

JEL: R11, O38, O53

УДК 33.332.1

DOI: [10.14530/se.2019.3.125-146](https://doi.org/10.14530/se.2019.3.125-146)

Креативные технопарки в постиндустриальной трансформации экономики Китая

**С.А. Титов, А.О. Кокорина, П.А. Быков,
Е.С. Горбачев, Ф.Ф. Шарипов**

Титов Сергей Анатольевич^{1,2}

кандидат экономических наук

¹ доцент, МВА, профессор кафедры менеджмента инноваций

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», ул. Мясницкая, 20, Москва, Россия, 101000

² доцент кафедры управления проектами

Государственный университет управления, Рязанский пр-т, 99, Москва, Россия, 109542

E-mail: satitov@hse.ru

ORCID: 0000-0001-6857-579X

Кокорина Александра Олеговна

старший преподаватель кафедры менеджмента инноваций

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», ул. Мясницкая, 20, Москва, Россия, 101000

E-mail: akokorina@hse.ru

ORCID: 0000-0002-1481-6823

Быков Павел Анатольевич^{1,2}

¹ старший преподаватель кафедры менеджмента инноваций

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», ул. Мясницкая, 20, Москва, Россия, 101000

² ассистент кафедры «Металлорежущие станки»

МГТУ им. Н.Э. Баумана, 2-я Бауманская ул., 5, стр. 1, Москва, Россия, 105005

E-mail: pbykov@hse.ru, pavel-bykov@yandex.ru

ORCID: 0000-0002-4197-8553

Горбачев Егор Сергеевич

ведущий эксперт центра экспертизы цен и тарифов

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», ул. Мясницкая, 20, Москва, Россия, 101000

E-mail: esgorbachev@hse.ru

ORCID: 0000-0002-1615-1132

Шарипов Фанис Фалихович

кандидат экономических наук

доцент, заведующий кафедрой международного производственного бизнеса

Государственный университет управления, Рязанский пр-т, 99, Москва, Россия, 109542

E-mail: ff_sharipov@guu.ru

ORCID: 0000-0003-0129-017X

Аннотация. Успехи китайской экономики в промышленном производстве хорошо известны и изучены. Менее исследованными представляются достижения Китая в таком передовом секторе постиндустриальной экономики, как креативные и культурные индустрии. При всей изученности креативных и культурных индустрий в относительно слабой степени исследована роль креативных индустриальных парков, которые представляют собой достаточно новый инструмент стимулирования инновационного и креативного развития экономики. Образование креативных кластеров и парков активно поощряется в индустриально развитых странах мира. Используя опыт данных стран, Китай также активно развивает инфраструктуру креативных парков как основу и механизм развития креативной экономики. Настоящая статья посвящена изучению роли креативных индустриальных парков в развитии современной экономики Китая. Авторы показывают, что активное развитие инфраструктуры креативных и культурных индустрий в Китае сопровождается возникновением креативных кластеров. В большом количестве случаев системообразующим ядром таких кластеров становятся креативные индустриальные парки, которые совмещают в себе фокус одновременно на высокие технологии и креативность. Авторы выявляют, что органы государственной власти Китая сознательно стимулируют децентрализацию, вовлечение частной инициативы и открытость для зарубежных носителей творческого потенциала в управлении креативными и культурными индустриями. Наиболее важным результатом исследования стало обнаружение того, что региональные и муниципальные власти Китая планомерно способствуют повышению технологичности креативных парков, поощряют интеграцию креативных и культурных индустрий с телекоммуникационными и информационными технологиями, стимулируют возникновение эффекта перелива инновационного и творческого потенциала креативных технопарков в традиционные сферы экономики. Авторы полагают, что именно интеграция деятельности представителей секторов высоких технологий и креативных индустрий приводит не просто к доминированию Китая в креативных и культурных индустриях, но и к занятию ведущих позиций в передовых технологических сферах, таких как виртуальная и дополненная реальность и искусственный интеллект.

Ключевые слова: креативные индустрии, культурные индустрии, креативный кластер, креативный индустриальный парк, креативный технопарк, креативная экономика, Китай

Для цитирования: Титов С.А., Кокорина А.О., Быков П.А., Горбачев Е.С., Шарипов Ф.Ф. Креативные технопарки в постиндустриальной трансформации экономики Китая // Пространственная экономика. 2019. Т. 15. № 3. С. 125–146. DOI: [10.14530/se.2019.3.125-146](https://doi.org/10.14530/se.2019.3.125-146).

Creative Industrial Parks in Post-Industrial Transformation of China Economy

S.A. Titov, A.O. Kokorina, P.A. Bykov, E.S. Gorbachev, F.F. Sharipov

Sergei Anatolyevich Titov^{1,2}

Candidate of Sciences (Economics)

¹ Associate Professor, MBA, Professor of Innovation Management Department

National Research University Higher School of Economics, 20 Myasnitskaya St., Moscow, Russia, 101000

² Associate Professor of Project management department

State University of Management, 99 Ryazanskiy Pr., Moscow, Russia, 109542

E-mail: satitov@hse.ru

ORCID: 0000-0001-6857-579X

Alexandra Olegovna Kokorina

Senior Lecturer of Innovation Management Department

National Research University Higher School of Economics, 20 Myasnitskaya St., Moscow, Russia, 101000

E-mail: akokorina@hse.ru

ORCID: 0000-0002-1481-6823

Pavel Anatolyevich Bykov^{1,2}

¹ Senior Lecturer of Innovation Management Department

National Research University Higher School of Economics, 20 Myasnitskaya St., Moscow, Russia, 101000

² Assistant of Metal-Cutting Machine Tools Department

Bauman Moscow State Technical University, 5 2nd Baumanskaya St., Moscow, Russia, 105005

E-mail: pbykov@hse.ru, pavel-bykov@yandex.ru

ORCID: 0000-0002-4197-8553

Egor Sergeevich Gorbachev

leading Expert at the Centre for Analysis of Prices and Rates

National Research University Higher School of Economics, 20 Myasnitskaya St., Moscow, Russia, 101000

E-mail: esgorbachev@hse.ru

ORCID: 0000-0002-1615-1132

Fanis Falikhovich Sharipov

Candidate of Sciences (Economics)

Associate Professor, Head of International Manufacturing Business Department

State University of Management, 99 Ryazanskiy Pr., Moscow, Russia, 109542

E-mail: ff_sharipov@guu.ru

ORCID: 0000-0003-0129-017X

Abstract. Achievements of Chinese manufacturing industries are well known and thoroughly studied. Less analyzed are the achievements of China in advanced sectors of the post-industrial economy, namely in creative and cultural industries. Whereas the development of creative and cultural industries within the context of the modern knowledge-based and creative economy is well researched, the role and place of creative industrial parks is to great extent neglected, despite the fact that they are actively used in developed countries as tools to stimulate creative sectors of economies. The article investigates the

role of creative industrial parks in the successful development of creative and cultural industries in China. The authors show that the development of the infrastructure for creative and cultural industries in China is accompanied by the establishment of many creative clusters. In many cases, in the center of a creative cluster there are one or several industrial creative parks, which attempt to combine the focus on high technologies and creative sectors. The authors found that governmental agencies in China stimulate decentralized, open to foreign influences and private initiatives approach to creative and cultural industries regulation. The most interesting trend, identified in the article, is that regional and municipal authorities stimulate technological advancements of creative parks, which leads to the transformation of creative parks to creative technological parks. These creative technoparks encourage integration of creative and cultural industries with telecommunications and information technologies and enhance the spillover effect of the innovative potential of creative technological parks in traditional sectors of the economy.

Keywords: creative industries, cultural industries, creative cluster, creative industrial park, creative technological park, creative economy, China

For citation: Titov S.A., Kokorina A.O., Bykov P.A., Gorbachev E.S., Sharipov F.F. Creative Industrial Parks in Post-Industrial Transformation of China Economy. *Prostranstvennaya Ekonomika = Spatial Economics*, 2019, vol. 15. no. 3, pp. 125–146. DOI: [10.14530/se.2019.3.125-146](https://doi.org/10.14530/se.2019.3.125-146). (In Russian).

