают 6 кинотеатров (около 14% современных залов столичного региона). Три из них – центральные, что обусловило их попадание в высокий ценовой сегмент. Это два кинотеатра сети «Каро Фильм» («Ударник» и «Октябрь») и один «Формулы Кино» («Европа»). Три другие кинотеатра входят в сеть «KinoStar»; попадание всех кинотеатров компании, работающих в Московском регионе, в один стоимостный диапазон является следствием единой ценовой стратегии оператора. Большинство



кинотеатров, работающих в третьей ценовой группе, подняли цены на посещение своих залов в среднем от 13 до 20%.

✓ *Выше средней (217–250 руб.).* В 10 кинотеатрах (13% залов) средняя стоимость посещения выше средневзвешенной цены по городу и ниже 250 руб. Три кинотеатра этой группы подняли цены на билеты более чем на 30% («Алмаз», «Час Кино» и «35 мм»), еще в трех кинотеатрах стоимость посещения выросла от 10% до 30% («Каро Фильм в ТРЦ «Щука», «Ролан» и «Пять Звезд на Новокузнецкой»). В остальных четырех кинотеатрах цена билета осталась прежней (изменение не превысило 3%).

✓ *Ниже средней (150–217 руб.).* В самую многочисленную ценовую группу вошли 49 кинотеатров (почти половина всех современных залов столичного региона). Восемь кинотеатров из этой ценовой группы представляют федеральную сеть «Каро Фильм» – среднее увеличение стоимости одного посещения в этих кинотеатрах составило 13%. Семь кинотеатров принадлежат сети «Формула Кино» – в среднем билеты подорожали в этих кинотеатрах на 22% по сравнению с прошлым годом. В четырех кинотеатрах сети «Киномакс», работающих в данном ценовом сегменте, средневзвешенная цена кинобилета увеличилась на 11%. А вот в кинотеатрах сети «Кронверк Синема» ценовая схема изменялась по-разному: средняя стоимость просмотра фильмов в залах кинотеатра «Кронверк Синема МДМ» выросла на 43%, в то время как в приобретенном кинотеатре в ТРК «Вэйпарк» (бывший «Мегакинотеатр Сезон Синема») средневзвешенная цена кинобилета упала почти на 4%, что можно объяснить сменой владельца, который применил новую

ценовую политику. Также в 2008 году открылся еще один кинотеатр сети «Кронверк Синема», который работает в ценовом сегменте 150–217 руб., это кинотеатр в ТРЦ «Облака». Пять кинотеатров, предлагающих свои услуги в ценовом диапазоне 150–217 руб., являются независимыми и располагаются преимущественно в нижней части данной ценовой группы, за исключением «Киноцентра на Красной Пресне» (средневзвешенная цена посещения этого кинотеатра в 2008 году составила 193 руб.).

В кинотеатре «Синема Парк на Южной» зафиксировано самое сильное снижение цен на кинобилет (-22%), а детский кинотеатр «Салют», наоборот, поднял свои цены на рекордные в 2008 году 170%. Это повышение, в первую очередь, связано с изменением ситуации на рынке и стремлением руководства повысить доходы кинокомплекса, однако кинотеатр по-прежнему осуществляет детский кинопоказ и работает со школами.

В рамках данной ценовой категории прослеживается также влияние ужесточения конкуренции. Так, например, одно-двухзальные кинотеатры вынуждены снижать цены для привлечения в свои залы дополнительной аудитории. На такие меры решились кинотеатры «Пушкинский», «Фитиль Клуб», «Киномир» (даже несмотря на то, что эти кинотеатры являются центральными); однозальные кинотеатры «Кунцево» и «Балтика» также снизили цены предложения кинобилетов в свои залы. А вот двухзальники «Энтузиаст» и «Динамит», не имеющие поблизости конкурентов, цены повысили. Так же поступили и конкурирующие друг с другом в новом престижном микрорайоне Марьино кинотеатры «Экран» и «Киномакс–Солярис».

