



ФОНД  
КИНО

# РОССИЙСКАЯ КИНОИНДУСТРИЯ — 2022

Краткая версия



## ОБ ИССЛЕДОВАНИИ

Фонд кино представляет краткую версию информационно-аналитического издания «Российская киноиндустрия – 2022», являющегося ежегодным исследованием основных сегментов отечественной киноиндустрии. В издании представлены данные о рынках кинопроката и кинопоказа Российской Федерации, рынке видеосервисов, структуре киноаудитории, состоянии отечественного кинопроизводства и кинообразования, международной дистрибуции российских фильмов, объемы и условия распределения государственной поддержки, позиции отечественной кинопродукции на российском телевидении, итоги основных кинофестивалей и кинопремий за 2022 год.

Исследование выполнено консалтинговым агентством «Эстимейт Компани» по заказу аналитического департамента Фонда кино.

Использованы данные Единой федеральной автоматизированной информационной системы сведений о показах фильмов в кинозалах (ЕАИС), обеспечивающей наиболее полное представление о состоянии кинопроката и кинопоказа Российской Федерации.



© Фонд кино, 2023

## СОДЕРЖАНИЕ

КИНОПРОКАТ .....	4
МЕЖДУНАРОДНАЯ ДИСТРИБУЦИЯ.....	8
КИНОАУДИТОРИЯ .....	12
КИНОПОКАЗ .....	16
КИНОПРОИЗВОДСТВО .....	20
КИНОФЕСТИВАЛИ И ПРЕМИИ .....	24
КИНООБРАЗОВАНИЕ .....	26
ТЕЛЕВИДЕНИЕ .....	29
ВИДЕОСЕРВИСЫ.....	32
ИТОГИ .....	34

## КИНОПРОКАТ

В 2022 году кассовые сборы российского кино составили 12,336 млрд рублей (52,1% от совокупных сборов кинопроката); на сеансы российских фильмов в кинотеатрах страны было продано 46,2 млн билетов (55,5% от совокупного числа проданных билетов).

В 2022 году совокупные кассовые сборы кинопроката Российской Федерации составили 23,7 млрд рублей, в кинотеатрах страны было продано 83,2 млн билетов (в 2021-м – 40,7 млрд рублей и 145,8 млн зрителей соответственно). Средняя цена билета выросла на 1,8% и составила 284,4 рубля. Состоялось 7,5 млн сеансов (в 2021-м – 9,4 млн сеансов), на каждый из которых было продано в среднем одиннадцать билетов – на пять меньше, чем в 2021 году.

Снижение посещаемости на 42,9% по сравнению с 2021 годом обусловлено структурными изменениями отечественного рынка кинопроката. В основе трансформации культурной среды Российской Федерации стал разрыв отношений с зарубежными контрагентами из недружественных стран, в связи с чем на территории страны при сохранении некоторого количества единиц контента от независимых кинопроизводителей был прекращен прокат фильмов голливудских киностудий.

### Календарные показатели проката российских и зарубежных фильмов (2022)

	Сборы, млрд руб.	Зрители, млн чел.	Сеансы, млн	Средняя цена билета, руб.
Российские	12,336	46,2	4,0	266,9
Иностранные	11,325	37,0	3,5	306,2
Всего	23,661	83,2	7,5	284,4
<b>Доля российского кино</b>	<b>52,1%</b>	<b>55,5%</b>	<b>53,8%</b>	

Источник: ЕАИС

Период: январь – декабрь 2022 года

Главной причиной сокращения объемов рынка стало отсутствие традиционно большого количества крупных зарубежных премьер. В ситуации, когда ключевые иностранные кинопроизводители и дистрибьюторы покинули отечественный рынок кинопроката, российские кинотеатры столкнулись с дефицитом высокобюджетных и сложнопостановочных зарубежных релизов. В 2022 году были отменены российские премьеры таких голливудских фильмов, как «Бэтмен», «Базз Лайтер», «Мир Юрского периода: Господство», «Тор: Любовь и гром», «Быстрее пули», «Нет», «Черная пантера: Ваканда навеки», «Черный Адам», «Аватар: Путь воды» и других. В общей сложности зарубежные фильмы собрали в прокате 11,325 млрд рублей, что на 62,6% меньше, чем в 2021 году. На сеансы иностранного кино в 2022-м было продано 37 млн билетов – на 65,1% меньше, чем годом ранее.

Темп снижения кассовых сборов удалось сдержать благодаря российскому кино, которое позволило в значительной степени компенсировать отсутствие больших зарубежных премьер в 2022 году. Сборы отечественных фильмов составили 12,336 млрд рублей (52,1% от совокупных кассовых сборов кинопроката), на их сеансы

в кинотеатрах страны было продано 46,2 млн билетов (55,5% от совокупного числа проданных билетов). Рост показателей проката российского кино по сравнению с 2021 годом составил 18,5% по кассовым сборам и 16,4% по количеству проданных билетов. При этом доля сборов отечественных фильмов от совокупных кассовых сборов кинопроката увеличилась за аналогичный период на 26,6 п.п.

Самым кассовым фильмом года стала отечественная сказка «Последний богатырь: Посланник Тьмы». Фильм был выпущен в прокат в конце 2021 года, но основной объем его кассовых сборов (77%) пришелся на 2022 год – 1,699 млрд из совокупных 2,205 млрд рублей.

Доля фильма «Последний богатырь: Посланник Тьмы» в общих показателях российского кино в 2022 году составила 13,8% сборов и 11,8% посещаемости. В 2022-м касса превысила 1 млрд рублей только у трех картин, тогда как годом ранее таких кинопроектов было семь. Второе место рейтинга заняла самая кассовая премьера года – голливудский приключенческий экшн «Анчартед: на картах не значится», вышедший в начале февраля 2022-го и собравший по итогам проката 1,562 млрд рублей. Замкнул тройку лидеров голливудский кинокомикс «Человек-паук: Нет пути домой», сборы которого в 2022 году составили 1,011 млрд рублей (общие сборы – 2,987 млрд).

### Топ-10 релизов 2022 года по кассовым сборам в российском прокате

№	Название фильма	Дата релиза	Страна	Жанр	Дистрибьютор	Сборы, млрд руб.	Сборы, \$ млн	Зрители, млн чел.	Средняя цена билета, руб.
1	Анчартед: на картах не значится	10.02.2022	США	приключения	SPPR	1,562	19,3	4,8	322,3
2	Сердце пармы	06.10.2022	Россия	исторический	«Централ Партнершип»	0,932	15,1	3,1	301,4
3	Смерть на Ниле	10.02.2022	США, Великобритания	детектив	WDS	0,669	8,1	1,8	364,3
4	Елки 9	01.12.2022	Россия	комедия	«Вольга»	0,573	8,8	1,9	306,1
5	Непослушник 2	15.12.2022	Россия	комедия	«Каропронат»	0,507	7,4	1,7	306,3
6	Иван Царевич и Серый волк 5	29.12.2022	Россия	анимация	«Вольга»	0,482	6,9	1,7	285,7
7	Финник	24.03.2022	Россия	анимация	«Централ Партнершип»	0,443	5,3	1,8	240,3
8	Одна	09.06.2022	Россия	драма	«Наше кино»	0,357	6,2	1,2	286,8
9	King's Man: Начало	13.01.2022	США, Великобритания	боевик	WDS	0,353	4,6	1,0	343,9
10	Артек. Большое путешествие	28.04.2022	Россия	семейный	«Наше кино»	0,328	5,1	1,3	246,4

Источник: ЕАИС

Показатели проката релизов приведены по состоянию на 27 января 2023 года.

Расшифровка названий компаний-дистрибьюторов:

WDS – Walt Disney Studios

SPPR – Sony Pictures Productions and Releasing

В 2022 году рейтинг лучших дистрибьюторов претерпел большие изменения: на фоне ухода с российского рынка кинопроката голливудских киностудий утраченное в 2021-м лидерство вернула себе компания «Централ Партнершип». Walt Disney Studios (WDS), лидер прошлого года, в марте 2022-го, как и другие крупные американские дистрибьюторы, объявил о прекращении проката фильмов студии на территории Российской Федерации.

### Топ-5 дистрибьюторов по совокупным сборам (2022)

№	Дистрибьютор	Сборы, млрд руб.	Сборы, \$ млн	Доля рынка, %	Кол-во зрителей, млн чел.	Кол-во фильмов
1	«Централ Партнершип»	4,087	59,7	21,5%	14,9	48
2	«Вольга»	3,408	52,5	17,9%	12,6	25
3	«Каропрокат»	2,077	31,7	10,9%	7,6	23
4	Sony Pictures Productions and Releasing	1,629	20,1	8,6%	5,1	4
5	«Наше кино»	1,597	25,4	8,4%	6,1	29

Источник: ЕАИС

Показатели проката релизов приведены по состоянию на 27 января 2023 года.

Кассовые сборы фильмов дистрибьютора «Централ Партнершип» составили 4,087 млрд рублей, что на 5,4% меньше, чем годом ранее. При этом доля от общих сборов выросла с 10,1% в 2021 году до 21,5% в 2022-м. Увеличилось и количество выпущенных фильмов: с 32-х годом ранее до 48-ми в отчетном периоде, благодаря чему дистрибьютор заметно обошел по этому показателю своих конкурентов. Из пятнадцати самых кассовых релизов 2022 года «Централ Партнершип» выпустил три: исторические драмы «Сердце пармы» (932 млн рублей) и «Петр I. Последний царь и первый император» (275 млн), а также мультфильм «Финник» (443 млн). По итогам 2022-го на фильмы дистрибьютора было продано почти 15 млн билетов.

Второе место заняла компания «Вольга», сборы которой по сравнению с предыдущим годом выросли более чем в два раза, составив 3,408 млрд рублей. Оставаться в пятерке лучших дистрибьюторов в 2020-2021 годах компании во многом позволяли боевики Гая Ричи: в 2021-м самым кассовым фильмом прокатчика стал «Гнев человеческий», в 2020-м – «Джентльмены». В 2022 году крупнейшими релизами дистрибьютора стали комедия «Елки 9» (573 млн рублей), мультфильм «Иван Царевич и Серый волк 5» (482 млн) и фантастический фильм «Три тысячи лет желаний» (248 млн) – все они вошли в топ-15 по итогам года.

С восьмой на третью строчку рейтинга переместился дистрибьютор «Каропрокат», показав существенный рост кассовых сборов выпущенных фильмов – с 686 млн рублей в 2021 году до 2,077 млрд в 2022-м. Увеличилось и количество фильмов – с 15-ти до 23-х. Главным хитом дистрибьютора стала франшиза «Непослушник»: первая часть собрала в прокате 303 млн рублей, вторая – 507 млн, что позволило сиквелу войти в пятерку лучших релизов года.

Дистрибьютор SPPR, в 2021 году входивший в тройку лучших, в 2022-м опустился на четвертую позицию. До ухода с российского рынка кинопроката компания успела выпустить на экраны кинотеатров всего

четыре проекта, заметно уступая по этому показателю основным конкурентам. В пятерку лучших прокатчику позволила попасть главная премьера года – приключенческий экшн «Анчартед: на картах не значится» (1,562 млрд рублей), доля которого составила 95,9% от общих сборов SPPR в 2022 году.

На пятое место поднялась компания «Наше кино» – выпустив 29 фильмов, дистрибьютор заработал 1,597 млрд рублей, что на 1,342 млрд выше аналогичного показателя 2021 года и всего на 40 млн больше, чем заработал в 2022-м WDS, успевший выпустить за тот же период всего пять картин. Количество сеансов фильмов компании составило 626 тысяч – почти в два раза больше, чем у занимающего четвертую позицию SPPR. Из пятнадцати самых кассовых релизов 2022 года «Наше кино» выпустило два: драму «Одна» (357 млн рублей) и комедию «Артек. Большое путешествие» (328 млн).

На долю пяти самых успешных дистрибьюторов приходится 67,2% от совокупных кассовых сборов фильмов 2022 года.

Российское кино активнее всех выпускали дистрибьюторы «Централ Партнершип» (35 фильмов), «Каропрокат» (22), «Наше кино» (20), «Вольга» (15) и Cinema Studio (11). По кассовым сборам с большим отрывом лидирует «Централ Партнершип» – отечественные фильмы принесли дистрибьютору 3,289 млрд рублей (80,5% от сборов релизов прокатчика в 2022-м и 31,4% от совокупных сборов всех российских картин года). Более 2 млрд рублей на российском кино собрали также «Вольга» и «Каропрокат». 61 отечественный проект был выпущен производственными кинокомпаниями самостоятельно, без участия дистрибьюторов. Сборы этих проектов составили лишь 86 млн рублей.



