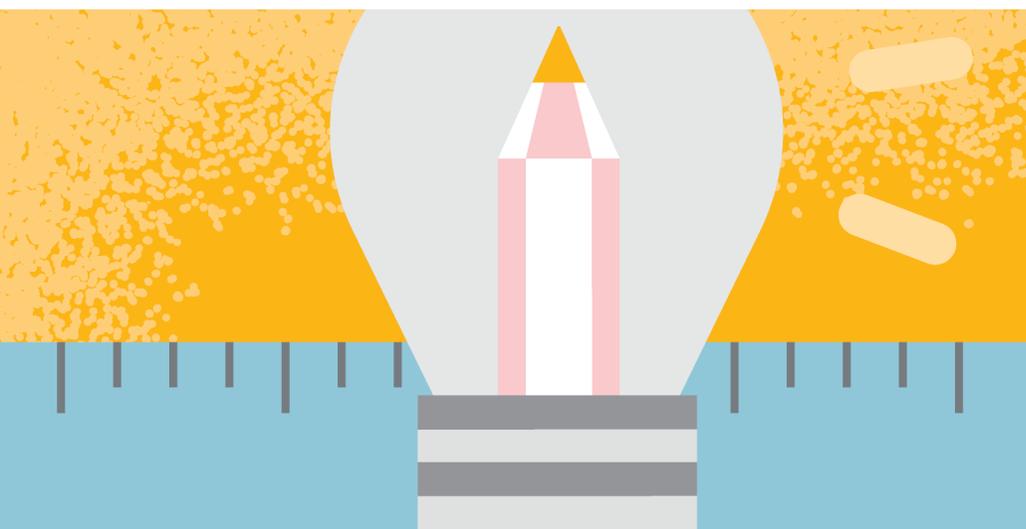
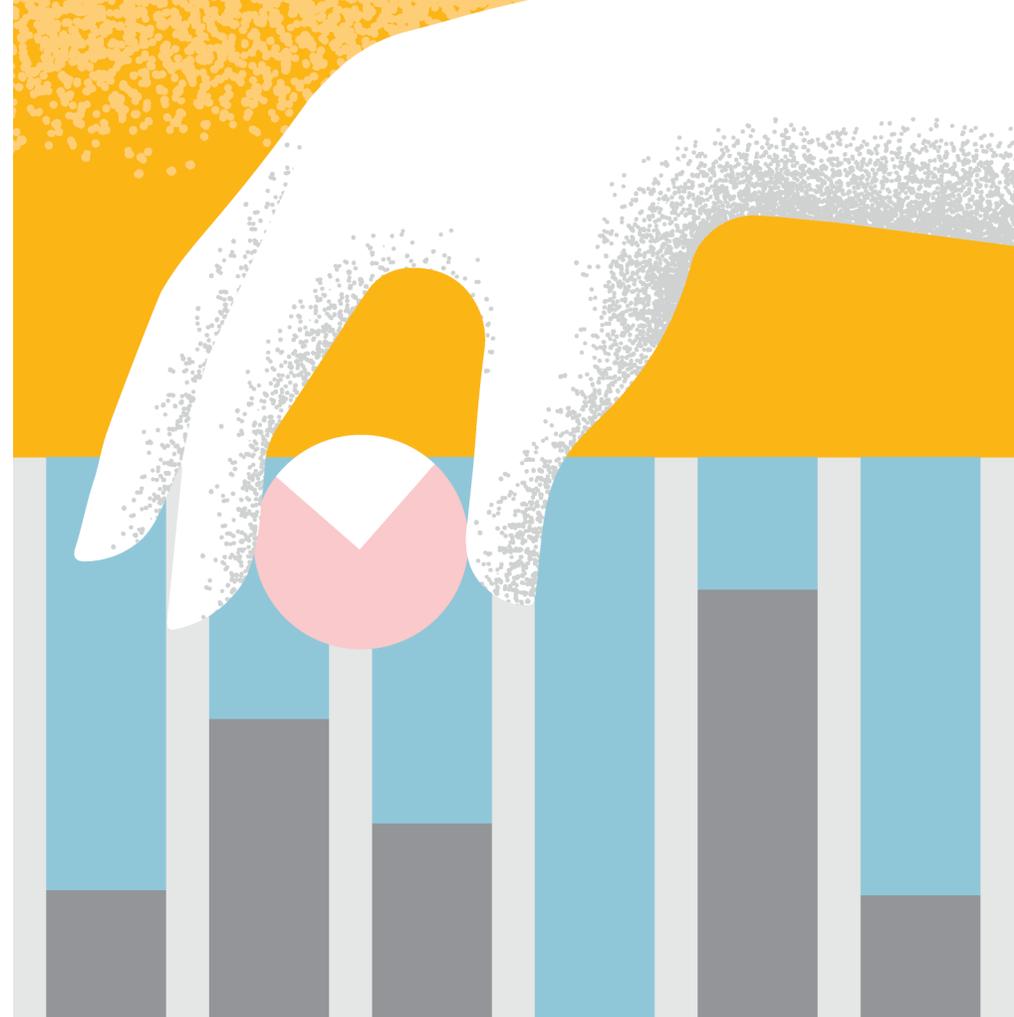


# КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА МОСКВЫ В ЦИФРАХ





ДЕПАРТАМЕНТ  
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА  
И ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ  
ГОРОДА МОСКВЫ



ВЫСШАЯ ШКОЛА ЭКОНОМИКИ  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

# КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА МОСКВЫ В ЦИФРАХ

2021

УДК 332.1(083.41)(470-25)

ББК 65.049(2-2Москва)

К79

**Редакционная коллегия:** М. А. Гершман, Л. М. Гохберг (главный редактор), К. С. Ильичев, К. Г. Кострома, Е. С. Куценко

**Авторский коллектив:** В. В. Власова, М. А. Гершман, Л. М. Гохберг, Е. С. Куценко, Я. А. Попова, С. В. Бредихин, В. О. Боос, С. Г. Исмагулова, А. В. Демьянова, Д. Д. Максименко

**В подготовке доклада принимали участие:** В. Ю. Белоусова, Е. Г. Евлак, О. С. Майбах, В. В. Полякова, Е. В. Попова, С. В. Сычев, Н. Ю. Чичканов

**Креативная экономика Москвы в цифрах** / В. В. Власова, М. А. Гершман, Л. М. Гохберг и др.; под ред. Л. М. Гохберга; К79 Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: НИУ ВШЭ, 2021. — 108 с. — 150 экз. — ISBN 978-5-7598-2358-2 (в обл.).

Доклад, подготовленный Институтом статистических исследований и экономики знаний Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (ИСИЭЗ НИУ ВШЭ), посвящен статистическому измерению креативной экономики Москвы.

В публикации впервые представлена классификация креативных индустрий Москвы — секторов экономики, значимая часть добавленной стоимости которых формируется за счет творческой деятельности и управления правами на интеллектуальную собственность; описаны подходы к расчету ключевых показателей их экономического и пространственного развития. Приводятся оригинальные оценки занятости в креативных профессиях и внешней торговли креативными товарами, полученные на основе официальных источников информации, а также инфографические профили отдельных креативных индустрий.

Издание предназначено для представителей органов государственной власти, руководителей и сотрудников компаний, вузов, научных организаций, экспертов и всех, интересующихся проблематикой креативной экономики.

УДК 332.1(083.41)(470-25)

ББК 65.049(2-2Москва)

---

**Editorial board:** Mikhail Gershman, Leonid Gokhberg (editor-in-chief), Kirill Ilichev, Kristina Kostroma, and Evgeniy Kutsenko

**Authors:** Valeriya Vlasova, Mikhail Gershman, Leonid Gokhberg, Evgeniy Kutsenko, Yana Popova, Sergey Bredikhin, Viktoriya Boos, Saule Ismagulova, Anna Demyanova, and Daniil Maksimenko

**With the contributions by:** Veronika Belousova, Evgeniya Evpak, Olesya Maibakh, Valentina Polyakova, Elena Popova, Sergey Sychev, and Nikolay Chichkanov

**Moscow's Creative Economy in Figures** / V. Vlasova, M. Gershman, L. Gokhberg, et al.; ed. by L. Gokhberg; National Research University Higher School of Economics. Moscow: HSE, 2021.

