



# РОССИЙСКАЯ КИНОИНДУСТРИЯ — 2019 Краткая версия



## ОБ ИССЛЕДОВАНИИ

Фонд кино представляет краткую версию информационно-аналити ческого издания «Российская киноиндустрия — 2019», являющегося ежегодным исследованием основных сегментов отечественной кино индустрии. В издании представлены данные о рынках кинопроката и кинопоказа Российской Федерации, рынке видеосервисов, структурс киноаудитории, состоянии отечественного кинопроизводства и кино образования, международной дистрибьюции российских фильмов объемы и условия распределения государственной поддержки, пози ции отечественной кинопродукции на российском телевидении, итоги основных кинофестивалей и кинопремий за 2019 год.

Исследование выполнено аналитическим департаментом Фонда кино.

использованы данные единои федеральной автоматизированног информационной системы сведений о показах фильмов в кинозала: (ЕАИС), обеспечивающей наиболее полное представление о состоя нии кинопроката и кинопоказа Российской Федерации.



## СОДЕРЖАНИЕ

KUHOLIPOKA I
МЕЖДУНАРОДНАЯ ДИСТРИБЬЮЦИЯ
КИНОАУДИТОРИЯ
КИНОПОКАЗ
КИНОПРОИЗВОДСТВО
КИНОФЕСТИВАЛИ И ПРЕМИИ
КИНООБРАЗОВАНИЕ
ТЕЛЕВИДЕНИЕ
ВИДЕОСЕРВИСЫ
КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ





### КИНОПРОКАТ

Российский рынок кинопроката стал крупнейшим среди стран Европы по объему проданных билетов: в 2019 году сеансы фильмов в кинотеатрах нашей страны посетили 219,4 млн зрителей.

Начиная с 2017 года на сеансы фильмов в кинотеатрах Российской Федерации продавалось свыше 200 млн билетов ежегодно, что позволяет российскому рынку кинопроката входить в десятку крупнейших в мире по кинотеатральной посещаемости. По итогам 2019 года национальный кинорынок стал крупнейшим среди стран Европы по объему проданных билетов. В топ-5 также вошли Франция, Великобритания, Германия и Италия, в кинотеатрах которых было продано 213,3 млн, 176,1 млн, 118,6 млн и 104,7 млн билетов соответственно.

# Календарные показатели российских и зарубежных фильмов\*, 2019 г.

	Сборы, млрд руб.	Зрители, млн чел.	Сеансы, млн	Средняя цена билета, руб.
Российские фильмы	12,268	50,6	2,8	242,5
Зарубежные фильмы	43,199	168,8	7,7	255,9
Всего	55,467	219,4	10,5	252,8
Доля российского кино	22,1%	23,1%	26,9%	

<sup>\*</sup> За период с 01.01.2019 по 31.12.2019. Источник: ЕАИС

Объем национального рынка кинопроката достиг 55,5 млрд рублей, что является максимальным значением в современной истории кинопроката Российской Федерации, существующего немногим более 20 лет.

В 2019 году совокупные кассовые сборы кинопроката Российской Федерации составили 55,5 млрд рублей (\$853 млн), в кинотеатрах страны было продано 219,4 млн билетов. Темп роста по сравнению с 2018 годом составил +10,3% по кассовым сборам и +9,5% по количеству проданных билетов. Средняя цена билета выросла на 0,7% и составила 252,8 рубля (в 2018 году – 251,0 рубля).

Рост национального рынка в 2019 году обусловлен небывалой концентрацией сильных и ожидаемых голливудских релизов: только два фильма – «Король Лев» и «Мстители: Финал» – собрали в прокате свыше 2,5 млрд рублей каждый, в течение года еще 11 картин преодолели порог сборов в 1 млрд рублей. Зарубежные фильмы собрали в прокате 43,2 млрд рублей, что на 18,4% выше, чем в 2018 году.

Сборы российского кино в 2019 году составили 12,3 млрд рублей (22,1% от совокупных кассовых сборов кинопроката); на сеансы российских фильмов в кинотеатрах страны было продано 50,6 млн билетов (23,1% от совокупного числа билетов). Показатели отечественного кино хоть и уступили рекордным значениям 2018 года (13,8 млрд рублей, 57,9 млн зрителей), тем не менее внесли значимый вклад в развитие российского рынка кинопроката. Третий год подряд на сеансы российских фильмов приходят не менее 50 млн зрителей, а доля российского кино уверенно превышает 20-процентный порог по кассовым сборам и посещаемости.

Рост совокупного объема рынка способствовал повышению максимальных сборов на один релиз: за последние 10 лет в российском прокате свыше 2 млрд кассовых сборов собрали семь картин, из которых четыре вышли в прокат в 2019 году.

Десятку крупнейших релизов 2019 года возглавила российская комедия реж. Клима Шипенко «Холоп». Картина вышла в прокат в конце года и по итогам проката стала самым кассовым российским фильмом, собрав 3,1 млрд рублей. Фильм посмотрели в кинотеатрах страны 11,6 млн зрителей. Военноприключенческая картина «Т-34» реж. Алексея Сидорова – третий российский фильм, собравший в прокате свыше 2 млрд рублей, и четвертый в рейтинге самых кассовых релизов 2019 года: картину посмотрели в кинотеатрах 8,8 млн человек, сборы составили 2,3 млрд рублей.

## Топ-10 релизов 2019 г. в кинопрокате Российской Федерации

Nº	Название фильма	Дата релиза	Страна	Жанр	Дистрибьютор	Сборы, млрд руб.	Сборы, \$ млн	Кол-во зрителей, млн чел.
1	Холоп	26.12	Россия	Комедия	CP	3,073	49,6	11,6
2	Король Лев	18.07	США	Анимация	WDSSPR	2,635	41,4	10,9
3	Мстители: Финал	29.04	США	Кинокомикс	WDSSPR	2,576	39,8	8,7
4	T-34	01.01	Россия	Военный	CP	2,271	33,2	8,8
5	Малефисента: Владычица тьмы	17.10	США	Фэнтези	WDSSPR	1,912	29,9	7,6
6	Джокер	03.10	США, Канада	Триллер	CAO	1,890	29,3	6,8
7	Холодное сердце II	28.11	США	Анимация	WDSSPR	1,827	28,7	7,5
8	Как приручить дракона 3	21.02	США	Анимация	UPI	1,689	25,8	7,2
9	Тайная жизнь домашних животных 2	25.05	США, Франция, Япония	Анимация	UPI	1,479	22,8	6,9
10	Аладдин	23.05	США	Музыкальный	WDSSPR	1,215	18,8	4,9

Источник: ЕАИС. Данные по состоянию на 20.03.2020.

CP – Централ Партнершип, CAO – Каро Премьер, UPI – Universal Pictures International Russia, WDSSPR – Walt Disney Studios Sony Pictures Releasing.

На российском рынке кинопроката действуют порядка 60 прокатных компаний, при этом порядка 90% сборов и посещаемости (в 2019 году – 88%) приносят релизы пяти крупнейших дистрибьюторов. Чуть более трети совокупных сборов релизов 2019 года пришлось на фильмы, выпущенные дистрибьютором Walt Disney Studios Sony Pictures Releasing (36,6%, 20,8 млрд рублей, 41 релиз). «Централ Партнершип» выпустил в прокат 38 фильмов, на долю которых пришлось 19,7% совокупных сборов релизов 2019 года (11,2 млрд рублей). Universal Pictures International – 18 фильмов (12,6%, 7,2 млрд рублей). Еще 12,2% совокупных сборов релизов 2019 года принесли 24 фильма, выпущенные «Каро Премьер» совместно с «Каропрокат» (6,9 млрд рублей, из которых 1,1 млрд принесли 10 российских фильмов, выпущенных «Каропрокат»). Дистрибьютор «Двадцатый Век Фокс СНГ» выпустил 14 фильмов (7,4%, 4,2 млрд рублей). Чуть более 1 млрд рублей собрали фильмы, выпущенные компаниями «Вольга» и «Наше кино» (2,4%, 1,3 млрд рублей и 2,0%, 1,1 млрд рублей соответственно).

