

УДК 338.467.6

К.В. СОКУРЕНКО,*бакалавр**Академия маркетинга и социально-информационных технологий-ИМСИТ
(г. Краснодар)***Т.Г. МАГЛИНОВА,***кандидат экономических наук, доцент**Академия маркетинга и социально-информационных технологий-ИМСИТ
(г. Краснодар)***ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ РЫНКА КИНОИНДУСТРИИ В КИТАЕ**

Аннотация. Значение киноиндустрии для государства сложно переоценить – это и пополнение государственного бюджета, и создание рабочих мест, и привлечение иностранных инвестиций, и улучшение репутации страны, и продвижение национальной культуры, и проч. Необходимо выделить и иные функции кинематографа: создание и распространение определенных ценностей, продвижение государственных идеалов и приоритетов. В качестве примера был взят кинематограф Китайской Народной Республики как самой перспективной страны в этой сфере. За десять лет Китай смог с низких позиций подняться на второе место рейтинга по кассовым сборам и количеству выпускаемых фильмов. Основными причинами этого выступают протекционистская политика государства, технологическая продвинутость страны, большая численность населения. Как полагают многие эксперты, в скором будущем Китай станет крупнейшим рынком в сфере киноиндустрии. Ключевыми жанрами кино, пользующимися популярностью у местного населения, являются боевики, комедии и драматические фильмы. Из-за пандемии данная отрасль столкнулась с проблемами в первой половине 2020 г., однако уже сейчас благодаря своевременным действиям правительства наблюдаются определенные улучшения. По одному показателю – кассовым сборам – Китай занял лидирующую позицию в мире на октябрь 2020 г.

Ключевые слова: киноиндустрия, китайский кинематограф, государственная политика, глобализация, интернет кинематограф.

В сфере укрепления межкультурных отношений особая роль отводится индустрии кино, что объясняется отсутствием рамок и границ у этой отрасли. Степень влияния киноиндустрии зависит от уровня ее развития, однако отрасль кинопроизводства в любом случае играет значимую роль в экономике страны, способствуя созданию новых рабочих мест,

увеличению налоговой базы, привлечению иностранного капитала и т. д. Также нельзя переоценить социальную функцию кино, выражающуюся в создании и формировании общественного мнения.

Рассмотрим крупнейшие в мире рынки кино (табл. 1.).

Таблица 1

Лидирующие страны по доходам за 2019 г. [6]

Страна	Кассовые сборы, млрд долл.	Доля на рынке, %
Всего	41,17	100
США и Канада	11,9	28,9
Китай	9	21,9
Япония	2	4,9
Великобритания	1,7	4,1
Франция	1,6	3,9
Южная Корея	1,6	3,9
Индия	1,5	3,6
Германия	1	2,4
Россия	0,9	2,2
Австралия	0,9	2,2

Как можно заметить, больше всего средств собрали кинотеатры США и Канады (28,9 %), затем идут Китай (21,9 %), Япония (4,9 %), Великобритания (4,1 %) и Франция (3,9 %).

США заняли свою нишу в кино практически с самого момента его создания. Крупный конкурент появился на этом рынке только в конце 2000-х – начале 2010-х гг., когда в Китае резко стала развиваться киноиндустрия [9]. Из-за большого ежегодного темпа роста расширения влияния Китая в сфере кино и таких особенностей страны, как большое население, развитые технологии и техническое оснащение, многие эксперты полагают, что КНР в ближайшие годы обгонит США и Канаду и займет лидирующее положение в данной отрасли [3]. Индустрия кино и телевидения в Китае играет довольно значимую роль, стабильно составляя примерно 0,34 % от ВВП (в 2017 г.) и обеспечивая 1,3 млн рабочих мест (на 2017 г.).

Есть определенные причины, по которым именно Китай переживает подъем сферы развлечений в последние десять лет. Перечислим основные: рост доходов граждан, быстрое внедрение современной техники и технологий, снижение стоимости билетов, общее направление на повышение конкурентоспособности китайской экономики [7]. Первопричиной, однако, выступает то, что после присоединения к ВТО в 2001 г. Китай был вынужден открыть свои границы для иностранных товаров, включая и фильмы, музыку и др. [9].