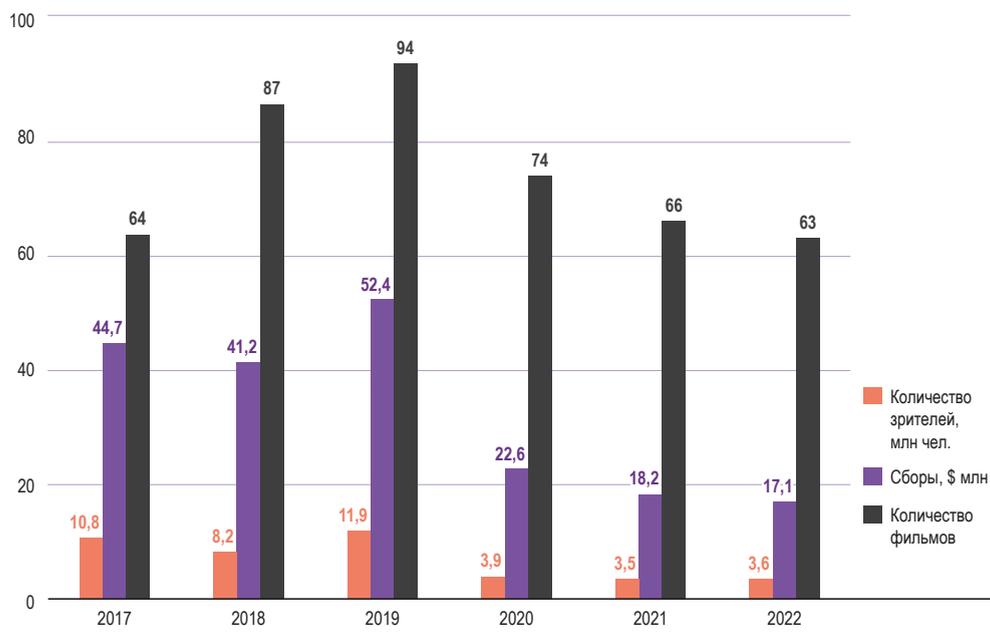
«Аманат»

## МЕЖДУНАРОДНАЯ ДИСТРИБУЦИЯ

Сборы российских фильмов в 2022 году в зарубежном прокате составили \$17,1 млн. Крупнейшим релизом стал мультфильм «Большое путешествие. Специальная доставка» режиссеров В. Ровенского и Н. Ниловой: картину посмотрело 355 тысяч зрителей, кассовые сборы составили \$2,6 млн.

Кассовые сборы российских фильмов в 2022 году, с учетом результатов проката ретроспектив и альтернативного контента, превысили \$17 млн (\$17,1 млн). По сравнению с показателем сборов в 2021-м падение составило 6%. На сеансы российских фильмов за пределами нашей страны было продано порядка 3,6 млн билетов, что соответствует уровню 2020 и 2021 годов. Снижение показателей, несмотря на уход отечественного контента с рынка недружественных стран, оказалось незначительным благодаря результативному поиску альтернативных рынков сбыта. Сократилось и количество российских фильмов, находившихся в прокате на зарубежных территориях в 2022 году (63 против 66-ти в 2021-м).

### Динамика показателей российского кино в зарубежном прокате (2017–2022)

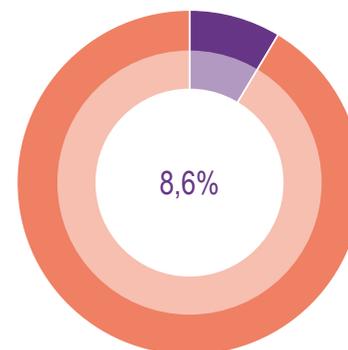


Источники: Comscore, «Бюллетень кинопрокатчика»

Сборы приведены за календарный год.

Приведено расчетное количество зрителей.

## Доля зарубежного проката в сборах фильмов российского производства (2022)



В 2022 году совокупные сборы российского кино составили \$199,3 млн, из которых \$17,1 млн (8,6%) собраны за пределами Российской Федерации (на долю национального рынка кинопроката пришлось 91,4% сборов российского кино, \$182,1 млн).

Источники: ЕАИС, «Бюллетень кинопрокатчика»

Лидерами в зарубежном прокате в 2022 году стали мультфильмы, лучшим из которых оказался «Большое путешествие. Специальная доставка» режиссеров В. Ровенского и Н. Ниловой. Фильм вышел в прокат на территории 15-ти стран, показав наиболее успешный результат в Нидерландах (\$877 тысяч). В общей сложности в 2022 году в зарубежном прокате «Большое путешествие. Специальная доставка» посмотрело 355 тысяч зрителей, кассовые сборы составили \$2,6 млн.

Вторую строчку рейтинга занял мультфильм «Щелкунчик и волшебная флейта» режиссера В. Глузушина, сценаристом которого, как и в случае мультфильма «Большое путешествие. Специальная доставка», выступил В. Ровенский. В 2022-м картина находилась в прокате 12-ти стран, собрала \$2,4 млн и 348 тысяч зрителей. Лучший результат мультфильм показал на территории Италии (\$1,6 млн, 251 тысяча зрителей).

На третьем месте мультфильм «Бука. Мое любимое чудище» режиссеров В. Глузушина и М. Волкова (\$1,7 млн, 365 тысяч зрителей), в прошлом году занимавший двенадцатое место среди крупнейших картин по сборам на зарубежных рынках. Четвертое место занимает еще один мультфильм – «Снежная королева: Разморозка» режиссеров А. Цицилина и А. Коренькова (\$1,6 млн, 376 тысяч зрителей).

Пятым лучшим российским фильмом в зарубежном прокате, сумевшим преодолеть отметку в \$1,5 млн в 2022 году, стал хоррор «Ряд 19» режиссера А. Бабаева. В восемнадцати странах сборы фильма составили \$1,5 млн (509 тысяч зрителей), основная часть пришлось на государства Латинской Америки (Мексика, Перу, Чили, Колумбия, Эквадор и другие).

По итогам 2022 года рубеж в \$0,5 млн смогли покорить десять фильмов – на три больше, чем в 2021-м.

В 2022 году анимационные фильмы привлекли более половины зрителей российского кино за рубежом (56,6%). Ранее аналогичный уровень (55,2%) был зафиксирован в 2018-м, когда лидером зарубежного проката стала третья часть анимационной франшизы «Снежная королева». Доля кассовых сборов анимационных фильмов в совокупном объеме сборов российских картин в международном прокате в 2022 году составила 62,9%.

Помимо мультфильмов, занявших первые четыре строчки рейтинга крупнейших российских фильмов в зарубежном прокате 2022 года, в десятку лучших вошли еще два анимационных проекта: «Мальчик-дельфин» (режиссеры А. Гоглева и М. Хейрандиш) и «Пиноккио. Правдивая история» (режиссер В. Ровенский).

### 10 самых кассовых российских фильмов в международном прокате (2022)

№	Фильм	В 2022 году			За весь период		Доля сборов зарубежного проката	Доля сборов в России
		Кол-во стран	Сборы, \$ млн	Зрители, млн чел	Сборы за рубежом, \$ млн	Сборы в России, \$ млн		
1	Большое путешествие. Специальная доставка	15	2,6	0,355	2,6	2,7	48,4%	51,6%
2	Щелкунчик и волшебная флейта	12	2,4	0,348	2,4	1,7	58,9%	41,1%
3	Бука. Мое любимое чудище	24	1,7	0,365	2,2	2,4	47,7%	52,3%
4	Снежная королева: Разморозка	2	1,6	0,376	1,6	1,4	53,3%	46,7%
5	Ряд 19	18	1,5	0,509	1,6	0,2	87,4%	12,6%
6	Пальма	2	1,0	0,220	1,9	4,6	29,4%	70,6%
7	Мальчик-дельфин	3	0,7	0,239*	0,7	1,2	38,2%	61,8%
8	Тварь	10	0,7	0,252	0,9	0,3	76,4%	23,6%
9	Уроки фарси	7	0,6	0,077	7,4	0,2	97,2%	2,8%
10	Пиноккио. Правдивая история	14	0,5	0,105	0,5	0,5	53,1%	46,9%

Источники: «Бюллетень кинопрокатчика», ЕАИС

\* Приведено расчетное количество зрителей.

Показатели проката релизов приведены по состоянию на 23 марта 2023 года.

Китайская Народная Республика, традиционно являющаяся наиболее важным рынком для проката российского кино, в 2022 году уступила лидерство Италии, которая принесла 11,5% от всех международных сборов (\$2 млн). На этом рынке вышло одиннадцать отечественных картин, лучшей из которых стал мультфильм «Щелкунчик и волшебная флейта» (\$1,6 млн).

На второе место в 2022 году опустилась Китайская Народная Республика, которая дала 9,4% от всех международных сборов (\$1,6 млн), что на 31 процентный пункт меньше, чем годом ранее (40,4%, \$7,4 млн). На территории страны было показано шесть российских фильмов, лучшим из которых стала семейная драма «Пальма» (\$1 млн).

Со второго на третье место опустилась Мексика – \$1,5 млн (8,5%) вместо \$2,5 млн (13,7%) в 2021 году. В прокате на территории страны было шесть российских картин, лучшей из которых стал хоррор «Ряд 19»

(\$0,5 млн). На четвертой строчке рейтинга расположилась Южная Корея, где девять российских фильмов смогли собрать \$1,3 млн (7,5%). Замыкает пятерку крупнейших стран Турция, в прокате которой находилось шесть отечественных фильмов, собравших \$1,3 млн (7,4%).

В целом в 2022 году на пять крупнейших зарубежных рынков проката российского кино пришлось 44,4% от общих сборов – на 24,2 п.п. меньше, чем в прошлом году.

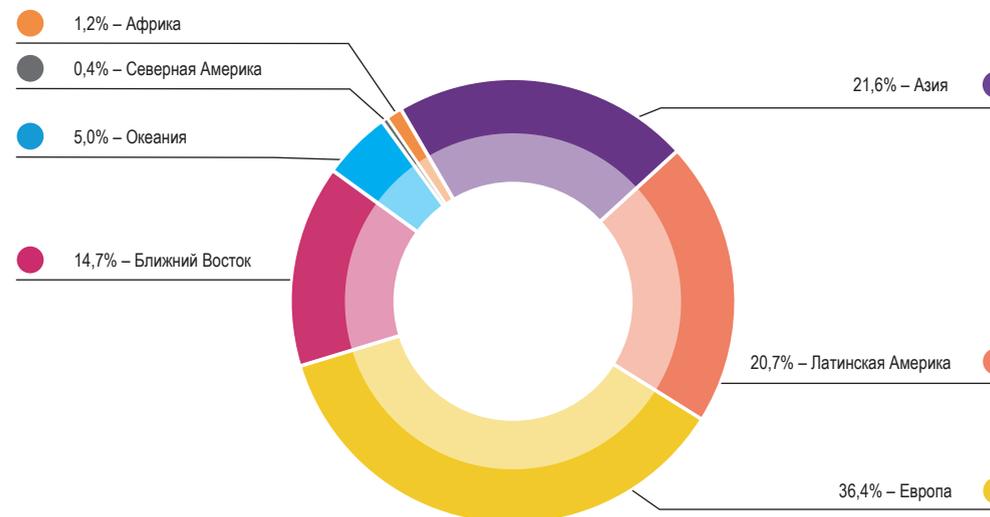
### Топ-5 стран по объему сборов российских фильмов в международном прокате (2022)

Страна	Доля сборов	Сборы, \$ млн	Зрители, млн чел.	Кол-во фильмов	Фильм-лидер
1 Италия	11,5%	2,0	0,307	11	Щелкунчик и волшебная флейта
2 Китай	9,4%	1,6	0,344	6	Пальма
3 Мексика	8,5%	1,5	0,590	6	Ряд 19
4 Южная Корея	7,5%	1,3	0,174	9	Снежная королева: Разморозка
5 Турция	7,4%	1,3	0,435*	6	Снежная королева: Разморозка
<b>Итого топ-5 стран за 2022 год:</b>	<b>44,4%</b>	<b>7,6</b>	<b>1,850*</b>		

\* Приведено расчетное количество зрителей.

Без учета фильмов, в отношении которых разделить сборы по странам не представляется возможным.

### Сборы российских фильмов по регионам (2022)



Источники: Фонд кино по данным «Бюллетень кинопрокатчика»

Без учета фильмов, в отношении которых разделить сборы по странам не представляется возможным.