✓ *Низкая (110–150 руб.).* В ценовую категорию 110–150 руб. входят 20 кинотеатров (14% современных кинозалов столичного региона), причем три из них открылись в 2008 году. Падение цены билета зафиксировано в пяти кинотеатрах: стоимость посещения упала в среднем от 6% до 20%. При этом большинство кинотеатров, снизивших цену предложения услуг, так же, как и в предыдущей ценовой группе, являются однодвухзальными. В четырех кинотеатрах данной ценовой группы средневзвешенная стоимость билета выросла более чем на 10%.

✓ *Низшая (ниже 110 руб.).* В самую низкую ценовую категорию входят 7 кинотеатров (2% современных кинозалов столичного региона). Преимущественно все они однозальники, за исключением двухзальника «Орион», входящего в сеть «Люксор» (помимо него оператору принадлежит кинотеатр «Гавана», который также входит в низкую ценовую категорию); рост средней цены билета в этих кинотеатрах составил 17% и 23% соответственно. В детском кинотеатре «Вымпел», находящемся под управлением Комитета по культуре Москвы, стоимость посещения возросла на 17%. Еще один кинотеатр этого оператора («Молодежный»), модернизированный в 2008 году, также предлагает свои услуги в рамках данной ценовой категории. Кинотеатр «Сатурн» («Московское кино») практически не изменил свою ценовую политику. Замыкает низший ценовой сегмент кинотеатр «Иллюзион», предлагающий зрителям фильмы из коллекции «Госфильмофонда».

## Санкт-Петербург

- Число исследованных кинотеатров: **36 (183 зала)**
- Средневзвешенная цена билета: **183 руб. (\$7,4)<sup>1</sup>**
- Годовой рост: **12% в руб. (16% в \$)**
- Максимальная цена билета = **332,7 руб. (к/т «Джем Холл»)**
- Минимальная цена билета = **122,4 руб. (к/т «Колтуши-Синема»)**

За 2008 год средневзвешенная стоимость посещения кинозалов в Санкт-Петербурге выросла более, чем на 12% и подобралась к отметке в 183 руб. Интересно отметить, что темпы роста цены билета в кинотеатрах Санкт-Петербурга и Московского региона очень близки, и это свидетельствует о том, что столичные рынки кинопоказа развиваются симметрично.

**Таблица 2. Топ 5 самых дорогих кинотеатров Санкт-Петербурга (12/2008)**

Место 2008 г.	Место 2007 г.	Кинотеатр	Кол-во залов	Цена 2007 г., руб.	Цена 2008 г., руб.	Изменение 2008 к 2007, %
1	3	Джем Холл	1	253,57р.	332,65р.	31,19%
2	1	Соса-Cola IMAX	1	324,13р.	309,09р.	-4,64%
3	5	KinoStar City	13	219,58р.	262,48р.	19,53%
4	4	ПулковоФильм	6	230,76р.	229,67р.	-0,47%
5	-	Киноцентр ПИК	7	188,97р.	228,84р.	21,10%
<b>В среднем на экран, руб.:</b>				<b>162,8р.</b>	<b>182,5р.</b>	<b>12,1%</b>
<b>В среднем на экран, \$:</b>				<b>\$6,4</b>	<b>\$7,4</b>	<b>15,6%</b>

Разброс цен на билеты в кинотеатрах Санкт-Петербурга значительно меньше, чем в Московском регионе, что подтверждается среднеквадратичным отклонением, равным 48 руб. Ценовые схемы кинотеатров Санкт-Петербурга можно разбить на 4 группы.