ВВЕДЕНИЕ

Экономические достижения современного Китая в сфере производственного бизнеса достаточно хорошо проанализированы (Тимофеев и др., 2018). В значительно меньшей степени в русскоязычном интеллектуальном пространстве представлены исследования успехов КНР в такой сфере нематериального производства, как креативные и культурные индустрии (ККИ) (Ермакова и др., 2017). Международное научное сообщество более внимательно изучает данный феномен, но количество исследований креативной экономики Китая сравнительно невелико. Поисковый запрос в системе цитирования Scopus по ключевым словам, содержащим «creative industries» и «China», выделяет всего лишь 45 статей, причем 36 из них написаны исследователями из Китая, Тайваня и Гонконга. Учитывая то, что Китай уже с 2015 г. занял лидирующие позиции в ККИ (Creative..., 2018), китайский опыт развития постиндустриальных сегментов экономики представляет значительный интерес.

Роль ККИ в мировой экономике достаточно хорошо исследована (Белокрылова, Дубская, 2013). В определенной степени изучалась роль креативных кластеров в социальной, экономической и технологической трансформации регионов и городов (Хакимова, 2013). Но явление креативных индустриальных парков в российской науке пока еще не привлекало должного внимания, несмотря на то, что они имеют высокий инновационный потенциал и используются в развитии не только ККИ, но и национальной ин-

новационной системы в целом (Бабкин, Байков, 2018), в том числе и в Китае (Абрамов, 2011). Авторы настоящей статьи проводят обзор ККИ в мировой экономике и демонстрируют лидирующие позиции КНР в данных сегментах. После этого в статье описываются важнейшие элементы государственной политики Китая в области ККИ. Далее авторы детально анализируют геоэкономический ландшафт ККИ, включая креативные кластеры и их составные элементы – креативные индустриальные парки. Авторы приходят к выводам, что развитие ККИ Китая сопровождается повышением уровня их технологичности и что главным инструментом успешного высокотехнологичного развития ККИ в Китае выступает такой тип креативных парков, который можно охарактеризовать как креативный технопарк, в противовес арт-паркам, деятельность которых носит более творческий и менее технологический характер. Выявление креативных технопарков, описание их роли в развитии ККИ Китая, их места в общей инфраструктуре государственного развития креативной экономики данной страны и их вклада в развитие передовых технологических областей постиндустриальной экономики (виртуальная и дополненная реальность, мультимедийный цифровой контент, искусственный интеллект, цифровое проектирование) являются основными результатами настоящего исследования.

КРЕАТИВНЫЕ И КУЛЬТУРНЫЕ ОТРАСЛИ В СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ

Замедление роста отраслей экономики, связанных с материальным производством и потреблением, привело к возникновению новых сфер экономической жизни, основанных преимущественно на нематериальном производстве. Данная тенденция, описываемая в научной литературе как развитие экономики знаний, экономики услуг, постиндустриальной экономики, нематериальной экономики (Макаров, Клейнер, 2007), проявляет себя как один из самых значимых факторов геоэкономической трансформации на протяжении уже более 25 лет. В настоящее время наиболее актуальным ресурсом постиндустриального развития являются уже не просто знания и информация, а креативность. Экономика знаний все больше и больше становится креативной экономикой (Howkins, 2001). Конкурентные преимущества регионов определяются их способностью привлекать и использовать предстателей так называемого креативного класса, основного носителя креативности и базового актива современной экономики (Флорида, 2016).

Обладая системным и кросс-отраслевым воздействием на социальную, экономическую и политическую сферы современной жизни, креативная экономика концентрируется в так называемых креативных и культурных

индустриях (общепринятый международный термин – *creative and cultural industries, CCIs*; в русскоязычной литературе также используется эквивалент «креативные и культурные отрасли»). В данные отрасли включают сферы деятельности, основные цели которых связаны с производством или воспроизводством, продвижением, распределением или реализацией товаров, услуг и деятельности креативного или творческого содержания, нематериального и культурного характера (Creative..., 2018). Существует множество различных классификаций ККИ, большинство которых, с определенными отличиями, воспроизводит первую систематизацию (Creative..., 1998) и включает такие виды деятельности, как реклама, производство и торговля предметами искусства, архитектура, ремесла, дизайн, мода, кинематограф, развлекательное программное обеспечение, музыка, исполнительское искусство (театр, представления), издательская и литературная деятельность, прикладное программное обеспечение, фотография, телевидение и радио. К этому перечню часто добавляют музейную, выставочную и просветительскую деятельность (Power, 2011).

Развитие ККИ в мировой экономике характеризуется устойчивым и неуклонным ростом. Согласно отчету Конференции ООН по торговле и развитию 2018 г., в период 2003–2015 гг. среднегодовые темпы роста данных отраслей составляли 7,34%. Совокупная выручка в данных отраслях в 2015 г. составила 2250 млрд долл. США. Доля креативных и культурных индустрий в ВВП Великобритании составляла в том же году 5,8%, Франции – 3,4%, США – 3,3%, Норвегии – 3,2%, Дании – 3,1%. Общее количество занятых в 2015 г. составило 29,5 млн чел. К 2020 г. прогнозируется рост выручки данных отраслей в мире до 2500 млрд долл. США, а рост занятых – до 40,7 млн чел. Креативные и культурные отрасли также играют важную роль в международной торговле. Мировой торговый оборот товаров креативных и культурных отраслей достиг в 2015 г. уровня 509 млрд долл. США (Creative..., 2018; Cultura..., 2015).

Но роль креативных и культурных отраслей связана не только с активным развитием самих этих отраслей, но и с воздействием данных отраслей на другие сферы хозяйственной, социальной и политической деятельности. ККИ являются источником решений, приводящих к возникновению новых рынков, повышению спроса на продукцию за счет ее дифференцированности и добавления символической ценности (Madudová, 2017). Креативные услуги встраиваются в цепочку добавленной стоимости других отраслей и стимулируют возникновение кросс-отраслевых инноваций. Например, развитие цифрового контента является драйвером роста мобильных устройств, рынок которых в 2013 г. составил 530 млрд долл. США. Культурный и креативный контент, безусловно, является самым большим источником дохода

для цифровой экономики, приносящим 66 млрд долл. США от продаж B2C в 2013 г. и 21,7 млрд долл. США от доходов от рекламы для онлайн-медиа и бесплатных потоковых веб-сайтов (Creative..., 2018).

КРЕАТИВНЫЕ И КУЛЬТУРНЫЕ ИНДУСТРИИ КИТАЯ

До последнего времени интенсивное развитие ККИ было характерно для индустриально развитых стран. Некогда считалось, что структура экономики развивающихся и переходных экономик не позволяет эффективно развивать сферы постиндустриальной экономики по причине неполного развития индустриального базиса (Макаров, Клейнер, 2007). Но в 2015 г. экспортный оборот ККИ развивающихся стран впервые превысил аналогичный показатель развитых стран (рис. 1).

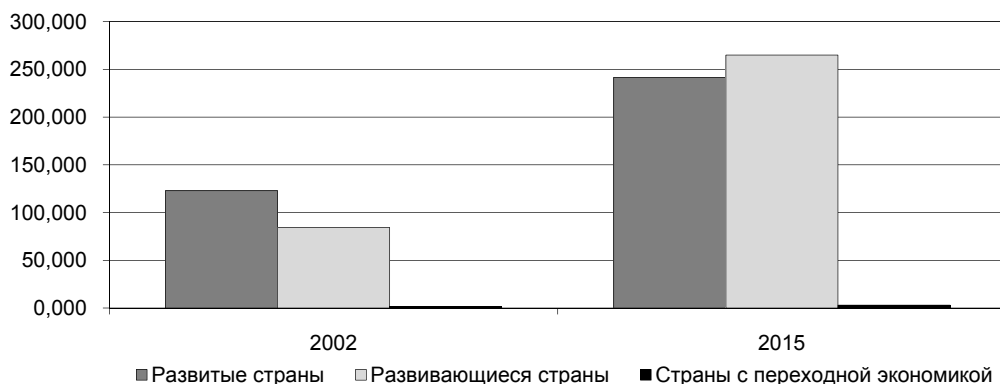


Рис. 1. Экспорт товаров креативных индустрий по группам стран в 2002 и 2015 гг., млрд долл. США

Fig. 1. Export of creative goods by economic groups of countries in 2002 and 2015, in billions of USD

Источник: Creative..., 2018, p. 20.

