

# یک همت تا هزار میلیاردی شدن سینما



مجتبی اردشیری  
رئیس‌کلان سینما

این روزها همه از حال خوب سینما سخن می‌گویند و اینکه سینما موفق شده تا با افزایش میزان مخاطب، رکورد دوران کرونا را پشت سر گذاشته و به آمار پیش از کرونا برسد. گفته‌ای که البته کاملاً درست است و سینما حتی در یک حرکت پیش دستانه، درصد فتح قله‌هایی است که تاکنون به دست نیامده است. گروه این مدعا چندان دور نیست؛ یک نمونه‌اش «فسیل» است که با حدود شش میلیون و ۵۰۰ هزار مخاطب پس از «عقاب‌ها»، به دومین فیلم پرمخاطب سینمای پس از انقلاب تبدیل شده است. فیلمی که به‌تنهایی تاکنون ۲۸۰ میلیارد تومان فروخته و احتمالاً با تداوم اکرانش طی ماه‌های آینده، مرز ۳۰۰ میلیارد را نیز درمی‌نورد. با اتفاقی که همین سه‌شنبه اخیر رخ داد و سینماها با ۲۷۲ هزار مخاطب، شلوغ‌ترین روز پساکرونايي خود را شاهد بودند. در این روز «هتل» با ۱۵۲ هزار مخاطب به آمار ۱۶۰ هزار نفره «هزارپا» نزدیک شد و اگر این مرز روانی را درنوردد (که احتمالاً موفق به انجام این کار می‌شود) رکورد فروش روزانه یک فیلم را طی یک دهه اخیر از آن خود می‌کند. هتل طی ۴۰ روز، با جذب بیش از دو میلیون و ۲۰۰ هزار مخاطب به گیشه ۱۰۰ میلیاردی رسید که این میزان سرعت حتی در گیشه نوروزی فسیل که طی ۴۰ روز نخست نمایش خود، ۸۵ میلیارد تومان فروخت نیز دیده نشده است. یا اینکه در کارزار جذب مخاطب کم‌دی دیگر تنها نیست. فیلم‌های کودک و نوجوان و اجتماعی نیز حالا به رقبایی تبدیل شده‌اند که می‌توانند تأثیر مستقیمی روی گیشه سالانه گذاشته و خود به وزن‌های سنگین در گیشه تبدیل شوند.

تمام این عملکردها نشان می‌دهد سینما طی ماه‌های اخیر جانی دوباره گرفته است که حالا با مهندسی اکران تا پایان سال قرار است از مرز ۱۰۰۰ میلیارد تومان عبور کند؛ عملی‌الخصوص آنکه در شرایط فعلی که قطار گیشه با شتاب در حال حرکت است قرار است از ماه آینده «ویلا ساحلی» با بازی رضا عطاران و پژمان جمشیدی نیز به نمایش درآید که هیچ بعید نیست تاریخ‌سازی فسیل را تکرار کند و سینمای ایران را به راندمانی برساند که طی سالیان اخیر تجربه نشده است.

## آمار سینمای ۱۴۰۲ به چه ترتیب است؟

تا صبح شنبه ۲۰ آبان ماه که ۲۲۵ روز از سال ۱۴۰۲ گذشته، سینمای ایران موفق شده است به عدد ۱۶ میلیون و ۲۳۴ هزار مخاطب برسد. گیشه نیز با این میزان مخاطب، به ۶۹۶ میلیارد و ۶۵۹ میلیون تومان رسیده است که یک آمار فراتر از انتظار محسوب می‌شود. فروش سینمای ۱۴۰۲ با همین عملکرد فعلاً در رتبه ۱۵ فروش کل سینمای پس از انقلاب قرار دارد (چون مابقی سال‌ها کمتر از ۱۶ میلیون مخاطب داشتند) و اگر با همین دست‌فرمان جلو برود، جایگاه خود را در جدول فروش سالیانه پس از انقلاب تا حدود بسیاری بهبود می‌بخشد. البته این اتفاق چندان دور از دسترس نخواهد بود. در حوزه کم‌دی فیلم‌هایی چون «گیج‌گاه»، «ویلا ساحلی» و هتل و البته بازوهای کمکی چون فسیل، می‌توانند گیشه این ژانر را تا پایان سال تضمین کنند. حالا به این موارد بیفزایید فیلم‌هایی که در خلال این آثار به روی پرده رفته و مخاطب هدف خود را جذب می‌کنند. سینمای اجتماعی هم با اکران دو فیلم جدید «عامه‌پسند» و «حدود ۸ صبح» جانی دوباره گرفته و شاید بتواند خاطرات خوش «ملاقات خصوصی» را تکرار کند. این اقبالی که به سینمای کودک و نوجوان شده نیز با تداوم اکران «پچه زرنگ» و احتمالاً دو، سه فیلم دیگری که تا پایان سال در این حوزه به روی پرده می‌رود تا حدودی تضمین می‌شود و بنابراین با یک حساب سرانگشتی ساده متوجه می‌شویم که رسیدن به گیشه هزارمیلیاردی که در برآورد سینمای امسال لحاظ می‌شد، نه‌تنها دست‌یافتنی است بلکه شرایط از بهبود این گیشه و گذر از این مرز و حرکت به سمت گیشه ۱۲۰۰ میلیارد تومانی تا پایان سال سخن می‌گوید. بنابراین رکورد‌ها در سینمای ایران تا پایان امسال در چند حوزه تغییر پیدا می‌کنند و نویددهنده اتفاق‌هایی خوب خواهند بود.