 $\it \Lambda$ 



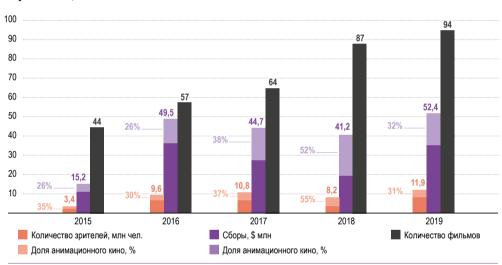


## МЕЖДУНАРОДНАЯ ДИСТРИБЬЮЦИЯ

За последние пять лет в 5 раз возросло количество государств – импортеров российского аудиовизуального контента (с 23 до 120 стран с учетом всех каналов дистрибьюции), а кассовые сборы российских фильмов в зарубежном прокате выросли в 3,5 раза.

В 2019 году за пределами нашей страны находились в прокате 94 российских фильма. Количество зрителей российского кино за рубежом составило 11,9 млн человек, кассовые сборы превысили \$50 млн (\$52,4 млн). На данный момент это лучшие результаты, которых российскому кино удалось достичь в зарубежном прокате в текущих условиях продвижения национального контента.

# Динамика показателей российского кино в зарубежном прокате, 2015–2019 гг.



Источники: ComScore, Бюллетень кинопрокатчика

В 2019 году рейтинг крупнейших российских картин по объему кассовых сборов в зарубежном прокате возглавляет спортивная драма «Движение вверх» реж. А. Мегердичева (ООО «Студия «ТРИТЭ» Никиты Михалкова»). Фильм вышел в прокат на территории КНР 13 июня 2019 года. В общей сложности в 2019 году в зарубежном прокате фильм посмотрели 3 млн зрителей, кассовые сборы составили \$14,3 млн (помимо КНР фильм был также в прокате в Южной Корее). На втором месте анимационный фильм «Снежная королева: Зазеркалье» (\$7,8 млн, 1,7 млн зрителей, 30 стран). Совокупно четыре фильма франшизы «Снежная королева» производства анимационной студии «ВИЗАРТ ФИЛЬМ» посмотрели в зарубежном прокате 9,4 млн зрителей, кассовые сборы составили \$46,7 млн.

На третьем месте мультфильм «Большое путешествие» (ООО «Лицензионные бренды»), собравший в зарубежном прокате \$3,9 млн (931 тыс. зрителей). При этом данный фильм стал лидером по широте зарубежного проката в 2019 году: картина вышла на экраны 43 стран.

Ежегодно не менее 30% посещаемости российского кино за рубежом приходится на анимационные фильмы (в 2019 году – 31,3%).

Среди художественных фильмов максимальный охват стран показал фильм «Лето» реж. К. Серебренникова (23 страны, \$0,8 млн). Привлечь более 1 млн зрителей в зарубежном прокате в 2019 году удалось и хоррору «Русалка. Озеро мертвых» реж. С. Подгаевского (ООО «Киностудия КИТ»). Фильм вышел на экраны в 11 странах, сборы составили \$2,8 млн, основная часть которых была собрана в Мексике, Бразилии и Колумбии.

Для пяти из 10 крупнейших российских картин результаты зарубежного проката оказались выше, чем в национальном прокате (в частности, анимационные фильмы и хорроры).

# Топ-10 крупнейших российских фильмов в зарубежном прокате в 2019 г.

Nº	Название	ı	В 2019 год	у	За весь	период	Доля сборов	Доля сборов	
	фильма	Кол-во стран	Сборы, \$ млн	Зрители, млн чел.	Сборы за рубежом, \$ млн	Сборы в России, \$ млн	зарубежного проката	в России	
1	Движение вверх	2	14,4	3,096	15,0	51,4	22,6%	77,4%	
2	Снежная королева: Зазеркалье	30	7,8	1,720	8,4	2,7	75,9%	24,1%	
3	Большое путешествие	43	3,9	0,931	4,5	2,3	66,3%	33,7%	
4	Русалка. Озеро мертвых	11	2,8	1,035	4,2	1,6	72,5%	27,5%	
5	Тайна печати дракона	4	2,6	0,553	3,3	5,2	38,9%	61,1%	
6	Пиковая дама: Зазеркалье	18	1,8	0,627	2,0	1,3	59,8%	40,2%	
7	T-34	11	1,3	0,125	1,3	33,2	3,8%	96,2%	
8	Как я стал русским	4	1,3	0,253	1,3	1,8	41,5%	58,5%	
9	Маша и Медведь	9	1,3	0,332	11,4	0,0	99,7%	0,3%	
10	Волки и овцы: Ход свиньей	20	1,2	0,244	1,2	1,6	42,5%	57,5%	

Источники: EAИC, ComScore, Box Office Mojo, Бюллетень кинопрокатчика

Ежегодно свыше 40% сборов и посещаемости российского кино за рубежом приходится на прокат на территории КНР, в 2019 году – 42,3% по сборам (\$22,2 млн) и 40,3% по количеству зрителей (4,8 млн человек). В кинопрокате КНР находились 10 российских фильмов.

На втором месте по объему сборов в 2019 году Мексика: \$2,8 млн (5,4%) собрали восемь российских фильмов. На третьем месте Южная Корея: \$2,7 млн (5,1%). В прокате Турции было 14 российских фильмов, сборы составили \$2,0 млн, среди которых 30% сборов пришлись на сборник анимационных серий «Маша и Медведь». Замыкает пятерку крупнейших стран Германия, в прокате которой находились 24 российских фильма, сборы составили \$1,7 млн, из которых 15% пришлись на военно-приключенческий фильм «Т-34».





9

## Топ-5 стран по объему сборов российских фильмов в 2019 г.

Nº	Страна	Доля сборов	Сборы, \$ млн	Зрители, млн	Кол-во фильмов	Фильм-лидер
1	Китай	42,3%	22,2	4,779	10	Движение вверх
2	Мексика	5,4%	2,8	1,179	8	Русалка: Озеро мертвых
3	Южная Корея	5,1%	2,7	0,413	9	Снежная королева: Зазеркалье
4	Турция	3,8%	2,0	0,757	14	Маша и Медведь
5	Германия	3,3%	1,7	0,163	24	T-34
	<sup>-</sup> о топ-5 стран 019 г.	59,9%	31,4	7,292		

Источники: EAИC, ComScore, Box Office Mojo, Бюллетень кинопрокатчика











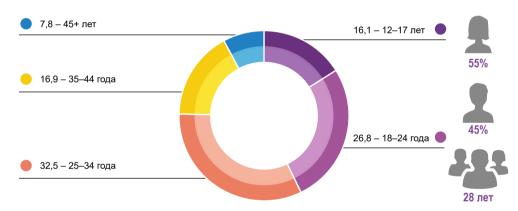
## КИНОАУДИТОРИЯ

Средний возраст кинозрителя составляет 28 лет, чаще всего в кино ходят зрители в возрасте 18 лет. При этом самая многочисленная группа кинозрителей — зрители в возрасте 25—34 лет (каждый третий посетитель кинотеатров).

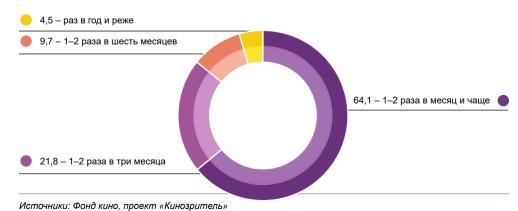
Киноаудитория Российской Федерации преимущественно женская (доля женщин – 55%). Средний возраст кинозрителя составляет 28 лет, чаще всего в кино ходят зрители в возрасте 18 лет.

В структуре киноаудитории в разрезе возрастных групп доля зрителей 12–17 лет составляет 16,1%. Доля аудитории в возрасте 18–24 лет – 26,8%. Зрители данной возрастной группы составляют ядро киноаудитории, т. е. ходят в кино чаще других (69% зрителей данной возрастной группы посещают кинотеатр 1–2 раза в месяц и чаще). Самая многочисленная группа кинозрителей – зрители в возрасте 25–34 лет (32,5% аудитории кинотеатров, каждый третий кинозритель). Доля зрителей 35–44 лет составила 16,9%, доля зрителей старше 45 лет – 7,8%.