---

doi 10.17323/978-5-7598-2358-2

ISBN 978-5-7598-2358-2

© Национальный исследовательский университет  
«Высшая школа экономики», 2021  
При перепечатке ссылка обязательна

# БЛАГОДАРНОСТИ

## **Выражаем искреннюю признательность экспертам, принявшим участие в исследовании:**

А.Н. Алексееву, В.В. Андреевской, С.М. Апфельбаум, С.О. Архипову, Е.И. Афанасьевой, А.А. Бадановой, И.В. Балахоновой, С.В. Барабаншиковой, Д.А. Барсенкову, Ю.Р. Бевзенко, А.А. Белову, Е. Бергман, О.Э. Бондаренко, А.А. Борейко, С.А. Борисову, Т.Д. Бурбаеву, А.Ю. Буренкову, В.А. Быкову, К. Вариводе, Т.И. Ващишину, И.О. Венедиктову, И. Волкову, А.В. Гердо, С.Э. Гимельрейх, М. Гирбе, Г.К. Гитису, А.Ю. Гладченко, О.В. Горевой, О.Е. Грицан, М.В. Гузину, Г.А. Гурлину, Б.А. Гуцу, У.П. Добровой, А.В. Долину, Ф.К. Елютину, О.В. Жуковой, И.В. Заливухину, С.В. Зимину, А.Т. Иванову, И.В. Ирбитской, А.В. Казакову, А.А. Калину, А.А. Калинин, Д.В. Каргаеву, Н.М. Карееву, А.З. Каричевой, А.О. Карфидову, Н.И. Касперской, И.Н. Кирикчи, А.О. Киселеву, А.В. Китаеву, Е.Г. Ковальской, Д.А. Котову, Я.Ю. Кравцову, Н.А. Красавину, А.И. Крыловой, Е.С. Крыловой, С. Кулешову, Б.А. Куприянову, А.В. Лашкевичу, Е.В. Лашенко, В.Л. Макарову, С.А. Макееву, А.В. Макину, С.Б. Максимченко, П.В. Малафееву, А.В. Малинину, А.В. Малышеву, Р.А. Мамонтову, И.Г. Мастусовой, М.Н. Матвеевой, С.Ю. Матвееву, К.Н. Матвиенко, Б.А. Машковцеву, С.А. Моисеенко, Д.В. Моргуновой, М.А. Насимовой, И.А. Никитину, Г.Н. Никогосян, А.В. Новоселову, М.А. Овчаренко, Е.М. Одинцову, Д.А. Орловой, А.Ю. Острогорскому, Н.П. Палажченко, Е.В. Пантелеевой, О.В. Парамоновой, Д.А. Перескокову, Д. Перфильеву, М.Е. Пившанову, И.И. Пригожину, С.Н. Пронину, А.Г. Сажиновой, М.В. Салиной, М.А. Самойленко, С.В. Самохвалову, А.Н. Саньковой, Е.А. Сафронову, К.С. Сахнову, Е.А. Сачковой, М.В. Седлецкой, Д.Н. Симачеву, А.А. Сиренко, В.А. Ситникову, А.В. Сметанкину, С.А. Смирнову, Ю.Ю. Софроновой, В.В. Ставицкому, А. Струневской, Д.Г. Сысоеву, А.А. Тесслеру, Е.М. Тупысейвой, Н.Г. Тютчеву, В.В. Харитонову, А.А. Чекалиной, Е.В. Черкес-заде, С. Четвертному, К.С. Шабалиной, С.Н. Шеремету, А.А. Широких.

## **Благодарим руководителей и сотрудников Департамента предпринимательства и инновационного развития города Москвы и автономной некоммерческой организации «Агентство креативных индустрий» за поддержку и ценные консультации при выполнении исследования:**

А.А. Фурсина, Ф.В. Молькова, Е.Ю. Гайку, О.В. Милосердову, О.В. Кириллову, А.В. Голубеву, Т.М. Круглик, Е.Н. Пешкову, Д.И. Селина.

## **Значительный вклад в подготовку доклада внесли сотрудники Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики»:**

Т.В. Абанкина, Н.В. Адекумова, М.Л. Бергер, С.В. Веселов, А.Р. Джикия, О.С. Довбыш, Н.В. Дыбовский, С.А. Заиченко, И.А. Иванова, А.Ж. Канкулов, И.В. Кирия, М.С. Корнев, В.А. Куренной, Н.Л. Логутова, Я.Д. Майлз, Е.А. Малицкая, А.В. Мещеряков, А.И. Нефедова, Е.А. Николаенко, В.В. Романова, З.А. Рыжикова, А.С. Скоробогатов, К.С. Тюрчев, В.Н. Уточкин, И.В. Щербакова.

## **Существенную помощь в сборе и обработке данных оказали стажеры проекта:**

У.О. Аббасова, Д.А. Бурова, И.С. Васильева, Т.Ю. Гуляева, Ю.С. Долгополова, А.Д. Зайцева, Д.Е. Ким, Л.Н. Мешкова, В.А. Овсяник, А.В. Першина, А.В. Рыхлик, М.А. Савельева, А.А. Светлова, В.М. Семчукова, Е.В. Симохина, А.А. Скосырева, С.В. Цыпляева, Е.Е. Шевченко, А.Е. Шинакова.

# СОДЕРЖАНИЕ

Резюме .....	5	2. ПРОФИЛИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ МОСКВЫ .....	43
Введение .....	8	Арт-индустрия .....	46
Что такое креативная экономика? .....	10	Исполнительское искусство .....	50
<b>1. КАК ИЗМЕРИТЬ КРЕАТИВНУЮ ЭКОНОМИКУ?</b> .....	<b>13</b>	Музыка .....	54
<b>Креативные индустрии</b> .....	<b>15</b>	Кино и анимация .....	58
Отраслевой классификатор		Издательская деятельность .....	64
Ключевые экономические показатели		Телерадиовещание .....	68
Кластеры креативных индустрий		ИТ и видеоигры .....	72
<b>Креативные профессии</b> .....	<b>31</b>	Реклама .....	76
Классификация креативных профессий		Архитектура .....	80
Занятость в креативной экономике		Дизайн .....	84
<b>Креативные товары</b> .....	<b>37</b>	Мода .....	88
Классификация креативных товаров		Музеи, библиотеки, архивы .....	92
Показатели внешней торговли		<b>Заключение</b> .....	<b>96</b>
		<b>Методологические комментарии</b> .....	<b>97</b>
		<b>Список литературы</b> .....	<b>106</b>

# РЕЗЮМЕ

---

**В условиях мирового кризиса, вызванного пандемией коронавируса, многие страны и регионы ведут поиск новых источников экономического роста.**

---

Одним из перспективных секторов экономики выступают креативные индустрии, существенная часть добавленной стоимости которых формируется за счет творческой деятельности и управления правами на интеллектуальную собственность. Чаще всего к ним относят архитектуру, издательское дело, дизайн, моду, изобразительное и исполнительское искусства, музыку, кино и анимацию, разработку программного обеспечения и видеоигр, телерадиовещание, рекламу, музейную деятельность. В ряде государств креативные индустрии составляют значимую долю ВВП: в США и Китае — по 4.2%, Великобритании — 5.5%, Германии — 3.1%, Австралии — 5.7%, Италии — 3.8%.

Ведущие страны активно поддерживают развитие креативной экономики и ее отдельных сегментов, разрабатывают и реализуют стратегии их развития. Политика в этой сфере имеет выраженный региональный фокус и характерна как для столиц и мегаполисов (например, Токио позиционируется как центр искусств, Пекин и Берлин — центры дизайна), так и для небольших городов и регионов, привлекающих туристов развитой культурной и творческой средой. Росту креативной экономики способствуют реконструкция городских пространств, промышленных объектов и зон, создание на их месте креативных кластеров, арт-резиденций и других объектов инфраструктуры. Обеспечивается грантовая поддержка творческих деятелей, малого и среднего бизнеса, стимулирование экспорта креативных товаров и услуг.

В России политика в отношении креативных индустрий на федеральном уровне пока только формируется. В то же время повестка развития креативной экономики активно продвигается субъектами Российской Федерации, в частности Москвой. В 2020 г. учреждено Агентство креативных индустрий Москвы при Департаменте предпринимательства и инновационного развития, присвоен статус креативного технопарка Центру дизайна Artplay, планируется разработка Стратегии развития креативных индустрий, разрабатываются меры их поддержки.