## پروپوق‌ترین و کم‌روپوق‌ترین سال سینمای ایران

در روزهایی که رکورد‌های سینمایی یکی پس از دیگری شکسته می‌شود خوب است که نگاهی به کلیت استقبال سینمای ایران پس از انقلاب ایران بیندازیم. پروپوق‌ترین سال سینمای ایران به سال ۱۳۶۹ برمی‌گردد. در این سال ۸۱ میلیون و ۱۳۲ هزار نفر به سینما رفتند و موفق شدند تا با متوسط قیمت بلیت ۱۴۹ ریال گیشه سالیانه سینما را برای نخستین بار از یک میلیارد عبور داده و به یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان برسانند. در این سال، «خواستگاری» به کارگردانی مهدی فخیم‌زاده، با چهار میلیون و ۳۴۱ هزار مخاطب پرفروش‌ترین فیلم سال بود. «دزد عروسک‌ها» با سه میلیون و ۷۲۳ هزار مخاطب، «آخرین مهلت» با دو میلیون و ۲۴۹ هزار و «ساوالان» با دو میلیون و ۷۸ هزار مخاطب در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در این سال ۱۶ فیلم بیشتر از یک میلیون مخاطب داشتند و باعث شدند تا سینمای ایران در این سال به چنین آمار خوبی برسد. حالا اگر ساد به رکوردافکتور بگیریم و نگاه‌مان به سینمای نوزال تا ابتدای سال ۹۹ باشد می‌بینیم که کم‌روپوق‌ترین سال سینمایی کشور سال ۱۳۹۲ است که در این سال تنها ۹ میلیون و ۶۲۷ هزار نفر به سینما رفتند. این تعداد مخاطب با متوسط قیمت بلیت چهار هزار و ۳۶۰ تومانی، ۴۱ میلیارد و ۹۷۳ میلیون تومان به گیشه واریز کردند که یک عملکرد بسیار ضعیف محسوب می‌شود.