## КИНОАУДИТОРИЯ

В 2022 году самым крупным сегментом киноаудитории стали зрители 18–24 лет (32,6%), каждый третий посетитель кинотеатров. Более половины кинозрителей (56,5%) были моложе 25 лет; средний возраст кинозрителя сократился до 26 лет (в 2021-м – 27 лет, в 2020-м и 2019-м – 28 лет). Доля семейной аудитории, как и в 2021 году, составила 22%.

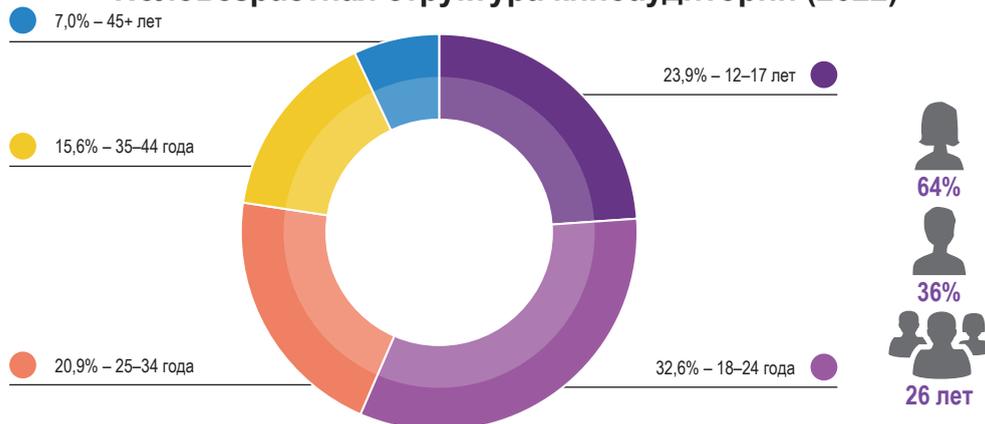
Структуру киноаудитории 2022 года в разрезе возрастных групп отличает рост публики моложе 25 лет. Доля подростков 12–17 лет возросла до 23,9% (в 2021-м – 16,9%, в 2020-м – 17,0%, в 2019-м – 16,1%). Если ранее самым крупным сегментом киноаудитории были зрители 25–34 лет, то в 2022 году доля зрителей 18–24 лет увеличилась до 32,6% (в 2021-м – 30,8%, в 2020-м – 27,3%, в 2019-м – 26,8%) и стала доминирующей в структуре аудитории. Доля зрителей 25–34 лет сократилась до 20,9% (в 2021-м – 31,3%, в 2020-м – 29,7%, в 2019-м – 32,5%), а доля зрителей 35–44 лет сохранилась на уровне значения 2021 года и составила 15,6%. Доля публики старше 45 лет по сравнению с 2021-м возросла с 5,7% до 7,0% (в 2020-м она составила 8,8%, в 2019-м – 7,8%).

Рост доли молодежной аудитории и, как следствие, снижение среднего возраста кинозрителя до 26 лет обусловлены расширением действия программы социальной поддержки молодежи 14–22 лет «Пушкинская карта»: с 1 февраля 2022 года обладатели такой карты получили возможность оплачивать ею билеты в кино на сеансы российских фильмов, участвующих в программе (до 2000 из 5000 рублей годового лимита по карте). Среди аудитории 14–22 лет возможность оплаты билета «Пушкинской картой» стала одной из ключевых причин выбора отечественного фильма почти для каждого четвертого зрителя (23%) данной возрастной категории.

В 2022 году доля традиционно преобладающей женской аудитории возросла (64% вместо 58% в 2021-м, 59% в 2020-м и 55% в 2019-м).

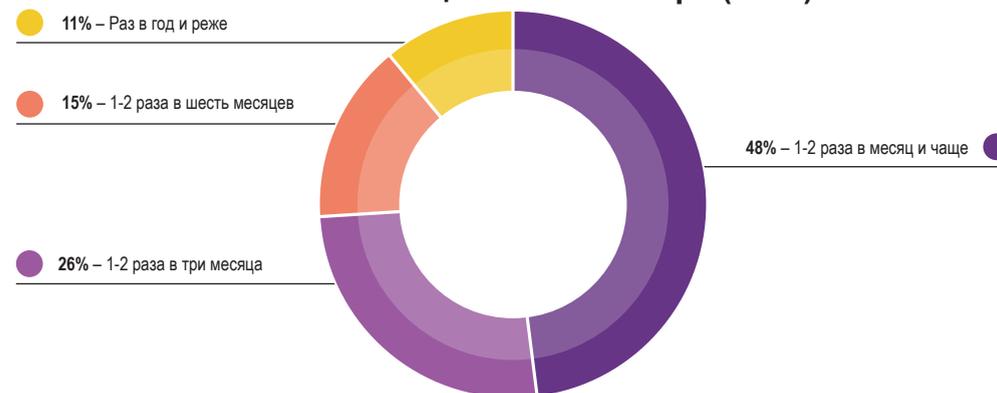
Около половины зрителей (48%) ходят в кино 1-2 раза в месяц и чаще. 26% зрителей посещают кинотеатры 1-2 раза в три месяца, еще 15% – 1-2 раза в полгода. Раз в год и реже в кино ходит 11% зрителей.

### Половозрастная структура киноаудитории (2022)



Источники: Фонд кино, проект «КИНОЗРИТЕЛЬ»

### Частота посещения кинотеатра (2022)



Источники: Фонд кино, проект «КИНОЗРИТЕЛЬ»

### Состав просмотра в разрезе возрастных групп (2022)

	Всего	12–17 лет	18–24 года	25–34 года	35–44 года	45+ лет
Пара	26,7%	12,5%	34,3%	36,7%	21,4%	21,6%
Друзья	38,1%	65,4%	45,9%	24,2%	10,6%	11,8%
Семья	22,3%	15,2%	5,5%	22,6%	55,1%	49,9%
Один	12,3%	6,2%	13,7%	15,8%	12,4%	16,0%
Иной состав	0,6%	0,7%	0,6%	0,7%	0,5%	0,7%

Источники: Фонд кино, проект «КИНОЗРИТЕЛЬ»

В 2022-м доля семейной аудитории осталась неизменной по сравнению с предыдущим годом и составила 22%. Средний возраст ребенка, пришедшего в кино в сопровождении взрослых, составил 9 лет. Минимальный возраст, с которого дети начинают посещать кинотеатр со взрослыми, – 5 лет. Почти половина семейной аудитории (47%) пришла на сеанс фильма с ребенком младшего школьного возраста (7–11 лет), с детьми младше 7 лет – 27% семейной аудитории, с подростками 12–14 лет – 26%. Кинозрители традиционно посещали кинотеатры преимущественно с друзьями, их доля возросла до 38% в 2022 году (вместо 35% в 2021-м и 33% в 2020-м). Для кинозрителей 12–17 лет и 18–24 лет посещение кинотеатра в компании друзей является преобладающим (65% и 46% соответственно). Еще 27% аудитории, на 2 процентных пункта меньше, чем в 2021-м и 2020-м, пришли в кино вдвоем. Поход в кинотеатр парой более характерен для публики 25–34 лет (37% в структуре аудитории данной возрастной группы). 12% кинозрителей пришли посмотреть фильм без спутников.

### Возрастные категории детской аудитории, посещающей кинотеатр в сопровождении взрослых (2022)

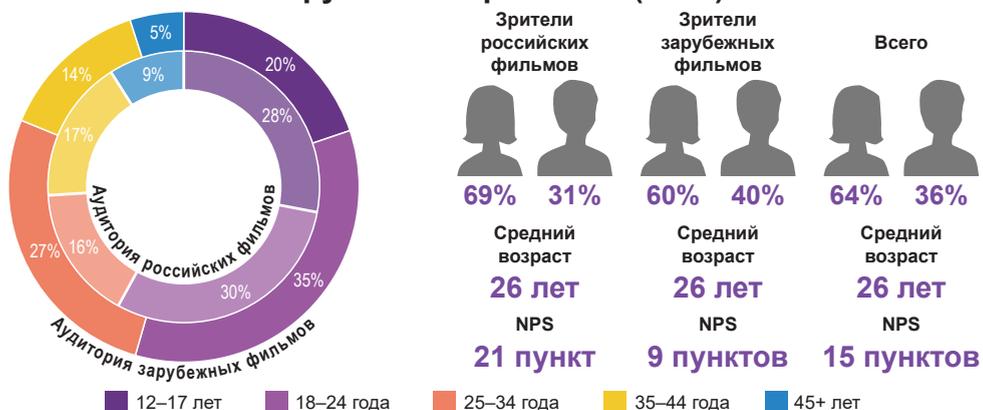
	Всего	
Дошкольный возраст (до 7 лет)	27,3%	Средний возраст ребенка, пришедшего на сеанс с родителями: <b>9 лет</b> Минимальный возраст: <b>5 лет</b>
Младший школьный возраст (7–11 лет)	47,1%	
Подростки (12–14 лет)	25,5%	

Источники: Фонд кино, проект «КИНОЗРИТЕЛЬ»

Аудитория российского и зарубежного кино в 2022 году в разрезе среднего возраста зрителя идентична. Средний возраст зрителя российского кино сократился и составил 26 лет (29 лет в 2021-м), средний возраст зрителя зарубежного кино не изменился и составил также 26 лет.

В структуре киноаудитории российского кино доля подростков выше (28% против 20% среди аудитории зарубежного кино). Доля публики 18–34 лет значительно ниже и составляет 46% (62% среди аудитории зарубежного кино). Доля зрителей старше 35 лет и выше составляет 26%, из которых 9% – люди старше 45 лет (среди аудитории зарубежных фильмов – 19%, из которых старше 45 лет только 5%). Также аудиторию российского кино отличает более высокая доля женщин (69% против 60% у зарубежного кино) и, соответственно, более низкая доля мужчин (31% против 40%).

### Портрет аудитории российских и зарубежных фильмов (2022)



Источник: Фонд кино, проект «КИНОЗРИТЕЛЬ»

### Среднее значение индекса удовлетворенности от просмотра и готовности рекомендовать фильм (2022)

	NPS	Сторонники	Нейтрально настроенные	Критики
Российские фильмы	21	47,5%	26,1%	26,4%
Зарубежные фильмы	9	40,8%	27,2%	32,0%
<b>В среднем по всем фильмам</b>	<b>15</b>	<b>44,3%</b>	<b>26,6%</b>	<b>29,1%</b>

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

Первые два места рейтинга фильмов с наибольшим значением NPS (индекс оценки уровня удовлетворенности фильмом и готовность рекомендовать его) занимают повторные показы культовых криминальных драм «Брат 2» и «Достучаться до небес», значения индекса NPS которых составили 68 и 63 пункта соответственно. Зрители, пришедшие на сеанс, изначально понимали, что идут на любимое или культовое кино, поэтому были готовы максимально рекомендовать его после просмотра. Третье место рейтинга фильмов с наибольшим значением NPS занял анимационный проект «Зверопоп 2», вышедший в прокат в конце 2021 года, – значение индекса «сарафанного радио» мультфильма составило 58 пунктов.

Лидером среди премьер 2022 года по уровню удовлетворенности и готовности аудитории фильма рекомендовать его своим друзьям и знакомым стал отечественный анимационный проект «Три кота и море приключений»: значение индекса NPS составило 52 пункта, 65% зрителей фильма выразили готовность рекомендовать его своим друзьям, 14% – не рекомендовали.

В число картин, показавших наиболее высокий уровень удовлетворенности зрителей, также вошли такие отечественные премьеры 2022 года, как спортивная драма «Мистер Нокаут» и семейная приключенческая комедия «Артек. Большое путешествие», значения индекса NPS которых составили 45 и 42 пункта соответственно.

### Топ-10 российских фильмов 2022 года с максимальным индексом NPS

№	Название	NPS*	Сторонники	Нейтрально настроенные	Критики	12–17 лет	18–24 года	25–34 года	35–44 года	45+ лет
1	Три кота и море приключений	52	65%	21%	14%	75%	25%	9%	5%	39%
2	Мистер Нокаут	45	59%	27%	14%	57%	43%	31%	39%	10%
3	Артек. Большое путешествие	42	59%	24%	17%	72%	28%	34%	25%	11%
4	Бука. Мое любимое чудище	40	61%	17%	21%	78%	22%	18%	17%	21%
5	Щелкунчик и волшебная флейта	39	55%	28%	17%	83%	17%	16%	12%	23%
6	Аманат	39	58%	22%	20%	70%	30%	23%	34%	14%
7	Барбоскины Team	38	59%	19%	22%	81%	19%	18%	7%	29%
8	Суворов: Великое путешествие	37	56%	25%	19%	73%	27%	12%	11%	19%
9	1941. Крылья над Берлином	36	57%	22%	21%	55%	45%	25%	31%	11%
10	Далекое близкие	33	54%	24%	22%	70%	30%	27%	38%	16%

Источники: Фонд кино, проект «КИНОЗРИТЕЛЬ»

\* 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.

