

МЕЖДУНАРОДНАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ КРЕАТИВНЫХ ТОВАРОВ

Еще один международно признанный подход к исследованию креативной экономики — анализ торговли креативными товарами и услугами¹. Статистические стандарты в этой области задает Конференция ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД). Креативные товары — достаточно широкая категория материальных продуктов, которые могут быть как единичного, так и массового производства, изготавливаться вручную или с помощью современного промышленного оборудования, иметь эстетическую ценность и функциональное назначение. Такие товары создаются, производятся и распространяются в коммерческих целях, но при этом обладают творческим содержанием, экономической и культурной ценностью [UNCTAD, 2018].

На основе указанных критериев и Гармонизированной системы описания и кодирования товаров Всемирной таможенной организации выделяются семь укрупненных групп креативных товаров [UNCTAD, 2020].

Анализ внешней торговли креативными товарами Москвы базируется на Единой Товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности Евразийского экономического союза и данных Федеральной таможенной службы.

ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ ПРОМЫСЛЫ

ART CRAFTS

- Изделия для праздников
- Прочие художественные промыслы
- Бумага и картон ручного отлива
- Плетеные изделия
- Тканые товары

ДИЗАЙНЕРСКИЕ ТОВАРЫ

DESIGN

- Архитектурные и дизайн-проекты
- Модные аксессуары
- Изделия из стекла
- Предметы интерьера
- Ювелирные изделия
- Игры и игрушки

ИЗОБРАЗИТЕЛЬНОЕ ИСКУССТВО

VISUAL ARTS

- Предметы коллекционирования и антиквариат
- Живопись
- Фотография
- Скульптура

ТОВАРЫ – НОСИТЕЛИ АУДИОВИЗУАЛЬНОГО КОНТЕНТА

AUDIOVISUALS

- Кинолента
- Магнитные носители

ТОВАРЫ ДЛЯ ИСПОЛНИТЕЛЬСКИХ ИСКУССТВ

PERFORMING ARTS

- Музыкальные инструменты
- Ноты

ТОВАРЫ ДЛЯ НОВЫХ МЕДИА

NEW MEDIA

- Носители с записанной информацией
- Товары для видеоигр

ПЕЧАТНАЯ ПРОДУКЦИЯ

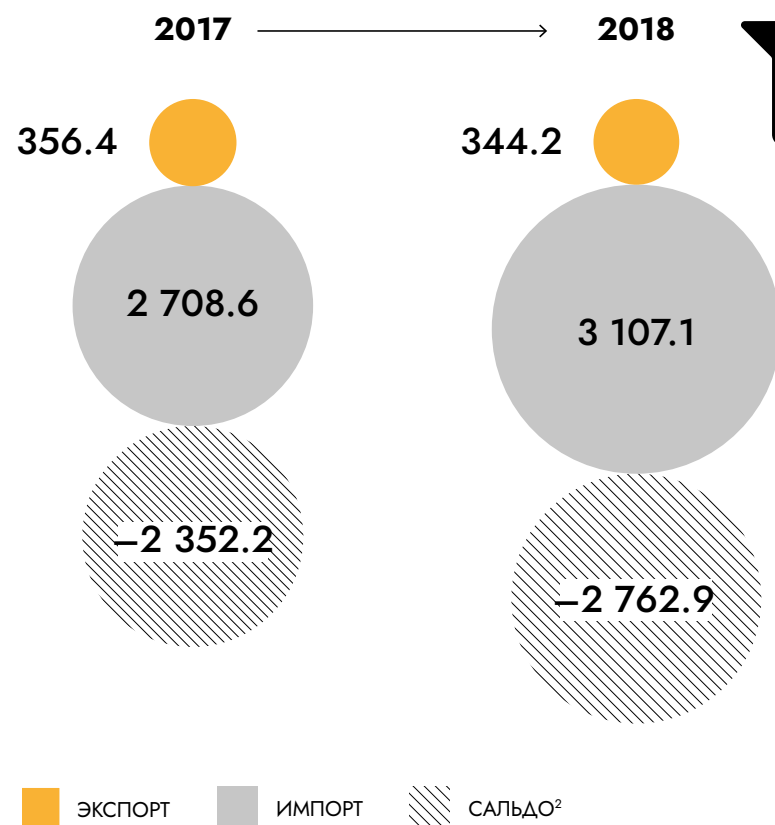
PUBLISHING

- Книги
- Газеты
- Прочая печатная продукция

¹ В докладе не рассматривается торговля креативными услугами, поскольку соответствующие статистические данные по Москве не публикуются на необходимом уровне детализации.

ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ КРЕАТИВНЫМИ ТОВАРАМИ МОСКВЫ

ПОСТУПЛЕНИЯ ОТ ЭКСПОРТА И ВЫПЛАТЫ ПО ИМПОРТУ
КРЕАТИВНЫХ ТОВАРОВ, МЛН ДОЛЛ. США



Оборот внешней торговли креативными товарами Москвы составляет почти 3.5 млрд долл. США (2018 г.¹)

Для столицы, как и для страны в целом, характерно ярко выраженное (почти на порядок) преобладание импорта креативных товаров над экспортом. В 2017–2018 гг. поступления от экспорта креативной продукции сократились на 3.4% при одновременном росте выплат по импорту на 14.7%.

Наращивание ввоза креативных товаров произошло на фоне восстановления экономической активности после кризиса 2014–2016 гг. Основной вклад вносят дизайнерские товары (модные аксессуары, игрушки, предметы интерьера и др.): на них приходится три четверти импорта креативных продуктов.

Устойчивое положение сохраняет издательская деятельность – единственная, по которой наблюдается положительное сальдо торгового баланса.