## چند دوره افول در سینمای ایران

سینمای پس از انقلاب ایران، با آمارهایی طلایی آغاز به کار کرد. مهم‌ترین دلایلی که سبب شد تا این اتفاق برای تمام دهه ۶۰ و نیمه اول دهه ۷۰ رخ دهد تعدد سینما و ثبات سبک زندگی سینمامحور خانواده‌ها بود و البته فرهنگ‌سازی اجتماعی که در این حوزه وجود داشت و خاطرات خوبی که خانواده‌ها در دهه ۶۰ و ۵۰ از سینما رفتن در میان خودشان ترویج دادند. این پارامترها سبب شد تا سینما تا نیمه دهه ۷۰ شکوفایی بسیار خوبی داشته باشد. در همین بازه زمانی میزان مخاطبان سینما، بین ۲۴ تا ۸۱ میلیون مخاطب در نوسان بود که این آمار با توجه به داده‌های جمعیتی آن سال‌ها یک آمار بسیارخوب لحاظ می‌شد. نخستین عقب‌نشینی از این آمار به راندمان سینمایی سال‌های ۷۶ و ۷۷ مربوط می‌شود که در این سال‌ها تعداد مخاطبان به‌ترتیب به ۳۹ و ۳۰ میلیون نفر تقلیل می‌یابد. این آمار تا پایان دهه ۷۰ درجای می‌زند و از ابتدای دهه ۸۰ وارد فاز رکودی دیگر می‌شود. سینمای ایران به‌یک‌باره از ۳۳ میلیون مخاطب سال ۷۹ به ۲۱ میلیون در سال ۸۰ می‌رسد در سال ۸۱، ۱۸ میلیون و در سال ۸۲ نیز ۱۳ میلیون مخاطب را تجربه می‌کند. سینمای ایران درحالی از ۸۱ میلیون مخاطب سال ۶۹ به ۱۳ میلیون مخاطب در سال ۸۲ می‌رسد که جمعیت ایران به مرز ۷۰ میلیون نفر رسیده بود و این انتظار وجود داشت که با افزایش چشمگیر جمعیت کشور به نسبت سال‌های پایانی دهه ۸۰، تعداد مخاطبان سینما نیز با افزایش قابل‌توجهی همراه باشد اما دلایلی مانند فرسودگی ناوگان سینمایی کشور و از رده خارج شدن و تعطیلی بسیاری از سالن‌ها و مهم‌تر از آن وضعیت اقتصادی نامطلوب بسیاری از خانواده‌ها سبب شد تا سینما آشکارا از سبب خانواده‌ها خارج شود و به با وجودی که ارزان‌ترین تفریح برای مردم بود اما در مسیر تبدیل شدن به یک کالای لوکس قرار گرفت که نمی‌توانست ولو با آثار درخورتوجه نیز مخاطبان را به سمت خود بکشاند.

## خروج از رکود ۱۵ ساله

سینمای ایران از ابتدای دهه ۸۰ تا اواسط دهه ۹۰، توانست تعداد مخاطبان خود را از مرز ۲۰ میلیون نفر فراتر ببرد. در این دوره، مخاطبان سینما میان ۹ میلیون تا ۱۸ میلیون مخاطب در نوسان بود تا اینکه اتفاقی امیدوارکننده برای گیشه سال ۹۵ افتاد. در سال ۹۵، سینمای ایران موفق شد تا ۱۳ میلیون مخاطب سال گذشته خود را به حدود ۲۶ میلیون نفر برساند اما این رشد دو برابری که هیچ‌گاه در سینمای ایران دیده نشده بود، تنها به یک دلیل محقق شد. در این سال بود که مظاهر تغییر سبک زندگی مردم به داد سینما رسید. تبلیغات ماهواره‌ای فیلم‌های

سینمایی، بسیار دیده شد و تأثیر خود را در همان گیشه نوروزی گذاشت. سینما رفتن به مثابه یک فرهنگ تلقی شد و سینماها پذیرای خانواده شدند. این روند برای سال‌های دیگر نیز تکرار شد تا سینما در نیمه دوم دهه ۹۰ و تا پیش از آغاز کرونا، میان ۲۲ تا ۲۸ میلیون نفر در نوسان باشد. اوضاع برای سینما در حال بهبود بود که متأسفانه کرونا، ضربه‌ای جدی به سینما زد و مجموع مخاطبان سال ۹۹ را به ۶۶۰ هزار نفر رساند. درست است که کرونا، به تمام سینماهای جهان لطمه وارد کرد اما این میزان سقوط آزاد از ۲۶ میلیون و ۳۱۱ هزار مخاطب سال ۹۸ به ۶۶۰ هزار مخاطب سال ۹۹، بیشتر در اثر نداشتن برنامه از سوی مدیریت سینمایی کشور و وادادگی در برابر بحرانی بود که سبب شد تا سینماها در تمام طول سال، با تعطیل باشند یا خوراک مناسب و مهیجی برای مخاطب خود نداشته باشند و گرنه در همین دوره، برخی فیلم‌های خارجی که نسخه باکیفیت آن در اینترنت به راحتی قابل دانلود بود، توانستند با جذب مخاطبان در چند سالن محدود خود، بیشتر از ۱۰۰ میلیون تومان بفروشند.

