



Иммерсивная выставка. Люди взаимодействуют с виртуальными морскими организмами. Национальный морской музей Китая, Тяньцзинь, 26 августа 2023 г. (Синьхуа/Сунь Фаньюэ)

**Аннотация.** Систематизированы базовые понятия в сфере креативной экономики, ключевые факторы ее эффективности и значимости организационных подходов для социального развития государства. На примере Китая показано, что ее успешность обусловлена ведущей ролью государства, применением передового мирового опыта формирования постиндустриальной экономики и его адаптации для реализации национальных целей. Проанализированы основные признаки культурных индустрий, характерные черты культурного производства. Выявлены преимущества креативных отраслей содействия национальным экономическим преобразованиям, стимулирования экономического роста и создания рабочих мест.

**Ключевые слова:** Китай, креативная экономика, креативные индустрии, экономические признаки креативности, культурные индустрии, характерные черты культурного производства.

**Для цитирования:** И Лю, Б. Паньшин. Особенности и направления развития креативной экономики: опыт Китая // Наука и инновации. 2024. №11. С. 54–60.

<https://doi.org/10.29235/1818-9857-2024-11-54-60>



**И Лю,**  
аспирант  
экономического  
факультета БГУ



**Борис Паньшин,**  
профессор кафедры  
экономического  
факультета БГУ,  
[panshin@tut.by](mailto:panshin@tut.by)

# Особенности и направления развития креативной экономики: **опыт Китая**

В современных моделях и принципах производства заложены знания, традиции, мастерство, креативность и талант, которые создают наибольшее богатство в мире. Именно креативные индустрии и культура занимают все более важное место в национальных экономиках многих стран и даже превращаются в опорную силу их роста. Так, в 2020 г. креативные товары и услуги составляли соответственно 3% и 21% от общего объема мирового экспорта и обеспечили 6,2%, или более 48,4 млн рабочих мест по всему миру, что ежегодно вносит более 3%, или 2250 млрд долл., в глобальный валовой внутренний продукт (ВВП), где занято больше всего молодых людей (15–29 лет) по сравнению с другими секторами. По решению ООН 2021 г. был объявлен Международным годом креативной экономики. Инициатива была поддержана более чем 80 странами мира, включая Китай, где она признана одним из приоритетов экономики.



**Р**

ост значимости креативной экономики обусловлен, прежде всего, увеличивающейся зависимостью предприятий и организаций от уникальных способностей работников к быстрой адаптации к новым технологиям, многообразию выпускаемых и используемых товаров и услуг, применению инновационных подходов в организации производства и сбыта продукции и объективной необходимости повышения конкурентоспособности путем создания новых творческих продуктов. Одновременно культурные и творческие отрасли генерируют доходы и другие экономические выгоды для государства, бизнеса и отдельных людей, предоставляя им возможности для самореализации.

Креативные индустрии положительно воздействуют на рынок труда, способствуя появлению новых и гибких форм занятости, что особенно актуально для разных категорий населения, в частности молодежи, женщин с детьми. В развитых странах на творческие индустрии приходится около 10% ВВП, а в странах с низкими доходами их доля варьируется от 1% до 10%. Это одни из самых высоких показателей мультипликатора занятости, который по итогам исследования, проведенного еще в начале 2000-х гг., был равен 5 [1]. В настоящее время его значение колеблется между 6 и 8, что обусловлено как ростом доходов в креативных отраслях, так и увеличением многообразия производственных услуг и услуг для жизни.

Креативные индустрии положительно воздействуют на рынок труда, способствуя появлению новых и гибких форм занятости, что особенно актуально для разных категорий населения, в частности молодежи, женщин с детьми. В развитых странах на творческие индустрии приходится около 10% ВВП, а в странах с низкими доходами их доля варьируется от 1% до 10%. Это одни из самых высоких показателей мультипликатора занятости, который по итогам исследования, проведенного еще в начале 2000-х гг., был равен 5 [1]. В настоящее время его значение колеблется между 6 и 8, что обусловлено как ростом доходов в креативных отраслях, так и увеличением многообразия производственных услуг и услуг для жизни.

Помимо экономических показателей развитие креативной экономики способствует повышению качества жизни и устойчивому развитию, распространению культурных ценностей, раскрытию творческого потенциала людей.