## Половозрастной состав киноаудитории, %



## Частота посещения кинотеатра, %







### Состав просмотра в разрезе возрастных групп

	Всего	12–17 лет	18–24 года	25–34 года	35–44 года	45+ лет
Пара	27,7%	9,2%	31,7%	37,8%	22,0%	21,9%
Друзья	30,8%	59,7%	42,0%	22,7%	9,8%	10,3%
Семья	25,0%	22,2%	8,6%	20,0%	53,3%	49,1%
Один	15,3%	8,1%	16,4%	18,2%	13,8%	17,4%
Иной состав	1,2%	0,8%	1,3%	1,3%	1,1%	1,3%

Источник: Фонд кино

Кинозрители посещают кинотеатры преимущественно с друзьями (30,8%). Это основной состав посещения у аудитории моложе 25 лет. Еще 27,7% аудитории приходят в кино вдвоем, 15,3% кинозрителей пришли посмотреть фильм без спутников. Семейный состав посещения кинотеатра является основным для аудитории 35—44 лет.

Доля семейной аудитории составляет 25%, в зависимости от уик-энда варьируется от 22% до 39% в праздничные уик-энды и в период школьных каникул (в новогодние праздники доля семейной аудитории может достигать 48%).

Средний возраст ребенка, пришедшего в кино вместе с родителями, составил 8 лет. Минимальный возраст, с которого дети начинают посещать кинотеатр с родителями, – 5 лет. Почти половина семейной аудитории (48,5%) пришла на сеанс фильма с ребенком младшего школьного возраста (7–11 лет), с детьми младше 7 лет пришли 30,4% семейной аудитории, с подростками 12–14 лет – 21,1%.

# Возрастные категории детской аудитории, посещающей кинотеатр вместе с родителями

Дошкольный возраст (до 7 лет)  Младший школьный возраст (7–11 лет)	Всего
	30,4%
T (40, 44,)	48,5%
Подростки (12–14 лет)	21,1%

Средний возраст ребенка,

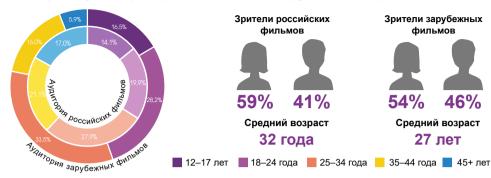
пришедшего на сеанс с родителями: 8 лет

Минимальный возраст: 5 лет

Источники: Фонд кино, проект «Кинозритель»

Киноаудитория российского кино в 2019 году была в среднем на 5 лет старше, чем аудитория зарубежных фильмов: 32 года и 27 лет соответственно. В структуре киноаудитории российского кино доля зрителей в возрасте 18–24 лет не превысила 20% (среди зарубежного кино она составляет 28%), доля аудитории старше 35 лет выше и составляет 38%, из которых 17% — зрители старше 45 лет (среди аудитории зарубежных фильмов 22%, из которых старше 45 лет не более 6%). Также аудиторию российского кино отличает более высокая доля женщин (59% против 54%), частота посещения кинотеатра чуть реже, чем среди аудитории зарубежного кино.

## Портрет аудитории российских и зарубежных фильмов, 2019 г.



Частота посещения	1–2 раза в месяц и чаще	1–2 раза в три месяца	1–2 раза в шесть месяцев	Раз в год и реже
Российские фильмы	63% <sup>†</sup>	21%	11% <sup>†</sup>	6% <sup>↑</sup>
Зарубежные фильмы	64%	22%	9%	4%

Среднее значение уровня удовлетворенности кинозрителей и готовности рекомендовать отечественный фильм, идущий в прокате в 2019 году, составило 17 пунктов: 46,7% кинозрителей после просмотра фильма выразили готовность рекомендовать его своим друзьям, 30,0% — не рекомендовали бы, 23,3% — заняли нейтральную позицию. Уровень удовлетворенности и готовности рекомендовать фильм зарубежного производства составил 21 пункт: 48,1% кинозрителей рекомендовали фильм, 26,7% — не рекомендовали, 25,2% — заняли нейтральную позицию.

# Среднее значение индекса удовлетворенности от просмотра и готовности рекомендовать фильм, 2019 г.

	NPS*, пунктов	Рекомендуют	Не рекомендуют	Настроены нейтрально
Российские фильмы	17	46,7%	30,0%	23,3%
Зарубежные фильмы	21	48,1%	26,7%	25,2%

<sup>\*</sup> NPS – индекс оценки уровня удовлетворенности фильмом и готовности рекомендовать его. Диапазон изменения индекса от –100 до 100. Значение высчитывается как разница между долей зрителей, готовых рекомендовать фильм, и долей зрителей, не готовых его рекомендовать.

Среди российских картин в прокате в 2019 году максимальный уровень удовлетворенности и готовности рекомендовать зафиксирован у военно-приключенческого фильма «Т-34»: 65 пунктов, 75% зрителей после просмотра фильма выразили готовность рекомендовать его своим друзьям, 10% не стали рекомендовать. Среди зарубежных картин лучший результат у драмы «Зеленая книга»: 70 пунктов, 77% рекомендовали фильм и лишь 6% — не рекомендовали.



Источником данных для анализа является трекер киноаудитории «Кинозритель», проект Фонда кино, призванный дать участникам киноиндустрии доступ к оперативным данным о половозрастной структуре посетителей кинотеатров по итогам каждого уик-энда, уровне удовлетворенности просмотренным фильмом, причинах его выбора. Сотрудники проекта еженедельно опрашивают зрителей в кинотеатрах страны, расположенных в

Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Новосибирске и Краснодаре — крупнейших городах по кинотеатральной посещаемости. Партнерами проекта, предоставляющими площадки для опроса, выступили объединенная киносеть «Формула Кино / Синема Парк» и сеть кинотеатров «КАРО». Участие в опросе принимает только реальная кинотеатральная аудитория — зрители, выходящие из кинозалов после просмотра фильмов. Объем выборки: 1500 кинозрителей за уик-энд.





### **КИНОПОКАЗ**

Уровень доступности для населения услуг современного цифрового показа по сравнению с 2015 годом вырос с 60,2% до 70,0% (с 88,0 млн до 102,9 млн человек).

На конец 2019 года в Российской Федерации действовало 2 096 кинотеатров и 5 597 кинозалов. Темп роста кинотеатральной сети по отношению к 2018 году составил +9,9% по количеству кинотеатров и +4,8% по количеству залов. Состоялось 10.5 млн сеансов, средняя стоимость билета составила 252.8 рубля.

## Цифровые кинотеатры и кинозалы в России, 2019 г.

	Кинотеатры	Кинозалы
Действующие в 2019 г.	2 150 +9,0%*	5 739 +4,5%
Действующие по состоянию на 31 декабря 2019 г.	2 096 +9,9%	5 597 +4,8%

Источник: ЕАИС

Плотность кинозалов на 100 тыс. жителей в среднем по стране составила 3,8 зала. Доступ к услугам современного цифрового кинопоказа имели 102,9 млн человек (70% населения Российской Федерации).

# Динамика обеспеченности населения услугами современного кинопоказа, 2015–2019 гг.

	2015	2016	2017	2018	2019
Число залов на 100 тыс. жителей	2,7	3,1	3,4	3,6	3,8
Уровень доступности услуг современного кинопоказа	60,2%	63,0%	66,0%	68,5%	70,0%
Численность населения, имеющего доступ к услугам современного кинопоказа, млн чел.	88,0	93,2	97,0	100,6	102,9

По сравнению с 2015 годом кинотеатральная сеть выросла на 76,3% по количеству кинотеатров и на 39,8% по количеству залов.



С 2015 года основным драйвером роста кинотеатральной сети Российской Федерации является федеральная программа модернизации кинозалов в населенных пунктах с численностью населения до 500 тыс. человек.

К концу 2019 года в рамках программы модернизации открыто 992 кинозала в 80 регионах страны, на переоборудование которых в течение пяти лет было направлено 4,89 млрд рублей из средств субсидии федерального бюджета. Несмотря на то что открытие данных кинозалов происходило постепенно, их посетили уже более 27 млн зрителей, из которых 12,3 млн пришли на сеансы российских фильмов. Совокупные кассовые сборы от продажи билетов в данные кинозалы уже превысили объем государственных затрат на реализацию программы и составили 5,01 млрд рублей, из них 2,16 млрд рублей получены от продажи билетов на российское кино. Таким образом, данная программа не только увеличила уровень доступности услуг кинопоказа для населения, но и расширила объем рынка национального кинопроката в целом (по итогам 2019 года на 5% по объему посещений и на 3,6% по объему кассовых сборов), обеспечив тем самым базу для дополнительных ежегодных доходных поступлений в адрес правообладателей контента в объеме до 1 млрд рублей в год.