<sup>1</sup> В «Синемаскопе» №1 (25)/2009 допущена неточность указания средней цены предложения кинобилета в Санкт-Петербурге за 2008 год – вместо 190 р. (\$7,7) ее следует считать равной 183 р. (\$7,4)



**Рисунок 4. Рыночные доли кинотеатров СПб в зависимости от ценовой категории**

✓ *Премиум-класс (выше 250 руб.)*. В эту ценовую категорию входят 2 кинотеатра. Лидером, предлагающим самую высокую цену посещения, является кинотеатр «Джем Холл» на Петроградской. Все яснее становится позиционирование данного комплекса как кинотеатра, предоставляющего услуги премиум-класса. Причем эта тенденция прослеживается не только в ценовой политике, но и в репертуарной. Средневзвешенная цена билета возросла в «Джем Холле» за 2008 год почти на треть. Другим кинотеатром данного ценового сегмента стал мультиплекс «KinoStar City» компании «Rising Star Media»: в Санкт-Петербурге сеть придерживается той же ценовой политики, что и в Москве: в столице ее кинотеатры попадают в третью (высокую) ценовую категорию. Цена предложения билетов в залы кинотеатра «KinoStar City» увеличилась почти на 20%, при этом в залах «Coca Cola Imax» она снизилась на 4,6%.

✓ *Выше средней (200–250 руб.)*. В данном ценовом сегменте работает 6 кинотеатров города (15% современных залов). Возглавляет список кинотеатр «ПулковоФильм» с тремя VIP-

залами; средневзвешенная цена посещения в этом кинотеатре практически не изменилась. Далее следует киноцентр «Пик», цена билетов в котором возросла на 21%. Практически на четверть подорожали билеты в кинотеатре «Кронверк Синема Нео». Повышение в районе 10% было зафиксировано в кинотеатрах «Кристалл-Палас» и «Новый Рубеж». Замыкает данную группу новый кинотеатр сети «Мираж Синема», который расположился в Озерках.

✓ *Средняя цена (150–200 руб.).* В самую многочисленную ценовую группу входит 21 кинотеатр (68% современных залов города). Сильнее всех подорожали билеты в кинотеатре «Кронверк Синема Заневский Каскад», рост средневзвешенной стоимости в этом кинотеатре составил 32%. В четырех кинотеатрах средняя цена кинобилета поднялась менее чем на 10%; восемь кинопоказчиков повысили стоимость своих услуг на 10–20%; в пяти кинотеатрах средняя стоимость просмотра фильмов увеличилась более чем на 20%. Серьезных же падений цен в кинотеатрах данной группы замечено не было.

✓ *Ниже средней (ниже 150 руб.).* В низком ценовом сегменте работают 6 кинотеатров (9% современных залов). Преимущественно это кинокомплексы, которые находятся либо на окраине города, либо в пригороде, причем половина киноплощадок ценовой категории ниже средней являются однозальниками.

Примечательно, что два центральных кинотеатра («Дом Кино» и «Колизей») попали в ценовую категорию «ниже средней». Первый из них специализируется на показе артхаусного, авторского кино и на проведении различных

кинофестивалей, поэтому этот кинотеатр обладает своей уникальной аудиторией, ориентируясь на которую и выстраивает свою ценовую политику. А репертуар «Колизея» рассчитан на широкого зрителя. Однако, учитывая близкое расположение конкурентов, которые способны предложить зрителю более широкий выбор хотя бы просто потому, что обладают большим количеством залов (кинотеатры «Художественный» и «Кристалл-Палас»), «Колизей» вынужден конкурировать ценовыми методами для привлечения зрителей. В этом смысле интересна стратегия кинотеатра «Аврора», который также расположен на Невском проспекте и, как и «Колизей», обладает двумя залами (хотя географически находится несколько в более выигрышной ситуации по сравнению с конкурентами); тем не менее «Аврора» предлагает более широкий репертуар, что позволяет кинотеатру рассчитывать как на широкого зрителя, так и на нишевого. Одним из следствий такой стратегии является более высокая цена билета в залы и попадание в категорию «средняя цена».

## Средневзвешенные цены киносетей

По результатам измерения средневзвешенной цены билета в кинотеатрах Московского региона и Санкт-Петербурга была также рассчитана средневзвешенная стоимость посещения залов киносетей, работающих в исследованных городах.