Креативные сферы хозяйственной активности – важный драйвер экономики, который обладает инновационным характером, что позволяет многим странам и компаниям встроиться в международные цепочки создания добавленной стоимости, одновременно решая при этом ряд социальных и культурных проблем. Важность налаживания долгосрочного взаимодействия в креативном секторе отмечена государствами – членами ШОС. Принятые ими программы предусматривают поддержку сотрудничества между креативными кластерами, высокотехнологичными компаниями, проведение совместных мероприятий, посвященных новым возможностям быстроразвивающегося сектора креативных индустрий и услуг [2].

## О понятии креативной экономики

Впервые термин «креативная экономика» был использован в 2000 г. в журнале *Businessweek*, а годом позже вышла одноименная книга архитектора Дж. Хокинса, в которой он назвал ее ключевой формой экономики XXI ст. [3]. Немного ранее, в 1990-х гг., австралийский экономист Дэвид Тросби, обратившийся к идее культурного капитала, обосновал вывод, что креативность является предшественником инноваций [4].

И хотя креативные индустрии существуют достаточно давно и, по сути, отражают общую значимость культуры для экономики и общества, только сейчас, в условиях информатизации и цифровизации, они стали производить или воспроизводить товары, услуги в области культуры, искусства или наследия, а также продвигать, распространять и коммерциализировать их столь масштабно. Сюда можно отнести средства массовой информации и индустрию развлечений, искусство и культурное наследие, творческие услуги для бизнеса.

В основе имеющихся определений лежит понятие «креативность» (от лат. *creatio* – творить, создавать в какой-либо сфере деятельности), а креатив – конструкция высшего порядка, связывающая знания, технологии и инновации, творцом которых выступает человек. Именно появление критической массы людей с уникальными способностями и навыками рождает импульс, который питает экономический прогресс, стимулирует технологическое, культурное и общечеловеческое развитие.

Несмотря на то, что креативные индустрии динамично расширяются в последние два десятилетия, терминологическая база в этой сфере еще находится в стадии формирования. Используются равнозначные понятия «культурные индустрии» и «креативные индустрии», так как формального объяснения разницы между ними нет. В самом общем виде различие терминов определяется экспертами следующим образом: «культурные индустрии» относятся к культурному наследию и традиционным видам творчества; «креативные индустрии» – это прикладные творческие практики, инновации и генерация прибыли и рабочих мест за счет создания интеллектуальной собственности. Де-факто мировым стандартом стало определение, сформулированное Департаментом цифровых технологий, культуры, средств массовой информации и спорта Великобритании (DCMS), как «отраслей, которые берут свое начало в индивидуальном творчестве, навыках и таланте и имеют потенциал для создания богатства и рабочих

мест посредством генерации и эксплуатации интеллектуальной собственности» [5].

Впервые термин «индустрия культуры» возник в конце 1990-х гг. в Великобритании, когда правительство этой страны предложило придать новый импульс экономическому росту за счет развития креативных (творческих) проектов. Ее примеру последовали многие государства. Хотя, по сути, креативная, или творческая, экономика и индустрия культуры близки по смысловому содержанию: в Китае чаще всего используется категория «индустрия культуры» («культурная индустрия»), в России – «творческая экономика».

В определении ЮНЕСКО креативные индустрии трактуются как производство и коммерциализация творческого содержания. То есть здесь подчеркивается значимость интеллектуальной собственности в различных областях общественной жизни: научно-технической, культурной и творческой. Основное отличие креативной экономики от традиционного экономического уклада заключается в том, что главный инструмент в ней – знание, основной ресурс – информация, а продуктом выступает осуществленная инновация [6].

Вместе с тем креативность рассматривается как свойство сложноорганизованных систем экономических и социальных отношений.

В свете же современной экономической теории термины «креативная экономика» («творческая экономика») и «экономика культуры» («индустрия культуры») следует различать между собой, поскольку они отражают разные представления о так называемой индустрии культуры в разных странах.

Ядро креативной экономики составляют разнообразные виды материальных и нематериальных услуг (промышленных, консалтинговых, научных, образовательных, коммуникационных и др.), в которых добавленная стоимость формируется за счет объектов интеллектуальной собственности (ОИС).