В мировых ККИ лидирующие позиции занял Китай, который не просто имеет значительный перевес по показателю общего экспорта креативных и культурных товаров (рис. 2) над идущими вторыми США, но и отличается превосходящим положительным сальдо торгового баланса (рис. 3).

В то время как общие темпы роста китайской экономики продолжают сокращаться (с 14,23% в 2007 г. до 6,8% в 2017 г.) (Indicators..., 2018), ККИ Китая показывают устойчивый рост. В период 2005–2014 гг. они росли в среднем на 21,3% в год. В 2014 г. объем выручки в данных отраслях составил 348 млн долл. США. Доля ККИ в ВВП страны в 2014 г. составила 3,76%, а в наиболее развитых городах и провинциях (Пекин, Шанхай, Гуандун, Хунань, Юньнань) превысила 5% (Li, 2018).

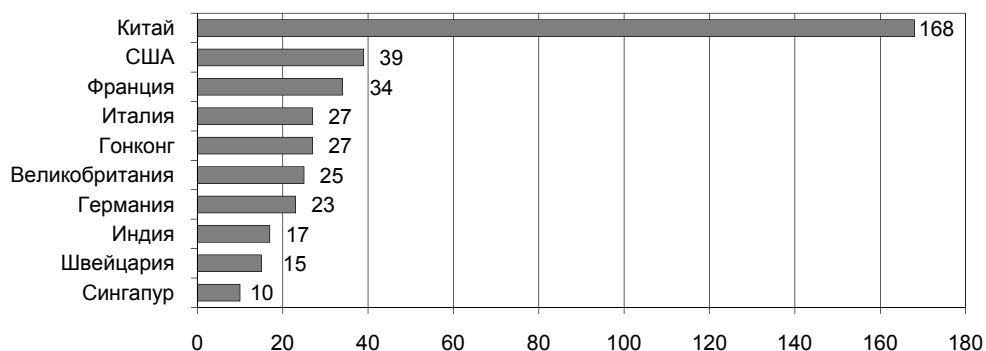


Рис. 2. Экспорт товаров креативных отраслей 10 ведущих мировых экспортеров в 2015 г., млрд долл. США в год

Fig. 2. Export of creative goods of top 10 exporters worldwide in 2015, in billions of USD

Источник: Creative..., 2018, p. 21.

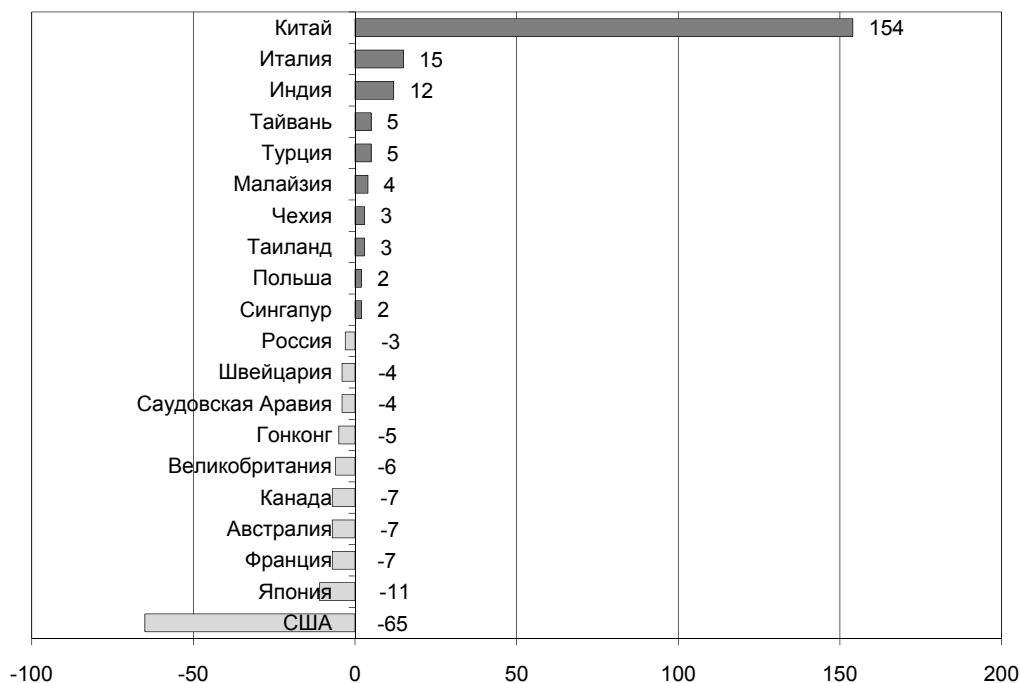


Рис. 3. Сальдо торгового баланса креативных и культурных отраслей для 10 стран с наивысшим положительным и наибольшим отрицательным сальдо, 2015 г., млрд долл. США

Fig. 3. Creative goods top 10 surplus or deficit countries in 2015, in billions of USD

Источник: Creative..., 2018, p. 24.

С одной стороны, показатели ККИ КНР выглядят ожидаемыми, но с другой стороны, не совсем согласуются с образом Китая как мирового низкозатратного производителя материальных товаров, а также не укладываются целиком в теоретическую схему смены технологических укладов (Глазьев, 2010). Экономика интенсивного труда и сверхэксплуатации ресурсов, сконцентрированная на низкорентабельных звеньях цепи создания стоимости и не отличающаяся передовыми технологиями, оказывается конкурентоспособной в самых передовых сегментах креативной экономики (Li, 2011). Страна, образ которой ассоциируется с ограничениями либеральных свобод, становится способна развиваться в сферах, предполагающих космополитизм, свободу творчества и мультикультурализм. Достигнутые Китаем результаты заставляют глубже разобраться в истоках очередного китайского экономического чуда, особенно принимая во внимание, что данные результаты во многом оказались следствием планомерных усилий руководства страны по созданию инновационной, креативной экономики (O'Connor, Xin, 2006).

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА ПО РАЗВИТИЮ КРЕАТИВНЫХ И КУЛЬТУРНЫХ ОТРАСЛЕЙ В КИТАЕ

Согласно большинству западных источников, «новый большой скачок» был начат в 2000 г., когда на 5-м пленарном заседании Центрального комитета Коммунистической партии Китая (ЦК КПК) был одобрен проект 10-го пятилетнего плана, в котором были заложены мероприятия по созданию и развитию культурного сектора экономики (Keane, 2007). Но внимание на «культурный рынок» было обращено еще в 1988 г., когда министерство культуры и Главное управление промышленно-торговой администрации КНР в документе «Сообщение об усилении работы по управлению рынком культуры» прописали юридические нормы, легализующие рыночные отношения в сфере культуры и побудившие предпринимателей заняться деятельностью в области организации массовых развлечений (Сюйдун, 2018). Уже в 1992 г. концепция «индустрия культуры» встречалась в документах правительственных органов. В 1998 г. министерство культуры учредило отдел индустрии культуры. Пожалуй, именно это событие можно рассматривать как ключевое в развитии ККИ Китая.

