

НЕВАФИЛЬМ RESEARCH™  
 ЗАО «Невафильм».  
 199397, Санкт-Петербург,  
 ул. Кораблестроителей, д. 33/2б.  
 т. (812) 449-70-70, ф. 352-69-69.  
[www.невафильм.рф](http://www.невафильм.рф)

## ГДЕ СМОТРИТ КИНО СОВРЕМЕННЫЙ КИНОЗРИТЕЛЬ<sup>1</sup>

**Ксения Леонтьева, к. э. н., ведущий аналитик Невафильм Research, по материалам выступления на конференции «Бизнес кинотеатров», Кино Экспо–2010**

Сегодня понятие «кинозритель» приобретает новый смысл – это уже не только и не столько традиционный «cinema-goer», покупающий билет на сеанс в зале кинотеатра. Современные зрители имеют возможность выбора различных источников для просмотра кинофильма. Разумеется, лояльная аудитория у этих «источников» может быть различной, что сказывается на уровне потребления того или иного контента в кинотеатрах, на видеоносителях или по телевидению. Так, в тройке самых популярных кинофильмов за последние годы по трем данным каналам кинопоказа прослеживаются определенные закономерности. Отечественные и зарубежные блокбастеры (такие как «Ирония судьбы. Продолжение» или трилогия «Пираты Карибского моря») бьют рекорды везде и всегда; но на телевидении при этом наивысшие рейтинги регулярно собирают отечественные фильмы, показавшие довольно скромные результаты в кинопрокате.

### Фильмы-лидеры в различных каналах кинопоказа (по итогам года)

Канал кинопоказа	2008			2009			IИ2010		
	1 место	2 место	3 место	1 место	2 место	3 место	1 место	2 место	3 место
<b>Кинопрокат</b>	Ирония судьбы. Продолжение	Мадагаскар	Адмирал	Ледниковый период 3: эра динозавров	2012	Обитаемый остров	Аватар	Шрек навсегда	Алиса в стране чудес
<b>Домашнее видео</b>	Мумия	Ирония судьбы. Продолжение	Особо опасен	Тарас Бульба	Сумерки	Ангелы и демоны	н/д		
<b>Телевидение*</b>	Пираты Карибского моря. Сундук мертвеца	Пираты Карибского моря. Проклятье черной жемчужины	Ванечка	Миллионер из трущоб	Реальный папа	Пираты Карибского моря. На краю света	Ирония судьбы. Продолжение	На краю стою...	Хроники Нарнии: принц Каспиан

\* На телевидении рассматривались только фильмы, вышедшие в российском кинопрокате

Источники: Кинобизнес сегодня, Видеомагазин, TNS Россия

<sup>1</sup> Статья для журнала «Киномеханик», 2010 год.

Причина кроется в различной степени «легкости на подъем» аудитории того или иного канала кинопоказа, выбирающей для себя наиболее доступное и удобное место для просмотра фильмов. На наш взгляд, степень доступности и удобства различных форм кинопоказа (по мере возрастания указанных качеств) может быть определена в виде следующего перечня:

- кинотеатр (в который надо идти или даже ехать, подстраиваться под время сеанса, «терпеть» других людей в зале и пр.);
- DVD/BD (лицензионный диск можно купить сегодня в очень широкой сети магазинов и посмотреть дома в комфортных условиях и в любое время);
- телевидение (эфирное ТВ есть в каждом доме, но выбор контента и времени просмотра ограничен – необходимо подстраиваться под программную сетку вещания);
- сервисы «видео по запросу» (широкий выбор, доставка на дом и удобное время просмотра);
- «пиратский» контент (широкий выбор, оперативность выхода новинок, доступность, зачастую бесплатность и пр.).

Что касается кинотеатров, то, по данным на 1 сентября 2010 года, современные кинозалы действовали в 321 из 778 российских городов, где проживают 75,2 млн человек; цифровые кинотеатры имелись в 150 из этих городов (62,5 млн человек). Много это или мало? Для этого рассмотрим уровень доступности остальных возможных каналов кинопоказа для российских граждан.