На конец 2018 года в стране действовали 1 907 цифровых кинотеатров, тогда как к концу 2019 года работали уже 2 096. За год открылось 230 кинотеатров, закрылось 53, 12 кинотеатров возобновили кинопоказ, а 80 кинотеатров изменили количество залов. По сравнению с 2018 годом положительная динамика по числу кинотеатров наблюдается среди 3—4-зальных, 5—6-зальных, а также 9—11-зальных кинотеатров: +3,1%, +6,9% и +2,8% соответственно. Количество двухзальных кинотеатров, наоборот, сократилось на 3,4%: с 298 до 288 кинотеатров.

Четверть совокупной посещаемости и кассовых сборов в 2019 году приходится на 145 кинотеатров с 7–8 кинозалами. В среднем 24 зрителя пришли на сеанс фильма в кинотеатр данной категории зальности, заплатив за билет в среднем 253,9 рубля.

# Структура рынка кинопоказа в разрезе количества залов, 2019 г.

Число залов	Кол-во кинотеатров	Кол-во зрителей, млн чел.	Доля зрителей	Сборы, млрд руб.	Доля сборов	Кол-во сеансов, млн	Зрителей на сеанс, чел.	Сборы на сеанс, руб.	Средняя цена билета, руб.
1	1 175	19,2	8,7%	3,722	6,7%	1,3	15	2 830,0	194,0
2	288	19,1	8,7%	4,304	7,8%	1,1	18	4 053,7	224,8
3–4	266	34,9	15,9%	8,604	15,5%	1,8	19	4 720,2	246,8
5–6	187	47,5	21,7%	11,491	20,7%	2,2	22	5 306,6	241,7
7–8	145	55,9	25,5%	14,182	25,6%	2,3	24	6 061,4	253,9
9–11	73	32,3	14,7%	9,272	16,7%	1,4	23	6 689,7	287,4
12–24	16	10,6	4,8%	3,891	7,0%	0,4	24	8 818,8	368,0
Итого	2 150	219,4	100%	55,467	100%	10,5	21	5 266,4	252,8

Учитывались цифровые кинотеатры и кинозалы, действовавшие в 2019 г.

<sup>\*</sup> Динамика количества кинотеатров по отношению к предыдущему году.





В среднем на сеанс фильма в 2019 году пришел 21 зритель, заплатив 252,8 рубля за билет, средняя наработка на сеанс по сборам составила 5,3 тысячи рублей. Средняя наработка на сеанс десятки крупнейших кинотеатров страны составила 36 зрителей и 11,0 тысяч рублей.

Крупнейшим кинотеатром по количеству зрителей, как и годом ранее, стал «Киноцентр Соловей на Красной Пресне» (Москва). 2 декабря 2019 года самый посещаемый кинотеатр страны был закрыт, здание кинотеатра подлежит сносу в целях последующего строительства на его месте гостиничного комплекса.

Среди сетевых кинотеатров крупнейшим стал «КАРО ФИЛЬМ» в ТЦ «Авиапарк» (Москва).

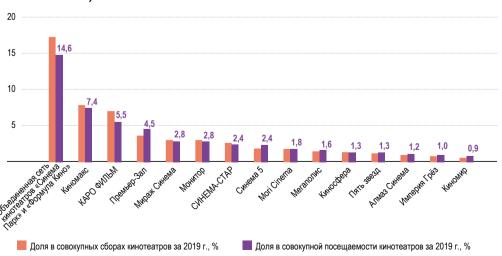
Из десяти крупнейших кинотеатров по посещаемости за год четыре кинотеатра расположены в Москве, три кинотеатра – в Краснодаре, по одному – в Санкт-Петербурге, Екатеринбурге и Ростове-на-Дону.

## Топ-5 кинотеатров по посещаемости, 2019 г.

Nº	Город	Киносеть	Кинотеатр	Кол-во залов	Доля от совокупной посещаемости по РФ	Наработка зрителей на сеанс, чел.	Наработка сборов на сеанс, руб.
1	Москва		Киноцентр Соловей на Красной Пресне	24	0,67%	32	8 982
2	Москва	КАРО ФИЛЬМ	КАРО ФИЛЬМ в ТЦ «Авиапарк»	17	0,50%	30	13 283
3	Краснодар	Монитор	МОНИТОР СБС	11	0,46%	38	12 218
4	Краснодар	Киномакс	Киномакс	8	0,45%	55	16 260
5	Санкт-Петербург		ПИК	8	0,45%	46	9 089
Ит	ого топ-5			68	2,53%	37	11 506

Половина совокупной посещаемости (51,5%) приходится на 15 киносетей, объединяющих 31% кинотеатров и 44% кинозалов страны.

# Соотношение долей сборов и посещаемости крупнейших киносетей, 2019 г.



## **КИНОПРОИЗВОДСТВО**

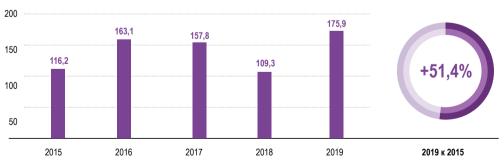
За последние пять лет средний производственный бюджет вышедшего в прокат российского полнометражного фильма вырос в полтора раза: с 116,2 млн рублей в 2015 году до 175,9 млн в 2019 году.

В 2019 году в прокат вышли 177 российских фильмов (137 художественных, 9 анимационных, 26 документальных и 5 альманахов), производство которых осуществили 157 кинокомпаний.

Среди релизов 2019 года 26 фильмов регионального производства (в 2018 году – 21). Лидером по количеству выпущенных фильмов среди регионов является Якутия (7 фильмов вышли в прокат в 2019 году, 5 – в 2018-м), на втором месте – Бурятия (по три релиза в 2018-м и 2019-м годах).

За последние пять лет средний производственный бюджет вышедшего в прокат российского полнометражного фильма вырос в полтора раза: с 116,2 млн рублей в 2015 году до 175,9 млн в 2019 году. При этом если в период с 2013 по 2015 год данный показатель находился на относительно стабильном уровне в 110–115 млн рублей, то с 2016 года средний производственный бюджет фильма, вышедшего в кинотеатральный прокат, вырос в 1,5 раза — до 163 млн рублей. Данный рост обусловлен резким снижением паритетной покупательской способности национальной валюты, произошедшим в конце 2014 года. Учитывая в среднем трехлетний производственный цикл, кинокомпании, запустившие в производство кинопроекты, начиная с конца 2014 года были подвержены высокой волатильности валютного рынка, что отразилось на росте производственного бюджета. Исключением в общей динамике является 2018 год: средний бюджет производства фильмов, вышедших в кинопрокат в данный период, составил 109,3 млн рублей, что на 31% ниже, чем в предыдущем году. Данное снижение является следствием выхода в кинопрокат сериальной продукции (части многосерийного фильма «Гоголь», полнометражная версия «Полицейский с Рублевки. Новогодний беспредел»), а также ряда дебютных картин, стоимость производства которых ниже, чем у фильма кинематографического качества.

# Средний бюджет производства российского полнометражного фильма, 2015—2019 гг., млн руб.



Соотношение среднего и медианного бюджетов художественного и анимационного фильмов демонстрирует специфику анимационной продукции: средняя стоимость производства полнометражного анимационного фильма существенно выше стоимости производства художественного фильма, более чувствительна к валютным колебаниям, демонстрирует минимальную разницу между медианным и средним значениями. Стоимость производства анимационного фильма выросла на 65%: с 184,6 млн рублей в 2015 году до 303,9 млн в 2019 году, а художественного — на 54%: с 106,7 млн рублей в 2015 году до 164,1 млн в 2019 году.





# Средний и медианный бюджет производства художественного и анимационного полнометражного фильма, 2015–2019 гг.

		Художественный фильм				Анимационный фильм						
	2015	2016	2017	2018	2019	2019 к 2015	2015	2016	2017	2018	2019	2019 к 2015
Средний бюджет производства, млн руб.	106,7	157,8	154,6	111,5	164,1	+54%	184,6	189,8	192,0	187,8	303,9	+65%
Медианный бюджет производства, млн руб.	69,6	85,2	80	89	77,5	+11%	138,3	177,1	175,0	153,1	300,0	+117%

В 2019 году в прокат вышло 78 фильмов, созданных при частичной финансовой поддержке государства. Кассовые сборы данных фильмов составили 11,2 млрд рублей при совокупном объеме поддержки 4,8 млрд рублей. Доля безвозвратной поддержки в совокупном бюджете производства данных фильмов снизилась до 28,8% (с учетом средств, выделенных на условиях 100% возврата, — 36,2%). В среднем за пять лет доля государственной поддержки, выделенной на безвозвратной основе, составила 37,0% от совокупного производственного бюджета (с учетом средств, выделенных на условиях 100% возвратности, — 45,7%).