Основными источниками информации о фильмах в 2022 году для зрителей стали сайты в сети Интернет (36%), рекомендации друзей, знакомых (19%) и трейлеры перед началом сеанса (17%). При этом если рассматривать только семейную аудиторию, то топ-3 основных источников информации остается неизменным, к ним добавляются телевизионный эфир (14%), печатная рекламная продукция в кинотеатре (11%), социальные сети (8%), мобильные приложения для покупки билетов (8%), ролики и видеоблоги на видеохостингах (7%) и наружная реклама (6%).

Для аудитории российских фильмов тройка лидеров основных источников информации также не меняется: сайты в сети Интернет (36%), рекомендации друзей, знакомых (19%) и трейлеры перед началом сеанса (16%). Среди зрителей зарубежного кино трейлеры, ролики и видеоблоги на онлайн-сервисах для просмотра видео стали таким же распространенным источником информации как и трейлеры перед началом сеанса (17%).

## КИНОПОКАЗ

Уровень доступности населения к услугам современного цифрового кинопоказа в 2022 году по сравнению с 2015-м вырос с 60,2% до 71,3% (с 88,0 млн до 103,7 млн человек).

На конец 2022 года в Российской Федерации действовало 2189 кинотеатров и 5681 кинозал. Несмотря на произошедшую в 2022 году трансформацию контентного наполнения кинопроката, сеть кинопоказа в России по итогам года не претерпела значительных изменений. Темп роста кинотеатральной сети по отношению к концу 2021-го составил 0,5% по количеству кинотеатров и -1,2% по числу залов.

В 2022 году доступ к услугам современного цифрового кинопоказа имело 103,7 млн человек, или 71,3% населения Российской Федерации (в 2021-м – 103,5 млн человек, или 70,8% населения страны).

### Динамика обеспеченности населения услугами современного кинопоказа (2013–2022)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Число залов на 100 тыс. жителей	2,4	2,6	2,7	3,1	3,4	3,6	3,8	4,0	4,0	4,1
Уровень доступности услуг современного кинопоказа	60,8%	60,2%	60,2%	63,0%	66,0%	68,5%	70,0%	70,5%	70,8%	71,3%
Численность населения, имеющего доступ к услугам современного кинопоказа, млн чел.	87,1	87,8	88,0	93,2	97,0	100,6	102,9	103,4	103,5	103,7

Источник: ЕАИС

Количество жителей страны, имеющих доступ к услугам современного цифрового кинопоказа, увеличилось на 191 тысячу человек.

Всего в течение 2022 года работало 2320 кинотеатров и 6039 кинозалов, что больше на 2,5% аналогичных показателей 2021-го по количеству кинотеатров и на 2,1% – по числу залов. В среднем на каждый кинотеатр, как и годом ранее, приходится три кинозала.

### Цифровые кинотеатры и кинозалы в России (2022)

	Количество кинотеатров	Количество залов
Все цифровые кинотеатры, осуществлявшие кинопоказ в 2022 г.	2 320 <sup>+2,5%*</sup>	6 039 <sup>+2,1%</sup>
Действующие цифровые кинотеатры по состоянию на 31 декабря 2022 г.	2 189 <sup>+0,5%</sup>	5 681 <sup>-1,2%</sup>

Источник: ЕАИС

\* Динамика количества кинотеатров по отношению к предыдущему году.

С 2015 года основным драйвером роста кинотеатральной сети Российской Федерации является федеральная программа модернизации кинозалов в населенных пунктах с численностью жителей до 500 тысяч человек, разработанная в целях обеспечения равномерного доступа граждан к произведениям киноискусства, увеличения доли российского кино в прокате. С 2019 года мероприятия по созданию условий для показа национальных фильмов в населенных пунктах с численностью жителей до 500 тысяч человек включены в национальный проект «Культура» на 2019–2024 годы. За все время существования программы модернизации кинозалов было открыто 1277 кинозалов в 81-м регионе страны, создано свыше 200 тысяч новых зрительных мест. Более 20 млн человек получили доступ к услугам современного цифрового кинопоказа.

### Структура рынка кинопоказа по числу залов в кинотеатрах (2022)

Кол-во залов	Кол-во кино-театров	Доля кино-театров, %	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	1 319	56,9%	9,0	10,8%	1,650	7,0%	1,0	9	1 712	183,3
2	282	12,2%	6,7	8,0%	1,649	7,0%	0,7	10	2 528	246,6
3-4	274	11,8%	13,0	15,6%	3,705	15,7%	1,3	10	2 928	284,8
5-6	201	8,7%	17,7	21,2%	5,064	21,4%	1,6	11	3 152	286,7
7-8	154	6,6%	21,3	25,6%	6,202	26,2%	1,7	13	3 655	291,7
9-11	75	3,2%	12,6	15,1%	4,027	17,0%	1,0	12	3 860	319,6
12-24	15	0,6%	3,0	3,6%	1,364	5,8%	0,3	11	5 132	458,1
<b>Итого</b>	<b>2 320</b>	<b>100,0%</b>	<b>83,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>23,661</b>	<b>100,0%</b>	<b>7,5</b>	<b>11</b>	<b>3 157*</b>	<b>284,4*</b>

Источник: ЕАИС

Учитывались кинотеатры и залы, действовавшие в 2022 г.

\* Приведены средние значения.

По итогам 2022 года на долю однозальных кинотеатров приходится более половины точек кинопоказа нашей страны (56,9% от общего количества действовавших кинотеатров). Вторые по распространенности – двухзальные кинотеатры, на долю которых приходится 12,2% кинотеатров страны. Третье место по доле кинотеатров занимают 3-4-зальные площадки – 11,8%. По сравнению с 2021 годом положительная динамика по числу кинотеатров наблюдается среди однозальных, двухзальных, 5-6-зальных, 7-8-зальных площадок: +3,4%, +1,1%, +5,8% и +2,7% соответственно.

Наибольшая доля совокупной посещаемости (25,6%) и кассовых сборов (26,2%) в 2022 году пришлась на 154 кинотеатра с 7-8 залами. В среднем 13 зрителей приходили на сеанс фильма в кинотеатр данной категории зальности, заплатив за билет в среднем 291,7 рубля. Пятая часть зрителей (21,2%) посетила кинотеатры на 5-6 залов, заплатив за билет в среднем 286,7 рубля. На долю однозальников приходится 10,8% зрителей.

Самая высокая средняя цена за билет традиционно наблюдалась в мегаплексах с 12-ю и более кинозалами – 458,1 рубля. Снижение средней стоимости билета в однозальных кинотеатрах напрямую связано с реализацией федеральной программы кинофикации малых и средних населенных пунктов, где цена кинотеатрального посещения традиционно ниже, чем в среднем по рынку.

Наиболее распространенным типом расположения кинотеатра является размещение в учреждении культуры: 1057 кинотеатров, 45,6% от общего количества действовавших в 2022 году площадок, относятся к данному типу размещения. В Домах культуры находятся преимущественно однозальные муниципальные кинотеатры, на долю которых в 2022 году пришлось 9,1% от совокупной кинотеатральной посещаемости. Средняя цена билета минимальна по сравнению с другими типами размещения и составила 182,1 рубля.

Вторым по распространенности типом расположения кинотеатра является размещение в торгово-развлекательном центре (716 кинотеатров, 30,9%). Данный тип свойственен многозальным площадкам частной формы собственности. В среднем на кинотеатр, расположенный в ТРЦ, в 2022 году приходилось 5 кинозалов. Основная доля кинотеатральной посещаемости (73,2%) приходится на кинотеатры, расположенные в ТРЦ. Средняя цена билета на сеанс фильма в таком кинотеатре составила 299 рублей.

На третьем месте по распространенности кинотеатры, расположенные в отдельном здании. К такому типу размещения относится каждый пятый кинотеатр (477 кинотеатров, 20,6%), на территории которого действовало в среднем 2 кинозала. На отдельно стоящие кинотеатры в 2022 году пришлось 16% посещаемости, средняя цена билета составила 273,5 рубля.

Другой тип размещения имело 3% кинотеатров, действовавших в 2022 году. Совокупная посещаемость таких площадок не превысила 2% (1,7%). В состав этой группы входят, в частности, летние кинотеатры и автокинотеатры.

### Структура рынка кинопоказа по типу размещения (2022)

Тип размещения	Кол-во кинотеатров	Доля кино-театров	Кол-во кино-залов	Доля кино-залов	Сборы, млрд руб.	Доля сборов	Зрители, млн чел.	Доля зрителей	Средняя цена билета, руб.	Среднее кол-во залов
Торгово-развлекательный центр	716	30,9%	3 849	63,7%	18,200	76,9%	60,9	73,2%	299,0	5,4
Учреждение культуры	1 057	45,6%	1 160	19,2%	1,375	5,8%	7,6	9,1%	182,1	1,1
Отдельное здание	477	20,6%	928	15,4%	3,652	15,4%	13,4	16,0%	273,5	1,9
Другой вид размещения	70	3,0%	102	1,7%	0,433	1,8%	1,4	1,7%	305,8	1,5
<b>Итого</b>	<b>2 320</b>	<b>100,0%</b>	<b>6 039</b>	<b>100,0%</b>	<b>23,661</b>	<b>100,0%</b>	<b>83,2</b>	<b>100,0%</b>	<b>284,4*</b>	<b>2,6*</b>

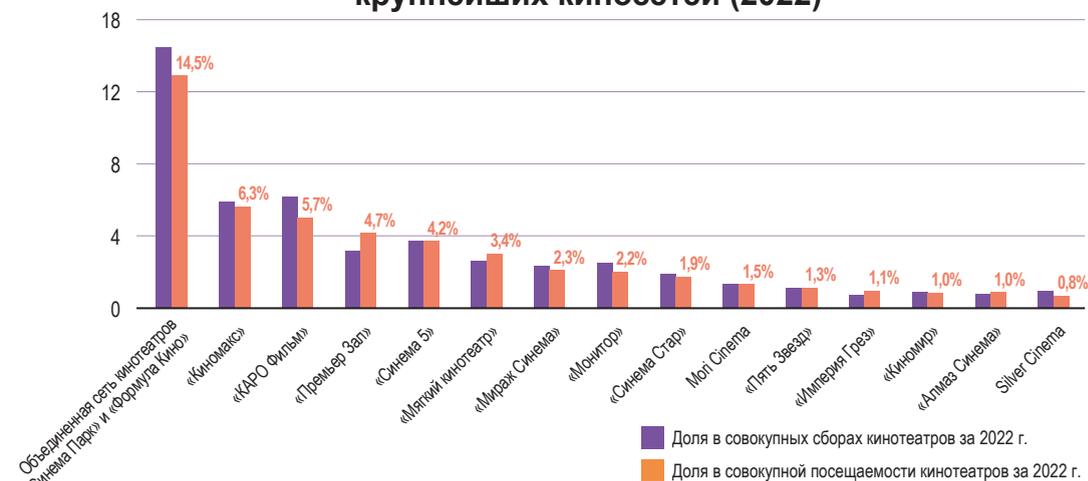
Источник: ЕАИС

Учитывались кинотеатры и залы, действовавшие в 2022 г.

\* Приведены средние значения.

В 2022 году в составе пятнадцати крупнейших киносетей находилось 657 кинотеатров (28,3% от всех действовавших в 2022-м кинотеатров) и 2631 кинозал (43,6% от совокупного количества кинозалов страны). По итогам года на долю топ-15 киносетей пришлось 52% от совокупной посещаемости.

### Соотношение долей сборов и посещаемости крупнейших киносетей (2022)



Источник: ЕАИС

Наибольший прирост по доле в совокупной посещаемости из крупнейших сетей продемонстрировала киносеть «Мягкий кинотеатр» (с 2,6% в 2021 году до 3,4% в 2022-м). Сеть кинотеатров «Синема 5» увеличила долю в совокупной посещаемости с 3,7% до 4,2%, «Премьер Зал» – с 4,5% до 4,7%, «Монитор» – с 2,1% до 2,2%, «Империя Грез» – с 1,0% до 1,1%. Отрицательную динамику по доле в совокупной посещаемости продемонстрировали «Киномакс» (с 7,1% до 6,3%), объединенная сеть «Синема Парк» и «Формула Кино» (с 15,0% до 14,5%), «Мираж Синема» (с 2,5% до 2,3%), «Синема Стар» (с 2,1% до 1,9%), «Алмаз Синема» (с 1,1% до 1,0%) и Mori Cinema (с 1,6% до 1,5%).