**Таблица 3. Средневзвешенные цены предложения киносетепредложения в Московском регионе и Санкт-Петербурге**

Название киносети	Москва		Санкт-Петербург	
	средняя цена в сети	отклонение от средней по городу	средняя цена в сети	отклонение от средней по городу
KinoStar	265,32р.	+22,3%	231,58р.	+26,9%
Mori Cinema	-	-	149,47р.	-21,3%
Каро Фильм	243,70р.	+12,3%	162,85р.	-14,3%
Киномакс	172,13р.	-20,7%	165,98р.	-12,6%
Киносфера	214,26р.	-1,3%	-	-
Комитет по культуре Москвы	128,15р.	-40,9%	-	-
Кронверк Синема	179,38р.	-17,3%	160,45р.	-15,5%
Люксор	152,97р.	-29,5%	-	-
Мираж Синема	-	-	185,08р.	-2,6%
Московское кино	118,79р.	-45,3%	-	-
Парадиз	215,34р.	-0,8%	-	-
Роскино	163,56р.	-24,6%	228,84р.	+20,5%
Сезон Синема	529,99р.	+144,2%	-	-
Синема Парк	205,94р.	-5,1%	184,97р.	-2,6%
СинемаСтар	175,60р.	-19,1%	-	-
Формула Кино	221,66р.	+2,2%	-	-
Центрфильм	330,05р.	+52,1%	-	-
<b>Средняя цена по городу</b>	<b>217,0р.</b>		<b>182,51р.</b>	

Было выявлено, что сеть «Сезон Синема» предлагает свои услуги по самой высокой цене: основной причиной такого результата является ценовая схема кинотеатра «Романов