	2015	2016	2017	2018	2019	Итого за 5 лет
Фильмов	81	82	71	63	78	375
Средний бюджет производства, млн руб.	94,7	126,5	133,8	111,4	171,6	127,8
Сборы, млрд руб.	6,022	8,537	13,667	8,021	11,242	47,489
Объем поддержки, млрд руб.	3,488	5,523	4,491	3,571	4,840	21,913
Доля от производственного бюджета	45,5%	53,3%	47,3%	50,9%	36,2%	45,7%
в т. ч. доля безвозвратной поддержки	39,8%	41,2%	38,8%	40,9%	28,8%	37,0%
Доля возвратной поддержки	5,7%	12,0%	8,5%	10,0%	7,3%	8,7%

Кинопроизводство Российской Федерации в 2019 году обеспечили 30 киностудий, в распоряжении которых 104 павильона, 24 хромакея и пять натурных площадок. Крупнейшими киностудиями Москвы являются «Амедиа» (16 пав.), «Моя студия» (13 пав. и 1 хромакей), Киноконцерн «Мосфильм» (13 пав., 3 натурных площадки и 1 хромакей), который в конце 2019 года получил разрешение на строительство нового многофункционального культурного центра, включающего в себя киноконцертный комплекс и новый киносъемочный павильон (17-й павильон станет самым большим на «Мосфильме»: его площадь составит 2,3 тыс. квадратных метров), а также Центральная киностудия детских и юношеских фильмов им. М. Горького (12 пав. и 1 хромакей). В Санкт-Петербурге основными киностудиями являются «Объединенные Русские Киностудии» (6 пав. и 1 хромакей) и «Ленфильм» (4 пав. и 1 хромакей).

В Москве сконцентрировано наибольшее количество киностудий – 15. В Санкт-Петербурге расположены четыре студии, в Уфе и Хабаровске – по две. По одной киностудии располагается в Екатеринбурге, Ханты-Мансийске, Якутске, Краснодаре, Казани и Саратове.

Киносервисные услуги осуществляют 46 организаций. Крупнейшими по числу предоставляемых услуг являются «СинеЛаб» (Москва, 11 видов услуг), «Студия ВЕК» (Санкт-Петербург, 9 видов услуг) и «29 февраля» (Екатеринбург, 8 видов услуг). Москва – безусловный лидер по количеству киносервисных компаний, так же как и по количеству киностудий. Наиболее часто предлагаемыми являются услуги по компьютерной обработке материалов в монтажно-тонировочный период, а также аренда съемочного оборудования (камеры, операторская техника, транспорт).

### КИНОФЕСТИВАПИ И ПРЕМИИ

С 2019 года перечень международных кинофестивалей, ежегодно проводимых на территории Российской Федерации, подлежит утверждению Минкультуры России (в 2019 году в перечень вошли 65 международных кинофестивалей).

Ежегодно на территории Российской Федерации проводится порядка 170 кинофестивалей разной направленности, из которых свыше 110 (65%) позиционировались как международные.

Вплоть до конца 2018 года в Российской Федерации отсутствовало законодательное закрепление понятия «кинофестиваль», что создавало множество трактовок и неоднозначные основания для необходимости получения прокатного удостоверения на демонстрацию фильма.

Законодательное регулирование демонстрации фильмов, предполагающее обязательное наличие прокатного удостоверения для осуществления на территории Российской Федерации проката фильма и (или) показа фильма, предусматривает исключение для показов в рамках международных кинофестивалей, включенных Минкультуры России в перечень проводимых на территории Российской Федерации международных кинофестивалей, а именно: фильм может демонстрироваться без прокатного удостоверения в случае показа «на проводимом на территории Российской Федерации международном кинофестивале, который включен в перечень кинофестивалей и общая продолжительность которого составляет не менее трех и не более пятнадцати дней, при условии, что показ такого фильма на данном кинофестивале осуществляется не более пяти раз, а в случае проведения мероприятий данного кинофестиваля с периодичностью более одного раза в год их общая продолжительность не должна превышать пятнадцать дней, а каждое мероприятие не должно длиться менее трех дней подряд и суммарное количество показов такого фильма на всех мероприятиях данного кинофестиваля не должно превышать пять раз».

В 2019 году государственную поддержку получили 53 кинофестиваля, совокупный объем поддержки составил 355,8 млн рублей.

Главной фестивальной площадкой страны традиционно является Московский международный кинофестиваль (ММКФ). Второе место занимает открытый российский кинофестиваль национальных фильмов «Кинотавр», третье — Открытый российский фестиваль анимационного кино.

В конкурсных программах 41-го Московского международного кинофестиваля было представлено 36 картин из России. В рамках основного конкурса игровых фильмов жюри оценило 13 картин из разных стран, в том числе три из них российского производства: «Воскресенье» (реж. Светлана Проскурина), «Эпидемия. Вонгозеро» (реж. Павел Костомаров) и «Надо мною солнце не садится» (реж. Любовь Борисова). Также одна из лент, претендующих на награды, была снята в копродукции России, Бангладеша и Германии – «День субботний» (реж. Мостафа Сарвар Фаруки).

За главный приз 30-го «Кинотавра» боролись 15 картин, в том числе дебюты. Гран-при фестиваля получил фильм «Бык», дебютная картина реж. Бориса Акопова. Лучшим режиссером стал Александр Лунгин («Большая поэзия»), а лучшим дебютом была признана комедия «Давай разведемся!» (реж. Анна Пармас). Призом за лучшую женскую роль награждена Виктория Толстоганова за фильм «Выше неба», приз за лучшую мужскую роль получил Александр Кузнецов за фильм «Большая поэзия».





За лучшую операторскую работу был награжден Глеб Филатов (фильм «Бык»). Приз за лучший сценарий получили Анна Пармас, Мария Шульгина и Елизавета Тихонова – фильм «Давай разведемся!». В конкурсе короткого метра участвовали 26 фильмов, лучшим был признан «Топливо» (реж. Михаил Архипов).

Лауреатом национальной кинопремии «Золотой орел» за 2019 год в номинации «Лучший игровой фильм» стала картина «Текст» реж. Клима Шипенко. За победу в номинации также боролись «Бык» реж. Бориса Акопова, «Дылда» реж. Кантемира Балагова, «Одесса» реж. Валерия Тодоровского, а также «Т-34» реж. Алексея Сидорова, ставшего лауреатом в номинации «Лучшая режиссерская работа».

В 2019 году гран-при кинофестиваля «Кинотавр» получил фильм «Бык», дебютная картина реж. Бориса Акопова. Лауреатом кинопремии «Золотой орел» за 2019 год в номинации «Лучший игровой фильм» стала картина «Текст» реж. Клима Шипенко. Кинопремия «Белый слон» в номинации «Лучший игровой фильм» присуждена за фильм «Дылда» реж. Кантемира Балагова.













Лучшим анимационным фильмом стала картина «Он не может жить без космоса» реж. Константина Бронзита, лучшим неигровым фильмом – «Без срока давности. Открывая шкаф позора» реж. Александра Звягинцева, лучшим короткометражным фильмом – «Интервью» реж. Ивана Соснина.

Лауреатом в номинации «Лучший телефильм или мини-сериал» стал сериал «Годунов» реж. Алексея Андрианова. Лауреатом в номинации «Лучший телевизионный сериал» стал сериал «Ненастье» реж. Сергея Урсуляка.

В 2019 году четыре российские картины: драмы «Бык», «Дылда», «Братство» и короткометражный фильм «Отпуск» – получили пять наград на крупнейших зарубежных кинофестивалях класса «А».

В 2019 году четыре российские картины: драмы «Бык», «Дылда», «Братство» и короткометражный фильм «Отпуск» – получили пять наград на крупнейших зарубежных кинофестивалях класса «А». Кроме того, в рамках Таллинского кинофестиваля «Темные ночи» режиссер Андрей Кончаловский был удостоен премии «За дело всей жизни», присваиваемой за выдающийся вклад в кинематограф.