Также нужно отметить и роль современных технологий на всех этапах кинопроизводства, таких, как собственно производство, маркетинг и реклама, распространение и продажа билетов, интеллектуальная собственность. С помощью новых медиа, больших данных и других технологий Интернет сделал возможной полную интеграцию ресурсов.

С увеличением скорости Интернета фильмы, сделанные в эпоху цифровых медиа, оказали большее влияние на индустрию, чем фильмы, сделанные ранее. Интернет изменил способ производства фильмов, принес новое мышление и привел к прорыву в киномаркетинге. Происходит постоянное вливание инвестиций в национальную киноиндустрию Китая, в частности за счет крупных интернет-кинокомпаний – Tencent Pictures, iQiYi Films и Baidu Pictures.

Интересно то, что исторически принято разделять различные показатели и достижения Китая по территориальному признаку. Так, изначально киноиндустрия была наиболее развита на территории Гонконга (бывшей британской колонии): именно Гонконг на протяжении многих лет был крупнейшим рынком по выпуску фильмов после индийского и американского. Благодаря тому, что Гонконг активно взаимодействовал с другими странами, он долгое время был центром китайскоязычного кино для всего мира. Также выделяют кино Тайваня и материкового Китая [1].

Изучим основные показатели, характеризующие Китай на мировом рынке кинопроизводства (табл. 2).

Как следует из табл. 2, в Китае в 2018 г. по всем анализируемым показателям наблюдался рост: кассовые сборы увеличились на 400 млн долл. США, в целом растет количество как кинотеатров (на 1 143), так и зрителей (на 100 млн), также увеличилось количество выпускаемых фильмов (на 112).

Китайская киноиндустрия сохранила динамику быстрого развития. Ежегодный внутренний кассовый сбор увеличился с 6,3 млрд юаней в 2009 г. до 60,1 млрд юаней в 2018 г.

Таблица 2

Ключевые показатели развития киноиндустрии Китая [4]

Показатель	2017 г.	2018 г.	Изменения (+, -)
Кассовые сборы, млрд долл.	8,6	9,0	0,4
Количество кинотеатров	9342	10485	1143
Количество зрителей (млрд чел.)	1,62	1,72	0,1
Количество снятых фильмов	970	1082	112

Количество посещений кинотеатров увеличилось с 0,2 млрд в 2009 г. до 1,72 млрд в 2018 г. Согласно приведенной выше статистике, китайский кинопрокат достиг стремительного роста, а его статус второго по величине кинорынка в мире еще более укрепился.

Рассмотрим, какие жанры кино пользуются популярностью у китайского населения.

Из всех жанров фильмов, вышедших на экраны в 2018 г., в тройку лучших по кассовым сборам вошли экшн-фильмы, комедии и драматические фильмы – в соотношении 39,3 %, 26,5 % и 14,1 %. Другие жанры, такие, как анимация, научная фантастика, романтика, фэнтези и др., составили соответственно 6,8 %, 4,6 %, 3,5 % и 3,0 % [8].

Интересно, что в зависимости от географии разнятся и вкусы зрителей. Так, аудитория в крупных городах предпочитает драматическое кино, а в небольших – романтические фильмы.

В Китае в течение 10 лет в структуре доходов от кассовых сборов растет доля отечественных фильмов, в 2018 г. она составила 60 %. Это вызвано повышением качества и увеличением разнообразия выпускаемых Китаем фильмов, а также низкой квотой для иностранного кино [10]. В 2019 г. доля отечественного кино в кинотеатрах составила 78 %.

Действительно, одной из проблем китайской киноиндустрии является протекционистская политика. Помимо квотирования она также проявляет себя в том, что любая зарубежная компания должна отдавать свои права на распространение и использование фильмов китайской компании, чтобы выйти на внутренний рынок Китая. Еще существуют проблемы цензуры (точнее, ее непредсказуемость) и ужесточение налоговых сборов [2].

По прогнозам экспертов, уже в 2020 г. Китай должен был обогнать США по объемам кассовых сборов, однако в связи с пандемией и вынужденным закрытием кинотеатров в первой половине года все планы и расчеты были нарушены. Теперь предполагается, что Китай восстановит свой прежний уровень доходов в киноиндустрии примерно через пять лет.