Отличительными особенностями креативной экономики являются:

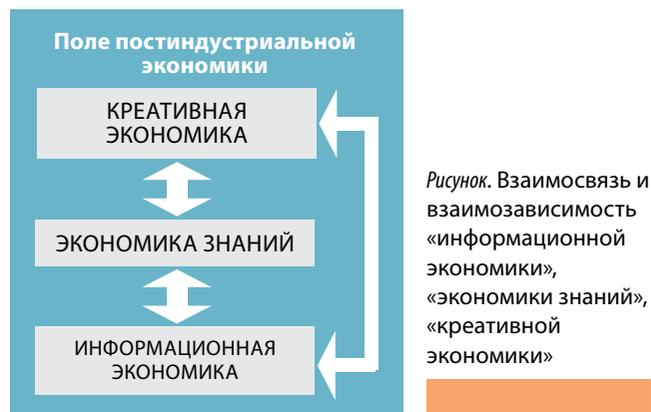
- создание продукции и услуг, защищенных авторским правом;
- высокая добавленная стоимость;
- быстрая масштабируемость, особенно в онлайн-среде.

Креативная индустрия как область, способная превращать творчество в высококачественную услугу, предполагает интерактивные отношения в цепочке «производство – торговля и сбыт – потребление». При этом создаваемые продукты и услуги в большой степени зависят от технологического раз-

вития, поскольку выступают в качестве инновационных драйверов для других, включая организационные схемы и бизнес-модели.

Результатом деятельности компаний, занятых в сфере культурных индустрий, становятся товары и услуги, представляющие собой совокупность экономических и культурных ценностей. Особенно ярко это проявляется в дизайне, который считается сверхприбыльным занятием. По оценкам исследовательской и консалтинговой компании Forrester, размер мировой индустрии дизайна составляет 162 млрд долл. (март 2021 г.) [7]. К примеру, в Европе отдачи от каждого евро, вложенного в него, оценивается 1:20. В Германии креативные индустрии создают 9% валовой добавленной стоимости.

Таким образом, можно констатировать, что креативная экономика – наивысший уровень пирамиды постиндустриальной экономики (рисунок) [8].



В отличие от информационной экономики, основным ресурсом которой выступает информация, в экономике знаний и креативной экономике центральное место отводится человеческому потенциалу, раскрытие которого проявляется в новых нестандартных решениях, позволяющих странам успешно конкурировать на международном рынке. Креативная экономика, таким образом, отличается от традиционной центральной ролью личности. В приведенных в [3] примерах важности творчества людей для экономики показано, что для 40% рабочих мест в США требуются творческие люди.

Недавние исследования агентства Мак-Кинзи свидетельствуют о том, что креативные индустрии, как правило, представляют собой определенные формы социально-экономической организации, которые обеспечивают создание инноваций.

Понятие креативности и креативной экономики эволюционирует, и одновременно множится разно-

образии терминов: креативные индустрии (Creative Industries, Creative sector); креативная экономика (Creative economy); культурная индустрия (Cultural Industries, Cultural sector); экономика впечатлений (Experience economy); экономика знаний (Knowledge economics); индустрии авторского права (Copyrights Industries, Copyright-Based Industries); оранжевая экономика (Orange economy).

Последняя нашла отражение в резолюции Генеральной Ассамблеи ООН №74/198 от 19.12.2019 г., где ее трактуют как «взаимосвязь человеческого творчества и идей, знаний и технологий, а также культурных ценностей и наследия, художественного творчества и других форм индивидуального или коллективного творческого самовыражения». И если раньше оранжевая экономика была сосредоточена на индустрии искусства и культуры, то по мере развития технологий она проникает в такие секторы, как телекоммуникации, робототехника, кодирование и создание контента, где идеи могут воплощаться в товары и услуги. Предполагается, что оранжевый цвет традиционно ассоциируется с креативностью и поиском идентичности: в западных традициях это цвет развлечений, в конфуцианстве – перемен.