### Топ-5 кинотеатров по доле посещаемости (2022)

№	Кинотеатр	Населенный пункт	Киносеть	Кол-во кинозалов	Доля от совокупной посещаемости по РФ, %	Наработка зрителей на сеанс, чел.	Наработка сборов на сеанс, руб.
1	«КАРО Фильм» в ТЦ «Авиапарк»	Москва	«КАРО»	17	0,51%	16	8 197
2	«Монитор СБС»	Краснодар	«Монитор»	11	0,49%	17	6 641
3	Киноцентр «Большой»	Ростов-на-Дону		11	0,42%	18	5 492
4	«Киномакс», Красноярск	Красноярск	«Киномакс»	8	0,41%	25	7 043
5	«КАРО Фильм» в ТЦ «Галерея»	Новосибирск	«КАРО»	9	0,41%	18	6 485

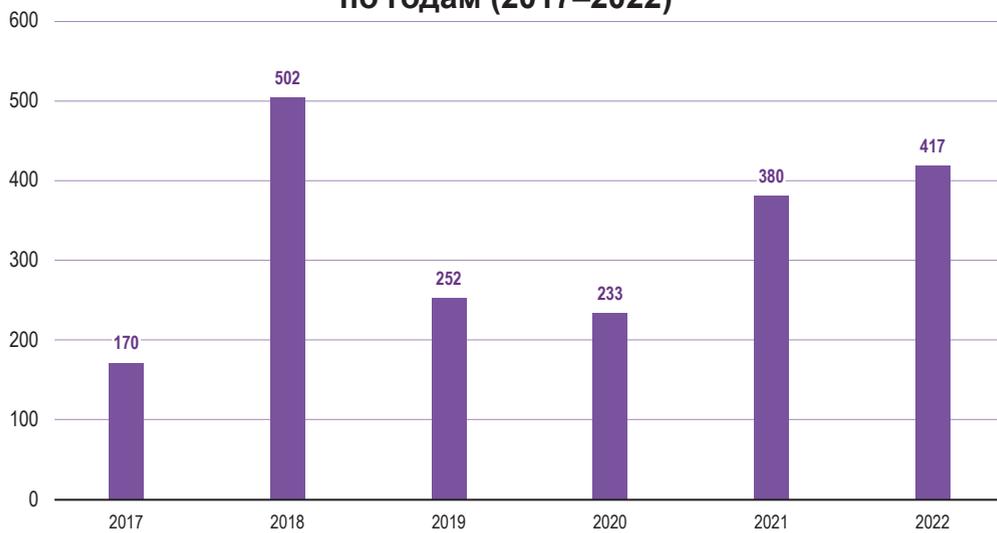
Источник: ЕАИС

## КИНОПРОИЗВОДСТВО

Совокупный хронометраж кинопродукции, завершённой в производстве в 2022 году, составил 503 часа. На долю художественных фильмов пришлось 67% от общего хронометража.

В 2022 году показатели производства российской киноиндустрии по сравнению с 2021-м улучшились: в стране было завершено производство 417 фильмов, что на 10% больше, чем годом ранее. За пять лет количество созданных российских фильмов в год выросло на 145%. С большим отрывом по-прежнему лидируют художественные фильмы (253 картины; общий хронометраж – 339 часов), следом идут документальные, анимационные и научно-популярные фильмы соответственно. Рост объемов кинопроизводства стал следствием как завершения производственного цикла, приостановленного пандемийными ограничениями, так и первым проявлением актуализируемой в 2022 году потребности в экстенсивном и интенсивном развитии кинопроизводства и выпуске продукции в целях восполнения дефицита контента на фоне западных санкций.

### Количество произведенных российских кинофильмов по годам (2017–2022)

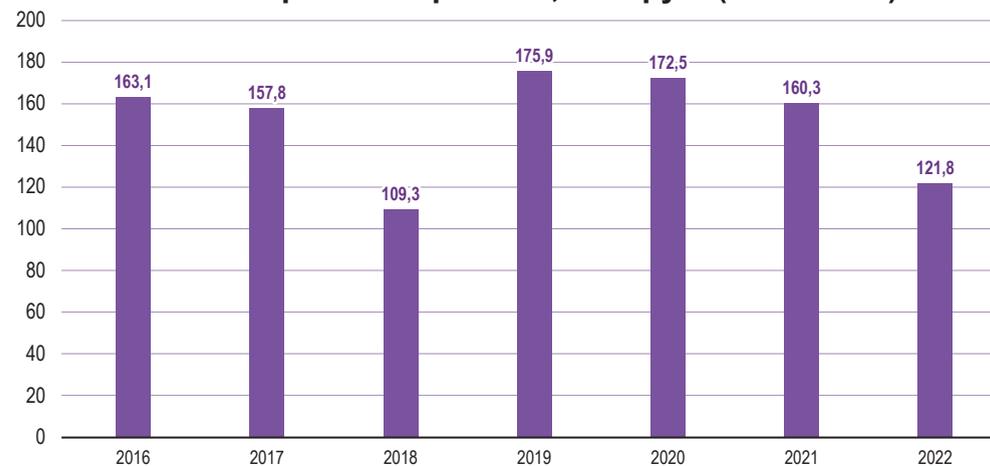


Источник: портал открытых данных Минкультуры России

Учитывались картины в категории «Кино», страна производства – Россия или копродукция с Россией. Количество произведенных фильмов за год подсчитано на основе открытых данных Минкультуры России по выданным прокатным удостоверениям.

Средний производственный бюджет вышедшего в прокат российского полнометражного фильма в 2022 году составил 121,8 млн рублей, что ниже показателя предыдущих трех лет, когда средний бюджет картины превышал 160 млн. Снижение средней сметной стоимости производства обусловлено спецификой выпущенного в кинопрокат контента, основную часть которого составили сравнительно низко- и среднебюджетные фильмы, их кинотеатральный прокат стал целесообразным на фоне снижения конкуренции с контентом зарубежного производства. Наиболее высокобюджетным фильмом в 2022 году стало «Сердце пармы»: историческая драма Антона Мегердичева при бюджете в 714,4 млн рублей собрала в отечественном прокате 932 млн.

### Средний бюджет производства российского полнометражного фильма, млн руб. (2016–2022)



Источник: Фонд кино

Соотношение среднего и медианного бюджетов художественного и анимационного фильмов демонстрирует специфику анимационной продукции: средняя стоимость производства полнометражного анимационного фильма более чувствительна к валютным колебаниям, показывает минимальную разницу между медианным и средним значениями. Поскольку полнометражных анимационных фильмов в кинопрокат выходит значительно меньше, чем игровых, значение среднего бюджета может меняться от года к году сильнее. При этом в 2022 году на экраны вышло сразу семь полнометражных анимационных фильмов, бюджет которых превышал 200 млн рублей, что на четыре мультфильма больше, чем годом ранее. Самым кассовым анимационным релизом 2022-го стал «Финник», при бюджете в 325,1 млн рублей собравший в прокате 442,7 млн. Мультфильм создан при поддержке Фонда кино, на его производство было предоставлено 160 млн рублей: 40 млн – на условиях возвратности, 120 млн – на безвозвратной основе.

### Средний и медианный бюджеты производства художественного и анимационного полнометражных фильмов (2016–2022)

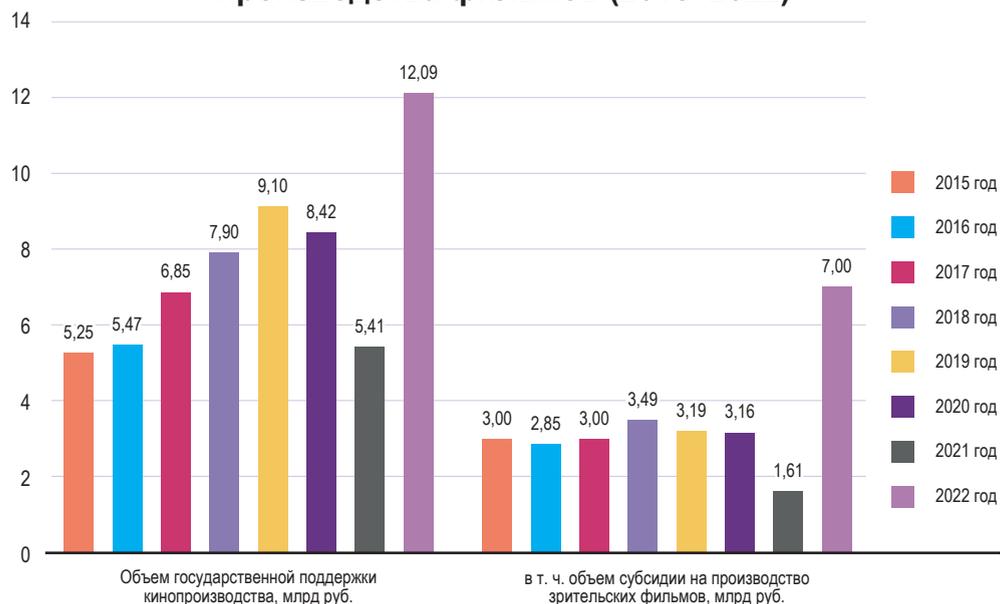
	Игровые фильмы							Анимационные фильмы						
	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Средний бюджет производства, млн руб.	157,8	154,6	111,5	164,1	173,7	157,0	106,3	189,8	192,0	187,8	303,9	158,2	192,6	248,6
Медианный бюджет производства, млн руб.	85,2	80,0	89,0	77,5	77,0	80,0	64,9	177,1	175,0	153,1	300,0	165,0	188,7	232,5

Источник: Фонд кино

Медианное значение – число, характеризующее выборку таким образом, что ровно половина элементов выборки будет больше него, а половина – меньше. Во многих случаях, когда стоит задача вычислить центральное значение распределения, медианное значение является лучшим показателем, поскольку не зависит от крайних результатов измерений, в отличие от среднего значения.

Всего в 2022 году вышло в прокат 111 картин, созданных при государственной поддержке. Их совокупные сборы составили 6,4 млрд рублей (61% от совокупных сборов российских фильмов 2022 года), на сеансы фильмов было продано 24 млн билетов. Среди 25-ти самых кассовых российских проектов 2022 года семнадцать созданы при поддержке, выделенной Фондом кино и/или Минкультуры России. Рейтинг возглавляет историческая драма «Сердце пармы», кассовые сборы которой составили 932 млн рублей. Фильм создан при поддержке Фонда кино, на его производство было предоставлено 373,5 млн рублей: 150 млн рублей на условиях возвратности, 223,5 млн рублей – на безвозвратной основе.

### Соотношение объема субсидии, выделяемой на производство фильмов для широкой зрительской аудитории, в общем объеме государственной поддержки производства фильмов (2015–2022)



Источники: Фонд кино, портал открытых данных Минкультуры России

Объем финансовой поддержки кинопроизводства национальных фильмов в 2022 году составил 12,1 млрд рублей – на 3 млрд больше, чем в рекордном 2019-м. Совокупный объем поддержки был выше уровня 2021 года как по линии Минкультуры России (с 2,6 млрд до 3,6 млрд рублей), так и по линии Фонда кино (с 2,8 млрд до 8,5 млрд рублей), а в сегменте фильмов, ориентированных на широкую зрительскую аудиторию, вырос с минимальных 1,6 млрд до 7 млрд рублей. Общий объем выделенных фондом средств на производство фильмов достиг исторического максимума. По линии Фонда кино количество поддерживаемых в производстве фильмов существенно возросло: если в прошлом году их было 26, то в 2022-м – уже 55.

В 2016 году была инициирована разработка программы создания кинокомиссий – инструмента, направленного на стимулирование производителей фильмов к съемкам кинолент в субъектах Российской Федерации, в том числе посредством рибейтов – возврата части расходов, понесенных кинематографистами при производстве фильмов на территории субъекта.

К концу 2022 года, по данным Министерства культуры Российской Федерации и Ассоциации продюсеров кино и телевидения, кинокомиссии или организации, выполняющие их функции, действовали в 34-х регионах страны: Москве и Санкт-Петербурге, Архангельской, Астраханской, Белгородской, Вологодской, Воронежской, Иркутской, Калининградской, Калужской, Ленинградской, Московской, Мурманской, Нижегородской, Новгородской, Оренбургской, Псковской, Самарской, Свердловской, Тверской, Тульской, Ульяновской, Ярославской областях, в Алтайском, Камчатском, Краснодарском, Красноярском, Пермском, Приморском краях, Республика Крым, Карелия, Чувашия, Тыва, Башкортостан.