## سینما در دولت جدید چگونه گذشت؟

محمد خزاعی به‌عنوان رئیس سازمان سینمایی دولت سیزدهم، در نخستین فعالیت جدی خود، سینما را از رنگ‌بندی کرونایی خارج کرد و نوعی ضمانت اجرایی به سینماها داد که تحت تأثیر هیچ شرایطی تعطیل نمی‌شوند. این اقدام برای ثبات سینماها، بسیار مفید بود و آن ترس کاذبی که در خانواده‌ها ایجاد کرده بود را از بین برد. در گام دوم، تلاش شد تا چند فیلم پرمخاطب، به ناوگان سینمایی کشور افزوده شود که «فروشنده» و «گشت ۲» از جمله این آثار بودند که در پاییز ۱۴۰۰ به روی پرده رفتند و موفق شدند تا با فیلم‌های دیگری که در این سال به روی پرده رفتند، مخاطبان سینمایی را به ۱۱ برابر سال ۹۹ یعنی هفت میلیون و ۱۹۸ هزار نفر برسانند. این آمار برای سال دیگر، به دو برابر افزایش پیدا کرد و به ۱۳ میلیون و ۶۷۳ هزار نفر رسید که اگر اتفاق‌های پاییز سال گذشته نبود، این آمار قطعاً از ۱۵ میلیون نفر فراتر می‌رفت. برای امسال که آمارها درخشان است و این انتظار وجود دارد که تعداد مخاطبان، به ۲۸ میلیون و ۵۳۸ هزار نفر سال ۹۷ برسد. این آمار، بهترین آمار تعداد مخاطبان سینما طی ۲۲ سال اخیر است و اگر سینمای امسال بتواند از این میزان فراتر رود، کار بزرگی کرده که با روروانی آن و امیدواری نسبت به تداوم این سیاستگذاری، تا سال‌ها بر سینمای ایران مترتب می‌شود.

## رکورد‌های سینمای ۱۴۰۲: شانس یا برنامه‌ریزی؟

سینمای ۱۴۰۲ در شرایطی به این آمار خوب رسیده که با شروع سال جدید، همه از این اتفاق‌ها، تقریباً شوکه شده بودند. برای اکران نوروزی امسال، بسته

پروپوق‌ترین سال سینمای ایران به سال ۱۳۶۹ برمی‌گردد. در این سال ۸۱ میلیون و ۱۳۲ هزار نفر به سینما رفتند در این سال، «خواستگاری» به کارگردانی مهدی فخیم‌زاده، با چهار میلیون و ۳۴۱ هزار مخاطب پرفروش‌ترین فیلم سال بود. «دزد عروسک‌ها» با سه میلیون و ۷۲۳ هزار مخاطب، «آخرین مهلت» با دو میلیون و ۲۴۹ هزار و «ساوالان» با دو میلیون و ۷۸ هزار مخاطب در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در این سال ۱۶ فیلم بیشتر از یک میلیون مخاطب داشتند و باعث شدند تا سینمای ایران در این سال به چنین آمار خوبی برسد

چندان هوشمندانه‌ای تدارک دیده نشد. علت آن هم مشخص بود چرا که حتی برخی مدیران سینمایی، نوروز امسال را یک بازه سوخته تداعی می‌کردند که به دلیل تلاقی با ماه مبارک رمضان، اتفاق خوشایندی را برای سینماها رقم نمی‌زند و به همین دلیل، تهیه‌کنندگان و سرمایه‌گذاران بسیاری مترصد بودند تا فیلم خود را در عیدفطر نمایش دهند.

با همین تلقی، بسته‌نوروزی تصویب شد و فسیل که یک فیلم کم‌نام‌ونشان بود، امید اصلی این گیشه نام گرفت. عملکرد بسیارخوب پخش‌کننده فسیل سبب شد تا این کم‌دی در همان نخستین روزهای نمایش خود، با استقبال قابل‌توجه مخاطبان مواجه شود.