В 2001 г. был одобрен 10-й пятилетний план, и впервые в истории современного Китая культурные отрасли оказались явным образом обозначены в политической повестке дня. В 2003 г. министерство культуры Китая издало документ «Некоторые соображения в поддержку развития культурных индустрий», который определил культурные индустрии как «отрасли экономики, производящие культурную продукцию и оказывающие культурные услуги»,

и тем самым официально закрепил данные сферы как часть социалистического хозяйства Китая (Li, 2018). «Некоторые соображения...» подчеркивали, что возникновение культурных отраслей является неизбежным результатом развития производительных сил и производственных отношений. В 2006 г. 11-й пятилетний план еще сильнее повысил значимость культурных отраслей, а 12-й пятилетний план, принятый в 2011 г., стал рассматривать ККИ в качестве источника стратегических преимуществ Китая на мировой арене.

Следует отметить, что культурная политика в Китае исторически рассматривалась как важный инструмент государственной власти, причем как в сфере внешней, так и внутренней политики (Шабалов, 2015). Но на смену жесткой культурной революции хунвейбинов и цзаофаней пришла теория «мягкой культурной силы», официально озвученная на 17-м съезде КПК в 2007 г. (Троян, 2016). Практическая реализация данной теории сопровождалась масштабными усилиями по созданию привлекательного образа Китая, повышению открытости страны и ее интеграции в мировое пространство, естественно, с преследованием собственных геэкономических интересов и дальнейшим развитием социалистической идеологии (Тарабарко, Кучинская, 2017).

Китайская политика в области культуры предполагает, что развитие ККИ неразрывно связано с развитием экономики и стратегическими императивами политического руководства страны, что приводит к серьезной государственной поддержке данных отраслей, в том числе и финансовой. Интересно, что развитие ККИ осуществляется как на основе централизованного планирования сверху, так и на основе инкорпорации инициатив снизу, как со стороны местных сообществ, так и со стороны частных предпринимателей. Мягкое регулирование культурного производства осуществляется на основе многоукладности и повышения многообразия. ККИ Китая во многом развиваются на уровне отдельных регионов, а не в рамках общегосударственной программы развития (Zielke, Waibel, 2014). Современная креативная экономика Китая предполагает активное включение муниципальных властей в развитие местных культурных рынков, в том числе и в целях пополнения бюджетов. Поворот от «Произведено в Китае» (Made in China) к «Придумано в Китае» (Created in China) (Haour, von Zedtwitz, 2016) характеризуется акцентом на независимой творческой инновационной инициативе, способствующей сетевому взаимопроникновению и возникновению новых альянсных конфигураций региональных властей, малых и средних предприятий, творческой активности отдельных людей и сообществ, международных финансовых организаций и корпораций (Keane, 2007). Диверсификация развития ККИ, естественно, сопровождается диспропорциями (Ye, 2018), но при этом приводит к возникновению действительно богатого разнообразием полотно культурного рынка, сопровождается интенсивным межрегиональным

культурным обменом и повышает устойчивость и конкурентоспособность китайских креативных компаний в мире.

Сознательный уход центральной власти от навязывания общих подходов и стандартов проявляется себя в полной мере в классификационных системах креативных и культурных отраслей. Установленной государством классификации креативных и культурных индустрий в Китае, в отличие от многих либеральных стран, например, США и Великобритании, не существует. Более того, в различных провинциях присутствуют терминологические различия даже в языке официальных документов (Keane, 2013). В частности, в Пекине чаще используется термин «культурные отрасли», а в Шанхае – «креативные отрасли», причем последний термин становится более популярным и в других южных регионах Китая.

Важной особенностью Китая является включение в ареол ККИ высокотехнологичных, передовых сегментов четвертичного сектора экономики. В «Докладе о развитии креативных отраслей в Китае», вышедшем в 2007 г., в перечень ККИ попали телекоммуникационные услуги, системные компьютерные услуги, обработка данных, разработка программного обеспечения, а также управленческий консалтинг, промышленные исследования и разработки, технологическое проектирование, технологические посреднические услуги (Manzoni, 2014).

Включение информационно-телекоммуникационного сектора в контуры ККИ привело к более тесному взаимодействию организаций данного сектора с представителями других видов креативной экономики. Это в свою очередь стало основанием для повышения технологичности креативных компаний и одновременно повышения креативности и инновационности технологичных компаний. Информационно-телекоммуникационные компании, будучи более зрелыми и интегрированными в промышленное производство, стали проводниками креативного потенциала в более традиционные сферы индустриальной экономики Китая и источником кросс-отраслевых инноваций. Важными инфраструктурными элементами такой интеграции креативной, информационной и промышленной экономик Китая выступают креативные индустриальные парки.

КРЕАТИВНЫЕ КЛАСТЕРЫ И ИНДУСТРИАЛЬНЫЕ ПАРКИ КИТАЯ

Основными элементами ландшафта ККИ (не только в Китае) сегодня выступают креативные кластеры, часто включающие в себя креативные индустриальные парки. Под кластером в геоэкономическом смысле можно понимать территориальную концентрацию предприятий, специализирующихся на производстве сходных продуктов и оказании схожих услуг (Бабкин, Нови-

ков, 2016). В настоящее время возникают кластеры с самой различной специализацией. Достаточно активно образуются и кластеры, ориентированные на ККИ, особенно в таких странах, как Великобритания и Китай. Креативный кластер можно понимать как «объединение на определенной территории носителей творческой или интеллектуальной новации, способной приобретать условно вещественную форму» (Хакимова, 2013). Креативный кластер (иногда креативный квартал или коридор) представляет собой урбанистическую экосистему, в которой культурные и креативные продукты и услуги не только производятся и предоставляются, но и потребляются (Potts, 2007).

В физическом плане креативный кластер – это несколько располагающихся поблизости объектов недвижимости, объединенных в единое, целостное социоэкономическое, эстетическое и инфраструктурное пространство, в котором взаимодействуют друг с другом с целью производства и потребления культурного и креативного продукта агенты творческого потенциала (коммерческие и некоммерческие организации, государственные органы, учреждения культуры, научные и медиацентры, равно как и индивидуальные творческие личности и их сообщества). Креативные кластеры, в отличие от традиционных промышленных кластеров, интегрируются в городское пространство, преобразуя его и оказывая инновационно-творческое воздействие не только на прилегающие пространства, но и на агломерацию в целом с целью формирования среды креативного города (Чэттертон, 2010).

Креативный кластер считается проявлением зрелой инфраструктуры ККИ, но одновременно выступает как средство и форма развития креативной экономики. Его функция сводится не только к производству и потреблению креативных товаров и услуг, но и к формированию уникальной среды обитания, притяжению высококвалифицированных и творческих ресурсов из других регионов. В Великобритании, где плановое развитие ККИ получило наибольшее воплощение, креативные кластеры стали одной из важнейших форм существования данных отраслей и ключевым механизмом креативной трансформации городского пространства. Вполне естественно, что креативные кластеры стали создаваться в целях реализации стратегических целей по развитию ККИ в КНР. В настоящее время инфраструктура креативных кластеров Китая характеризуется ничуть не меньшей степенью развития, нежели в Великобритании.

На карте Китая можно выделить не просто отдельные кластеры, а масштабные зоны сосредоточения ККИ (Li, 2018):

- столичная зона, включая города центрального подчинения Пекин, Тяньцзинь, провинцию Хэбэй;
- зона дельты реки Янцзы, включая города Шанхай, Ханчжоу, Сучжоу, Нанкин;

- зона дельты Жемчужной реки (Чжуцзян), включая города Гуанчжоу и Шэньчжэнь;
- зона Юньнаня и Хайнаня, представленная городами Куньмин, Лицзян, Санья;
- зона Сычуаня и Шанси, с основным сосредоточением в городах Чэнду, Сиань и городе центрального подчинения Чунцин;
- центральная зона с городами Ухань и Чанша.