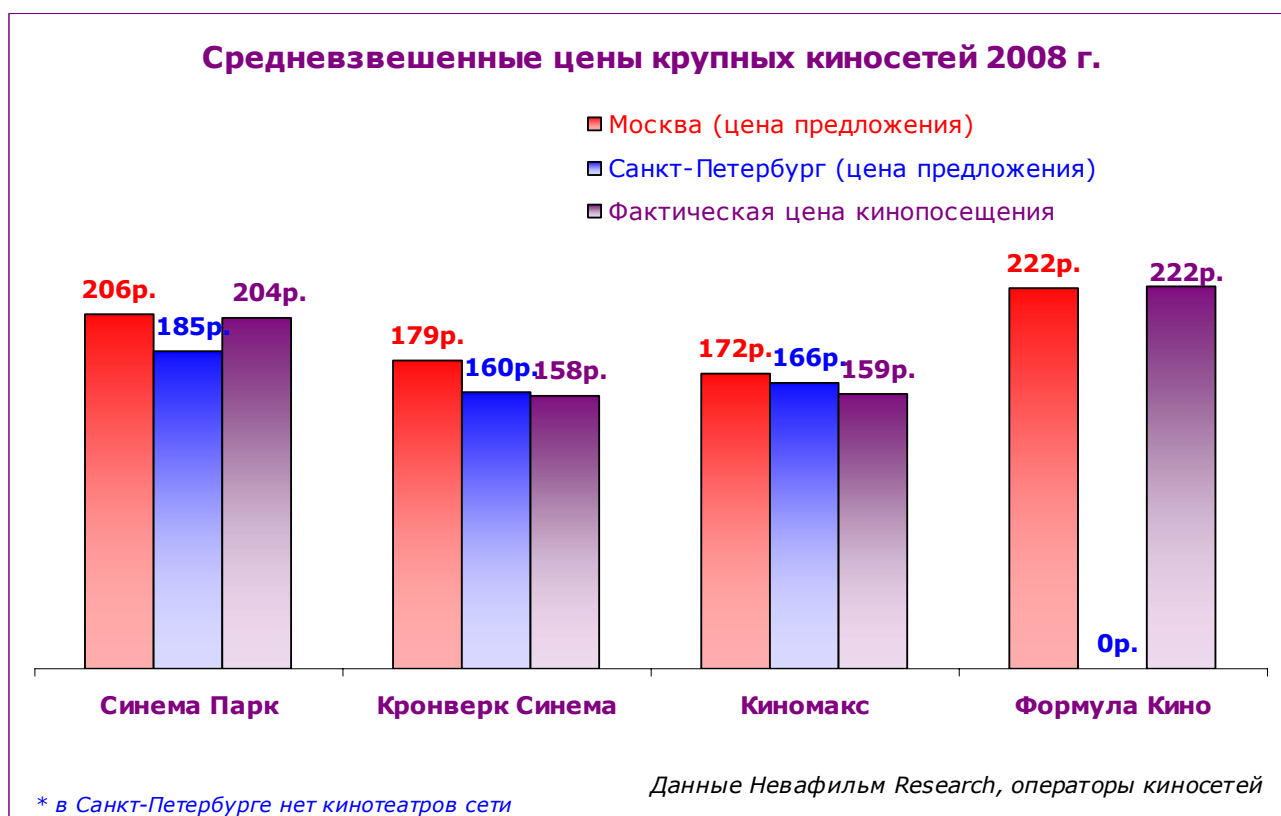


Синема». Далее следует киносеть «Центрфильм», в которую входит самый дорогой, по итогам измерения 2008 года в Москве, кинотеатр «Времена Года».

Третье место среди самых дорогих сетей столицы и первое среди сетей, работающих в Санкт-Петербурге, занимает «KinoStar». Однако, стоит отметить, что средняя стоимость посещения московских залов этой сети выше, чем петербургских. Иная ситуация с кинотеатрами сети «Роскино»: просмотр фильма в киноцентре «Пик» обойдется дороже, чем в кинотеатре «XL-3». Причиной различия ценовых схем кинотеатров сети «Роскино» можно назвать их месторасположение («XL-3» находится в пригороде Москвы, а киноцентр «Пик» – в центре Петербурга).

Ценовая политика других сетей, кинотеатры которых работают и в Москве и в Санкт-Петербурге, кажется более логичной, поскольку экономика Московского региона развита сильнее и способна выдержать более высокие цены.

Интересно также сравнить реальные цены, рассчитанные на основе данных, которые любезно согласились предоставить аналитическому отделу компании «Невафильм» киносети «Синема Парк», «Кронверк Синема», «Формула кино» и «Киномакс», с результатами измерения средневзвешенной цены предложения кинобилетов. Сразу хотелось бы отметить, что фактические цены отражают среднюю стоимость, по которой зрители согласились посмотреть фильмы в кинотеатрах. А стоимость, рассчитанная на основе ценовых схем кинотеатров, являются ценой предложения – то есть той, по которой кинопоказчики предлагают свои услуги.



**Рисунок 5. Средневзвешенные цены сетей 2008 г.**

Из графика видно, что фактическая цена посещения чаще оказывается ниже цены предложения, что объясняется возможностью выбора зрителями времени сеанса, от которого зависит стоимость посещения. Также различия этих цен объясняются еще и тем, что некоторые компании имеют кинотеатры не только в Москве и Санкт-Петербурге, но и в других городах страны. То есть фактическая цена посещения справедлива для всей сети в целом, а цена предложения – только для кинотеатров конкретного города. Тем не менее значения цены предложения и фактической стоимости кинопосещения близки.

Отметим, что фактическая стоимость кинобилета в сети «Синема Парк» выше, чем цена предложения в московских и петербургских кинотеатрах компании. При этом данные по фактической стоимости кинопосещения, которые предоставила

компания «Синема Парк», составляют в Москве – 245,43 руб., а в Петербурге – 195,31 руб. – эти цифры также выше замеренной специалистами «Невафильм» цены предложения сети в столицах. Объяснение этому следует искать в том, что, по-видимому, зрители предпочитают посещать кинотеатры «Синема Парк» в большей степени в вечернее время и в выходные дни, когда стоимость билетов выше. В результате на практике происходит перевешивание кассовых сборов в вечернее время за счет продажи большего числа билетов по более дорогой цене. Тогда как при мониторинге цен предложения всем сеансам присваивается одинаковый вес, что приводит к выравниванию средней стоимости.