# Отечественные лауреаты международных кинофестивалей класса «А», 2019 г.

•	,		
Фестиваль	Награда	Фильм	Получил
72-й Каннский кинофестиваль	Приз программы «Особый взгляд» за лучшую режиссуру	Дылда	Реж. Кантемир Балагов
	Приз ФИПРЕССИ		
22-й Шанхайский кинофестиваль	Лучший сценарий	Братство	Реж. Павел Лунгин
72-й Кинофестиваль в Локарно	Приз за лучшую режиссуру короткометражного фильма	Отпуск	Реж. Антон Сазонов
54-й Кинофестиваль в Карловых Варах	Лучший фильм конкурсной программы «К Востоку от Запада»	Бык	Реж. Борис Акопов
23-й Таллинский кинофестиваль «Темные ночи»	Премия «За дело всей жизни»		Реж. Андрей Кончаловский

Всего за период с 2013 по 2019 год у российского кинематографа 67 наград кинофестивалей класса «А».





### КИНООБРАЗОВАНИЕ

Мировое признание, выраженное в членстве в Международной ассоциации школ кино и телевидения при ЮНЕСКО (CILECT), имеют три российских учебных заведения: ВГИК, Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения (СПбГИКиТ) и Институт кино и телевидения (ГИТР).

Базовым учебным заведением Российской Федерации, осуществляющим подготовку кадров в области кино, является Всероссийский государственный институт кинематографии им. С.А. Герасимова (ВГИК). В 2019 году ведущему вузу в области кинематографии исполнилось 100 лет. Институт готовит специалистов по программам высшего, среднего и дополнительного образования. В структуре института семь факультетов, три филиала (в Иркутске, Ростове-на-Дону и Сергиевом Посаде), 20 лабораторий, Высшие курсы кино и телевидения, Колледж кино, телевидения и мультимедиа, а также Научно-исследовательский институт киноискусства.

ВГИК ведет подготовку на следующих факультетах: режиссерский, актерский, операторский, анимации и мультимедиа, художественный, сценарно-киноведческий, продюсирования и экономики. В 2019 году по программам высшего образования было выпущено 263 специалиста, из них режиссерский факультет окончили 80 человек (в т. ч. по специализации режиссуры игрового кино — 27 человек, неигрового кино — 9 человек, анимации и компьютерной графики — 12 человек), факультет анимации и мультимедиа — 31 человек. Сценарно-киноведческий факультет окончили 48 человек, операторский — 30 человек, продюсерский — 33 человека. Актерский факультет окончил 21 человек, художественный — 20 человек. Среднее профессиональное образование получили 278 человек, обучающихся в филиалах и колледже ВГИКа.

Вторым по значимости и числу профильных факультетов вузом является Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения (СПбГИКиТ), ведущий подготовку по программам среднего профессионального образования, высшего и дополнительного профессионального образования. В 2019 году в структуру института входили: три факультета (экранных искусств, телевидения, дизайна и фотографии, дополнительного образования), 17 кафедр, лаборатории; учебный киновидеоцентр; межкафедральный учебно-производственный комплекс видеомонтажа, анимации и озвучивания; киновидеотехнический колледж. Кафедра продюсирования кино и телевидения и кафедра режиссуры мультимедиа и анимации были переведены в состав факультета экранных искусств в связи с объединением в 2019 году факультета мультимедийных технологий и фотографии и факультета управления и медиакоммуникаций (новому факультету присвоено наименование «факультет телевидения, дизайна и фотографии»). На кафедре компьютерной графики и дизайна создана лаборатория графических компьютерных технологий, где студенты учатся создавать мультимедийные проекты. Открытая в 2018 году учебная телевидеостудия «Студенческий медиацентр» была переименована в лабораторию видеотворчества. Особое внимание уделяется дополнительным профессиональным программам подготовки специалистов второго звена. Если в 2018 году насчитывалось 14 программ подготовки специалистов второго звена, то в 2019 году их количество выросло до 19.

В 2019 году в рамках основных специализаций в области кино диплом о высшем образовании СПбГИКиТ получили 14 режиссеров игрового кино и телефильма, 10 режиссеров анимации и компьютерной графики, 15 звукорежиссеров, шесть кинооператоров, 37 продюсеров, восемь киноведов, 17 кинодраматургов. В институте реализуется широкий спектр программ профессиональной переподготовки.

Помимо ВГИК и СПбГИКиТ подготовку специалистов по программам высшего образования в области кинематографии осуществляют такие государственные вузы, как Московский государственный институт культуры (МГИК) (бывш. МГУКИ), Российский государственный институт сценических искусств (РГИСИ), Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского (ОМГУ), Орловский государственный институт культуры (ОГИИК), Краснодарский государственный институт культуры (КГИК), Северо-Кавказский государственный институт искусств (СКГИИ), Казанский государственный институт культуры (КазГИК).

Наибольшую распространенность имеют такие направления подготовки, как режиссура кино и телевидения, продюсирование и экономика, а также актерское мастерство.

Мировое признание, выраженное в членстве в Международной ассоциации школ кино и телевидения при ЮНЕСКО (СІLЕСТ), имеют три российских учебных заведения: ВГИК, Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения (СПбГИКиТ) и Институт кино и телевидения (ГИТР). Ассоциация объединяет 172 профильных учебных заведения по всему миру и предоставляет своим членам широкое признание мировыми образовательными, научными и культурными сообществами, перспективы профессионального и личностного роста студентов, преподавателей и сотрудников посредством участия в мероприятиях Ассоциации, обмен и совместную разработку учебных планов и программ, а также ряд других возможностей, способствующих развитию кинообразования по всему миру.

В числе крупнейших киношкол Высшие курсы сценаристов и режиссеров (ВКСиР) — старейшее в России послевузовское учебное заведение, готовящее специалистов основных кинематографических профессий: кинодраматургов, режиссеров игрового и неигрового кино, продюсеров, а также Московская школа кино, Школа кино и телевидения «Индустрия», открытая осенью 2017 года.

В данном сегменте образования основными направлениями подготовки кадров в области кинематографии, характеризуемыми как широтой распространения, так и количеством выпускников, являются режиссура, продюсирование, актерское мастерство и звукорежиссура.

Интенсивность обучения, концентрация на практическом применении навыков и профессиональной коммуникации позволяют достичь высокого уровня подготовки кадров узкоориентированных специализаций в сжатые сроки (в среднем 1–2 года), что в значительной степени восполняет дефицит необходимых компетенций для кинопроизводственного процесса. Немалую роль играет высокая мотивация обучающихся, как правило, уже имеющих высшее образование и состоявшихся в определенной области специалистов, в творческой и профессиональной реализации посредством получения дополнительного образования в области кинематографии.

Материально-техническая база обучения большинства киношкол и курсов позволяет осуществлять подготовку кадров с учетом самых актуальных требований к навыкам, необходимым для современного кинопроизводства.

В Российской Федерации действует порядка 40 киношкол, специализированных курсов и негосударственных киновузов, осуществляющих подготовку кадров в области кинематографии. Из них 28 киношкол находятся в Москве, шесть — в Санкт-Петербурге, две — в Екатеринбурге и по одной в Краснодаре и Уфе.





## **ТЕЛЕВИДЕНИЕ**

Для российской киноиндустрии участие Всероссийской государственной телевизионной и радиовещательной компании (ФГУП «ВГТРК») и крупнейших медиакомпаний – «Газпром-медиа», «Национальной Медиа Группы» — в производстве и продвижении фильмов во многом является гарантом зрительского успеха, а для высокобюджетных фильмов-событий зачастую имеет принципиальное значение. Активы холдингов, присутствующие во всех сегментах медиарынка (телевидении, радио, прессе, кинопроизводстве и дистрибьюции, интернет-платформах), позволяют реализовывать масштабные интегрированные рекламные кампании, достигать тем самым практически любой целевой аудитории и оказывать синергетический эффект на дистрибьюцию видеоконтента.