Внутри данных зон можно выделить более мелкие городские или агломерационные сосредоточения, включающие отдельные кластеры. Так, в Пекине можно обнаружить более 20 кластеров, имеющих прямое отношение к ККИ. Среди них такие кластеры, как Китайская кинематографическая и телевизионная индустриальная зона в Хуайжоу, Кластер анимации и визуального искусства в Сунчжуан, Китайская индустриальная база новых средств массовой информации, Пекинский квартал цифрового отдыха, Парк программного обеспечения в Чжунгуаньцунь, Передовая база креативной отрасли в Чжунгуаньцунь, Зона творчества 798, База промышленного дизайна, Парк программного обеспечения Юнхэ (в составе Чжунгуаньцунь), Парк антикварного искусства Паньцзяюань (Keane, 2009). В европейском обзоре пекинских креативных кластеров можно обнаружить еще три – Центр СМИ и искусств Cable 8, Улица Дашилань, Центр кинематографии МоМа (Culture..., 2014). Также описывается еще десять пекинских кластеров, таких как Международный кластер медийных индустрий Чаоян, Площадь моды и дизайна Чаоян, Государственный выставочный индустриальный парк Шуньи, Парк исторических, культурных и креативных индустрий Люличан, Научный парк Цинхуа, Индустриальный кластер традиционной культуры Цяньмэнь, Пекинский издательский центр Тунчжоу, Экокультурный парк «Счастливая долина» в Чаоян, Индустриальный кластер текстильной и креативной индустрии Фэнтай, Пекинский центр исторического культурного туризма Фаншань (Manzoni, 2014).

Вторым по уровню развития креативной экономики является Шанхай, в котором выделяется около двух десятков креативных кластеров (рис. 4).

Креативные кластеры Китая можно сгруппировать в три основные категории (Fung, Erni, 2013).

1. Свободные кластеры возникают в результате негосударственной спонтанной творческой инициативы. Основными агентами выступают группы представителей творческих профессий (художники, скульпторы и т. п.) без образования устойчивых организационных единиц. Участие государства в развитии кластера практически отсутствует. Примером может служить зона творчества 798 в Пекине. Данные кластеры характеризуются специализацией на низкотехнологичных и более персонализированных видах творческой деятельности.

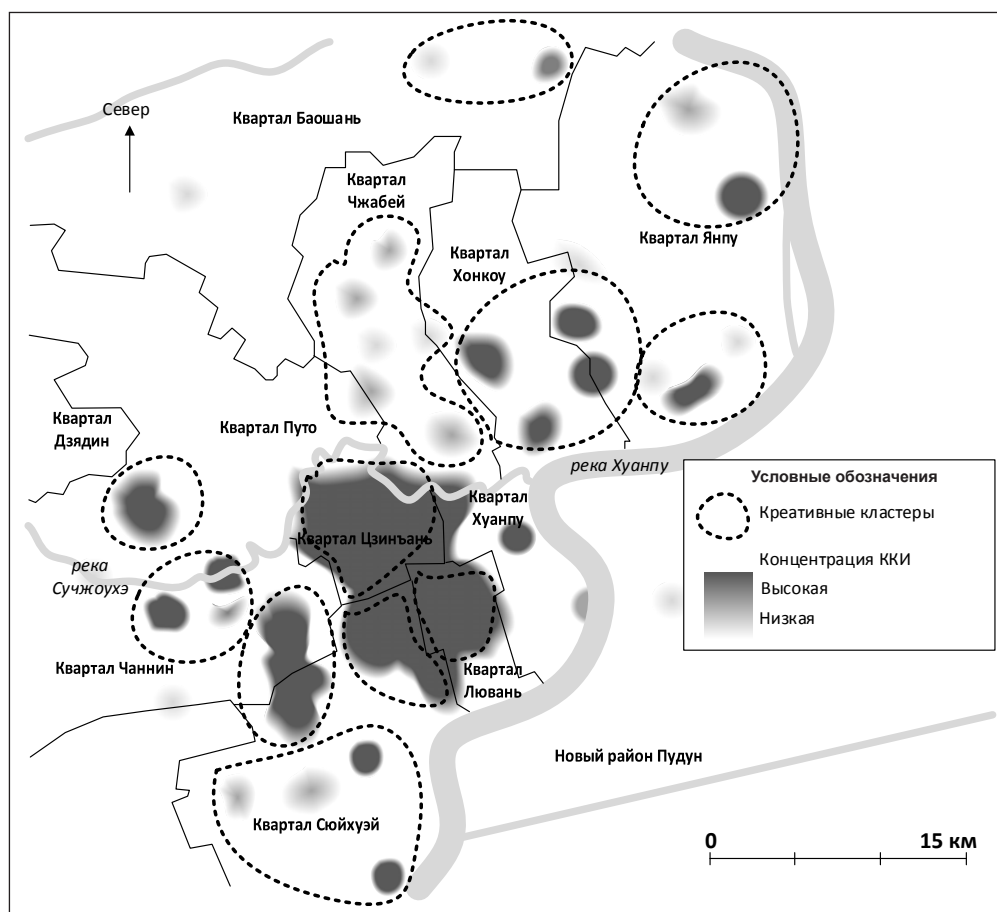


Рис. 4. Схема локализации кластеров креативных и культурных индустрий в Шанхае
Fig. 4. Heatmap of creative and cultural clusters in Shanghai

Источник: He, 2014, p. 73.

2. Общественно-организованные кластеры возникают в результате организованной джентрификации городских пространств и управляются общественными или коммерческими организациями, координирующими деятельность большого количества творческих, культурных и научных работников. Участие власти относительно незначительно, но по мере развития кластеры могут приобретать официальный статус. Основными агентами выступают сложившиеся организации, которые видят выгоду от совместного присутствия на определенной территории; в качестве примера можно рассматривать район Чжунгуаньцунь, который был основан на частной инициативе, затем поддержан муниципальными властями и в дальнейшем стал центром естественного притяжения для более 200 креа-

тивных компаний. Данные кластеры обычно характеризуются смешанной специализацией.

3. Государственно-организованные кластеры создаются благодаря государственной инициативе. Местные власти оказывают прямую, в том числе финансовую поддержку. Кластеры возникают на основе предварительного планирования и в рамках общих программ территориального и отраслевого развития. Как пример можно привести кластер исторических, культурных и креативных индустрий Люличан в Пекине. Они характеризуются тяготением к высокотехнологичным видам деятельности (ИТ, телекоммуникации, промышленный дизайн) с целевым переливом (*spillover effect*) креативности в сферу промышленного производства.

Пекинское муниципальное бюро статистики определяет кластер ККИ как индустриальный кластер, в основе которого лежат творчество, производство и инновации, ключевой создаваемой ценностью являются культурный контент и творческие достижения. Практическая работа кластера строится на создании, передаче и использовании интеллектуальной собственности в целях предоставления нового культурного опыта для широких кругов общественности (Si, 2016). Таким образом, креативный кластер – это индустриальный, связанный с производством инновационный центр создания и использования результатов интеллектуальной деятельности в самых различных сферах творческой активности. Данное определение отражает китайский взгляд на ККИ как на действительно важные отрасли народного хозяйства, а не как на социальную сферу, финансируемую на основе затратного подхода по остаточному принципу. Креативные отрасли в Китае по своей природе одновременно и культурные, и технологические, и экономические сферы деятельности, при этом с ценным для руководства страны политическим результатом (Сюйдун, 2018).

Следует обратить внимание на то, что в литературе часто присутствует некоторое смешение понятий «креативный кластер» и «креативный (в том числе индустриальный) парк», но на самом деле это разные категории, хоть и тесно связанные (Gu, 2014). Во-первых, креативный индустриальный парк имеет официальный статус, определяемый государственными властями на уровне, как правило, города. Парк имеет определенные организационные и территориальные границы, сформулированную стратегию развития, определенную специализацию. Креативный кластер не имеет четких организационных и территориальных границ и официального статуса. Такие границы и статус могут быть у креативных парков, образующих кластер. Во-вторых, креативный кластер может возникать и без государственного участия, в результате самоорганизации частных лиц и / или компаний. Парк креативных индустрий создается и развивается при активном участии государства либо на определенном этапе приобретает официальный статус.