Ценовая политика сети «Кронверк Синема» в целом слабо отличается от цены предложения в Санкт-Петербурге, что объясняется тем, что большинство кинотеатров сети расположены именно в Северной столице. В Москве данный оператор предлагает свои услуги по более высоким ценам. Кроме того, можно предположить, что в сети «Кронверк Синема» применяется развитая система скидок для посетителей, что приводит к снижению фактической цены кинопосещения в сети относительно цены предложения в столицах.

Сеть «Киномакс» также имеет широкую систему скидок для кинозрителей, следствием применения которой является более низкая фактическая стоимость билетов в сети по сравнению с ценой предложения в Москве и Санкт-Петербурге. Кроме того, не следует забывать, что «Киномакс» – это крупнейший оператор кинотеатров в регионах России, где кинобилеты стоят дешевле, чем в столицах.

Фактическая цена посещения кинотеатров сети «Формула Кино» совпадает с ценой предложения. В первую очередь это связано с тем, что практически все кинотеатры располагаются в Московском регионе. Такое совпадение цен также свидетельствует о правомерности используемой методики расчета.

## **Средние цены на цифровые 3D-фильмы в 2008 году**

### **Мухомор на Луну 3D**

- Число исследованных цифровых кинотеатров: **43**
- Среднее повышение цены на стереосеансах: **32,14%**
- Кинотеатр с самым высоким повышением средней цены билета на 3D-сеансах: **«Киномечта», Казань (202 руб. – 3D; 94 руб. – 35 мм) – 116%**

### **Путешествие к Центру Земли 3D**

- Число исследованных цифровых кинотеатров: **57**
- Среднее повышение цены на стереосеансах: **41,36%**
- Кинотеатр с самым высоким повышением средней цены билета на 3D-сеансах: **«Киномечта», Казань (260 руб. – 3D; 114 руб. – 35 мм) – 128%**

### **Вольф 3D**

- Число исследованных современных кинотеатров: **74**
- Среднее повышение цены на стереосеансах: **43%**
- Кинотеатр с самым высоким повышением средней цены билета на 3D-сеансах: **«Киномакс», Екатеринбург (447 руб. – 3D; 155 руб. – 35 мм) – 189%**

В конце 2007 года на широкие экраны в России вышел первый цифровой 3D-фильм «Беовульф», который принес кинотеатрам невероятные доходы: сборы на один экран в семь (!) раз превысили аналогичные показатели других киноплощадок; при этом увеличение средней цены кинобилета по России составило почти 70%. В 2008 году вышло 6 полнометражных цифровых 3D-фильмов, однако такого же повышения средней цены предложения в цифровых кинозалах уже не наблюдалось.



**Рисунок 6. Средняя цена предложения на фильмы в формате 3D в российском прокате (vs 35 мм)**

Так, повышение цены билета на сеансы «Мухнем на Луну 3D», вышедшего в российский прокат 21 августа 2008 года, составило лишь **32%**, что связано как с тем, что фильм, в отличие от «Беовульфа», был ориентирован на детскую аудиторию, так и с выходом картины «Мухнем на Луну 3D» не только в цифровом формате, но также и в пленочной версии стереофильма с анаглифными очками, в результате чего был потерян эффект уникальности услуги.

Два осенних 3D-блокбастера имели больше шансов собрать более высокую кассу в цифровых залах за счет повышения цены билета, поскольку имели более широкую целевую аудиторию и не имели трехмерной альтернативы в обычных залах. В результате превышение цены билета на цифровой кинопоказ в сравнении с пленочным на «Путешествие к Центру Земли 3D» (премьера 11 сентября 2008 г.) и «Вольт 3D» (премьера 27 ноября 2008 г.) составило более **40%**. Одинаковое увеличение

стоимости просмотра этих фильмов может свидетельствовать о том, что кинотеатры выработали ценовую модель предложения трехмерных сеансов, хотя об окончательно сформировавшемся комплексе услуг цифрового кино в целом говорить пока рано.