Одно можно сказать с уверенностью: оранжевая экономика считается процветающим сектором, создающим богатство прежде всего в таких подсекторах, как:

- *искусство* – театр, кино, живопись, танец и скульптура, другие виды творчества, связанные с растущим бизнес-потенциалом для продвижения культуры: танцевальные и театральные компании (онлайн-платформы для потоковой передачи телесериалов, фильмов и музыки являются доказательством того, как искусство может приносить доход и создавать рабочие места);
- *коммуникации* – средства массовой информации, старые и новые, социальные сети для обмена контентом с аудиторией и зарабатывания денег, мессенджеры и т.д.;
- *гастрономия* – как часть национальной культуры, доказывающая свою способность стимулировать бизнес и развивать гастротуризм, гастрономические бренды, которые становятся экспортным товаром;
- *кодирование* – разработка программного обеспечения, уже многие годы являющаяся быстрорастущей, ключевой отраслью в экономике: от создания приложений для смартфонов, маркетинга продуктов и услуг до проектирования виртуальных

магазинов в метавселенной, чтобы предоставить клиентам уникальный опыт;

- *предпринимательство* – возможность модернизации или трансформации секторов, нуждающихся в новых моделях производства, чтобы стать более устойчивыми и экологичными, а креативное и технологичное предпринимательство и инновации играют важную роль в удовлетворении новых потребностей.

## Тенденции развития мирового рынка креативных индустрий

Согласно Международной классификации товаров и услуг (МКТУ), к креативным относятся услуги, входящие в классы 35 (реклама, менеджмент в сфере бизнеса, административная деятельность в сфере бизнеса, офисная служба), 38 (телекоммуникации), 41 (воспитание, обеспечение учебного процесса, развлечения, организация спортивных и культурно-просветительных мероприятий) и 42 (научные и технологические услуги и относящиеся к ним научные исследования и разработки, услуги по промышленному анализу и научным исследованиям, разработка и развитие компьютеров и программного обеспечения). Применение МКТУ дает возможность оценивать и сравнивать уровень развития креативной индустрии и креативной экономики как в мире в целом, так и в рамках одной страны.

Доминирование в международной торговле креативных услуг по сравнению с креативными товарами стало мировым трендом. Так, в 2020 г. экспорт последних в мире превысил 524 млн долл., в то время как первых – 1,1 трлн долл. В структуре экспорта продуктов преобладает продукция для дизайнера в торговле товарами для творчества: на нее приходилось 62,9% от общего объема экспорта в данном сегменте, далее следовали продукты цифровых медиа (13,4%), художественные промыслы (8,0%), изобразительное искусство (6,2%), издательское дело (5,4%), аудиовизуальные материалы (3,1%) и исполнительское искусство (1,0%). При этом наблюдалось существенное различие дизайн-решений в экономических и производственных процессах в странах с развивающейся и развитой экономикой. В наибольшей степени это просматривается в отношении к товарам для дизайнера, искусства и ремесла.

В экспорте креативных услуг ведущие места принадлежат Северной Америке и Европе – 28,7% и 22,4% соответственно [9]. Примечательно, что в последнее десятилетие разрыв между высокоразвитыми и развивающимися странами постепенно

сокращается. Что касается их видового характера, то здесь первенство принадлежит программному обеспечению, исследованиям и разработкам, на долю которых в 2020 г. приходилось 39,3% и 33,2% от общего объема экспорта таких услуг соответственно. За ними следовали услуги рекламы, исследования рынка и архитектура (14,8%), аудиовизуальные (8,6%), информационные услуги (3,5%) и услуги в области культуры, отдыха и наследия (0,5%).

Как устоявшаяся тенденция стало то, что на долю креативных индустрий приходится более 90% мирового экспорта исследований и разработок, аудиовизуальных услуг, включая экспортные доходы от продаж и лицензий, 91% аудиовизуальных и 89% информационных услуг, 80% услуг в области культуры, отдыха и исторического наследия.

Учитывая это, а также ценность креативной экономики, в последние годы стали составляться международные рейтинги. Так, глобальный индекс креативности строится на основе предложенной экономистом Р. Флоридой модели 3Т: технологии – талант – толерантность. Согласно ей, развитие технологии оценивается с помощью таких показателей, как наукоемкость ВВП, количество патентов на душу населения; талант рассчитывается по числу занятых в творческой сфере людей (наука, техника и технологии, искусство, культура, развлечения и средства массовой информации, бизнес и управление, образование, здравоохранение, право) и по количеству взрослого населения, имеющего высшее образование, а также толерантностью по отношению к иммигрантам, расовым, этническим и социальным меньшинствам, которые выявляются путем социологических опросов населения.