در نوروز نیز به دلایلی چون محدودیت‌های ماه رمضان و البته خالی بودن آنتن تلویزیون از سریال‌های پرمخاطبی چون پایتخت، مخاطبان بیشتری به سمت سینما گسیل داشته شدند و به همین دلیل، فسیل بسیار بیشتر از آنچه که حتی صاحبان این فیلم تصور می‌کردند، مورد استقبال قرار گرفت. بنابراین شروع این روند خوب، به شکلی ناخواسته رقم خورد اما در ادامه، برخی سیاست‌ها سبب شد تا فضا، برای دیده شدن انحصاری این فیلم بهینه شود و به همین دلیل، فسیل که حالا با تبلیغات دهان‌به‌دهان مردم مواجه شده بود، در یک سونامی آشکار، تمامی رکورد‌ها را به نام خود زد تا بتواند امروز در جایگاه دومین فیلم پرمخاطب سینمای پس از انقلاب ایران قرار بگیرد و گیشه افسانه‌ای ۲۸۰ میلیارد تومان را برای خود محقق کند. سینمایی که ابتدایش تا حدودی با چاشنی طبیعت و شانس همراه بود، حالا قرار است با یک برنامه‌ریزی مدون، افق‌های جدیدی را بگشاید. افقی که نه‌تنها تا حدودی می‌تواند جبرانی باشد بر خسارات سینماداران طی سال‌های کرونایی بلکه امیدواریم آغازگر سیاستی باشد که طی آن، سینما دیگر از این میزان مخاطب و فروش، پایین نیاید. از روند سینمایی چهار دهه‌ای خود خارج شده و به یک وضعیت ثبات برسد که در حداقل‌ترین حالت ممکنش، سینما، سالانه در کانال ۳۰ میلیون مخاطب درجا بزند و از این میزان، پایین‌تر نیاید.

وضعیت امسال سینمای ایران و شاکله تولیداتی که هرساله بر سینمای ایران مترتب می‌شود، تضمین‌های خوبی برای امیدواری نسبت به این شرایط است؛ شرایطی که اگر چنین بندهایی را به خود ببیند، حتی افزایش ۲۳ درصدی قیمت بلیت و شرایط اقتصادی نامطلوب مردم نیز نمی‌تواند جلوی آن را بگیرد و تازه در این زمان است که می‌توانیم ادعا کنیم سینما به وضعیت باثباتی رسیده که حالا می‌توان جدی‌تر در مورد مقولاتی چون صنعت سینما سخن بگوییم.

تا آن زمان راه زیادی نیست؛ جلوه‌هایش ظهور کرده و امیدواری لازم در این زمینه شکل گرفته است. حالا باید دید توپ در زمین مسئولان سینمایی به چه ترتیبی می‌چرخد. تاریخ سالیان پیش‌رو، بهترین داور در مورد دسوزی و نحوه عملکرد این مدیران خواهد بود.



سال	تماشاگر	فروش کل (ریال)	متوسط قیمت بلیت (ریال)
۱۳۸۴	۱۵,۱۳۶,۸۶۲	۱۰۶,۲۳۰,۶۲۳,۰۰۰	۷,۰۲۰
۱۳۸۵	۱۵,۹۵۵,۲۷۸	۱۴۵,۵۷۴,۵۸۲,۵۰۰	۹,۱۲۴
۱۳۸۶	۱۴,۴۵۶,۳۹۹	۱۵۳,۲۳۳,۶۷۴,۵۰۰	۱۰,۵۹۹
۱۳۸۷	۱۵,۱۳۷,۹۹۴	۲۰۱,۹۱۲,۸۶۸,۰۰۰	۱۳,۳۳۸
۱۳۸۸	۱۸,۱۱۹,۱۲۳	۳۰۳,۲۸۳,۹۹۳,۲۵۰	۱۶,۶۹۴
۱۳۸۹	۱۰,۹۸۵,۴۲۹	۲۴۶,۴۲۷,۲۶۱,۵۰۰	۲۲,۳۳۲
۱۳۹۰	۱۴,۸۱۷,۳۸۶	۳۴۹,۴۵۱,۳۵۹,۴۵۰	۲۴,۰۷۱
۱۳۹۱	۱۰,۶۲۱,۸۴۳	۳۲۷,۱۷۰,۷۱۶,۲۵۰	۳۰,۸۰۲
۱۳۹۲	۹,۶۲۶,۷۵۰	۴۱۹,۷۲۷,۵۳۷,۵۰۰	۴۳,۶۰۰
۱۳۹۳	۱۲,۶۹۰,۲۴۴	۵۵۲,۸۴۰,۷۴۴,۵۰۰	۴۳,۶۰۰
۱۳۹۴	۱۳,۳۷۳,۰۳۸	۷۲۷,۷۳۸,۰۴۷,۰۰۰	۵۴,۴۱۸
۱۳۹۵	۲۵,۸۴۷,۴۸۳	۱,۶۹۲,۷۸۰,۲۹۳,۰۰۰	۶۵,۴۹۱
۱۳۹۶	۲۲,۸۵۶,۰۹۷	۱,۸۰۵,۱۴۵,۵۶۱,۸۵۰	۷۸,۹۷۹
۱۳۹۷	۲۸,۵۳۷,۴۱۰	۲,۵۰۷,۷۱۹,۴۹۸,۰۰۰	۸۷,۸۷۵
۱۳۹۸	۲۶,۳۱۰,۳۸۴	۲,۹۹۳,۴۳۷,۴۶۷,۰۰۰	۱۱۳,۷۷۴
۱۳۹۹	۶۵۹,۱۸۴	۹۷,۹۵۴,۰۷۷,۸۸۶	۱۴۸,۵۹۹
۱۴۰۰	۷,۱۹۷,۱۸۴	۱,۶۴۲,۹۰۱,۴۳۹,۸۶۸	۲۲۸,۲۷۰
۱۴۰۱	۱۳,۶۲۷,۳۵۷	۴,۲۰۲,۰۰۲,۴۶۹,۹۳۸	۳۰۷,۳۳۶
(تا ۲۰ آبان ماه) ۱۴۰۲	۱۶,۳۳۴,۰۰۰	۶,۹۶۶,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۴۲۹,۱۳۵