Девять субъектов Российской Федерации оказывают финансовую поддержку кинокомпаниям в виде компенсации части затрат на съемки: Калининградская область (до 40%, 40 млн рублей), Краснодарский край (до 20%, 50 млн рублей), Ленинградская область (до 20%, 14,4 млн рублей), Мурманская область (до 30%, 15 млн рублей), Нижегородская область (до 80%, 20 млн рублей), Новгородская область (до 40%), Пермский край (до 50%, бюджет определяется исходя из поданных заявок), Республика Карелия (до 20%, 10 млн рублей), Санкт-Петербург (в балльной системе, 200 млн рублей).

В числе фильмов, получивших рибейты в 2022 году, «Море волнуется раз» и «Нюрнберг» (Краснодарский край), «Беспринципные в деревне» и «Моя ужасная сестра» (Ленинградская область), «Кощей. Похититель невест» (Нижегородская область), «По щучьему велению» (Пермский край), «Майор Гром: Трудное детство» (Санкт-Петербург) и др.

Основным вкладом кинокомиссий в развитие кинопроизводства является не столько компенсация части затрат, понесенных кинокомпаниями в регионах, сколько организационное сопровождение киносъёмочной деятельности, что позволяет сократить операционные издержки и оптимально организовать съёмочный процесс. К числу наиболее распространенных услуг, оказываемых кинокомиссиями, можно отнести подбор локаций и реквизита, содействие в получении разрешений на съемки, обеспечение безопасности на площадках, привлечение местных кадров, технических и сервисных компаний к съёмочному процессу, организация логистики, проживания, питания.

Кинопроизводство Российской Федерации в 2022 году обеспечили 27 киностудий, в распоряжении которых 121 павильон, включая 22 хромакея и 4 натурные площадки. Крупнейшими киностудиями Москвы являются киноконцерн «Мосфильм» (16 павильонов, в т.ч. 1 хромакей и 2 натурные площадки) и «Амедиа» (16 павильонов), а также «Моя студия» (13 павильонов, в т.ч. 1 хромакей), Центральная киностудия детских и юношеских фильмов им. М. Горького (12 павильонов и 1 хромакей). В Санкт-Петербурге основными киностудиями являются «Объединенные Русские Киностудии» (6 павильонов и 1 хромакей) и «Ленфильм» (4 павильона и 1 хромакей).

В Москве сконцентрировано наибольшее количество киностудий – пятнадцать. В Санкт-Петербурге расположены четыре студии, в Екатеринбурге и Уфе – по две.

Киносервисные услуги осуществляют 37 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 как по количеству киносервисных компаний, так и по числу киностудий.

## КИНОФЕСТИВАЛИ И ПРЕМИИ

С 2019 года перечень международных кинофестивалей, ежегодно проводимых на территории Российской Федерации, подлежит утверждению Минкультуры России. В 2022 году в число проводимых в России фестивалей вошло 252 наименования международных киносмотров.

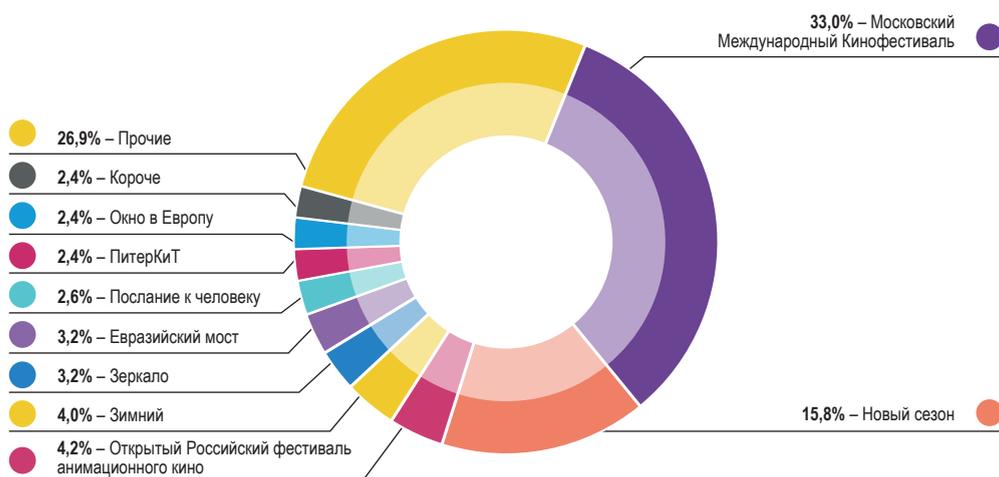
В 2022 году, на фоне трансформации культурной среды Российской Федерации, фестивальное движение в России претерпело изменения. Ряд фестивалей прекратил свое существование, но появились и новые: например, кинофестиваль «Зимний», фестиваль онлайн-кинотеатров «Новый сезон» и др.

Согласно статье 5 Федерального закона от 22.08.1996 № 126-ФЗ «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации» в редакции от 28.11.2018, с 2019 года Минкультуры России ежегодно утверждает перечень проводимых на территории Российской Федерации международных кинофестивалей в соответствии с критериями, определяемыми Правительством Российской Федерации.

Всего в 2022 году в число проводимых на территории России фестивалей вошло 252 наименования международных киносмотров. В перечне Минкультуры России 2022 года оказались как международные кинофестивали, имеющие конкурсную программу и отбор, так и ряд кинофестивалей, представляющих собой показы фильмов в рамках межгосударственного сотрудничества.

Государственную поддержку от Минкультуры России в 2022 году получили 59 фестивалей – на 7 больше, чем годом ранее. Совокупный объем поддержки составил 379 млн рублей, что выше, чем было в 2021 году (330,4 млн).

### Государственная поддержка кинофестивалей в РФ (2022)



Источник: Фонд кино по данным Минкультуры России

44-й Московский международный кинофестиваль (ММКФ) сменил сезон проведения и вместо апреля прошел с 26 августа по 2 сентября. Было показано 245 фильмов, свои киноленты представили режиссеры из 65 стран. В рамках основного конкурса игровых фильмов жюри оценило тринадцать картин, три из которых – российского производства («Молодость» реж. Дмитрия Давыдова, «Огород» реж. Ларисы Садиловой, «Верблюжья дуга» реж. Виталия Суслина). Главный приз жюри под председательством народного артиста России Евгения Миронова вручило фильму из Ирана «Без предварительной договоренности» реж. Бехруза Шоайби.

С 18 по 23 сентября в Сочи, при поддержке Минкультуры России прошел первый фестиваль онлайн-кинотеатров «Новый сезон». Игроки рынка легального видео (Okko, «Кинопоиск», «Иви», Start, Kion, Premier, Wink, more.tv) представили премьерный контент – четырнадцать сериалов и семь фильмов. Победителей определяли гости и участники фестиваля. Лучшим фильмом смотра был признан «Экспресс» реж. Руслана Братова, представленный платформой Okko, лучшим сериалом – «Алиса не может ждать» реж. Наталии Мещаниновой, представленный платформой Start.

Гран-при XXVII Открытого российского кинофестиваля анимационного кино в Суздале завоевал мультфильм «Синий лев» реж. Зои Трофимовой.

Первый Открытый российский фестиваль авторского кино «Зимний» состоялся в Москве со 2 по 8 декабря. Учредителями кинофестиваля стали Минкультуры России, «Москино», «Кинокомпания Альянс» и Российский фонд культуры. В программу фестиваля вошло десять российских фильмов. Жюри, которое возглавил режиссер Алексей Герман-младший, вручило главный приз фильму «Не хороните меня без Ивана» реж. Любви Борисовой. В рамках фестиваля прошел первый форум московских киношкол.

Лауреатом кинопремии «Золотой Орел» за 2022 год в номинации «Лучший игровой фильм» стала картина «Чемпион мира» реж. Алексея Сидорова. Лучшим фильмом первого фестиваля онлайн-кинотеатров «Новый сезон» был признан «Экспресс» реж. Руслана Братова. Главный приз первого Открытого российского фестиваля авторского кино «Зимний» получил фильм реж. Любви Борисовой «Не хороните меня без Ивана».



## 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, осуществляющим подготовку кадров в области кино, является Всероссийский государственный университет кинематографии им. С. А. Герасимова (ВГИК). Он готовит специалистов по программам высшего, среднего и дополнительного образования. В структуре университета семь факультетов, три филиала (в Иркутске, Ростове-на-Дону и Сергиевом Посаде), пятнадцать лабораторий, Высшие курсы кино и телевидения, Колледж кино, телевидения и мультимедиа, а также Научно-исследовательский центр кинообразования и экранных искусств.

ВГИК ведет подготовку практически по всем основным специальностям на следующих факультетах: режиссерский, актерский, операторский, анимации и мультимедиа, художественный, сценарно-киноведческий, продюсерский. В 2022 году по программам высшего образования был выпущен 301 специалист. По сравнению с 2021-м значительно возросло количество выпускников факультета анимации и мультимедиа, а также художественного факультета (55 и 24 в 2022 году против 45 и 19-ти в 2021-м соответственно), причем рост наблюдался практически по всем направлениям, в частности, по специализациям «художник кино и телевидения, комбинированных съемок» (8 в 2022-м и 6 в 2021-м), «художник кино и телевидения по костюму» (7 выпускников получили диплом специалиста в 2022 году против 6-ти в 2021-м), «художник мультипликационного фильма» (9 в 2022-м и 7 в 2021-м) и «художник анимации и компьютерной графики» (17 в 2022-м и 10 в 2021-м). Возросло также число выпускников продюсерского факультета – его окончил 51 человек (+2). Уменьшилось количество выпускников режиссерского (-23), операторского (-16), сценарно-киноведческого (-10) и актерского (-2) факультетов. Сокращение произошло и за счет специализации режиссера телевизионных программ – в 2022 году выпуска по данной специальности не было (в 2021-м было 20 выпускников).

За последние пять лет по программам высшего образования во ВГИКе было выпущено 1411 специалистов, из которых 337 выпускников окончили сценарно-киноведческий факультет, 299 выпускников – режиссерский факультет, 208 выпускников – продюсерский факультет, 195 выпускников – факультет анимации и мультимедиа, 137 выпускников – актерский факультет, 126 выпускников – операторский факультет, 109 выпускников – художественный факультет.

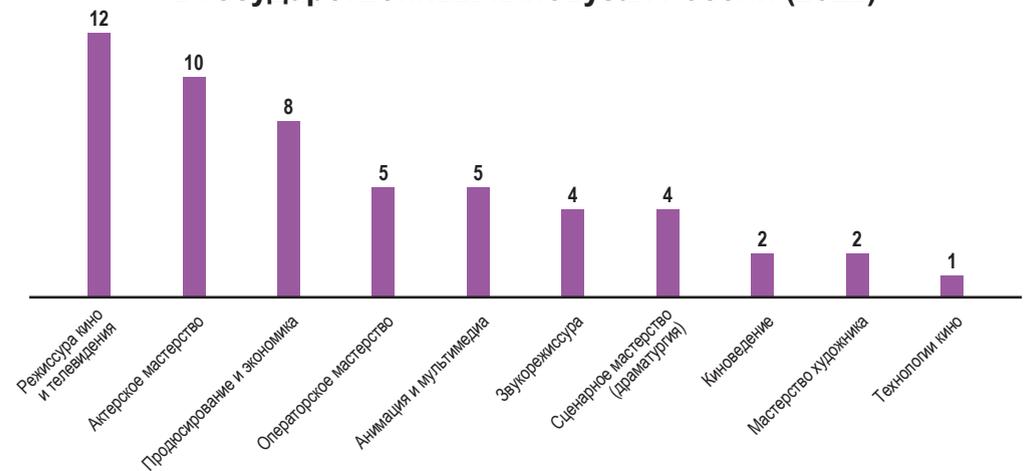
В 2022 году ВГИК впервые открыл набор учащихся на новую образовательную программу «Продюсер дистрибуции». В составе профессорско-преподавательского коллектива – ведущие специалисты киноотрасли и педагоги университета. Программа предполагает заочную форму обучения и рассчитана на пять с половиной лет. В учебной программе курса уделено большое внимание вопросам рекламы, маркетинга, психологии, внешнеэкономической деятельности дистрибьютора, аналитическим исследованиям зрелищного потенциала фильма, портрета зрителя. Отдельные дисциплины посвящены фестивальному менеджменту, организации питчингов и кинорынков.