## Креативная экономика Китая

В 2015 г. рынок креативной индустрии Китая (куда также включался и дизайн) оценивался в 509 млрд долл., а экспорт составлял 168,5 млрд долл. Во многом формируя и конкретизируя направления развития креативной экономики, Китай уже в 2020 г. стал крупнейшим экспортером креативных товаров среди развивающихся стран. Доля экспорта в этом секторе составила 32,3%. Это стало возможным благодаря тому, что начиная с 2015 г. в КНР была запущена новая стратегия, нацеленная на переход к высокотехнологичному, инновационному и экологически устойчивому производству, в котором ключевая роль закреплена за креативным сегментом (таблица). После обнародования в 2001 г. Министерством культуры Китая первого национального

5-летнего плана соответствующего отраслевого развития [10] креативная индустрия КНР начала набирать обороты, что заметно сказалось на национальной экономике, социальной сфере и духовной жизни населения страны. В 2006 г. вышла в свет первая «Синяя книга», представляющая собой отчет о развитии креативных индустрий Китая и констатирующая повышение спроса на креативные товары и услуги и за счет общего экономического развития и роста среднего класса в КНР.

Добавленная стоимость креативной экономики увеличивалась в среднем на 12,4% в год, в то время как темпы роста смежных с ней отраслей в ВВП составляли 2,9% и 4,3% (2011 г. и 2018 г. соответственно). Специфика заключается в том, что такая производственная деятельность удовлетворяет духовные потребности людей, а культура является ее основным содержанием и одновременно содействует повышению занятости. Так, в конце 2018 г. число работников креативной индустрии Китая составило 2,8 млн человек, то есть в сравнении с 2013 г. общая занятость в этом секторе увеличилась на 30,8%, с превалированием сферы оказания услуг [11]. По данным Государственного статистического управления Китая, совокупный доход 73 тыс. предприятий креативных индустрий в 2023 г. составил около 1,82 трлн долл., что на 8,2% больше, чем в 2022 г.

В то же время все больше китайских учреждений культуры, имеющих существенный экспортный потенциал, демонстрировали инвестиционную активность за рубежом.

В 2018 г. объем иностранных инвестиций в культурную, спортивную и развлекательную индустрию КНР составил 1,7 млрд долл., что оказалось в 8,5 раза больше, чем в 2012 г., то есть речь идет о росте в 1,3% от всех прямых иностранных инвестиций Китая в 2018 г. [11].

В короткие сроки были созданы масштабные культурные и творческие продукты музейного комплекса Гугун (Запретный город, Пекин), которые интегрировались в трансграничные культурные и креативные стоимостные цепочки в режиме «онлайн-покупка плюс посещение», что обеспечивает качество обслуживания пользователей от покупки услуги и до завершения визита. В результате продажи культурной и креативной продукции выросли в 2017 г. на 50%. В начале 2020-х в городах стали создаваться пилотные площадки для инновационного развития торговли услугами, центры для аутсорсинга, парки высоких технологий и кластеры национального уровня [12]. В конце 2022 г. была офи-

циально запущена в эксплуатацию первая в мире платформа открытого обмена цифровым культурным наследием «Цифровой Дуньхуан», основанная на технологии блокчейн.

Инвестициями в культурные и творческие индустрии страна продемонстрировала решающую роль этого сектора экономики в достижении целей устойчивого развития и одновременно активизировала свою мягкую силу, продвигая китайскую культуру за рубежом и создавая конкурентоспособный на международном уровне контент. Основное внимание в сфере творческой индустрии уделяется цифровым технологиям и инновационному дизайну.

Экспорт креативных товаров и услуг из Китая стал благом для ее экономики, а также и для остальной части Азии. Он, согласно отчету ЮНКТАД о креативной экономике [13], опережает торговлю других стран, что стало движущей силой процветающей китайской креативной экономики за последние 15 лет, как результат 3 пятилеток.

С 2014 г. бывшее Министерство культуры начало принимать заявки на создание государственных ключевых лабораторий в области креативных индустрий Китая, которые должны были проводить передовые фундаментальные и прикладные исследования, привлекать и обучать отечественные и зарубежные таланты, осуществлять академические обмены с зарубежными коллегами. Их главная задача – внедрение инновационных решений в производство креативных товаров и услуг. К 2021 г. количество ключевых лабораторий достигло 37, среди них: лаборатории дизайна и искусственного интеллекта, традиционных ремесленных технологий горячей формовки и цифрового дизайна, Институты философии

искусства, культурных инноваций и визуальных коммуникаций, классического китайского искусства, исследования цвета, центры инноваций в индустрии дизайна, исследований современной каллиграфии, историографии истории искусств, исследований культурного наследия, НИИ культуры чая.