В отдельных странах, руководствуясь рекомендациями международных организаций (ЮНЕСКО, ЮНКТАД, ВОИС, Евростата), развивают подходы к статистическому измерению креативной экономики для целей экономического анализа данного сектора и оценки эффективности мер политики. В России система статистики в этой сфере до сих пор не сложилась, методологические работы по ее формированию до настоящего времени не проводились. Тем не менее в СМИ можно встретить широкий спектр количественных оценок, которые носят сугубо экспертный характер. Отсутствие надежной информационной базы ограничивает возможности стратегического планирования и реализации доказательной политики для развития этой сферы.

В докладе представлены результаты пилотного исследования, посвященного комплексной оценке масштабов и структуры креативной экономики Москвы.

## ОСОБЕННОСТИ АВТОРСКОГО ПОДХОДА:



разработка классификатора креативных индустрий с учетом рекомендаций международных организаций, опыта ведущих стран, регионов и городов



использование информации из официальных источников (Росстат, Банк России, Федеральная таможенная служба и др.) и надежных баз данных (СПАРК-Интерфакс и др.)



работа с микроданными юридических лиц и индивидуальных предпринимателей (ИП)



эконометрические оценки связей между факторами городской среды и местоположением организаций креативных индустрий, а также экспериментальные расчеты степени близости различных креативных индустрий друг к другу



создание индивидуальных профилей креативных индустрий Москвы, содержащих детальную количественную и качественную оценку их деятельности



верифицируемость подходов и возможность их тиражирования в других регионах и городах России.

# КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ

## 1 КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ – ЗНАЧИМЫЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ МОСКВЫ

- В креативном секторе действуют более 58 тыс. организаций и 54 тыс. ИП. В 2018 г. общий объем выручки компаний креативных индустрий Москвы превысил 3 трлн руб., а численность занятых – 463 тыс. человек.
- Добавленная стоимость креативных индустрий Москвы достигла 1.12 трлн руб., или 6.29% валового регионального продукта (ВРП). По вкладу в столичную экономику творческий сектор более чем в 1.5 раза опережает даже столь масштабную отрасль, как строительство (3.9% ВРП).

## 2 МОСКВУ ПО ПРАВУ МОЖНО СЧИТАТЬ КРЕАТИВНОЙ СТОЛИЦЕЙ РОССИИ

- Московские организации создают порядка 54% добавленной стоимости креативных индустрий в стране. По вкладу креативного сектора в экономику российская столица сравнима с другими мегаполисами, даже несмотря на ее заметный по мировым меркам промышленный потенциал.
- В Москве формируется основная часть добавленной стоимости отдельных креативных индустрий: рекламы – 87.6%, телерадиовещания – 83.7%, сектора информационных технологий (ИТ) – 68.4%, киноиндустрии – 67.5%.

## 3 КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА МОСКВЫ ХАРАКТЕРИЗУЕТСЯ ДИНАМИЧНОЙ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ СРЕДОЙ

- Около 17% организаций и 41% ИП в креативном секторе столицы созданы в течение последних трех лет. Молодые компании в основном сконцентрированы в сфере дизайна (более 50%), а также в наиболее крупных индустриях – рекламе и ИТ.

- В ряде отраслей преобладают ИП. Это фотография (84.7%), арт-индустрия (84.4%), дизайн (79.1%), музыка (77.5%), кино и анимация (67.4%).

#### 4 В КРЕАТИВНОМ СЕКТОРЕ СТОЛИЦЫ ВЫЯВЛЕННЫ ТРИ КЛАСТЕРА ОРГАНИЗАЦИЙ, ПРОСТРАНСТВЕННО И ТЕМАТИЧЕСКИ БЛИЗКИХ ДРУГ К ДРУГУ

- Наиболее крупный по масштабам информационный кластер включает компании, занимающиеся разработкой программных продуктов и видеоигр, издательской деятельностью и рекламой.
- В технологически ориентированный медиакластер входят организации исполнительского искусства и музыки, кино и анимации, телерадиовещания, арт- и фотоиндустрии.
- Дизайн-кластер, тесно связанный с промышленностью столицы, объединяет компании в области архитектуры, моды, дизайна и ювелирного дела.

#### 5 КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА СОЗДАЕТ НОВЫЕ РАБОЧИЕ МЕСТА В ТРАДИЦИОННЫХ ОТРАСЛЯХ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И СФЕРЫ УСЛУГ, ПОВЫШАЯ ИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

- В 2018 г. суммарная численность занятых в креативных профессиях в Москве составляла 1.1 млн человек, или 12.6% всех занятых в столице.
- Наблюдается высокий уровень проникновения креативных профессий в традиционные отрасли: 54.6% творческих работников заняты в промышленности и других секторах экономики города (помимо креативных индустрий).

#### 6 ОРГАНИЗАЦИИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В БОЛЬШЕЙ СТЕПЕНИ ТЯГОТЕЮТ ДРУГ К ДРУГУ, ЧЕМ К ЦЕНТРУ ГОРОДА, СТАНЦИЯМ МЕТРО ИЛИ ПРОМЫШЛЕННЫМ ЗОНАМ

- Среди множества объектов городской среды мегаполиса статистически значимыми для развития креативных индустрий оказались бизнес- и торговые центры. Выступая офисными площадками, они стимулируют появление организаций креативных индустрий в близлежащих районах.
- Важным фактором «притяжения» новых предприятий креативных индустрий является высокий уровень присутствия организаций данного сектора на определенной территории.

#### 7 МОСКВА ОБЛАДАЕТ СУЩЕСТВЕННЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ В ОБЛАСТИ ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЯ И ДАЛЬНЕЙШЕГО НАРАЩИВАНИЯ ЭКСПОРТА КРЕАТИВНОЙ ПРОДУКЦИИ

- Объем внешней торговли креативными товарами Москвы составил в 2018 г. около 3.5 млрд долл. США. В столицу ввозится свыше половины всей российской продукции, связанной с креативной деятельностью, а экспортируется – 20.3%.
- Импорт креативных товаров значительно преобладает над экспортом. На дизайнерские продукты (модные аксессуары, игрушки, предметы интерьера и др.) приходится три четверти импорта креативной продукции столицы.

# ВВЕДЕНИЕ

**Творческие способности — умение генерировать принципиально новые идеи и принимать неординарные решения — являются уникальным свойством человека,** благодаря которому общество смогло последовательно пройти этапы своего развития. В современном мире усиливается осознание того, что творчество (или креативность) служит основой и источником не только культурного, но и экономического роста. Способность нестандартно мыслить (think out of the box) и создавать интеллектуальные активы становится одной из наиболее востребованных компетенций на рынке труда. Компании, конкурирующие на глобальных рынках, делают ставку на оригинальные идеи, технологии, инновации, позволяющие им не только увеличивать прибыль, но и улучшать качество жизни населения.

На макроуровне не так давно сформировался новый сегмент экономики — креативные индустрии (creative industries). Речь идет о сферах деятельности, где значимая часть добавленной стоимости создается благодаря результатам творческой деятельности и управлению правами на интеллектуальную собственность. К ним относят архитектуру, дизайн, моду, изобразительное и исполнительское искусство, музыку, кино и анимацию, видеоигры, телерадиовещание, рекламу и др. [Howkins, 2001].

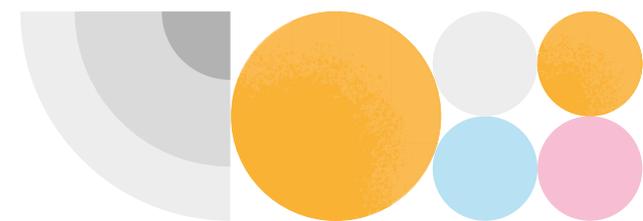
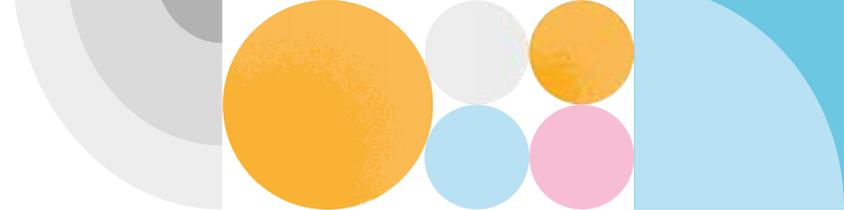
Креативные индустрии расширяют традиционную сферу культуры, позволяя рассматривать ее не только как источник общечелове-

ческих духовных ценностей, но и как драйвер экономического развития. Благодаря проникновению современных (цифровых) технологий в изобразительное искусство, музыку, издательскую деятельность, киноиндустрию и другие сферы меняются сложившиеся бизнес-модели, возникают перспективные рынки — дизайна, компьютерных игр, киберспорта, виртуальной реальности, новых медиа и т.д.