К сентябрю уже 85 % кинотеатров возобновили свою деятельность. Во второй половине

октября 2020 г. Китай официально получил больше кассовых сборов, чем США (1,98 млрд долл. к 1,9 млрд долл.). Это связано с тем, что в США более тяжелая обстановка, вызванная карантинном, по-прежнему закрыты кинотеатры и кинопрокат многих крупных фильмов был отложен на год. Прогнозируют, что разрыв к концу года станет еще больше.

Хотя киноиндустрия может считаться развитой отраслью страны или региона, ей очень трудно стать основной отраслью, поскольку ее масштабы относительно ограничены по сравнению с другими отраслями. Тем не менее небольшая индустрия также может оказывать значительное влияние. Например, увеличилось количество туристов, посещающих Китай. Места съемки фильмов и сериалов становятся достопримечательностями [11].

Кинематограф является носителем национальной культуры, а также отражает экономическую мощь страны. Влияние киноиндустрии является очень важным аспектом, и здесь можно сосредоточиться на внутреннем и внешнем показателях. Внутренний относится к отечественной кинопрокатной кассе, успех которой имеет решающее значение для защиты и распространения традиционной культуры [5]. Вторым показателем является выход на внешний рынок. Если национальные фильмы завоевывают призы на международных кинофестивалях, то национальное кино в этом случае помогает продвижению китайской культуры и способствует повышению ее международного влияния.

Литература

1. Белова Е.Д. Территориальные различия в уровне развития киноиндустрии стран мира // Вестник Московского университета. Серия 5. География. – 2018. – № 1.
2. Гусейнов Р.Х., Когай С.Г. Китайское кино как новая ветвь в развитии киноиндустрии на мировом уровне // Молодежь и наука: актуальные проблемы фундаментальных и прикладных исследований. – 2020. – С. 227–229.
3. China's Film Industry – a New Era by Deloitte. – URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cn/Documents/technology-media-telecommunications/deloitte-cn-tmt-china-film-industry-en-161223.pdf> (дата обращения: 26.09.2020).

4. Film Industry in China – Statistics & Facts. – URL: <https://www.statista.com/topics/5776/film-industry-in-china/> (дата обращения: 26.09.2020).
5. Kim Shin, Parc Jimmyn. (2020). Inbound and Outbound Globalizations in the International Film Industry // Global Policy. – 2020. – Vol. 11. – No. 7-13. – URL: <https://doi.org/10.1111/1758-5899.12807> (дата обращения: 26.09.2020).
6. Leading box office markets worldwide in 2019, by revenue. – URL: <https://www.statista.com/statistics/243180/leading-box-office-markets-workdwide-by-revenue/> (дата обращения: 26.09.2020).
7. Li Q., Guan Y., Lu H. Development of the Global Film Industry. – L.: Routledge, 2020. – 270 p. – URL: <https://doi.org/10.4324/9781003051503> (дата обращения: 26.09.2020).
8. Number of films produced in China in 2019, by genre. – URL: <https://www.statista.com/statistics/260250/number-of-films-produced-in-china-by-film-genre/> (дата обращения: 26.09.2020).
9. Richeri G. Global film market, regional problems // Global Media and China. – 2016. – Vol. 1. – Is. 4. – P. 312–330.
10. Song X. Hollywood movies and China: Analysis of Hollywood globalization and relationship management in China's cinema market // Global Media and China. – 2018. – Vol. 3. – Is. 3. – P. 177–194.
11. The economic contribution of film and television in China in 2017. – Oxford: Oxford Economics, 2017.
12. The research report on chinese film industry, 2018. – URL: <https://www.mpa-apac.org/wp-content/uploads/2018/10/2018-Research-Report-on-Chinese-Film-Industry.pdf>.
13. Wing-Fai Leung, Sangjoon Lee The Chinese film industry: Emerging debates // Journal of Chinese Cinemas. – 2019. – Vol. 13. – Is. 3. – P. 199–201.

Информация об авторах

Сокуренок Кристина Владимировна, бакалавр, Академия маркетинга и социально-информационных технологий-ИМСИТ (г. Краснодар).