Происходящую ситуацию на рынке 3D-показов более полно отражает таблица со средним повышением стоимости на трехмерные сеансы по ключевым игрокам рынка цифрового кинопоказа. Заметна тенденция увеличения стоимости билета на цифровые 3D-сеансы у операторов «Синема Парк», «Киномакс» и «Люксор». «Кронверк Синема», напротив, со временем снижает 3D-цены; у остальных же операторов цена предложения билета на цифровые стереосеансы от фильма к фильму колеблется незначительно.

**Таблица 4. Среднее повышение стоимости билетов киносетями на 3D-фильмы по сравнению с 35-мм в 2008 году**

Оператор	Мухнем на Луну 3D		Путешествие к Центру Земли 3D		Вольт 3D	
	кол-во цифровых залов	среднее повышение на 3D-сеансы	кол-во цифровых залов	среднее повышение на 3D-сеансы	кол-во цифровых залов	среднее повышение на 3D-сеансы
Иллюзион	-	-	2	9,5%	2	8,3%
Интеркино	2	20,4%	2	24,2%	2	21,2%
Каро Фильм	1	59,1%	2	53,6%	1	50,8%
Киномакс	1	37,9%	3	45,8%	4	116,4%
Кронверк Синема	2	0,0%	1	27,1%	1	10,8%
Люксор	2	29,5%	4	72,8%	5	72,4%
Планета развлечений	2	106,1%	2	101,8%	2	100,6%
Синема Парк	15	13,3%	20	22,9%	24	29,8%
Независимые	12	44,7%	16	46,9%	22	41,1%

На 2009 год прокатчиками заявлено более 70 цифровых фильмов, из которых 13 будут демонстрироваться в 3D-формате; таким образом, у кинотеатров еще будет возможность детально проработать свою политику. Также не стоит забывать о дополнительных возможностях цифрового кинопоказа (трансляции спортивных соревнований и развлекательного контента, проведение рекламных кампаний, телеконференций,

показ авторских фильмов, организации компьютерных игр на большом экране и пр.), которые еще не освоены на рынке российского кинопоказа.

## **Выводы**

Подводя итоги измерения средневзвешенной цены билета в современных кинотеатрах в 2008 году, хочется выделить несколько тенденций, имеющих место на рынке кинопоказа:

- главной особенностью 2008 года стало превышение темпов роста цены кинобилета над уровнем инфляции, что в условиях экономического кризиса может оказать негативное влияние на уровень посещаемости столичных кинотеатров;
- при этом было отмечено схожее увеличение стоимости билета в петербургских и московских кинотеатрах, что свидетельствует о симметричном развитии кинорынков мегаполисов;
- усиление конкуренции в столицах ведет к тому, что некоторые одно- двухзальные кинотеатры были вынуждены снижать цену билета. В то время как другие малозальные кинопоказчики используют не только ценовые методы конкурентной борьбы, но и предлагают зрителю специальный репертуар, альтернативный контент – т. е. уходят в ниши;

- позиционирование кинотеатров становится более четким, увеличиваются разрывы между различными ценовыми категориями. При этом сетевые операторы используют единые ценовые схемы в своих кинотеатрах. Так, например, «KinoStar» и «Синема Парк» работают в высоком ценовом диапазоне; ценовая политика сети «Люксор» зависит от типа кинотеатра (мало- или многозальник); аналогично поступает и компания «Каро Фильм» – при этом федеральный оператор ориентируется преимущественно на локальных зрителей в городских районах;
- 2008 год ознаменовался выходом на широкие экраны нескольких 3D-фильмов, результаты проката которых подтвердили значимость новой услуги – цифрового 3D-показа. Зрители по-прежнему охотно готовы платить за трехмерные киносеансы большие деньги.

© 2009 Невафильм Research™

*Распространение, тиражирование или иное публичное использование материалов исследования возможно только с письменного разрешения компании Невафильм.  
199397, Санкт-Петербург, ул. Кораблестроителей, д.33/26  
телефон +7 (812) 449-7070, факс +7 (812) 352-6969*