Целый ряд государств (Великобритания, Австралия, Германия, Республика Корея и др.) признали социально-экономический потенциал креативных индустрий и в течение последних 20 лет активно содействуют их развитию. Так, программа «Креативная Европа» (Creative Europe) с общим бюджетом 1.46 млрд евро предусматривает широкий набор мер поддержки для креативных организаций и представителей творческих профессий в странах Европейского союза. Стратегия развития данного сектора в Великобритании Create UK ставит основной целью глобальное лидерство в области креативных индустрий [Creative Industries Council UK, 2014].

Для формирования доказательной базы государственной политики многие страны создали и продолжают развивать систему статистики в области креативных индустрий, в том числе на уровне регионов и крупных городов.

Интерес к креативным индустриям растет и в России. Консолидируется экспертное сообщество в этой сфере. Конкретные меры



” **Если вы не можете что-то измерить, то вы не сможете это улучшить.** “  
Уильям Томсон,  
лорд Кельвин,  
британский физик

стратегического развития и поддержки креативной экономики предпринимаются Правительством Москвы<sup>1</sup>. Однако система ее статистического измерения пока не сформировалась.

В докладе предпринята попытка измерить масштабы и структуру креативных индустрий Москвы, оценить их ключевые показатели. Сложность этой задачи связана, с одной стороны, с ограничениями традиционной статистики, нехваткой и быстрым устареванием данных, с другой — с особенностями функционирования творческой сферы (большое число микропредприятий и самозанятых, масштабный «ненаблюдаемый» сектор). Принимая во внимание названные факторы и опираясь на лучший международный опыт, мы предлагаем ряд подходов к количественной оценке параметров развития креативной экономики.

Доклад состоит из двух основных разделов. В первом разделе представлены базовые подходы к измерению креативной экономики Москвы и результаты их апробации на последних имеющихся данных. Второй раздел включает профили креативных индустрий, сформированные с учетом ключевых экономических показателей и экспертных оценок. В приложении приведены методологические комментарии, которые будут интересны тем читателям, кто захочет глубже разобраться в предлагаемых подходах.

Надеемся, что представленное исследование позволит проводить более обоснованный анализ креативных индустрий, послужит основой для создания системы статистических измерений этого крупного сектора российской экономики и принятия управленческих решений по его развитию.

<sup>1</sup> В частности, в 2019 г. создан Союз креативных кластеров, в который вошли крупнейшие творческие пространства столицы — «Винзавод», Artplay, «Флаконт» и «Фабрика». В 2020 г. учреждено Агентство креативных индустрий Москвы, присвоен статус креативного технопарка Центру дизайна Artplay.

# ЧТО ТАКОЕ КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА?



Дебаты вокруг определений креативной экономики и креативной индустрии начались сразу после того, как эти термины появились в общественном дискурсе в конце 1990-х — начале 2000-х гг. Еще в 1994 г. в Австралии был опубликован доклад «Креативная нация: культурная политика Австралийского союза» [Department of Communications and the Arts (Australia), 1994]. В 1997 г. власти Великобритании создали Департамент культуры, медиа и спорта (Department for Culture, Media and Sport, DCMS<sup>1</sup>) и Рабочую группу по креативным индустриям (Creative Industries Task Force).

Одним из первых мероприятий Рабочей группы стали подготовка и публикация в 1998 г. официальных документов, посвященных измерению данного сектора экономики [GOV.UK, 1998]. Было сформулировано определение креативных индустрий: «виды экономической деятельности, основанные на индивидуальных творческих способностях, навыках и талантах и обладающие потенциалом создания добавленной стоимости и новых рабочих мест посредством генерации и использования интеллектуальной собственности» [GOV.UK, 2001].

Департамент культуры, медиа и спорта Великобритании определил 13 видов экономической деятельности, перечень которых был положен в основу расчетов экономических параметров креативной экономики. Это — реклама, архитектура, рынок искусства и антиквариата, ремесла, дизайн, мода, кино, музыка, исполнительское искусство, издательское дело,

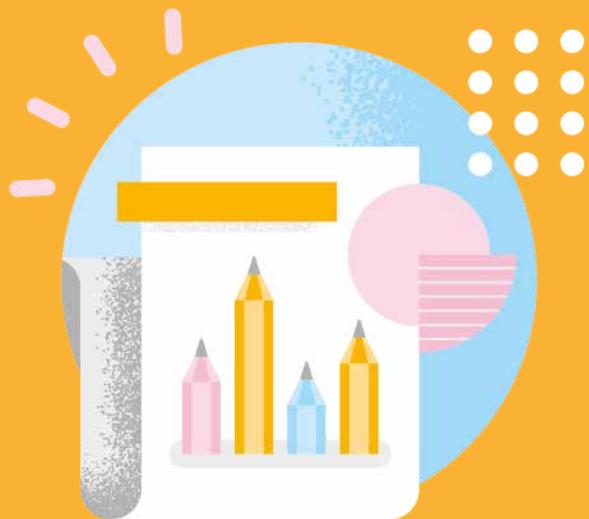
программное обеспечение, телевидение и радио. Данный подход стал каноническим для ряда стран, которые впоследствии сформировали на его базе собственные системы измерения креативной экономики.

Тем не менее в международной практике не сложились единое определение и согласованная классификация креативных индустрий. Эксперты ЮНЕСКО используют понятие «креативные индустрии», в то время как на уровне Европейского союза применяется термин «культурные и креативные индустрии» (cultural and creative industries), а во Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС) — «охраняемые индустрии» (copyright industries). В некоторых странах их по-прежнему называют культурными (cultural) [Flew, Cunningham, 2010], а в Республике Корея и Японии — индустрией контента (content industry)<sup>2</sup> [Hye-Kyung Lee, 2019]. Отсюда и различия в подходах к измерению и экономической оценке креативных индустрий в тех или иных странах<sup>3</sup>, а в некоторых государствах (например, в Китае) — даже по регионам и городам.

<sup>1</sup> В настоящее время — Департамент цифровизации, культуры, медиа и спорта (Department for Digital, Culture, Media & Sport).

<sup>2</sup> В странах Азии (в частности, в Китае и Республике Корея) креативная экономика напрямую ассоциируется с развитием новых технологий и инноваций.

<sup>3</sup> Наряду с понятием «креативная экономика» существуют термины «медиаиндустрия», «экономика впечатлений». В настоящем докладе используются широко употребляемые в современной литературе понятия «креативная экономика» и «креативные индустрии».



## КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА

совокупность общественных отношений и практик хозяйственной деятельности, в основе которой лежат взаимосвязи между творчеством, культурой, экономикой и технологиями

*Источник: НИУ ВШЭ на основе определений Департамента культуры, медиа и спорта Великобритании и Конференции ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД).*



## КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ

секторы экономики, значимая часть добавленной стоимости которых формируется за счет творческой деятельности и управления правами на интеллектуальную собственность



**КАК  
ИЗМЕРИТЬ  
КРЕАТИВНУЮ  
ЭКОНОМИКУ?**

# ПОДХОДЫ К ИЗМЕРЕНИЮ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ

---

**Измерение креативной экономики — одна из актуальных и наиболее дискуссионных задач. Попытки оценить масштабы креативных индустрий и их влияние на национальную экономику предпринимаются во многих странах.**

---

К наиболее часто используемым подходам можно отнести:

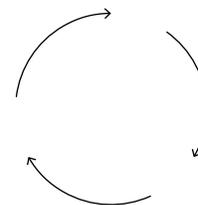
- ▶ отраслевой подход, который предполагает оценку ключевых экономических показателей на базе собирательных группировок видов экономической деятельности (**КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ**)
- ▶ оценку занятости на основе группировок профессий, относящихся к категории креативных (**КРЕАТИВНЫЕ ПРОФЕССИИ**)
- ▶ анализ внешней торговли креативными товарами и услугами с использованием соответствующих статистических группировок товаров и услуг (**КРЕАТИВНЫЕ ТОВАРЫ И УСЛУГИ**)