Вторым по значимости и числу профильных факультетов вузом является Санкт-Петербургский государственный институт кино и телевидения (СПбГИКиТ). В 2022 году в структуру института входило три факультета (экранных искусств, медиатехнологий, дополнительного образования), девятнадцать кафедр, киноvideотехнический колледж и другие подразделения, обеспечивающие образовательную деятельность. Продолжили свое развитие учебный театр и учебная телестудия, созданные в конце 2020 года. В 2022-м проведен ряд структурных изменений. Факультет телевидения, дизайна и фотографии был переименован в факультет медиатехнологий. Кафедры управления экономическими и социальными процессами в кино- и телеиндустрии, проектной деятельности в кинематографии и на телевидении, искусствознания были преобразованы в новые: кафедру проектной деятельности в медиаиндустрии, кафедру гуманитарных и общественных наук, кафедру филологии и истории искусств.

Помимо ВГИКа и СПбГИКиТа, 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 (ОГИК), Краснодарский государственный институт культуры (КГИК), Северо-Кавказский государственный институт искусств (СКГИИ), Казанский государственный институт культуры (КазГИК).

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

### Распространенность направлений подготовки в государственных киновузах России (2022)



Источники: официальные сайты организаций

В 2022 году в России действовало 34 школы, специализированных курсов и негосударственных киновузов, осуществляющих подготовку кадров в области кинематографии. Интенсивность обучения и концентрация на практическом применении навыков 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.

Московская школа кино (МШК) работает в трех образовательных форматах: программы российского дополнительного профессионального образования, подготовительный курс Filmmaking, а также краткосрочные интенсивные курсы на актуальные темы. Школа обладает передовой материально-технической базой для обучения кинопроизводству (включая съемочный павильон, студии цветокоррекции и саунд-дизайна), полностью соответствующей требованиям киноиндустрии. В 2022 году Московская школа кино выпустила 10 режиссеров, 11 операторов, 3-х продюсеров, по 17 художников-постановщиков, актеров и режиссеров короткой формы, 10 сценаристов, 10 художников по гриму, 4-х звукорежиссеров, 34 специалиста в области режиссуры монтажа, 6 специалистов направления «практическая кинокритика», 13 композиторов, 5 художников по костюму и 20 шоураннеров.

Институт кино и телевидения (ГИТР) входит в число ведущих кинотелешкол мира CILECT и является крупнейшим негосударственным профильным вузом, ориентированным в большей степени на телевизионный контент. Обучение проводится в составе съемочных групп как на собственной студии института, так и на федеральных и региональных каналах.

Школа кино и телевидения «Индустрия», открытая осенью 2017 года режиссером Федором Бондарчуком и продюсерами кинокомпании «Водород 2011» Михаилом Врубелем и Александром Андрющенко при поддержке Национальной Медиа Группы, ведет обучение как по онлайн-, так и по офлайн-программам. Офлайн-программы: композитинг и 3D-графика, режиссура, продюсирование, второй режиссер, сценарное и операторское мастерство, режиссура монтажа, маркетинг оригинального контента (кино и сериалы), звукорежиссура, менеджмент артистов в кино. Онлайн-программы: Filmmaking, режиссура монтажа, VFX, режиссура, продюсирование, сценарное мастерство, режиссура короткой формы, режиссура рекламы и другие. Всего в 2022 году обучение по программам школы окончило 105 выпускников: 43 человека по программе «режиссура монтажа», 33 человека по программе Filmmaking и 29 человек по программе VFX.

Основными направлениями подготовки кадров в области кинематографии, характеризующимися как широтой распространения, так и количеством выпускников, являются режиссура, сценарное мастерство, продюсирование, актерское и операторское мастерство.



## 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 (телевидение, радио, пресса, кинопроизводство и дистрибуция, интернет-платформы), позволяют реализовывать масштабные интегрированные рекламные кампании, достигая тем самым практически любой целевой аудитории и оказывая синергетический эффект на дистрибуцию видеоконтента.

## АКТИВЫ КРУПНЕЙШИХ МЕДИАХОЛДИНГОВ



Всероссийская государственная телевизионная и радиовещательная компания (ВГТРК) занимает лидирующее положение на рынке национального вещания и является одним из ведущих производителей аудиовизуального контента на русском языке в мире. В состав ВГТРК входят федеральные каналы «Россия 1», «Россия Культура», «Карусель», а также 79 региональных телерадиокомпаний, вещающих во всех субъектах Российской Федерации; круглосуточный информационный канал «Россия 24»; международный телеканал на русском языке «РТР-Планета» в СНГ, Европе, Азии и США; четыре радиостанции («Вести ФМ», «Маяк», «Радио России», «Радио Культура»); 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 девятнадцать телеканалов: «Мульт», «Мосфильм». Золотая коллекция», «Моя планета», «Русский роман», «Русский детектив», «История», Т24, «Живая планета», «Доктор», НСТ и другие. В цифровой среде ВГТРК предлагает медиaplatformу «Смотрим», объединяющую контент всех активов ВГТРК, крупнейший новостной портал «Вести.Ru», а также популярные каналы на основных внешних площадках и в социальных сетях.



Холдинг «Газпром-медиа» управляет восемью эфирными телеканалами (НТВ, ТНТ, ТВ-3, «Пятница!», ТНТ4, «Матч ТВ», 2x2, «Суббота»), 32-мя тематическими каналами, кинопроизводством и дистрибуцией (Киностудия КИТ, Comedy Club Production, Good Story Media, 1-2-3 Production, продюсерский центр «Ножи», «Студия Пятница» и «Централ Партнершип», «Белые ночи»), производством и дистрибуцией тематических телеканалов («Ред Медиа»). Также в портфель «Газпром-медиа» входило десять радиостанций («Автордио», радио Енегу, «Юмор FM», радио Romantika, Comedy Radio, Like FM, Relax FM, «Детское радио», «Эхо Москвы» (прекратило вещание в 2022 году), «Радио «Зенит»). В сегменте печатной прессы холдинг развивает издательства «Семь дней» и «Медиа Пресс», которые также представлены в цифровых форматах. В цифровой среде холдинг развивает видеосервис Premier, OTT-платформу «НТВ-Плюс» (оператор спутникового и цифрового ТВ), видеоплатформу Rutube и другие ресурсы и сервисы. Холдинг также управляет оператором больших данных, компанией Uma.Tech, которая создает и реализует цифровые решения для бизнеса и в интересах пользователей. Кроме того, холдинг управляет компанией «Квант» – совместным предприятием с оператором публичной сети Wi-Fi «МаксимаТелеком».



В числе активов Национальной Медиа Группы пять эфирных телеканалов (Первый канал, РЕН ТВ, Пятый канал, Телеканал 78, а также «СТС Медиа», включающий в себя телеканалы СТС, «Домашний», «Че!», СТС Love, СТС Kids), группа компаний платного ТВ «Медиа-Телеком», цифровые и информационные ресурсы (МИЦ «Известия», «Спорт-Экспресс», «Деловой Петербург»). К активам

холдинга в области контента и кинопроизводства относятся кинокомпании Keystone Production, Star Media Vision (совместное предприятие «НМГ Студии» и компании Star Media), Art Pictures Studio, Mars Media Vision (совместное предприятие НМГ и компании «Марс Медиа Энтертейнмент»), «НМГ Студия», «Водород», а также производитель ТВ-фильмов и телесериалов Art Pictures Vision, компания по дистрибуции кино- и телепроектов Art Pictures Distribution, кинопрокатная компания «НМГ Кинопрокат», производитель контента для онлайн-платформ Originals Production, школа кино и телевидения «Индустрия» (партнерский проект НМГ, Федора Бондарчука и кинокомпании «Водород») и агентство по инфлюенсер-маркетингу Hype Agency. В области технологий к активам холдинга относятся такие ресурсы, как «НМГ Тех» (компания для развития инновационных технологий и цифровых продуктов группы, включая развитие цифровых новостных платформ), «Медиа Бизнес Солюшнс» (сервисная компания, осуществляющая поддержку деятельности телеканалов и активов Национальной Медиа Группы), «Витрина ТВ» (единая платформа для трансляции контента федеральных телеканалов в Интернете), а также AmberData (платформа-агрегатор по управлению обезличенными пользовательскими данными в Интернете). В цифровой среде Национальная Медиа Группа предлагает онлайн-сервис more.tv, объединивший на одной площадке эксклюзивный контент и прямой эфир популярных российских телеканалов, зарубежные премьеры, собственные сериалы и шоу more originals, прямые трансляции спортивных событий.

Осложнение геополитической ситуации в 2022 году сказалось на развитии российского рынка ТВ – ряд зарубежных телеканалов прекратил свое вещание на территории страны, но место многих из них заняли другие (рынок пополнился более чем двадцатью новыми телеканалами). В начале весны 2022 года вещание в России прекратили практически все зарубежные новостные телеканалы. В марте 2022-го отечественный рынок ТВ также покинула группа телеканалов Discovery (Discovery Channel, Animal Planet, Travel Channel, Cartoon Network, Eurosport 1 и другие). Тогда же, в марте, об уходе из России сообщил еще один медиагигант – Disney, в связи с чем в октябре прекратилось вещание телеканалов National Geographic, Fox, Fox Live и прочих, вместо которых началось вещание телеканалов «Киноко» (азиатские сериалы), «Сапфир» (турецкие сериалы), Terra (документально-познавательные программы) и других. Федеральный развлекательный телеканал Disney прекратил вещание 14 декабря – его место занял новый российский детский телеканал «Солнце». В апреле операторы получили уведомление о временном прекращении вещания в России каналов, принадлежащих еще одному мировому медиагиганту – Paramount (в том числе группы каналов MTV, Paramount, Nickelodeon).

По данным Mediascope, объем телесмотрения за 2022 год почти не изменился по сравнению с 2021-м. Среднее время просмотра среди населения старше 4-х лет в крупных российских городах (100 000+ жителей) в 2022 году составило 3 часа 26 минут, или 206 минут в сутки (в 2017 году – 242 минуты в день, в 2018-м – 230 минут, в 2019-м – 220 минут, в 2020-м – 230 минут, в 2021-м – 211 минут), что делает телевидение крупнейшим медиа по объемам потребления среди населения и по объемам охвата населения.

В октябре 2019 года в Российской Федерации завершился переход на цифровое телевидение, обеспечивающий доступность для всего населения двадцати обязательных общедоступных телевизионных и трех радиоканалов.

С 2020 года процесс ухода телеканалов из аналогового стандарта ускорился в связи с пандемией коронавируса. При этом в августе 2021-го Государственная комиссия по радиочастотам приняла решение о продлении возможности использования радиочастот для аналогового телевидения сроком на один год – до августа 2023-го.

По данным Mediascope, по итогам 2022-го седьмой год подряд рейтинг среди зрителей старше 4-х лет в российских городах с населением от 100 тысяч жителей возглавляет телеканал «Россия 1». На его долю пришлось 15,4% аудитории. Топ-5 телеканалов, помимо «России 1», составляют Первый канал (9,4%), НТВ (8,7%), Пятый канал (6%) и РЕН ТВ (4,8%). Чарт пяти самых популярных телеканалов остается неизменным с 2018 года.

Среди российских кинофильмов 2000–2022 годов, демонстрировавшихся на ТВ в 2022-м, наибольшее зрительское внимание привлекло фэнтези «Последний богатырь: Корень зла» режиссера Дмитрия Дьяченко («Россия 1», ТВ-рейтинг за 1 января – 7,6%, доля аудитории – 26,9% (то есть каждый четвертый телезритель в стране во время эфира фильма), аудитория старше 4-х лет – 5,4 млн человек (для сравнения: совокупное количество зрителей, посмотревших данный фильм в кинотеатрах России, составило 7,2 млн человек), из которых 71% – зрители 45-ти лет или старше). С небольшим отставанием вторую строчку рейтинга российских кинофильмов 2000–2022 годов выпуска в телевизионном эфире в 2022-м заняла сказка «Конек-горбунок», показ которой состоялся 30 декабря на телеканале «Россия 1»: ТВ-рейтинг составил 6,8%, объем аудитории оценивается в 4,8 млн зрителей. На третьем месте первая часть фэнтези-франшизы «Последний богатырь»: 2 января картину посмотрело 3,8 млн телезрителей, ТВ-рейтинг – 5,4%.