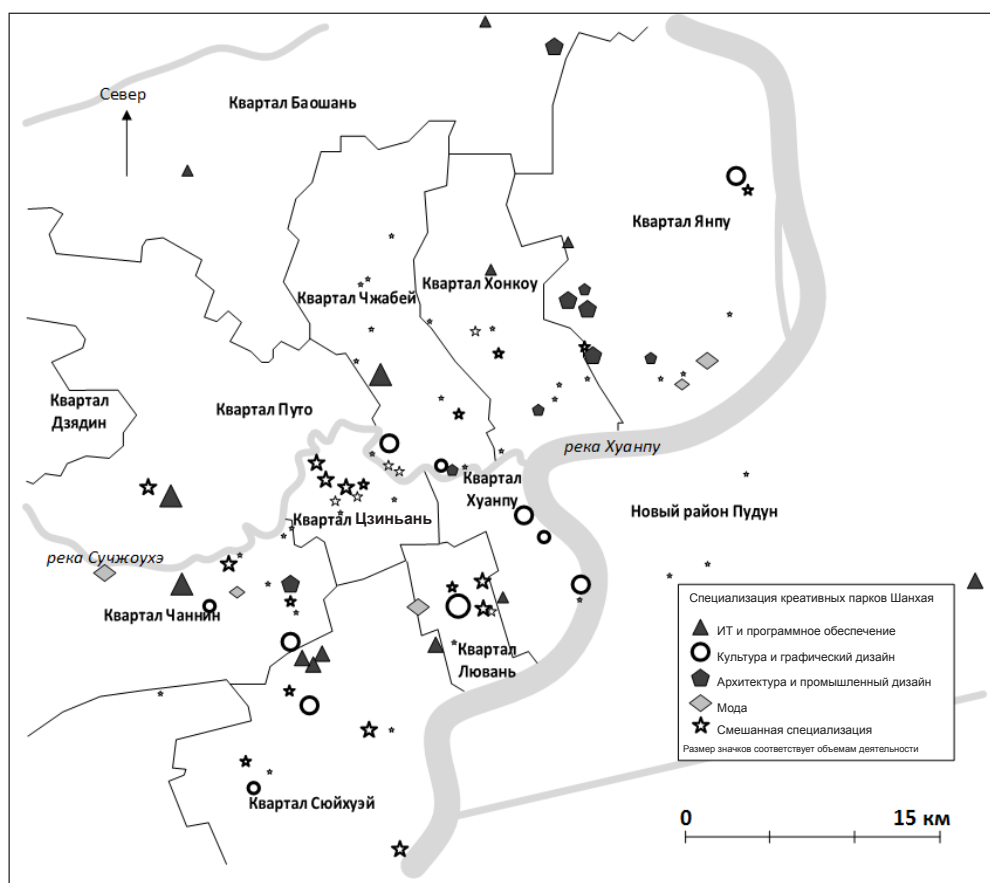


Рис. 5. Схема размещения креативных промышленных парков Шанхая с их специализацией
Fig. 5. Distribution of officially established creative industrial park in Shanghai with their specialization

Источник: He, 2014, p. 70.

Фокус на высокие технологии, на перенос креативности в другие отрасли экономики с помощью информационных и телекоммуникационных технологий и промышленного дизайна концентрируется именно в креативных промышленных парках. Так, пекинский Квартал цифрового отдыха состоит из нескольких креативных парков, специализирующихся в компьютерных игровых технологиях, высокотехнологичных развлечениях и электронной торговле. Содержание их деятельности полностью соответствует принятому в России термину «технопарк» (ГОСТ, 2015; Костюнина, Баронов, 2012), и их можно называть креативными технопарками или технопарками ККИ.

Несмотря на большое количество креативных парков, которые можно отнести к категории арт-парков (со специализацией в дизайне, моде, архи-

текстуре, искусстве и культуре), ККИ Китая характеризуются большим количеством креативных парков высоких технологий. Карта Шанхая показывает более 10 креативных технопарков со специализацией в ИТ. Среди парков со смешанной специализацией (изображенных с помощью звездочки) есть много с заметным объемом деятельности в высокотехнологичных областях креативной экономики.

Креативные технопарки выступают центрами опережающего высокотехнологичного развития Китая. Сравнительный анализ ККИ в Китае и Великобритании показывает, что в таких важных технологических сегментах, как виртуальная и дополненная реальность, компьютерные игры, цифровой дизайн и искусственный интеллект Китай уже находится на столь же высоком уровне, что и Великобритания (Creative..., 2019).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результаты китайской креативной экономики на международной арене являются следствием хорошо обоснованной и последовательно реализуемой общегосударственной политики. Креативные и культурные отрасли рассматриваются как полноценные и очень важные для будущего развития сегменты народного хозяйства, а не просто как надстройка к базису материального производства. ККИ в Китае выступают также и в качестве важного политического инструмента, реализующего «мягкую силу» в целях обеспечения развития социалистической системы внутри страны и обеспечения стратегических преимуществ в международной конкурентной борьбе. Развитие ККИ характеризуется сознательным поощрением регионального разнообразия, передачей многих полномочий на уровень региональной и муниципальной власти, стимулированием открытости, мультикультурализма, взаимовыгодного обмена со всеми странами мира. Важнейшей из выявленных характеристик развития ККИ в Китае является планомерное повышение технологичности данных отраслей. Это проявляется и в ключевых официальных установках на включение информационных и телекоммуникационных технологий в контур ККИ, и в формировании большого количества креативных кластеров, ориентированных на передовые технологии, и в активном создании креативных технологических парков. Именно креативные технологические парки выступают как инструменты постиндустриальной трансформации китайской экономики и территориально сконцентрированные источники творческого и инновационного потенциала, обеспечивающие опережающее развитие КНР в контексте сложившихся миросистемных вызовов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Абрамова Н.А.* Культурные индустрии в социокультурных практиках современного Китая (на примере провинций Хэнань и Сычуань) // Россия и Китай: проблемы стратегического взаимодействия. 2011. № 10. С. 95–100.
- Бабкин А.В., Байков Е.А.* Коллаборация промышленных и творческих кластеров в экономике: сущность, формы, особенности // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2018. № 11 (4). DOI: 10.18721/JE.11411.
- Бабкин А.В., Новиков А.О.* Кластер как субъект экономики: сущность, современное состояние, развитие // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. 2016. № 1 (235). С. 9–19. DOI: 10.5862/JE.235.1.
- Белокрылова О.С., Дубская Е.С.* Мировой опыт формирования креативной экономики и возможности его использования в России // Terra economicus. 2013. Т. 11. № 4-2. С. 5–11.
- Глазьев С.Ю.* Новый технологический уклад в современной мировой экономике // Международная экономика. 2010. № 5. С. 5–27.
- ГОСТ Р 56425-2015. Технопарки: утвержден приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 30 ноября 2016 № 187-ст. URL: <http://docs.cntd.ru/document/1200121795>.
- Ермакова Л.И., Суховская Д.Н., Погосян Л.Р.* Развитие культурных индустрий в Китае // Научно-методический электронный журнал «Концепт». 2017. № S5. URL: <http://e-koncept.ru/2017/470068.htm> (дата обращения: июль 2019).
- Костюнина Г.М., Баронов В.И.* Технопарки в зарубежной и российской практике // Вестник МГИМО университета. 2012. № 3. С. 91–99.
- Макаров В.Л., Клейнер Г.Б.* Микроэкономика знаний. М.: Экономика, 2007. 204 с.
- Сюйдун Ц.* Культурная политика и индустрия Китая в контексте глобализации // Век глобализации. 2018. № 2 (26). С. 101–114. DOI: 10.30884/vglob/2018.02.08.
- Тарабарко К.А., Кучинская Т.Н.* Культурные практики реализации «Мягкой силы» Китая // Общество: философия, история, культура. 2017. № 1. С. 22–24.
- Тимофеев О.А., Шарипов Ф.Ф., Родионов А.Н.* Введение в китаеведение / Государственный университет управления, Институт отраслевого менеджмента. М.: ГУУ, 2018. 70 с.
- Троян И.* «Мягкая сила» Китая: Культурная экспансия «красного дракона» // Информационное агентство REX. 2016. 14 апреля. URL: <http://www.iarex.ru/articles/52522.html> (дата обращения: июнь 2019).
- Флорида Р.* Креативный класс: люди, которые создают будущее. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016. 384 с.
- Хакимова Е.Р.* Креативный кластер в концепции инновационной системы // Теория и практика общественного развития. 2013. № 2. С. 236–238.
- Чэттертон П.* Чем вымощена дорога в креативный город? // Неприкосновенный запас. 2010. № 2. URL: <https://magazines.gorky.media/nz/2010/2/chem-vymoshhena-doroga-v-kreativnyj-gorod.html> (дата обращения: июнь 2019).
- Шабалов М.П.* Основы культурной политики Китая // Культура и безопасность. 2015. URL: <http://sec.chgik.ru/osnovyi-kulturnoy-politiki-kitaya-2/> (дата обращения: июнь 2019).
- Creative Economy Outlook: Trends in International Trade in Creative Industries 2002–2015 / UNCTAD. 2018. 445 p. URL: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3_en.pdf (дата обращения: июнь 2019).