КРЕАТИВНЫЕ  
ИНДУСТРИИ



КРЕАТИВНЫЕ  
ПРОФЕССИИ



КРЕАТИВНЫЕ  
ТОВАРЫ И УСЛУГИ

# КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ



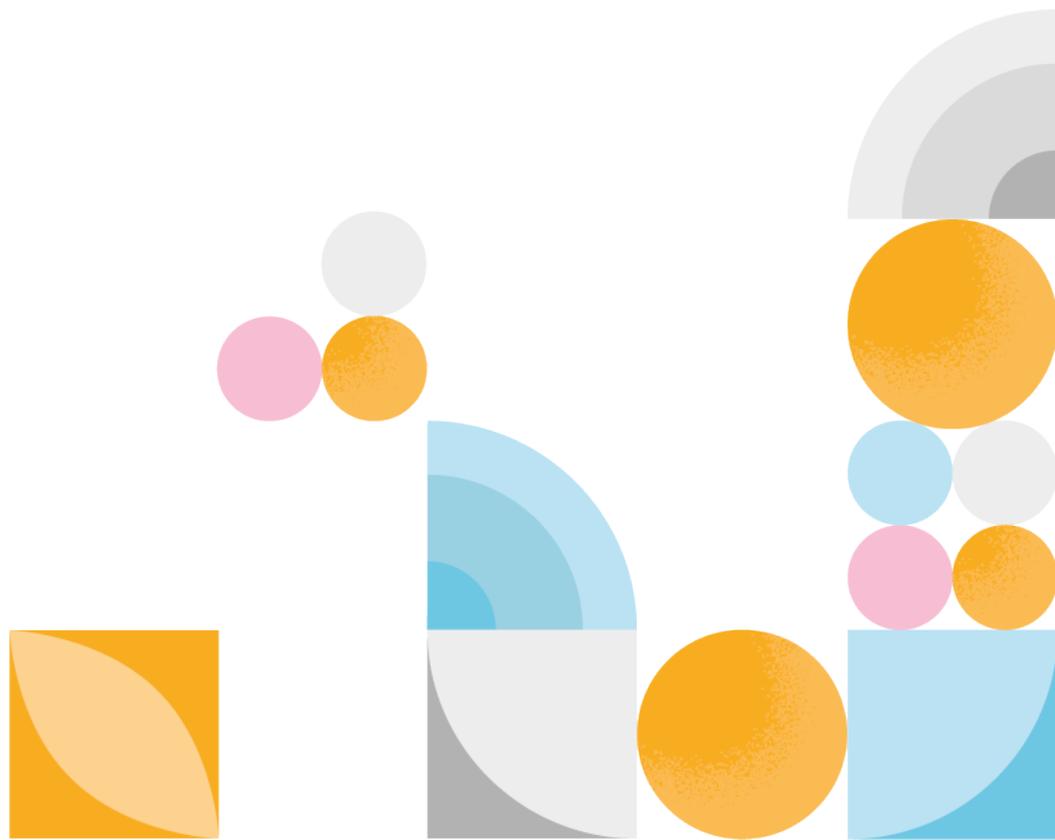
# ОТРАСЛЕВОЙ ПОДХОД К АНАЛИЗУ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ

Первые попытки измерения креативной экономики базировались на отраслевом подходе, который основан на определении перечня видов экономической деятельности, относящихся к «креативным». Эта методика с самого начала подверглась серьезной критике ввиду ряда объективных причин [British Council, 2010], таких как:

- ▶ **отсутствие четких критериев «креативности» индустрий**
- ▶ **частое несовпадение официально заявляемых и реальных видов деятельности организаций**
- ▶ **неполнота сведений об индивидуальных предпринимателях, самозанятых и лицах, работающих в «ненаблюдаемой» экономике**

Несмотря на указанные недостатки, отраслевой подход на сегодняшний день наиболее распространен, поскольку позволяет оценить ключевые экономические показатели креативных индустрий. Многие страны и города активно внедряют собственные отраслевые классификации [Beijing Government, 2015; Stringer, 2019; New York City Comptroller, 2019]. Для обеспечения сопоставимости данных они, как правило, базируются на международных подходах и рекомендациях (ЮНЕСКО, ВОИС и др.), но в то же время учитывают приоритеты национальной или региональной политики.

Представленная в докладе классификация составлена с учетом многих факторов (см. Методологические комментарии). Она не является «жесткой» и, как показывает практика ведущих стран, может претерпевать изменения по мере совершенствования статистических классификаторов и корректировки приоритетов поддержки креативных индустрий со стороны Правительства Москвы.



# КЛАССИФИКАТОР КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ МОСКВЫ



АРТ-ИНДУСТРИЯ



ФОТОГРАФИЯ



РЕКЛАМА



ЮВЕЛИРНОЕ  
ДЕЛО



ИСПОЛНИТЕЛЬНОЕ  
ИСКУССТВО



ИЗДАТЕЛЬСКАЯ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ



АРХИТЕКТУРА



МУЗЕИ,  
БИБЛИОТЕКИ,  
АРХИВЫ



МУЗЫКА



ТЕЛЕРАДИОВЕЩАНИЕ



ДИЗАЙН



КУЛЬТУРНОЕ  
НАСЛЕДИЕ



КИНО  
И АНИМАЦИЯ



ИТ И ВИДЕОИГРЫ



МОДА



ОБРАЗОВАНИЕ  
В КРЕАТИВНЫХ  
ИНДУСТРИЯХ

ВИДЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, ОТНОСЯЩИЕСЯ К КРЕАТИВНЫМ<sup>1</sup>

	СОЗДАНИЕ	ПРОИЗВОДСТВО	РАСПРОСТРАНЕНИЕ
 <b>АРТ-ИНДУСТРИЯ</b>	<b>90.03</b> Создание произведений изобразительного искусства <sup>2</sup>	<b>32.99.8</b> Производство изделий художественных промыслов <sup>3</sup>	<b>47.78.5</b> Деятельность коммерческих художественных галерей <b>47.79.1</b> Торговля антиквариатом
 <b>ИСПОЛНИТЕЛЬСКОЕ ИСКУССТВО</b>	<b>90.01</b> Создание театральных, цирковых и балетных представлений <sup>2</sup>	<b>90.02</b> Вспомогательная деятельность при постановке театральных, цирковых и балетных представлений <sup>2</sup>	<b>90.04</b> Деятельность театральных залов <sup>2</sup>
 <b>МУЗЫКА</b>	<b>90.01</b> Создание музыкальных произведений <sup>2</sup>	<b>32.2</b> Производство музыкальных инструментов <b>59.20</b> Производство звукозаписей <b>90.02</b> Вспомогательная деятельность при постановке концертов <sup>2</sup>	<b>47.59.5</b> Торговля музыкальными инструментами <b>47.63</b> Торговля музыкальными записями <b>90.04</b> Деятельность концертных залов <sup>2</sup>
 <b>КИНО И АНИМАЦИЯ</b>	<b>59.11</b> Создание фильмов, ТВ программ	<b>59.12</b> Монтаж фильмов, ТВ программ	<b>59.13</b> Распространение фильмов и ТВ программ <b>59.14</b> Кинопоказ <b>77.22</b> Видеопрокат
 <b>ФОТОГРАФИЯ</b>	<b>74.20</b> Деятельность в области фотографии		

<sup>1</sup> В соответствии с Общероссийским классификатором видов экономической деятельности (ОКВЭД 2). Приводятся сокращенные наименования видов экономической деятельности.