### Топ-10 кинофильмов 2000–2022 годов в телевизионном эфире 2022 года

№	Название	Телеканал	Аудитория, тыс. чел.	ТВ-рейтинг, %	Доля, %	Дата показа
1	Последний богатырь: Корень зла	РОССИЯ 1	5 380,9	7,6	26,9	01.01.2022 (премьерный показ)
2	Конек-горбунок	РОССИЯ 1	4 837,4	6,8	27,2	30.12.2022
3	Последний богатырь	РОССИЯ 1	3 821,0	5,4	18,5	02.01.2022 (премьерный показ)
4	Топор 1943	НТВ	3 163,1	4,4	19,1	09.05.2022 (премьерный показ)
5	Девятаев	РОССИЯ 1	3 139,9	4,4	18,6	09.05.2022 (премьерный показ)
6	Огонь	РОССИЯ 1	3 021,6	4,2	17,0	23.02.2022 (премьерный показ)
7	Небо	РОССИЯ 1	2 890,8	4,1	17,3	13.06.2022
8	Белый снег	ПЕРВЫЙ КАНАЛ	2 889,0	4,1	16,9	19.02.2022
9	Топор 1944	НТВ	2 839,9	4,0	14,5	09.05.2022 (премьерный показ)
10	Спасите Колю!	ПЕРВЫЙ КАНАЛ	2 829,7	4,0	15,3	09.01.2022

Источник: Mediascope

Период: январь – декабрь 2022 года

Объем рынка платного ТВ в России в 2022 году остался на уровне 2021-го: по данным «ТМТ Консалтинг», абонентская база сохранилась в размере 46,5 млн человек. Уровень проникновения сервисов платного ТВ в 2022 году составил 82%. Объем рынка превзошел 100-миллиардную отметку, достигнув 107,5 млрд рублей. Средний счет на абонента за год вырос на 1 рубль и составил 193 рубля без НДС.

## ВИДЕОСЕРВИСЫ

До 2022-го сегмент онлайн-видеосервисов показывал уверенный рост каждый год. Стремительные темпы были связаны прежде всего с развитием культуры платного медиапотребления, с большими финансовыми вложениями площадок в свое контентное наполнение и техническое оснащение, а также со стратегическими альянсами крупнейших игроков с медиахолдингами и производственными компаниями. Значительно изменила привычки зрителей и пандемия, из-за которой были закрыты физические кинотеатры. Тем не менее прогнозы развития рынка видеосервисов были серьезно пересмотрены уже в начале 2022 года из-за ухода из России зарубежных онлайн-кинотеатров, а также сокращения каталогов за счет контента голливудских студий и некоторых независимых зарубежных производителей.

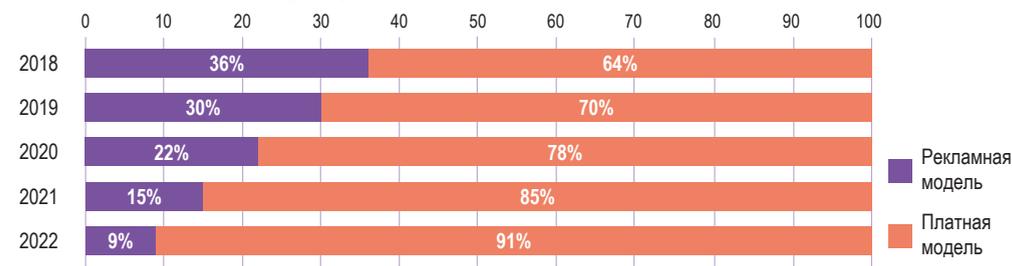
По моделям монетизации, по данным компании J'son & Partners Consulting, общая выручка распределилась следующим образом:

- SVOD (Subscription Video on Demand, видео по подписке) – приобретение потребителем права на просмотр видеоконтента из каталога по подписке – 58,9% или 50,8 млрд рублей, годом ранее – 48,2% или 47,7 млрд рублей;
- AVOD (Advertising Video on Demand) – безвозмездное предоставление права на просмотр видеоконтента, в который включены рекламные материалы, – 36,9% или 31,8 млрд рублей (оборот до вычета комиссий сейлеров, рекламных агентств и технологических платформ; включает in-stream- и out-stream-форматы), годом ранее – 45,3% или 44,8 млрд рублей;
- TVOD (Transactional Video on Demand, оплата разового просмотра, Pay-per-view) – приобретение потребителем права на просмотр видеоконтента с отдельной оплатой каждой единицы – 2,4% или 2,1 млрд рублей, годом ранее – 3,9% или 3,8 млрд рублей;
- EST (Electronic Sell Through) – приобретение пользователем цифровой копии – 1,7% или 1,5 млрд рублей, годом ранее – 2,7% или 2,6 млрд рублей.

Онлайн-кинотеатры являются основным сегментом рынка легальных видеосервисов, занимая более половины рынка в денежном эквиваленте. При этом оценка объема рынка затруднена отсутствием единой методологии и открытости данных, множеством моделей монетизации одной и той же единицы контента, отличиями в подходах к анализу структуры рынка. По данным «ТМТ Консалтинг», суммарно доходы российского рынка легальных VOD-сервисов (без учета видеопорталов, сайтов телеканалов и магазинов приложений) увеличились на 17% и составили 67,8 млрд рублей (в состав выручки входят партнерские платежи и не входят доходы от лицензирования). Сегмент операторских VOD-сервисов в 2022 году вырос на 32% и составил 15,7 млрд рублей. Российский рынок онлайн-кинотеатров (не операторский VOD) вырос на 13% и составил 52,1 млрд рублей. По данным же IAA TelecomDaily, рынок увеличился на 5%, а его объем достиг 63,3 млрд рублей.

У обеих аналитических компаний схожа и доля выручки AVOD (рекламная модель монетизации). IAA TelecomDaily сообщает о том, что на этот сегмент монетизации пришлось 9% выручки (годом ранее – 15%), «ТМТ Консалтинг» говорит о 8% (годом ранее – 17%). В абсолютных цифрах выручка от AVOD составила, по данным IAA TelecomDaily, 5,8 млрд рублей. За год доходы от AVOD впервые за последнее время упали – на 37%, тогда как платная модель еще больше укрепила позиции по сравнению с рекламной и выросла на 13%. Еще в 2016 году доходы от рекламной и платной моделей были сопоставимыми. Впрочем, доля AVOD хоть и падала, но до 2022-го выручка от этой модели монетизации росла из года в год – с 2017-го по 2021-й среднегодовой прирост составил 20%.

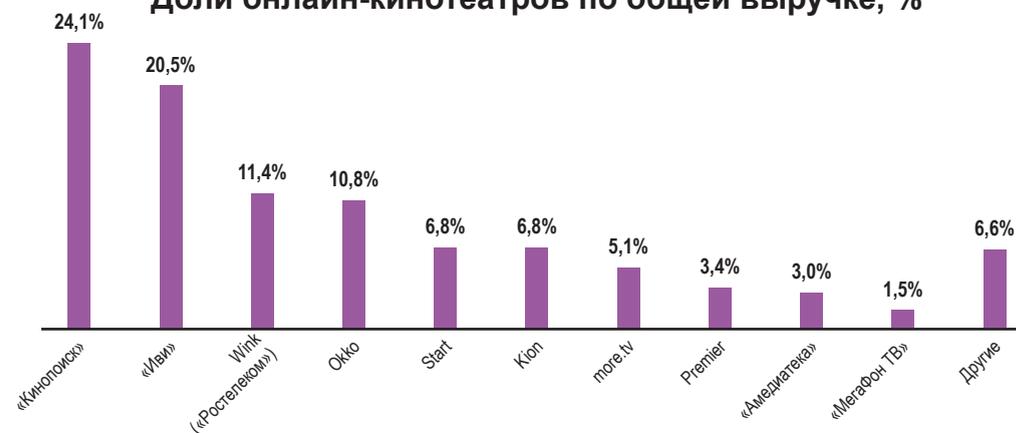
## Структура монетизации контента, %



Источник: IAA TelecomDaily

По данным IAA TelecomDaily, онлайн-кинотеатру «Иви», который увеличил долю выручки на рынке (20,5% в 2022 году против 19,7% в 2021-м), не хватило этого, чтобы удержать лидерство. Позицию крупнейшего онлайн-кинотеатра занял «Кинопоиск» с 24,1% (по итогам 2021-го – 14,6%). Wink переместился на третье место, его доля в общей выручке составила 11,4% (по итогам 2021-го – 8,4%). Okko опустился с третьего на четвертое место, увеличив свою долю с 10,4% в 2021-м до 10,8% в 2022-м. Пятое место разделили Start и Kion, их доля составила 6,8% (в 2021-м – 5,0% и 4,3% соответственно). Годом ранее на пятом, шестом и седьмом местах находились Netflix (8,1%), YouTube (6,6%) и Megogo (5,6%) соответственно. Сейчас эти три сервиса больше не принимают платежи в России, Netflix и Megogo покинули рынок. Это в том числе способствовало тому, что за год доля рынка в денежном выражении, которую занимают первые пять игроков, увеличилась на 12,4 п.п. Так, по итогам 2021-го на них приходилось 61,2%, а в 2022 году – почти 73,6% выручки. Рыночная доля в 2022-м также выросла у кинотеатров more.tv (5,1% против 4,2% в 2021-м), Premier (3,4% против 3,0%), «Триколор Кино и ТВ» (0,9% против 0,7%).

## Доли онлайн-кинотеатров по общей выручке, %



Источник: IAA TelecomDaily

Негативное влияние на рынок продолжает оказывать доступность пиратского видео. Вместе с тем, объем рынка интернет-пиратства в России в 2022 году, по данным F.A.C.C.T. (ранее – Group-IB), составил \$45 млн, что на 10% ниже показателей 2021-го. Таким образом, рынок падает уже четвертый год подряд (\$50 млн в 2021-м, \$59 млн в 2020-м, \$63 млн в 2019-м). В то же время трафик легальных и пиратских площадок вырос за 2022 год почти одинаково, на 39% и 36% соответственно.

# ИТОГИ КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ КИНОИНДУСТРИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ (2018–2022)

## Кинопрокат

	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
2022	23,7	-41,9	-42,9	83,2	284,4	611
2021	40,7	78,1	64,3	145,8	279,3	571
2020	22,9	-58,8	-59,5	88,8	257,6	437
2019	55,5	10,3	9,5	219,4	252,8	626
2018	50,3	-6,1	-6,2	200,4	251,0	521

## Российское кино в прокате

### На территории Российской Федерации

	Календарные сборы, млрд руб.	Доля сборов российского кино, %	Число зрителей, млн чел.	Доля зрителей российского кино, %	Общее число релизов
2022	12,3 <sup>†</sup>	52,1 <sup>†</sup>	46,2 <sup>†</sup>	55,5 <sup>†</sup>	248 <sup>†</sup>
2021	10,4	25,6	39,7	27,2	186 <sup>†</sup>
2020	10,7	46,9 <sup>†</sup>	42,5	47,9 <sup>†</sup>	110
2019	12,3	22,1	50,6	23,1	177 <sup>†</sup>
2018	13,8 <sup>†</sup>	27,5 <sup>†</sup>	57,9 <sup>†</sup>	28,9 <sup>†</sup>	142 <sup>†</sup>

### За рубежом

	Кассовые сборы, \$ млн	Число фильмов	Число зрителей, млн чел.
2022	17,1	63	3,6
2021	18,2	66	3,5
2020	22,6	74	3,9
2019	52,4	94	11,9
2018	41,2	87	8,2

### Топ-5 стран по объему сборов российских фильмов в 2022 году

	Доля сборов, %	Сборы, \$ млн
Италия	11,5	2,0
Китай	9,4	1,6
Мексика	8,5	1,5
Южная Корея	7,5	1,3
Турция	7,4	1,3

## Кинопоказ

	Число кинотеатров к концу года	Число кинозалов к концу года	Число сеансов, млн	Открыто кинозалов в рамках программы модернизации*
2022	2 189	5 681	7,5	1 277
2021	2 179	5 751	9,4	1 175
2020	1 979	5 337	5,3	1 054
2019	2 096	5 597	10,5	992
2018	1 907	5 341	10,0	787

\* Накопленный итог.

Доля населения, имеющего доступ к услугам цифрового кинопоказа, %



## Кинопроизводство



## Видеосервисы



## Киноаудитория



### Среднее значение индекса удовлетворенности от просмотра и готовности рекомендовать фильм, 2022 г.

	NPS	Сторонники	Нейтрально настроенные	Критики
Российские фильмы	21	47,5%	26,1%	26,4%
Зарубежные фильмы	9	40,8%	27,2%	32,0%
В среднем по всем фильмам	15	44,3%	26,6%	29,1%

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



[www.fond-kino.ru](http://www.fond-kino.ru)  
[www.ekinobilet.fond-kino.ru](http://www.ekinobilet.fond-kino.ru)