Сравнительно высокие объемы экспорта книг, брошюр и газет обусловлены большим числом русскоязычных граждан, проживающих за рубежом.

¹ В 2016–2018 гг. доля креативных товаров во внешнеторговом обороте Москвы достигала в среднем лишь 1.14% (при исключении из расчетов отгрузки топливно-энергетической продукции – 2.42%).

² Разность между поступлениями от экспорта и выплатами по импорту креативных товаров.

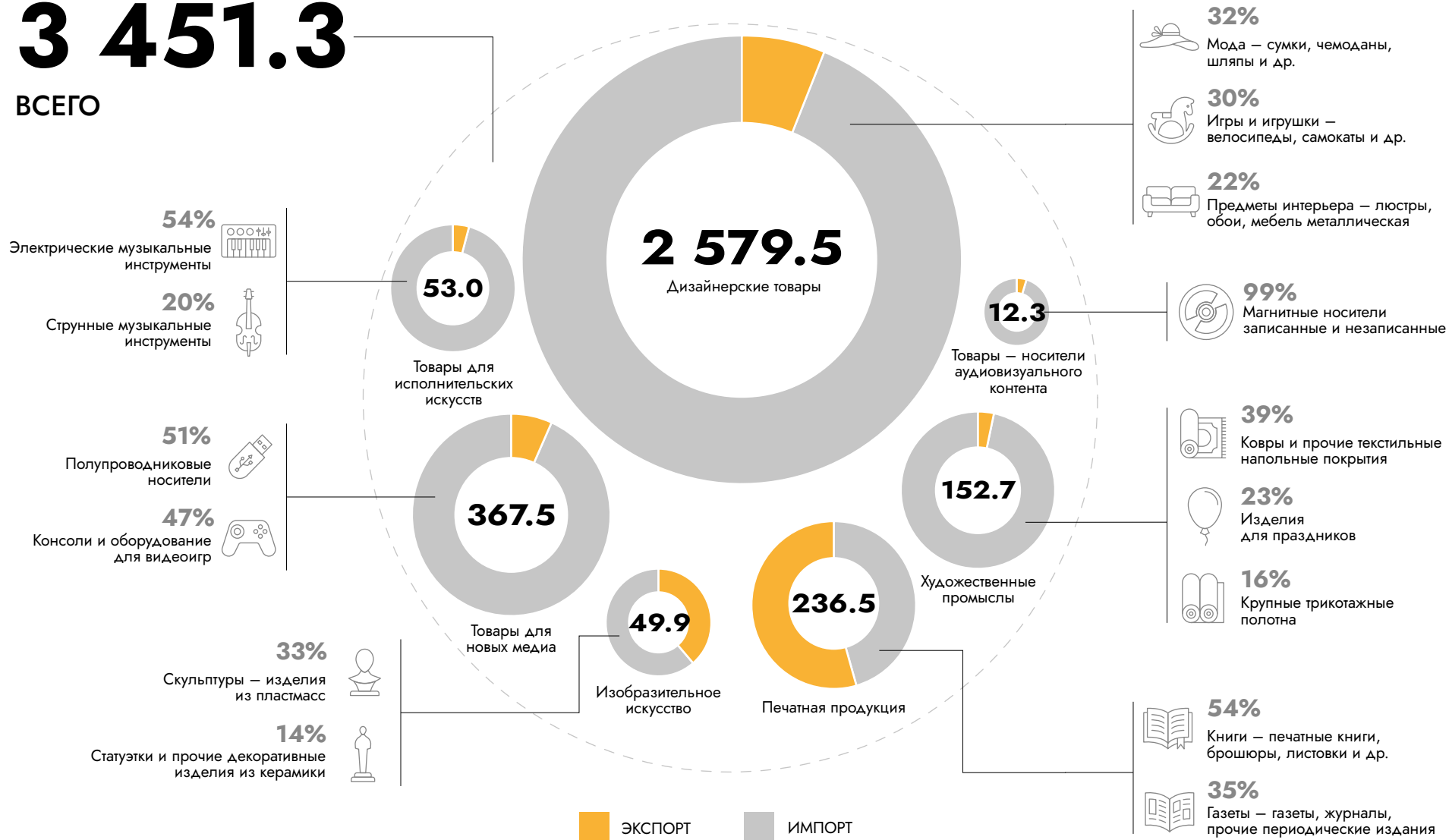
ВНЕШНЕТОРГОВЫЙ ОБОРОТ КРЕАТИВНЫХ ТОВАРОВ МОСКВЫ ПО ГРУППАМ: 2018, МЛН ДОЛЛ. США

3 451.3

ВСЕГО

2 579.5

Дизайнерские товары



■ ЭКСПОРТ
 ■ ИМПОРТ

ДОЛЯ МОСКВЫ В ЭКСПОРТЕ И ИМПОРТЕ КРЕАТИВНЫХ ТОВАРОВ РОССИИ: 2018, %



Ввиду выполнения Москвой роли логистического центра, в частности существенного объема торговых операций, осуществляемых через ее таможенную территорию, присутствие столицы на рынке креативных товаров России более чем весомо.

В город импортируется свыше половины всей продукции, связанной с креативной деятельностью, а экспортируется — 20.3%. Такая пропорция характерна в основном для товаров массового производства (книг, модных аксессуаров, игрушек и др.), тогда как торговля предметами изобразительного искусства и художественных промыслов осуществляется преимущественно другими регионами. Гораздо выше доля Москвы в объеме экспорта и импорта товаров — носителей аудиовизуального контента, а также музыкальных инструментов вследствие высокой концентрации в столице потребителей и производителей этих категорий продуктов.