(продолжение)

	СОЗДАНИЕ	ПРОИЗВОДСТВО	РАСПРОСТРАНЕНИЕ
 <b>ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ</b>	<b>90.03</b> Создание литературных произведений, написание статей для газет и журналов <sup>2</sup> <b>74.30</b> Письменный и устный перевод	<b>58.11</b> Издание книг <b>58.13</b> Издание газет <b>58.14</b> Издание журналов <b>58.19</b> Издание каталогов, открыток <b>18.1</b> Полиграфическая деятельность	<b>47.61</b> Торговля книгами <b>47.62</b> Торговля газетами <b>47.79.2</b> Торговля букинистическими книгами
 <b>ТЕЛЕРАДИОВЕЩАНИЕ</b>	<b>90.03</b> Создание информационных материалов <sup>2</sup>	<b>60.10</b> Производство радиопрограмм <sup>2</sup> <b>60.20</b> Производство ТВ программ <sup>2</sup> <b>63.91</b> Информационные агентства	<b>60.10</b> Радиовещание <sup>2</sup> <b>60.20</b> Телевещание <sup>2</sup>
 <b>ИТ И ВИДЕОИГРЫ</b>	<b>62.01</b> Разработка программного обеспечения <b>62.02</b> Консультации в сфере информационных технологий	<b>58.21</b> Издание компьютерных игр <b>58.29</b> Издание программного обеспечения	<b>63.12</b> Деятельность web-порталов
 <b>РЕКЛАМА</b>	<b>73.11</b> Создание рекламных материалов <sup>2</sup>		<b>73.11</b> Размещение рекламы <sup>2</sup> <b>70.21</b> Деятельность по связям с общественностью
 <b>АРХИТЕКТУРА</b>	<b>71.11</b> Архитектурное проектирование		

(окончание)

	СОЗДАНИЕ	ПРОИЗВОДСТВО	РАСПРОСТРАНЕНИЕ
 <b>ДИЗАЙН</b>	<b>74.10</b> Дизайн интерьеров, промышленный, графический дизайн <sup>2</sup>		
 <b>МОДА</b>	<b>74.10</b> Дизайн одежды и обуви <sup>2</sup>	<b>13</b> Производство текстильных изделий <b>14</b> Производство одежды <b>15</b> Производство кожи и изделий из кожи	
 <b>ЮВЕЛИРНОЕ ДЕЛО</b>	<b>74.10</b> Дизайн ювелирных изделий и бижутерии <sup>2</sup>	<b>32.12</b> Производство ювелирных изделий <b>32.13</b> Производство бижутерии	


**МУЗЕИ, БИБЛИОТЕКИ,  
АРХИВЫ**

- 91.01** Деятельность библиотек и архивов  
**91.02** Деятельность музеев


**КУЛЬТУРНОЕ  
НАСЛЕДИЕ**

- 91.03** Деятельность по охране памятников архитектуры


**ОБРАЗОВАНИЕ  
В КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ**

- 85.41.2** Образование в области культуры<sup>4</sup>

<sup>2</sup> Данные виды деятельности в ОКВЭД 2 не детализируются.

<sup>3</sup> Этот вид деятельности не выделен в качестве отдельной индустрии в классификации Москвы, поскольку, по данным СПАРК-Интерфакс на август 2020 г., в столице действовали лишь девять юридических лиц с таким кодом. Вместе с тем в масштабах страны отрасль имеет особую значимость.

<sup>4</sup> В действующей редакции ОКВЭД предусмотрено выделение с отдельным кодом только вида деятельности «Образование в области культуры», тогда как образование в сфере креативных индустрий существенно шире.

# ПОКАЗАТЕЛИ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ МОСКВЫ

На основе классификатора креативных индустрий Москвы сформирован реестр профильных организаций.

Ключевыми источниками информации для него стали базы данных СПАРК-Интерфакс и FIRA PRO<sup>1</sup>, содержащие качественные и количественные показатели организаций и индивидуальных предпринимателей (ИП). Из этих баз данных были выделены списки действующих московских организаций и ИП, которые указали один из видов экономической деятельности, включенных в классификатор, в качестве основного<sup>2</sup>.

В связи с частым несовпадением официально заявленных кодов ОКВЭД 2 с фактически осуществляемой деятельностью реестр был дополнен сведениями из открытых источников – результатами специализированных рейтингов, данными с сайтов профильных конкурсов, конференций и др. Ряд организаций, не осуществлявших «креативную деятельность», исключались из итогового реестра (см. Методологические комментарии). В результате были определены базовые экономические характеристики творческого сектора столицы.

**В креативных индустриях Москвы действуют более 58 тыс. организаций и 54 тыс. ИП. В 2018 г. общий объем выручки компаний составил 3.04 трлн руб., а численность занятых превысила 463 тыс. человек (без учета организаций, не предоставивших информацию). По оценкам НИУ ВШЭ, в 2019 г. размер выручки организаций креативных индустрий достиг 4 трлн руб.**

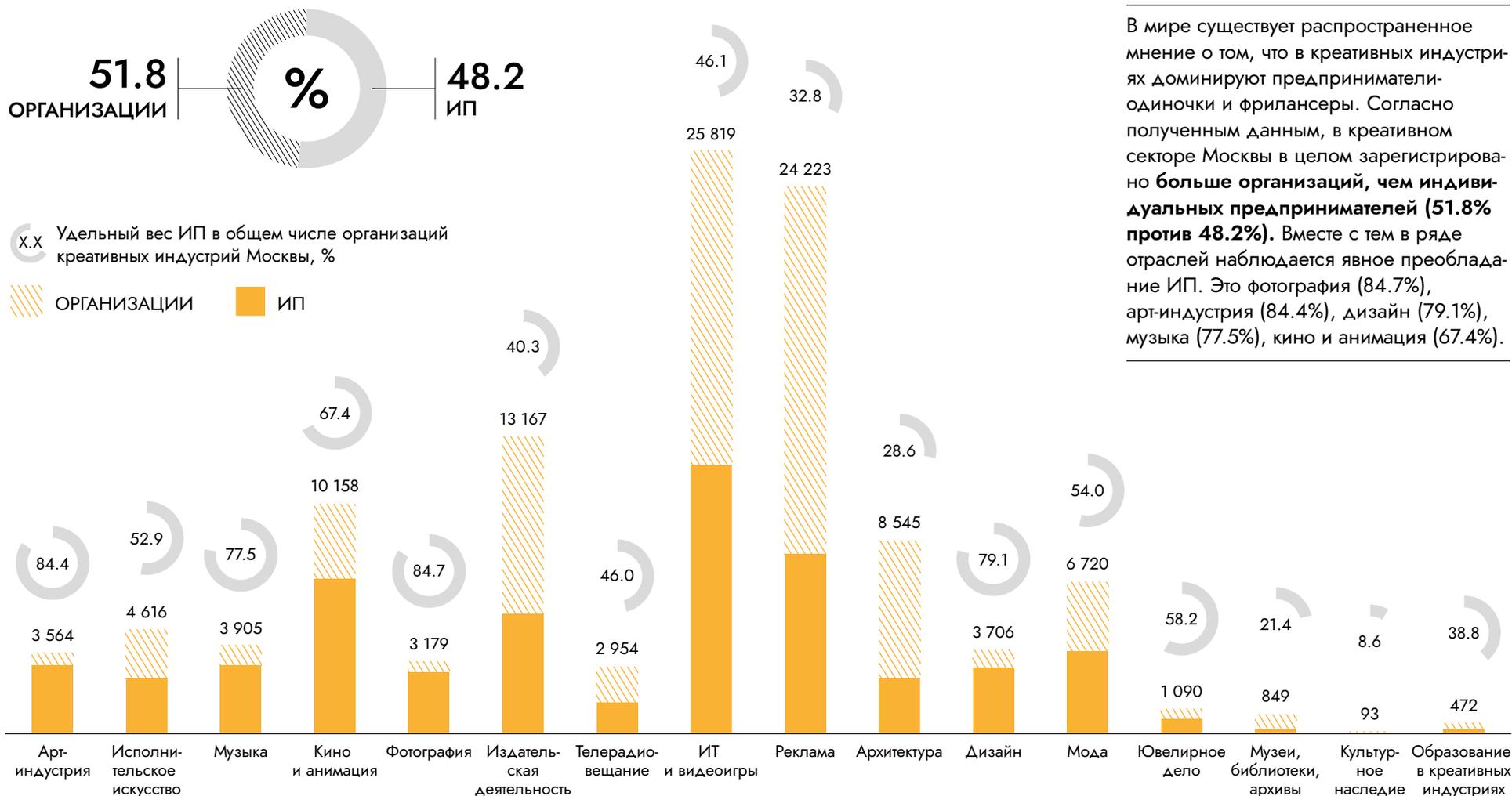


<sup>1</sup> Описание продуктов СПАРК и FIRA PRO представлено на интернет-сайтах <https://www.spark-interfax.ru/> и <https://fira.ru> соответственно.

<sup>2</sup> По состоянию на август 2020 г.

<sup>3</sup> Информацию о выручке за 2018 г. предоставила 27 901 организация (47.7% от их общего числа), о численности занятых – 32 525 (60.7%). Численность занятых в остальных организациях и ИП условно принята за 1 чел.

# ЗАРЕГИСТРИРОВАННЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ И ИП



# ВОЗРАСТНАЯ СТРУКТУРА КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ



## МОЛОДЫЕ

ОРГАНИЗАЦИИ

**16.9%**

ИП

**41.0%**

ТОП-5 индустрий по доле организаций/ИП, действующих на рынке от 1 до 3 лет, %



Креативная экономика Москвы характеризуется высокой динамичностью предпринимательской среды. Порядка 17% организаций и 41% ИП – молодые, действующие на рынке менее трех лет. В основном такие компании сконцентрированы в сферах дизайна (более 50%), рекламы и ИТ.



## ЗРЕЛЫЕ

ОРГАНИЗАЦИИ

**27.9%**

ИП

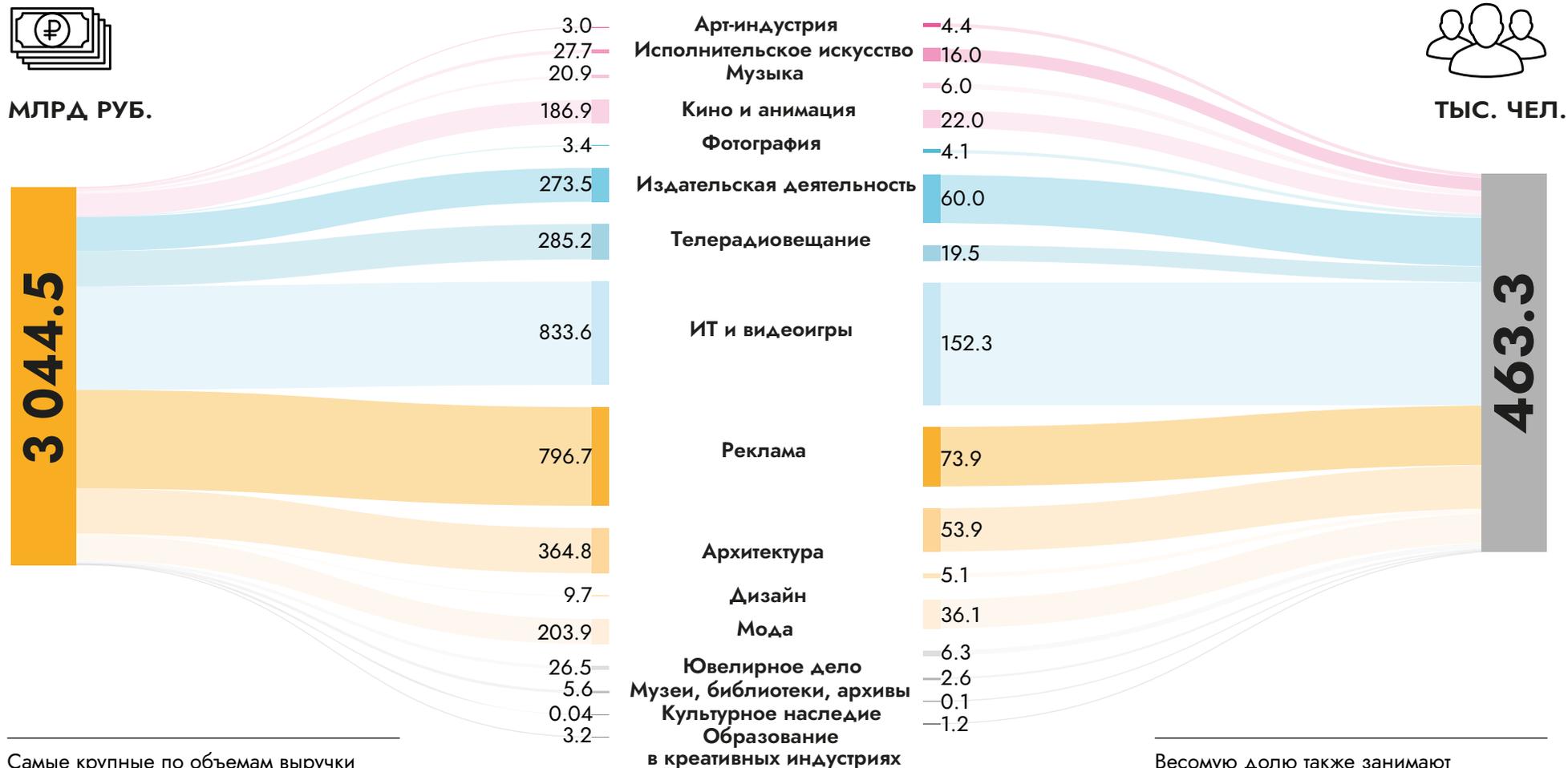
**13.8%**

ТОП-5 индустрий по доле организаций/ИП, действующих на рынке более 10 лет, %



Почти половина организаций в издательской деятельности, арт-индустрии и телерадиовещании работают на рынке более десяти лет. В ювелирной и издательской отраслях, арт-, фото- и киноиндустриях действует значительное число зрелых ИП. Их доля варьирует в диапазоне 20–30%.

# ВЫРУЧКА И ЧИСЛЕННОСТЬ ЗАНЯТЫХ



Самые крупные по объемам выручки и численности занятых креативные индустрии Москвы – реклама и ИТ. Суммарно они составляют около половины всего творческого сектора столицы.

Весомую долю также занимают издательская деятельность и архитектура. Вклад других креативных индустрий в экономику города менее заметен.

# ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ В КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКЕ МОСКВЫ

О значимости креативных индустрий для экономики Москвы можно судить по объему создаваемой ими добавленной стоимости. Этот показатель определяется как разность между выпуском товаров и услуг и промежуточным потреблением. Он отражает возможности организаций той или иной отрасли по обеспечению занятости, выплате заработных плат, осуществлению инвестиций и — косвенно — их роль в формировании бюджета города.

В 2018 г. добавленная стоимость в креативных индустриях Москвы достигла 1.12 трлн руб., что составило 6.29% валового регионального продукта (ВРП). По вкладу в столичную экономику творческий сектор значительно опережает даже столь масштабную отрасль, как строительство (3.9% ВРП).

**Московские организации создают порядка 54% добавленной стоимости креативных индустрий России.** Это обусловлено исторически сложившейся концентрацией в мегаполисе творческого и культурного потенциала в сочетании с высоким спросом на соответствующие продукты и услуги.

**БОЛЕЕ ПОЛОВИНЫ ВСЕЙ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТИ  
КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ РОССИИ СОЗДАЕТСЯ В МОСКВЕ**