- Creative Industries in China and the UK Scoping and Workshop Report / BOP Consulting. 2019. URL: http://bop.co.uk/assets/others/BOP_AHRC_Report_FINAL_1.1.pdf (дата обращения: июнь 2019).
- Creative Industries Mapping. 1998. URL: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998> (дата обращения: июнь 2019).
- Cultural Times. The First Global Map of Cultural and Creative Industries / EYGM Limited. 2015. 120 p. URL: http://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural_times_the_first_global_map_of_cultural_and_creative_industries.pdf (дата обращения: июнь 2019).
- Culture and Creative Industries in China / EU SME Centre. 2014. URL: <https://www.eusmecentre.org.cn/report/culture-and-creative-industries-china> (дата обращения: июнь 2019).
- Fung A.Y.H., Erni J.N. Cultural Clusters and Cultural Industries in China // *Inter-Asia Cultural Studies*. 2013. Vol. 14. Issue 4. Pp. 644–656. DOI: 10.1080/14649373.2013.831207.
- Gu P. Governance and Gentrification in Creative Industry Clusters – A Case Study of Three Creative Clusters in Beijing. Columbia University. 2014. URL: <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8R20ZHV> (дата обращения: июль 2019).
- Haour G., von Zedtwitz M. *Created in China: How China is Becoming a Global Innovator*. Bloomsbury Publishing, 2016. 200 p.
- He J. *Creative Industry Districts: An Analysis of Dynamics, Networks and Implications on Creative Clusters in Shanghai*. Springer International Publishing, 2014. 198 p. DOI: 10.1007/978-3-319-01976-5.
- Howkins J. *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. London: Allen Lane, 2001. 263 p.
- Indicators / World Bank. 2018. URL: <https://data.worldbank.org/indicator> (дата обращения: июнь 2019).
- Keane M. *Created in China. The Great New Leap Forward*. London and New York: Routledge, 2007. 192 p.
- Keane M. *Creative Industries in China: Art, Design and Media*. John Wiley & Sons, 2013. 192 p.
- Keane M. *The Capital Complex: Beijing's New Creative Clusters* // *Creative Economies, Creative Cities: Asian-European Perspectives* / Edited by L. Kong, J. O'Connor. New York: Springer, 2009. Pp. 77–95. DOI: 10.1007/978-1-4020-9949-6_6.
- Li Q. Cultural Industries in China and their Importance in Asian Communities // *CLCWeb: Comparative Literature and Culture*. 2018. Vol. 20. Issue 2. Pp. 4–14. DOI: 10.7771/1481-4374.3231.
- Li W.W. *How Creativity is Changing China*. London: Bloomsbury Academic, 2011. 158 p. DOI: 10.5040/9781849666565.
- Madudová E. Creative Industries Value Chain: The Value Chain Logic in Supply Chain Relationships // *Marketing and Branding Research*. 2017. Vol. 4. Issue 3. Pp. 227–235. DOI: 10.33844/mbr.2017.60236.
- Manzoni C. Cultural and Creative Industries as Key Factors for Chinese Economic Development. Analysis of Beijing and Shanghai / Università Ca'Foscari Venezia. 2014. 113 p. URL: <http://dspace.unive.it/bitstream/handle/10579/4309/840304-1174883.pdf;sequence=2> (дата обращения: июнь 2019).
- Markusen A., Wassall G.H., DeNatale D., Cohen R. Defining the Creative Economy: Industry and Occupational Approaches // *Economic Development Quarterly*. 2008. Vol. 22. Issue 1. Pp. 24–45. DOI: 10.1177/0891242407311862.
- O'Connor J., Xin G. A New Modernity? The Arrival of 'Creative Industries' in China //

- International Journal of Cultural Studies // 2006. Vol. 9. Issue 3. Pp. 271–283. DOI: 10.1177/1367877906066874.
- Potts J. Art and Innovation: An Evolutionary Economic View of the Creative Industry / UNESCO Observatory. 2007. 18 p. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/4515/219492432c0833aed1db763534ed7c4bf737.pdf> (дата обращения: июнь 2019).
- Power D. Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries / European Commission. 2011. 42 p. URL: <http://www.clusterobservatory.eu/common/galleries/downloads/CreativeAndCulturalIndustries.pdf> (дата обращения: июль 2019).
- Sì S. A Report on Beijing's Cultural and Creative Industries Media Clusters // Global Media and China. 2016. Vol. 1. Issue 4. Pp. 412–421. DOI: 10.1177/2059436417692073.
- Ye Z. China's Creative Industries: Clusters and Performances. 2008. 27 p. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/4d77/8fd218bcbe7be35fe69b848b4cebe910451.pdf> (дата обращения: июнь 2019).
- Zielke P., Waibel M. Comparative Urban Governance of Developing Creative Spaces in China // Habitat International. 2014. Vol. 41. Pp. 99–107. DOI: 10.1016/j.habitatint.2013.06.007.

REFERENCES

- Abramova N.A. Cultural Industries in Sociocultural Practices of Contemporary China (on the example of Henan and Sichuan Provinces). *Rossiya i Kitai: Problemy Strategicheskogo Vzaimodeystviya* [Russia and China. Problems of Strategic Cooperation], 2011, no. 10, pp. 95–100. (In Russian).
- Babkin A.V., Baikov E.A. Collaboration of Industrial and Creative Clusters in Economy: Essence, Forms, Features. *Nauchno-Tekhnicheskie Vedomosti Sankt-Peterburgskogo Politehnicheskogo Universiteta. Ekonomicheskie Nauki = St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Economics*, 2018, vol. 11, no. 4. DOI: 10.18721/JE.11411. (In Russian).
- Babkin A.V., Novikov A.O. Cluster as a Subject of Economy: Essence, Current State, Development. *Nauchno-Tekhnicheskie Vedomosti Sankt-Peterburgskogo Politehnicheskogo Universiteta. Ekonomicheskie Nauki = St. Petersburg State Polytechnical University Journal. Economics*, 2016, no. 1 (235), pp. 9–19. DOI: 10.5862/JE.235.1. (In Russian).
- Belokrylova O.S., Dubskaya E.S. World Experience of Emerging of the Creative Economy and the Opportunities of its Use in Russia. *Terra Economicus = Terra Economicus*, 2013, vol. 11, no. 4-2, pp. 5–11. (In Russian).
- Chatterton P. Will the real Creative City Please Stand Up? *Neprikosnovennyy Zapas* [Emergency Ration], 2010, no. 2. Available at <https://magazines.gorky.media/nz/2010/2/chem-vymoshhena-doroga-v-kreativnyj-gorod.html>: (accessed June 2019) (In Russian).
- Creative Economy Outlook: Trends in International Trade in Creative Industries 2002–2015*. UNCTAD, 2018, 445 p. Available at: https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3_en.pdf (accessed June 2019).
- Creative Industries in China and the UK Scoping and Workshop Report*. BOP Consulting, 2019. Available at: http://bop.co.uk/assets/others/BOP_AHRC_Report_FINAL_1.1.pdf (accessed June 2019).
- Creative Industries Mapping*, 1998. Available at: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998> (accessed June 2019).
- Cultural Times. The First Global Map of Cultural and Creative Industries*. EYGM Limited. 2015, 120 p. Available at: http://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/cultural_times_the_first_global_map_of_cultural_and_creative_industries.pdf (accessed June 2019).