#### Активы крупнейших медиахолдингов



Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания занимает лидирующее положение на рынке национального вещания и является одним из ведущих производителей программ. В состав ВГТРК входят федеральные каналы: «Россия 1», «Россия Культура»;

более 80 региональных телерадиокомпаний, вещающих во всех субъектах Российской Федерации; круглосуточный информационный канал «Россия 24»; международный телеканал на русском языке «РТР-Планета»; русская версия телеканала «Евроньюс»; четыре радиостанции («Радио России», «Маяк», «Культура», «Вести ФМ»); государственный интернет-канал «Россия», который объединяет десятки интернет-ресурсов. Кроме того, ВГТРК в партнерстве с компанией «Ростелеком» предлагает первый российский пакет неэфирных каналов «Цифровое телевидение», включающий в себя 17 телеканалов: «Моя Планета», «Наука 2.0», «История», «Живая Планета», «Т24», «Мульт», «Русский роман», «Русский детектив», «Русский бестселлер», НСТ и другие.



Холдинг «Газпром-медиа» управляет девятью эфирными телеканалами (НТВ, ТНТ, ТВ-3, «Пятница!», ТНТ4, «Матч ТВ», «Матч! СТРАНА», 2х2, «Супер»), кинопроизводством и дистрибьюцией («Киностудия КИТ», «Централ Партнершип». Comedy Club Production. Good Story Media), производством и

дистрибьюцией тематических телеканалов («Ред Медиа»). Также в портфель «Газпром-медиа» входят 10 радиостанций, активы в сегменте Интернет – видеосервисы Premier, Ruform (видеохостинг Rutube и система дистрибьюции видеоконтента Pladform) – и в сегменте печати (издательства «Семь дней» и «Медиа Пресс»).



В числе активов «Национальной Медиа Группы» пять эфирных телеканалов (**Первый канал**, PEH ТВ, Пятый канал, Телеканал 78, а также «СТС Медиа», включающий в себя телеканалы «СТС», «Домашний», «Че», СТС Love и СТС

Кids), четыре группы компаний платного ТВ («Медиа Альянс», Viasat Россия, «Медиа-Телеком», Sony Pictures Television Networks), цифровые и информационные ресурсы (МИЦ «Известия», «Спорт-Экспресс», Metro-Петербург). К активам холдинга в области контента и кинопроизводства относятся кинокомпании Art Pictures Studio, Keystone Production, «НМГ Студия», «Студия Метрафильмс», а также школа кино и телевидения «Индустрия» (партнерский проект «Национальной Медиа Группы», Федора Бондарчука и кинокомпании «Водород 2011»), компания-производитель ТВ-фильмов и телесериалов Art Pictures Vision, компания по закупке и монетизации библиотеки прав на контент Art Pictures Distribution, агентство по инфлюенсер-маркетингу Нуре Адепсу. В области интернет-технологий к активам холдинга относятся такие ресурсы, как «Витрина ТВ» (единая платформа для трансляции контента федеральных телеканалов в Интернете, учредителями которой являются ЗАО «Национальная Медиа Группа», «АО «Первый канал», ФГУП «ВГТРК» и ООО «СТВ Медиа»), more.tv – онлайн-платформа для стриминга эфирного вещания просмотра видеоконтента (сервис запущен в сентябре 2019 года), а также AmberData – платформаагрегатор по управлению обезличенными пользовательскими данными в Интернете.

Ежегодно при поддержке телеканалов в кинопрокат выходит порядка 30–40 российских картин. В 2019 году при поддержке телеканалов в прокат вышло 37 фильмов, совокупные сборы данных фильмов составили 9,5 млрд рублей (67% совокупных сборов российских релизов года). К ним относятся как крупнейшие фильмы года («Холоп» («Россия 1», «Супер»), «Т-34» («Россия 1»), «Союз спасения» (Первый канал)), так и жанровые картины, соответствующие контентной политике телеканалов.

# Топ-10 российских кинофильмов 2000–2019 гг. в телевизионном эфире в 2019 г.

Nº	Название	Телеканал	Аудитория, тыс. чел.	ТВ-рейтинг, %	Доля, %	Дата показа
1	T-34	Россия 1	6 610,2	9,4	35,0	09.05.2019
2	Движение вверх	Россия 1	5 115,9	7,3	22,8	23.02.2019
3	Несокрушимый	Первый канал	4 714,0	6,7	21,7	18.01.2019
4	Последний богатырь	Россия 1	4 489,7	6,4	19,5	01.01.2019
5	Лёд	Россия 1	4 439,0	6,3	21,6	08.03.2019
6	СуперБобровы. Народные мстители	Россия 1	3 008,0	4,3	16,3	01.01.2019
7	Экипаж	Россия 1	2 608,2	3,7	24,2	23.02.2019
8	Я худею	Первый канал	2 497,0	3,6	17,1	08.03.2019
10	Танки	Первый канал	2 285,8	3,3	15,4	23.02.2019

Источник: Mediascope (проект «ТВ Индекс»)

Фильмом-лидером в телевизионном эфире 2019 года стала военно-приключенческая картина «Т-34», премьерный показ которой состоялся в День Победы (9 мая 2019 года) на телеканале «Россия 1»: тв-рейтинг составил 9,4%, объем аудитории оценивается в 6,6 млн зрителей.

По данным «Медиаскоп», в 2019 году 98% жителей крупных российских городов в возрасте от 4-х лет включали телевизор хотя бы раз в месяц. Ежедневно это делали 66% населения. При этом среднесуточное время просмотра телевизора в среднем сократилось до 3 часов 40 минут в день (в 2017 году – 242 минуты в день, в 2018-230 минут, в 2019-220 минут). Среднесуточное время просмотра среди аудитории от 4 до 17 лет составило 1 час 42 минуты, среди аудитории от 18 до 34 лет – 2 часа 12 минут. По итогам 2019 года крупнейшим телеканалом вновь является «Россия-1», доля аудитории составила 12,0%. Топ-5 телеканалов помимо «России-1» составляют Первый канал (10,6%), НТВ (9,0%), Пятый канал (6,6%), РЕН ТВ (5,3%).

В 2019 году в Российской Федерации завершен переход на цифровое телевещание, обеспечивающий доступность для всего населения 20 обязательных общедоступных телевизионных и трех радиоканалов. Рынок платного ТВ продолжил рост. По данным «ТМТ Консалтинг», рост абонентской базы платного ТВ в России в 2019 году составил 3,3%, число абонентов – 45,3 млн. Объем рынка превысил 100-миллиардную отметку, достигнув 103,9 млрд рублей. Усиливается влияние сдерживающих факторов роста данного рынка: рост числа подписчиков онлайн-платформ, а также общемировой тренд уменьшения времени телесмотрения у молодой аудитории.





## **ВИДЕОСЕРВИСЫ**

По данным ИАА TelecomDaily, совокупный объем российского рынка онлайн-видеосервисов за последние несколько лет демонстрирует трехкратный прирост: с 8,3 млрд рублей в 2016 году до 27,1 млрд рублей в 2019 году. Рост рынка (+45% по отношению к 2018 году) обусловлен востребованностью платной модели монетизации, которая составила более 2/3 от общей выручки.

За последние четыре года серьезные изменения претерпела модель выручки онлайн-кинотеатров. Так, в 2015 году доля прибыли от рекламной модели монетизации достигала 58%. В 2019 году она снизилась более чем в 2,5 раза — до 23%, уступив другим моделям монетизации контента — платной подписке (sVoD), аренде (tVoD) и приобретению контента (EST). При этом в абсолютных цифрах прибыль от рекламной модели монетизации (aVoD) также демонстрирует ежегодный прирост на уровне 20%. Рост платной модели также обусловлен наибольшим спросом у аудитории новинок кинопроката, распространяемых обычно по модели EST (покупка).

# Доля различных моделей доходов в объеме общей выручки онлайн-видеосервисов, млн руб.



Источник: ИАА TelecomDaily

На российском рынке онлайн-видеосервисов представлено несколько десятков игроков. Основными сегментами рынка легальных видеосервисов являются:

- онлайн-кинотеатры агрегаторы контента, сетевые ресурсы, предлагающие интернет-пользователю услугу по просмотру легального профессионального видеоконтента в режиме онлайн по технологии ОТТ (ivi, Okko, Megogo и т. д.);
- телеканалы, монетизирующие прежде всего свой контент в Интернете по платной или рекламной модели (ТНТ, СТС, Первый канал и т. д.);
- телеком-операторы, реализовавшие сервисы просмотра платного видеоконтента на приставках (STB) в виде VoD или кинозалов (Ростелеком, Билайн, МегаФон и т. д.);
- платформы цифровой дистрибьюции агрегаторы видеоконтента, предоставляющие возможность ОТТ-просмотра, приложений сервисов для мобильных платформ и Smart TV (iTunes, GooglePlay и т. д.).