С культурными технологическими инновациями также связаны национальные ключевые лаборатории по интеграции СМИ, Национальная лаборатория науки, технологий и стандартов издательской индустрии, а также ключевые лаборатории Государственного управления радио, кино и телевидения.

После 2016 г. центральные и местные органы власти запустили многочисленные схемы финансирования для цифровых инноваций и креативной экономики. Например, Государственный совет Китая одобрил государственный венчурный фонд в размере 30 млрд долл. для поддержки стартапов в развивающихся отраслях, чтобы способствовать реализации концепции «Интернет+» [14].

Конвергенция культуры и технологий стала одним из приоритетов в схеме финансирования местных креативных отраслей. Помимо этого, китайские цифровые креативные предприятия получили право осуществлять хозяйственную деятельность в рамках особой зоны – со смягченным регулированием в некоторых важных аспектах. Это поощрение «инноваций, движимых любопытством» обосновано тем, что регулирование креативных отраслей всегда отстает от технологических инноваций, особенно в цифровую эпоху.

В 2017 г. была опубликована Первая специальная политика в отношении цифровой индустрии культуры (то есть практически одновременно

Планы	Время, разработки	Ключевые задачи / направления	Особенности
План развития культуры, науки и технологий на XII пятилетку	2012 г. Министерство культуры	Работа в сфере культуры, науки и техники Охрана и развитие культурных и художественных ресурсов Создание и производство культурно-художественной продукции Культурная коммуникация и обслуживание Строительство культурного оборудования и системных платформ	Инновационная система в сфере культуры и технологий
План развития культуры, науки и технологий на XIII пятилетку	2016 г. Министерство культуры	Производство совместных инноваций Усиление исследований и разработок и применение их результатов Укрепление региональной координации Улучшение качества подготовки специалистов	Определение ключевых проектов
План мероприятий в области культуры, науки и туризма и технологических инноваций на XIV пятилетку	2021 г. Министерство культуры и туризма	Разработка теоретических подходов и создание общих ключевых технологий Создание и презентация искусства в новую эпоху Защита наследия и использования культурных ресурсов Государственные услуги в сфере культуры и туризма Современная культурная индустрия, современный туризм Управление культурой и туризмом	Технологические инновации в сфере защиты наследия и его использования Современная система туризма, а также обобщение зарубежного опыта культурного обмена

Таблица. Культурно-технологические пятилетки Китая по формированию креативной экономики

с решением правительства включить понятие «цифровая экономика» в отчет о работе Госсовета).

В 2018 г. Национальное бюро статистики Китая и ЦК КПК совместно разработали новую доктрину, направленную на уточнение определения культурных творческих индустрий, в основе которых должна быть национальная культура и цифровизация.

Своевременность этих решений подтвердилась в пандемийный период в 2019–2020 гг. Хотя креативные отрасли сильно пострадали во время эпидемии COVID-19, но формы их производства, распространения и потребления, такие как короткие онлайн-видео, онлайн-фильмы, онлайн-литературное творчество, онлайн-представления и онлайн-выставки, наоборот, активно развились. По данным Национального бюро статистики, новый бизнес-формат Китая «Интернет + Культура» не только сохранил свой рост в 2020 г., но и увеличился на 22,1% по сравнению с 2019 г.

Все это позволяет сделать вывод, что для культурной и творческой индустрии Китая характерно развитие, в основе которого лежит творчество, объединяющее различные материальные и нематериальные ресурсы и элементы творческой инициативы для создания продуктов, услуг и отраслей, связанных с культурой. Реформы и открытость в этом секторе позволили стране активно демонстрировать быстрый рост.

Сегодня осуществляется переход от концепции «сделано в Китае», применяемой в отношении промышленного производства, к концепции «интеллектуальное производство в Китае», предполагающее расширение творческих (культурных) индустрий и креативной экономики, дополняющей традиционные виды деятельности инновационными.