По оценкам Screen Digest, число российских домохозяйств, оснащенных DVD-плеерами, в 2009 году достигло 33,8 млн, а домохозяйств с BD-плеерами (включая компьютерные приводы и телевизионные приставки, поддерживающие формат Blu-Ray) – 218,8 тыс. (0,42% семей). В стране действует обширная сеть реализации легальных DVD и BD, они продаются в специализированных магазинах, продуктовых гипермаркетах, центрах бытовой техники, включая салоны сотовой связи, а также в книжных сетях и в Интернете. Ассортимент лицензионного видеорынка в несколько раз превышает кинотеатральный (в среднем более 2000 наименований выходит на видео ежегодно – против 350 в кино), а размер «окна» между кино- и видеорелизом постоянно сокращается (в первой половине 2010 года оно достигло 75 дней, в то время как в 2004–2006 годах составляло не менее ста). При этом каждый второй житель страны покупает хотя бы один лицензионный диск за год; а исходя из оценок экспертов, объемы продаж нелегальной продукции в 4–6 раз выше, чем на легальном рынке – т. е. один «пиратский» диск покупает раз в год каждый житель.

Эфирное телевидение в России является бесплатным для потребителей, так как основу системы эфирного вещания составляют государственные (финансируемые за счет бюджета) и коммерческие телеканалы (и те и другие получают основной доход от продажи рекламного времени). В результате для большинства россиян это самый доступный и удобный формат кинопоказа, хотя и не все телеканалы имеют стопроцентный охват населения страны (по данным Минкомсвязи, на сентябрь 2009 года доступ к одной–двум телепрограммам в России имели более 95% жителей, тогда как к пяти телеканалам – лишь 33%). Однако задача расширения телевизионной доступности должна быть решена в России к 2015 году в процессе перехода на технологии цифрового вещания. Первый мультиплекс, в который вошли 8 общедоступных обязательных бесплатных телеканалов, будет запущен в цифровом формате в 2014 году, а дальнейшее выполнение концепции перехода на «цифру» позволит как повысить качество сигнала, так и расширить число каналов и их доступность для населения. Наибольший охват (свыше 95%) имеют Первый канал, «Россия 1» и НТВ, унаследовавшие сеть распространения программ Центрального телевидения СССР. Приближаются к ним «старые» телеканалы – СТС, «РЕН ТВ» и ТНТ, вещание которых организовывалось по сетевому принципу. Что касается популярности эфирных каналов среди населения России, то, по данным TNS Россия, в 2010 году первые места по показателю доли аудитории занимают Первый канал,

«Россия 1» и НТВ. Эфирные телеканалы являются крупнейшими потребителями аудиовизуальной продукции, при этом, по данным TNS Россия, в 2010 году 18 общенациональных каналов предлагают зрителям более 200 часов кинопродукции в сутки (включая художественные и документальные фильмы, сериалы, анимацию, телеспектакли). А объем показа именно художественных фильмов – около 95 часов в сутки (лидерами здесь являются телеканалы «Звезда», «Пятый» и ТВЦ). В то же время лидеры российского телевизионного рынка по доле аудитории находятся далеко не на первых местах по количеству эфирных часов показа художественных фильмов. Однако на телерынке заметна тенденция увеличения интереса каналов к киноконтенту: в 2009 году художественные фильмы начали демонстрироваться на двух специализированных эфирных каналах – музыкальном MTV и анимационном «2x2», а с начала 2010-го концепцию вещания сменил и спортивный телеканал «7ТВ».

К числу неэфирных в России может быть отнесена совокупность каналов как отечественного, так и зарубежного производства (адаптированных и неадаптированных), которые транслируются на территории страны при помощи кабельных, спутниковых и IPTV-сетей. Всего, по данным Ассоциации кабельного телевидения России (АКТ), в 2009 году в стране насчитывалось 1450 операторов кабельного ТВ. Общее число пользователей платного телевидения в России составляет 26,7 млн домохозяйств. Среди более 200 телеканалов, транслируемых в кабельных, спутниковых и IPTV-сетях, можно выделить около 30, специализирующихся на показе кинофильмов и сериалов. По данным проекта TV Index Plus (TNS Россия), среди них наибольшим охватом вещания обладают «TV 1000 Русское кино», «TV 1000» и «Дом кино»; среднее число тех, кто смотрел первые два канала хотя бы раз в течение месяца, в феврале–апреле 2010 года составляло более 7 млн чел., ежемесячная аудитория третьего – 4 млн чел. Прочие кино- и сериальные каналы смотрят хотя бы один раз в месяц от 0,1 до 2,8 млн чел.

