

КТО БУДЕТ СМОТРЕТЬ КИНО ЗАВТРА? РАССКАЖЕТ ПЕРЕПИСЬ!

219,4 млн зрителей посетили кинотеатры нашей страны в 2019 году. Это на 9,5% больше, чем год назад. Сборы от просмотров составили 55,5 млрд рублей. На долю российского кино пришлось 12,3 млрд рублей — его посмотрело более 50 млн жителей России.

Каким станет кинозритель завтрашнего дня и чем он будет отличаться от посетителей кинотеатров сегодня? Как изменился отечественный кинорынок и почему важны данные статистики?

По итогам 2019 года российский рынок кинопроката стал крупнейшим среди стран Европы по числу проданных билетов. Такие данные содержатся в Единой федеральной автоматизированной информационной системе сведений о показах фильмов в кинозалах (ЕАИС). Судя по этим данным, совокупные кассовые сборы составили 55,5 млрд рублей — это максимальное значение в истории кинопроката России.

Как менялись среднегодовые потребительские цены на билеты в кинотеатры, можно узнать из статистики Росстата. Так, в 2000 году посещение кинозала в России стоило в среднем 18 рублей, в 2010 году — уже 162 рубля, в 2016 и 2017 годах — 258 рублей, а в 2018 году — 261 рубль.

Кто же предпочитает тратить сегодня деньги на поход в кино? По данным ЕАИС, киноаудитория России преимущественно женская (доля женщин — 55%). Средний возраст кинозрителя — 28 лет, а самая многочисленная возрастная группа — 25–34 года (32,5%, то есть каждый третий посетитель кинотеатров). Для сравнения: доля аудитории в возрасте 12–17 лет составляет 16,1%; 18–24 лет — 26,8%; 35–44 лет — 16,9%; старше 45 лет — 7,8%.

Впрочем, если посмотреть на статистику Росстата, можно раскрыть секрет популярности кинотеатров у аудитории 25–34 лет. Просто это наиболее многочисленная часть населения страны. Для сравнения: в 2017 году в возрасте 19 лет в России было 666 тыс. мужчин и 646 тыс. женщин; в возрасте 29 лет — 1,3 млн мужчин и 1,2 млн женщин; в возрасте 49 лет — уже 824 тыс. мужчин и 921 тыс. женщин.

С годами очертания возрастной пирамиды меняются, демографические «ямы» и «выступы» движутся вверх, что также может влиять на портрет зрительской аудитории. Таким образом, можно предположить, что основной кинозритель, который сегодня относится к группе 25–34 лет, будет взрослеть, а на смену ему придет не столь многочисленная зрительская аудитория.

Увидеть и спрогнозировать тенденцию изменений мы можем по результатам предыдущих переписей. К примеру, перепись 1989 года выявила 25,4 млн жителей страны в возрасте 25–34 лет, перепись 2002 года — уже 20,4 млн, а в 2010 году эту возрастную категорию представляло 22,9 млн человек.

Более точные данные о половозрастном составе населения современной России и потенциальных посетителей кинотеатров разных возрастов мы сможем получить по результатам Всероссийской переписи населения, которая пройдет в апреле 2021 года.

Информация позволит сделать выводы и прогнозы, например, относительно изменений доли семейных зрителей кинотеатров.

Сегодня почти каждый третий (30,8%) посетитель кинотеатра приходит на сеанс в компании друзей. Чуть меньше зрителей (27,7%) предпочитают просмотр вдвоем, а 15,3% — в одиночестве. Доля семейной аудитории составляет 25%, а в праздничные выходные может достигать 48%. Преимущественно это зрители в возрасте 35–44 лет.

Примечательно, что аудитория российского кино в 2019 году была в среднем на 5 лет старше, чем аудитория зарубежных фильмов: 32 года и 27 лет соответственно. Также аудиторию российского кино отличает более высокая доля женщин: 59 против 54% зрительниц зарубежных фильмов.

«Нужно понимать, что в структуре кинопроизводства и продуктового предложения в сфере кино действуют классические законы маркетинга. Поэтому у нас имеется массовое кинопроизводство на широкую аудиторию и таргетированное — на определенные сегменты зрителей: кино для девочек, для взрослых, "не для всех" и т.д. Есть и концентрированное кинопроизводство, которое ориентируется на какие-то специфические узкие сегменты, например фестивальное кино, которое редко становится хитом кинопроката», — отмечает Николай Перепелкин, доцент кафедры маркетинга РЭУ им. Г.В. Плеханова.

Статистические данные Росстата позволяют узнать и размеры финансовых вложений в кинематограф по сравнению с другими отраслями. Так, расходы консолидированного бюджета РФ на социально-культурные мероприятия в 2018 году составили 20,382 трлн рублей. Из них на культуру, кинематографию — 528,2 млрд рублей, или 2,6%. Для сравнения: на образование — 18%, на здравоохранение — 16,3%, на социальную политику — 60,8%, на физкультуру и спорт — 1,6%, на СМИ — 0,7%.

Отметим, что важность статистики подчеркивалась и в самом отечественном кинематографе. В сценарии фильма «Служебный роман» (по пьесе Эльдара Рязанова и Эмиля Брагинского «Сослуживцы») были такие слова: *«Если бы не было статистики, мы бы даже не подозревали о том, как хорошо мы работаем»*. Директор Калугина отмечала: *«Делом надо заниматься серьезно или не заниматься им вообще. Статистика — это наука, она не терпит приблизительности»*. Другой главный герой, Новосельцев, признавался: *«Так я вообще люблю свою профессию. Я считаю, что без статистики вообще не жизнь»*.



Всероссийская перепись населения пройдет с 1 по 30 апреля 2021 года с применением цифровых технологий. Главным нововведением предстоящей переписи станет возможность самостоятельного заполнения жителями России электронного переписного листа на портале Госуслуг ([Gosuslugi.ru](https://gosuslugi.ru)). При обходе жилых помещений переписчики будут использовать планшеты со специальным программным обеспечением. Также переписаться можно будет на переписных участках, в том числе в помещениях многофункциональных центров оказания государственных и муниципальных услуг (МФЦ).

Медиаофис ВПН-2020

media@strana2020.ru

www.strana2020.ru

+7 (495) 933-31-94

<https://www.facebook.com/strana2020>

<https://vk.com/strana2020>

<https://ok.ru/strana2020>

<https://www.instagram.com/strana2020>

youtube.com