Опыт КНР показывает, что креативные индустрии способствуют инклюзивному развитию национальной экономики, росту доходов и увеличению числа рабочих мест. А государственная политика демонстрирует не только повышенное внимание к экономическим показателям, но и понимание роли культуры в жизни страны в строгом соответствии с национальными традициями и ценностями, этическими нормами и сохранением исторического наследия и идентичности нации. При этом стратегия креативной экономики по типу «Выход за рубеж» в рамках глобальной инициативы «Один пояс, один путь» является одной из форм эволюции культуры в Китае в последние годы. Таким образом, китайский вариант развития креативного сектора экономики дополняет популярную модель «3 Т», модернизируя ее в формулу «4 Т»: таланты, технологии, традиции (китайские), тенденции (западные).

■ **Summary.** The article systematizes the basic concepts in the creative economy, key factors of its effectiveness and the importance of organizational approaches for the social development of the state. Using China as an example, it is shown that its success is due to the significant role of the state, the use of advanced world experience in the formation of a post-industrial economy and its adaptation to achieve national goals. There are analyzed the main features of cultural industries and the characteristic features of cultural production. The advantages of creative industries in promoting national economic transformations, stimulating economic growth and creating jobs are revealed.

■ **Keywords:** China, creative economy, creative industries, economic signs of creativity, cultural industries, characteristics of cultural production.

■ <https://doi.org/10.29235/1818-9857-2024-11-54-60>

В целом можно констатировать, что государственная политика в сфере креативной экономики в Китае ориентирована на активизацию творчества, защиту основных культурных прав и интересов людей, содействие творческим инновациям, что в конечном итоге и стало основой формирования национального культурного рынка, отвечающего общим потребностям населения этой страны. ■

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Портер М. Конкуренция: пер. с англ.: Учеб. пособие. – М., 2000.
2. Креативная экономика государств – членов ШОС. Министерство экономического развития Российской Федерации // [https://economy.gov.ru/material/file/e2feb4687edd650532aafcd7cb47aee4/Kreativnaya\\_ekonomika\\_gosudarstv-chlenov\\_ShOS.pdf](https://economy.gov.ru/material/file/e2feb4687edd650532aafcd7cb47aee4/Kreativnaya_ekonomika_gosudarstv-chlenov_ShOS.pdf).
3. Хокинс Дж. Креативная экономика. Как превратить идеи в деньги? – М., 2006.
4. Тросби Д. Экономика и культура / Д. Тросби; пер. с англ. И. Кушаревой. – М., 2013.
5. Игнатъева А. А. Креативные товары и креативные услуги: понятие и особенности создания // <https://moluch.ru/archive/458/100821/>.
6. Казакова М. В. Культурные и креативные индустрии: границы понятий // Креативная экономика. 2020. Т. 14. №11. С. 2875–2898.
7. «Связующий элемент»: как дизайнеры формируют образ жизни и потребительские привычки. Газета.Ру. <https://www.gazeta.ru/social/2023/07/08>.
8. Рудая Т. В. Креативная экономика в системе постиндустриального общества // Креативная экономика. 2008. Т. 2, №8. С. 3–11.
9. Вертинская Т. С. Внешняя торговля креативными товарами и услугами в мире и перспективы ее развития в белорусско-эквадорских торговых связях / Т. С. Вертинская, Педро Колон Вальдивьесо Салинас // Вестник Института экономики НАН Беларуси: сб. науч. ст. / Нац. акад. наук Беларуси, Ин-т экономики. 2023. Вып. 6. С. 43–61.
10. Культурная индустрия Китая продемонстрировала устойчивый рост доходов в 2023 году // <https://russian.news.cn/20231030/cc4d9f476aef42afa1c219eb0b58b876/c.html>.
11. Задворная Е. С. Культурные индустрии КНР. Трансграничные рынки товаров и услуг: проблемы и исследования. Сборник материалов III Международ. науч. практ. конф. Школа экономики и менеджмента. – Владивосток, 2019. С. 306–311.
12. Креативные технопарки в постиндустриальной трансформации экономики Китая / Титов С. А. [и др.] // Пространственная экономика. 2019. Т. 15, №3. С. 125–146.
13. Creative Economy Outlook 2024. UNCTAD // <https://unctad.org/topic/trade-analysis/creative-economy-programme>.
14. Логунцова И. В. Особенности креативной экономики Китая. Государственное управление // Электронный вестник. 2023. Вып. 98. С. 21–30.

Статья поступила в редакцию 15.07.2024 г.