E-mail: kim_tg555@mai.ru

Маглинова Татьяна Григорьевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры бизнес-процессов и экономической безопасности, Академия маркетинга и социально-информационных технологий-ИМСИТ (г. Краснодар).

E-mail: kim_tg555@mai.ru

K.V. SOKURENKO,

Bachelor

Academy of Marketing and Social Information Technology (IMSIT), (Krasnodar)

T.G. MAGLINOVA,

PhD in Economics, Associate Professor

Academy of Marketing and Social Information Technology (IMSIT), (Krasnodar)

PECULIARITIES OF MARKET DEVELOPMENT OF THE FILM INDUSTRY IN CHINA

Abstract. The importance of the film industry for the state is difficult to overestimate: replenishing the state budget, creating jobs, attracting foreign investments, improving the country's reputation, promoting national culture, etc. It is necessary to highlight other functions of the film industry: creation and dissemination of certain values, promotion of state ideals and priorities. As an example, the cinema of the People's Republic of China was taken as the most promising country in this sphere. In ten years, China managed to rise from a low position to the second place in the rating of box office receipts and the number of films released. The main reasons are the state's protectionist policy, the country's technological advancement and a large population. As many experts believe, in the near future China will become the largest market in the film industry. The key genres of cinema popular among the local population are action films, comedies and drama films. Due to the pandemic, the industry faced problems in the first half of 2020, but already now, thanks to timely government action, certain improvements are being made. By one indicator – box office receipts – China took a leading position in the world by October 2020.

Keywords: film industry, Chinese filmmaking, government policy, globalization, internet filmmaking.

References

1. *Belova E.D.* Territorial differences in the level of development of world cinema industry (in Russian) // Bulletin of Moscow University. – Series 5. – Geography. – 2018. – No.1.
2. *Guseynov R.H., Kogai S.G.* Chinese cinema as a new branch in the development of the film industry at the world level // Youth and science: current problems of fundamental and applied research. – 2020. – P. 227–229.
3. China's Film Industry – a New Era by Deloitte. – URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cn/Documents/technology-media-telecommunications/deloitte-cn-tmt-china-film-industry-en-161223.pdf> (date accessed: 26.09.2020).
4. Film Industry in China – Statistics & Facts. – URL: <https://www.statista.com/topics/5776/film-industry-in-china/> (date accessed: 26.09.2020).
5. *Kim Shin, Parc Jimmyn.* (2020). Inbound and Outbound Globalizations in the International Film Industry // Global Policy. – 2020. – Vol. 11. – No. 7-13. – URL: <https://doi.org/10.1111/1758-5899.12807> (date accessed: 26.09.2020).
6. Leading box office markets worldwide in 2019, by revenue. – URL: <https://www.statista.com/statistics/243180/leading-box-office-markets-workdwide-by-revenue/> (date accessed: 26.09.2020).
7. *Li Q., Guan Y., Lu H.* Development of the Global Film Industry. – L.: Routledge, 2020. – 270 p. – URL: <https://doi.org/10.4324/9781003051503> (date accessed: 26.09.2020).
8. Number of films produced in China in 2019, by genre. – URL: <https://www.statista.com/statistics/260250/number-of-films-produced-in-china-by-film-genre/> (date accessed: 26.09.2020).
9. *Richeri G.* Global film market, regional problems // Global Media and China. – 2016. – Vol. 1. – Is. 4. – P. 312–330.
10. *Song X.* Hollywood movies and China: Analysis of Hollywood globalization and relationship management in China's cinema market // Global Media and China. – 2018. – Vol. 3. – Is. 3. – P. 177–194.
11. The economic contribution of film and television in China in 2017. – Oxford: Oxford Economics, 2017.
12. The research report on chinese film industry, 2018. – URL: <https://www.mpa-apac.org/wp-content/uploads/2018/10/2018-Research-Report-on-Chinese-Film-Industry.pdf>.
13. *Wing-Fai Leung, Sangjoon Lee* The Chinese film industry: Emerging debates // Journal of Chinese Cinemas. – 2019. – Vol. 13. – Is. 3. – P. 199–201.