- Culture and Creative Industries in China*. EU SME Centre, 2014. Available at: <https://www.eusmecentre.org.cn/report/culture-and-creative-industries-china> (accessed June 2019).
- Ermakova L.I., Sukhovskaya D.N., Pogosyan L.R. Development of Cultural Industries in China. *Nauchno-Metodicheskiy Elektronnyy Zhurnal 'Kontsept'* [Scientific and Methodological E-Journal 'Concept'], 2017, No. S5. Available at: <http://e-kontsept.ru/2017/470068.htm> (accessed July 2019). (In Russian).
- Florida R. *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*. Moscow, 2016, 384 p. (In Russian).
- Fung A.Y.H., Erni J.N. Cultural Clusters and Cultural Industries in China. *Inter-Asia Cultural Studies*, 2013, vol. 14, issue 4, pp. 644–656. DOI: 10.1080/14649373.2013.831207.
- Glazev S.Yu. New Technological Way in the Modern World Economy. *Mezhdunarodnaya Ekonomika* [International Economics], 2010, no. 5, pp. 5–27. (In Russian).
- GOST R 56425-2015. *Technology Parks: Approved by Order of Federal Agency on Technical Regulation and Metrology on 30 November 2016 No. 187-st*. Available at: <http://docs.cntd.ru/document/1200121795>. (In Russian).
- Gu P. *Governance and Gentrification in Creative Industry Clusters – A Case Study of Three Creative Clusters in Beijing*. Columbia University, 2014. Available at: <https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8R20ZHV> (accessed July 2019).
- Haour G., von Zedtwitz M. *Created in China: How China is Becoming a Global Innovator*. Bloomsbury Publishing, 2016, 200 p.
- He J. *Creative Industry Districts: An Analysis of Dynamics, Networks and Implications on Creative Clusters in Shanghai*. Springer International Publishing, 2014, 198 p. DOI: 10.1007/978-3-319-01976-5.
- Howkins J. *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. London: Allen Lane, 2001, 263 p.
- Indicators*. World Bank, 2018. Available at: <https://data.worldbank.org/indicator> (accessed June 2019).
- Keane M. *Created in China. The Great New Leap Forward*. London and New York: Routledge, 2007, 192 p.
- Keane M. *Creative Industries in China: Art, Design and Media*. John Wiley & Sons, 2013, 192 p.
- Keane M. The Capital Complex: Beijing's New Creative Clusters. *Creative Economies, Creative Cities: Asian-European Perspectives*. Edited by L. Kong, J. O'Connor. New York: Springer, 2009, pp. 77–95. DOI: 10.1007/978-1-4020-9949-6_6.
- Khakimova E.R. Creative Cluster in the Innovation System Conception. *Teoriya i Praktika Obshchestvennogo Razvitiya = Theory and Practice of Social Development*, 2013, no. 2, pp. 236–238. (In Russian).
- Kostyunina G.M., Baronov V.I. Technoparks in Foreign and Russian Practice. *Vestnik MGIMO Universiteta = MGIMO Review of International Relations*, 2012, no. 3, pp. 91–99. (In Russian).
- Li Q. Cultural Industries in China and their Importance in Asian Communities. *CLCWeb: Comparative Literature and Culture*, 2018, vol. 20, issue 2, pp. 4–14. DOI: 10.7771/1481-4374.3231.
- Li W.W. *How Creativity is Changing China*. London: Bloomsbury Academic, 2011, 158 p. DOI: 10.5040/9781849666565.
- Madudová E. Creative Industries Value Chain: The Value Chain Logic in Supply Chain Relationships. *Marketing and Branding Research*, 2017, vol. 4, issue 3, pp. 227–235. DOI: 10.33844/mbr.2017.60236.
- Makarov V.L., Kleyner G.B. *Microeconomics of Knowledge*. Moscow, 2007, 204 p. (In Russian).

- Manzoni C. *Cultural and Creative Industries as Key Factors for Chinese Economic Development. Analysis of Beijing and Shanghai*. Università Ca'Foscari Venezia, 2014, 113 p. Available at: <http://dspace.unive.it/bitstream/handle/10579/4309/840304-1174883.pdf;sequence=2> (accessed June 2019).
- Markusen A., Wassall G.H., DeNatale D., Cohen R. Defining the Creative Economy: Industry and Occupational Approaches. *Economic Development Quarterly*, 2008, vol. 22, issue 1, pp. 24–45. DOI: 10.1177/0891242407311862.
- O'Connor J., Xin G. A New Modernity? The Arrival of 'Creative Industries' in China. *International Journal of Cultural Studies*, 2006, vol. 9, issue 3, pp. 271–283. DOI: 10.1177/1367877906066874.
- Potts J. *Art and Innovation: An Evolutionary Economic View of the Creative Industry*. UNESCO Observatory, 2007, 18 p. Available at: <https://pdfs.semanticscholar.org/4515/219492432c0833aed1db763534ed7c4bf737.pdf> (accessed June 2019).
- Power D. *Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries*. European Commission, 2011, 42 p. Available at: <http://www.clusterobservatory.eu/common/galleries/downloads/CreativeAndCulturalIndustries.pdf> (accessed July 2019).
- Shabalov M.P. Based on Cultural Policy in China. *Kultura i Bezopasnost = Culture and Security*, April 8, 2015. Available at: <http://sec.chgik.ru/osnovyi-kulturnoy-politiki-kitaya-2/> (accessed June 2019). (In Russian).
- Si S. A Report on Beijing's Cultural and Creative Industries Media Clusters. *Global Media and China*, 2016, vol. 1, issue 4, pp. 412–421. DOI: 10.1177/2059436417692073.
- Tarabarko K.A., Kuchinskaya T.N. Cultural Practices of Implementation of China's 'Soft Power'. *Obshchestvo: Filosofiya, Istoriya, Kultura = Society: Philosophy, History, Culture*, 2017, no. 1, pp. 22–24. (In Russian).
- Timofeev O.A., Sharipov F.F., Rodionov A.N. *Introduction to Chinese Studies*. The State University of Management, Institute of Management in the Industry, Energy and Construction. Moscow, 2018, 70 p. (In Russian).
- Troyan I. China's 'Soft Power': Cultural Expansion of the 'Red Dragon'. *Informatsionnoe Agentstvo REX* [News agency REX], 2016, April 14. Available at: <http://www.iarex.ru/articles/52522.html> (accessed June 2019). (In Russian).
- Xudong Jia. China's Cultural Policy and Industry in the Context of Globalization. *Vek Globalizatsii = Age of Globalization*, 2018, no. 2 (26), pp. 101–114. DOI: 10.30884/vglob/2018.02.08. (In Russian).
- Ye Z. *China's Creative Industries: Clusters and Performances*, 2008, 27 p. Available at: <https://pdfs.semanticscholar.org/4d77/8fd218bcbe7be35fe69b848b4cebe910451.pdf> (accessed June 2019).
- Zielke P., Waibel M. Comparative Urban Governance of Developing Creative Spaces in China. *Habitat International*, 2014, vol. 41, pp. 99–107. DOI: 10.1016/j.habitatint.2013.06.007.

Поступила в редакцию 1 июля 2019 г.