К драйверам роста рынка эксперты относят:

- рост платящей аудитории, укрепление привычки покупать контент в Интернете;
- развитие платежных систем, позволяющих быстро и удобно совершать покупку контента в Интернете, а также программ лояльности мобильных операторов и банков;
- сокращение срока между премьерами в кино и Интернете до 8–12 недель;
- рост проникновения интернет-доступа;
- рост проникновения Smart TV и смартфонов;
- предложение онлайн-кинотеатрами эксклюзивного контента (собственного производства, спортивного, по модели catch-forward);
- активизация на рынке крупнейших интернет-компаний и медиахолдингов;
- партнерства с ведущими российскими и голливудскими студиями;
- активная борьба с пиратством.

Негативное влияние на рынок продолжает оказывать доступность пиратского видео. Вместе с тем, по оценкам Group-IB, в 2019 году впервые за 5 лет рынок интернет-пиратства в России не только остановился в росте, но и показал падение. Его объем составил \$63,5 млн, что на 27% ниже показателя 2018 года. Среди основных причин обвала доходов пиратских ресурсов эксперты Group-IB называют – удар по рекламной модели монетизации пиратских ресурсов, падение «большой тройки» пиратских CDN (Moonwalk, HDGO и Kodik), снабжавшей контентом до 90% пиратских онлайн-кинотеатров России и СНГ, а также совершенствование законодательного поля и антипиратский меморандум\*.

Помимо пиратства к числу барьеров развития рынка видеосервисов относят низкое качество контента при использовании рекламной модели, сравнительно высокую стоимость качественного профессионального контента, неравномерный интернет-доступ, скорость и качество которого от региона к региону могут отличаться, а также отсутствие четкой базы нормативного регулирования онлайн-видео и индустриальных метрик для таргетирования и монетизации.

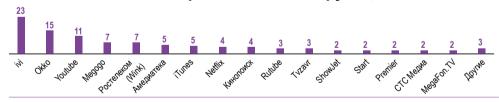
Крупнейшими видеосервисами России являются ivi и Okko, на долю которых приходится около 40% рынка видеосервисов в целом (по данным ИАА TelecomDaily, 23% и 15% соответственно).

Выручка іvі за 2019 год, по данным компании, составила 6,1 млрд рублей без НДС (рост +55%). Основной приток денежных средств обеспечила платная модель, которая сейчас занимает 76% в общей выручке сервиса (против 70% в 2018 году). В 2019 году состоялись кинопремьеры проектов, созданных при участии ivi, — «Юморист», «Трезвый водитель», «Робо», «Дорогой папа», которые впоследствии стали доступны для просмотра по подписке.

По данным компании, оборот онлайн-кинотеатра Okko по итогам 2019 года вырос на 96%, составив 4,9 млрд рублей с учетом НДС. В апреле 2019 года совершилась сделка между владеющей сервисом Rambler Group и Сбербанком, который в августе приобрел 46,5% онлайн-бизнеса холдинга, а digital-продукты и сервисы Rambler были интегрированы в экосистему банка. Благодаря медийной поддержке Rambler Group и экосистемы Сбербанка, сервису удалось увеличить выручку почти в два раза.

В первую пятерку онлайн-видеосервисов входят Megogo и принадлежащий Ростелекому Wink (по 7%). 5% рынка занимает «Амедиатека». Доля американского видеосервиса Netflix составила 4%.

## Доли онлайн-кинотеатров по общей выручке, %



Источник: ИАА TelecomDaily

С развитием рынка структура конкуренции трансформируется от экстенсивных методов борьбы к интенсивным. Наращивание библиотек контента уступает необходимости понимания потребностей зрителя, его предпочтений относительно жанров видео, экранов и типичных обстоятельств просмотра.

На основе международного опыта российские онлайн-кинотеатры запускают производство собственного контента как эффективного инструмента привлечения и удержания пользователей, расширяя тем самым структуру российского кинопроизводства.

<sup>\*</sup> Меморандум «О сотрудничестве в сфере охраны исключительных прав в эпоху развития цифровых технологий» — основной документ, заложивший основу саморегулирования отрасли, подписанный в 2018 году ведущими российскими производителями кино- и телепродукции, операторами поисковых систем и владельцами видеохостингов и отражающий консолидацию позиции основных участников рынка в борьбе с проблемой интернет-пиратства.





## итоги к

# Ключевые показатели киноиндустрии Российской Федерации, 2015–2019 гг.



## Кинопрокат

### Топ-5 стран Европы по кинотеатральной посещаемости, 2019 г.

		Билет )		
Страна	Кино	театральная посещаемость	, млн чел.	Доля национального
	2018 г.	2019 г.	Динамика	кино в 2019 г.
Россия	200,4	219,4	+9,5%	23,1%
Франция	201,2	213,3	+6,0%	35,0%
Великобритания	177,0	176,1	- 0,5%	48,4%*
Германия	105,4	118,6	+12,6%	21,3%
Италия	91,7	104,7	+14,2%	21,6%

<sup>\*</sup>С учетом голливудской копродукции.

		000	Nº CO		2. Par	
	Календарные сборы, млрд руб.	Темпы годового прироста по сборам, %	Темпы годового прироста по количеству зрителей, %	Число зрителей, млн чел.	Средняя цена билета, руб.	Общее число релизов
2019	55,5	+10,3	+9,5	219,4	252,8	626
2018	50,3	- 6,1	- 6,2	200,4	251,0	521
2017	53,6	+11,0	+11,5	213,5	250,9	472
2016	48,3	+11,1	+10,3	191,6	252,2	486
2015	43,5	- 6,0	- 8,9	173,6	250,5	425



## Российское кино в прокате

### На территории Российской Федерации

	0000 1			NE P	000
	Календарные сборы, млрд руб.	Доля сборов российского кино, %	Число зрителей, млн чел.	Доля зрителей российского кино, %	Общее число релизов
2019	12,3	22,1	50,6	23,1	177
2018	13,8 🕈	27,5 ♣	57,9♣	28,9 *	142
2017	13,0 🕈	24,3 ♣	54,7♣	25,6 ♣	123
2016	8,6 🕈	17,8♣	35,2♣	18,4 ♣	156
2015	7,2	16,6	31,1	17,9	123

### За рубежом

		<b>D</b>	
	Кассовые сборы, \$ млн	Число фильмов	Число зрителей, млн чел.
2019	52,4	94	11,9
2018	41,2	87	8,2
017	44,7	64	10,8
016	49,5	57	9,6
015	15,2	44	3,4
-			

# Топ-5 стран по объему сборов российских фильмов в 2019 г.

		(\$)
	Доля сборов,%	Сборы, \$ млн
Китай	42,3	22,2
Мексика	5,4	2,8
Южная Корея	5,1	2,7
Турция	3,8	2,0
Германия	3,3	1,7

# **Г** Г Кинопоказ

	Число кинотеатров к концу года	Число кинозалов к концу года	Число сеансов, млн	Открыто кинозалов в рамках программы модернизации*	Доля населения, имеющего доступ к услугам цифрового кинопоказа, % 2019 – 70 (102,9 млн чел.) 2018 – 69 (100,6 млн чел.)
2019	2 096	5 597	10,5	992	2018 – 69 (100,6 MJH 4eJI.)
2018	1 907	5 341	10,0	787	2017 – 66 (97,0 млн чел.)
2017	1 612	4 930	9,5	426	2016 – 63 (93,2 млн чел.)
2016	1 367	4 491	8,6	187	2010 - 03 (93,2 MJIH 461.)
2015	1 189	4 004	7,6		2015 – 60 (88,0 млн чел.)

<sup>\*</sup> Накопленный итог.

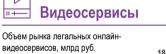
# **Кинопроизводство**







Число наград, полученных российскими фильмами на международных фестивалях класса «А»





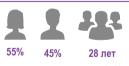






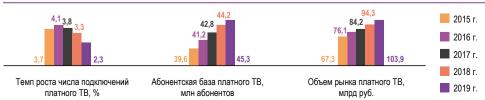






Доля семейной аудитории: 25% Средний возраст ребенка: 8 лет







www.fond-kino.ru www.ekinobilet.fond-kino.ru