Новый вид доставки контента – услуга «видео по запросу» (video on demand – VoD). В последнее время она активно развивается в России как операторами неэфирного телевидения (кабельного, спутникового, IPTV и мобильного), так и интернет-ресурсами. Эти новые сервисы могут функционировать на основе двух бизнес-моделей: за счет пользователя – плата взимается с потребителя услуги, правообладатель получает роялти; за счет рекламодателя – услуга бесплатна для пользователя, который «соглашается» просматривать вместе с выбранным контентом рекламное сообщение, а оператор канала получает доход от рекламодателя, разделяемый с правообладателем. Первые шаги на этом рынке в России были сделаны в середине 2000-х годов, и сейчас в стране действует около 30 операторов различных медиа, предлагающих услуги VoD своим пользователям посредством нескольких технологий. Наибольшее число компаний насчитывается в сегменте интернет-сервисов, кабельного и IPTV телевидения, тогда как мобильные и спутниковые каналы пока используются не очень активно. В кабельных и IPTV сетях лидером этого рынка является компания «Стрим ТВ», обслуживающая около 2 млн абонентов. Среди интернет-ресурсов, по данным компании LiveInternet, ведущие позиции на рынке занимают сайты [www.Tvigle.ru](http://www.Tvigle.ru) и [www.Ivi.ru](http://www.Ivi.ru). Интересно при этом отметить, что третье место в составленном рейтинге занимает платный ресурс [www.Video.ru](http://www.Video.ru), то есть бесплатные сервисы, вопреки расхожему мнению, далеко не всегда опережают по популярности платные. В целом стоимость услуг «видео по запросу» в России достаточно невысока: по оценке Невафильм Research, средняя цена единицы контента в 2010 году составляет 54 руб.

Не стоит забывать также, что Интернет является наиболее удобным способом получить доступ и к нелицензионному контенту, чаще всего бесплатному, и популярность этого «канала кинопоказа» растет по мере расширения сети широкополосного доступа в России. Сегодня, по данным AC&M-Consulting, число российских пользователей ШПД составляет около 13,3 млн домохозяйств страны.

Если перевести все выше указанные цифры к «единому знаменателю»<sup>2</sup>, то можно оценить уровень доступности различных каналов кинопоказа для населения. Итак, эфирное телевидение доступно сегодня для 140,5 млн жителей России; наслаждаться просмотром лицензионного видео имеют возможность около 82 млн россиян, у которых есть DVD-плееры, а более полумиллиона граждан – еще и видеопродукцией в HD-качестве; помимо этого сегодня насчитывается около 72 млн человек, пользующихся услугами операторов неэфирного телевидения; наконец, число абонентов кабельных и спутниковых каналов, имеющих возможность пользоваться сервисами VoD, достигает 4,1 млн домохозяйств или около 11 млн человек. В то же время современные кинотеатры занимают в этом ряду третье место – они доступны сегодня для 75,2 млн жителей страны, а цифровые 3D-залы – 61,9 млн граждан. Впрочем возможность демонстрировать 3D-фильмы уже не является конкурентным преимуществом кинотеатров: в сентябре 2010-го в продаже появились первые 3D-диски Blu-Ray (от компании Sony), в октябре начал постоянное вещание первый спутниковый 3D-канал (в пакете оператора НТВ+), эксперименты ведутся и на других каналах, а также готовятся в сетях операторов услуг «видео по запросу».

**Доступность различных каналов кинопоказа для россиян, млн чел.  
(оценка на середину 2010 года)**



© 2010 НЕВАФИЛЬМ RESEARCH

Подробная информация в новом исследовании компании «Невафильм» «Рынок сбыта кинопродукции в России» – [www.nevafilm.ru](http://www.nevafilm.ru)

<sup>2</sup> Исходя из того, что, по данным переписи населения 2002 года, в России насчитывается 52,7 млн домохозяйств, т. е. средний состав семьи – 2,7 человек.