سال	تماشاگر	فروش کل (ریال)	متوسط قیمت بلیت (ریال)
۱۳۶۴	۷۷,۱۵۹,۹۷۳	۵,۶۲۶,۰۷۹,۷۰۵	۷۳
۱۳۶۵	۷۸,۲۵۹,۱۳۵	۶,۷۱۴,۲۵۰,۲۸۷	۸۶
۱۳۶۶	۸۰,۳۴۰,۲۲۲	۷,۲۱۰,۰۷۱,۴۳۰	۹۰
۱۳۶۷	۷۶,۸۶۴,۷۸۱	۷,۵۶۷,۳۰۹,۵۲۰	۹۸
۱۳۶۸	۸۰,۵۲۵,۴۳۴	۸,۵۵۱,۷۴۵,۳۹۰	۱۰۶
۱۳۶۹	۸۱,۱۳۱,۹۵۸	۱۲,۰۷۴,۳۱۹,۹۳۰	۱۴۹
۱۳۷۰	۶۶,۶۲۴,۶۴۴	۱۴,۶۳۱,۹۷۵,۷۹۰	۲۲۰
۱۳۷۱	۵۴,۰۳۰,۷۴۵	۱۵,۷۴۱,۸۱۳,۶۸۰	۲۹۱
۱۳۷۲	۵۴,۸۰۹,۱۵۰	۲۴,۱۲۴,۹۲۹,۲۶۰	۴۴۰
۱۳۷۳	۵۶,۰۲۲,۴۴۴	۲۷,۹۶۹,۴۲۳,۰۶۰	۴۹۹
۱۳۷۴	۵۲,۴۹۳,۳۹۲	۳۳,۰۲۹,۴۰۰,۸۵۰	۶۲۹
۱۳۷۵	۴۴,۷۶۰,۲۶۷	۴۴,۳۹۵,۵۹۰,۶۵۰	۹۹۲
۱۳۷۶	۳۹,۸۳۰,۵۴۶	۴۹,۹۰۰,۶۶۱,۶۰۰	۱,۲۵۳
۱۳۷۷	۳۰,۸۷۸,۷۸۱	۶۰,۳۴۴,۹۱۹,۲۵۰	۱,۹۵۴
۱۳۷۸	۳۳,۸۸۵,۸۰۶	۸۱,۸۵۸,۳۶۷,۲۵۰	۲,۴۱۶
۱۳۷۹	۳۲,۹۰۵,۶۳۳	۹۴,۵۱۹,۵۶۷,۶۰۰	۲,۸۷۲
۱۳۸۰	۲۱,۶۱۷,۳۲۸	۸۳,۱۴۰,۰۶۱,۰۰۰	۳,۸۴۶
۱۳۸۱	۱۸,۰۸۶,۶۱۳	۸۵,۲۴۶,۶۴۹,۰۰۰	۴,۷۱۳
۱۳۸۲	۱۳,۲۵۱,۵۶۰	۶۹,۵۶۰,۰۹۰,۰۰۰	۵,۲۴۹
۱۳۸۳	۱۶,۴۸۸,۹۵۱	۱۰۲,۵۲۹,۵۳۴,۸۰۰	۶,۲۱۸