**1.12** трлн руб.

Добавленная стоимость  
в креативных индустриях Москвы

**6.29%**

Доля креативных индустрий  
в ВРП Москвы

**2.1** трлн руб.

Добавленная стоимость  
в креативных индустриях России

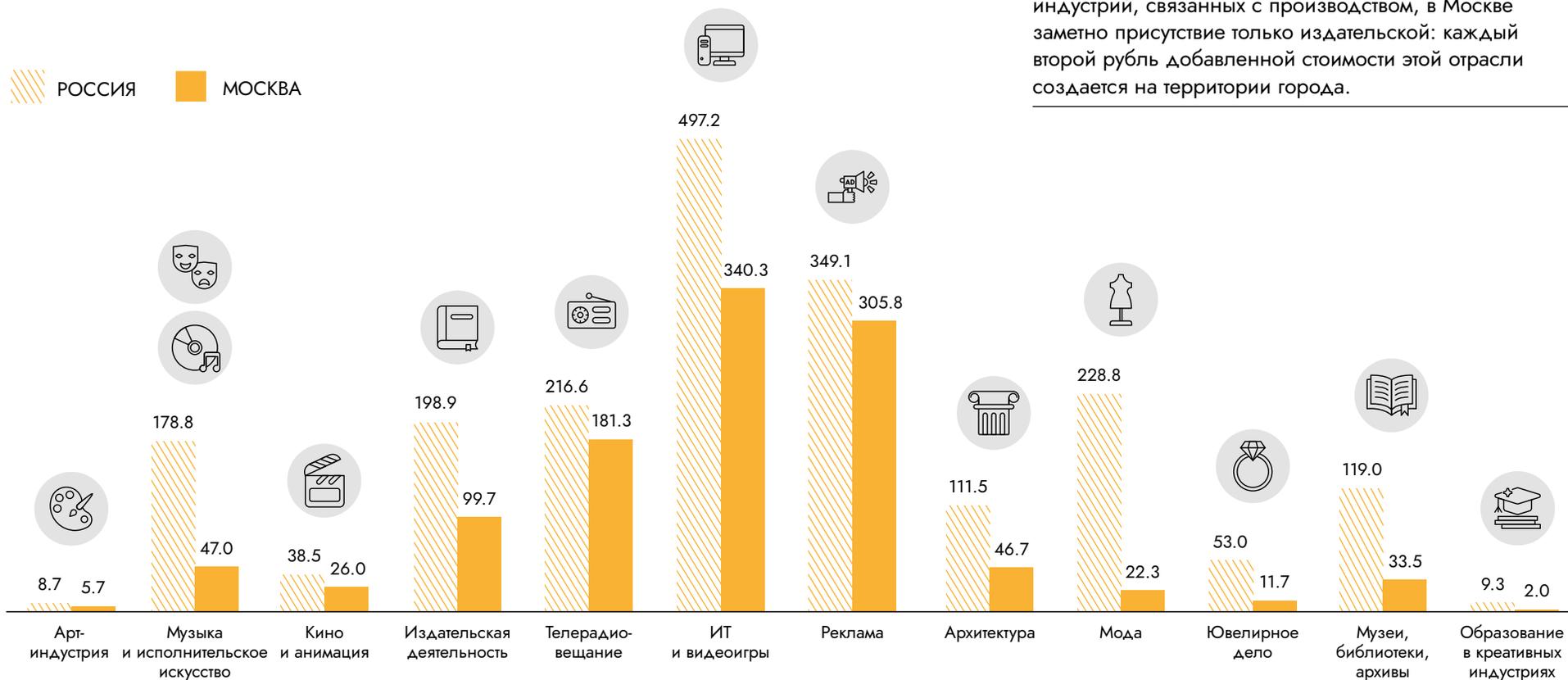
**2.23%**

Доля креативных индустрий  
в ВВП России

## ВАЛОВАЯ ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ: 2018, МЛРД РУБ.

Почти три четверти добавленной стоимости в креативной экономике Москвы приходится на ИКТ, рекламу и телерадиовещание.

Деятельность в области телевизионного вещания, рекламы и кино практически полностью сосредоточена в столице, тогда как мода, ювелирное дело и исполнительские искусства представлены преимущественно в других регионах. Из креативных индустрий, связанных с производством, в Москве заметно присутствие только издательской: каждый второй рубль добавленной стоимости этой отрасли создается на территории города.

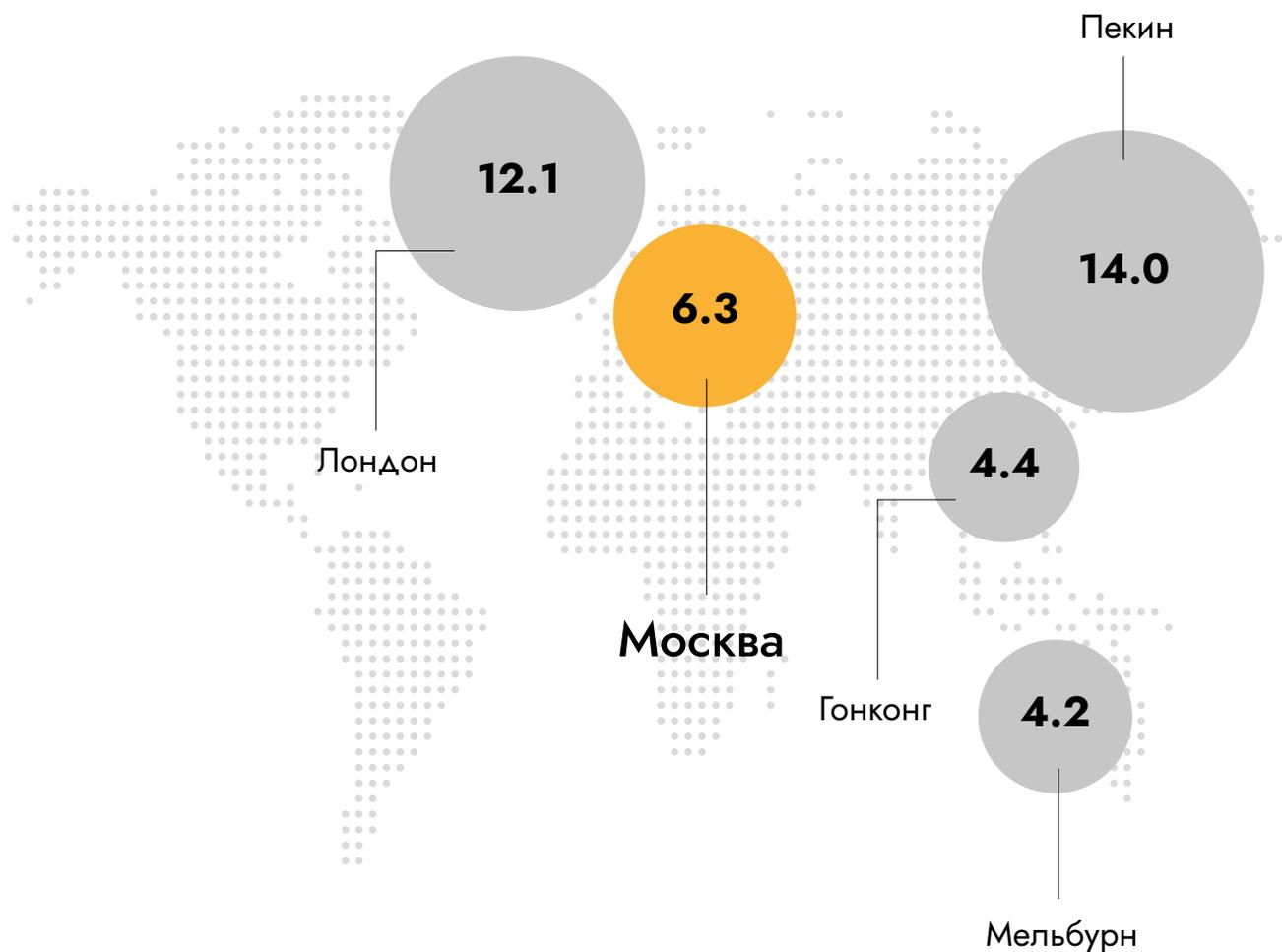


Источник: оценка НИУ ВШЭ на основе классификатора креативных индустрий и данных Росстата об обороте организаций (форма № П-1 «Сведения о производстве и отгрузке товаров и услуг»), а также объемах произведенного ВВП России в детализированной разработке и ВРП Москвы по ОКВЭД 2 за 2018 г.

## ДОЛЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В ВАЛОВОМ ПРОДУКТЕ ГОРОДА: 2018<sup>1</sup>, %

По вкладу креативного сектора в экономику Москва сравнима с другими глобальными мегаполисами, даже несмотря на ее заметный по мировым меркам промышленный потенциал.

Международные сопоставления этого показателя на уровне городов осложняются ограниченной практикой таких измерений, а также различиями в подходах к определению состава креативных индустрий. Например, власти Пекина относят к креативным такие отрасли, как производство сопутствующей продукции (игрушек, канцтоваров, техники и оборудования для кино, музыкальной индустрии, телерадиовещания и др.) и торговлю ею. Вместе с тем двукратное отставание Москвы от Лондона — одного из глобальных лидеров в области развития креативных индустрий — при общей близости подходов к оценке их доли в ВРП демонстрирует потенциал дальнейшего роста креативного сектора в нашей столице и возможность выполнения ею роли мирового центра креативности в обозримом будущем.



Источники: НИУ ВШЭ, NESTA, Департамент переписей и статистики Правительства Специального административного района Гонконг, Департамент информации Пекинского муниципального комитета Коммунистической партии Китая, Администрация города Мельбурн.

<sup>1</sup> Или ближайшие годы, по которым имеются данные.

# КРЕАТИВНАЯ КАРТА МОСКВЫ



Концентрация организаций  
креативных индустрий

min max



## ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ КЛАСТЕРЫ

### 1 ЦВЕТНОЙ

- Универмаг «Цветной» и близлежащие бизнес-центры
- Комплекс административных зданий на Проспекте Мира

### 2 ПОКРОВСКИЙ

- Бизнес-центр «Покровка 16» / «Дом Карзинкиных»

### 3 ПРЕСНЕНСКИЙ

- Трехгорная мануфактура
- Башня «Империя»
- «Эволюция»

### 4 БАСМАНЫЙ

- Бизнес-центр, лофт «Платформа»
- Общественно-деловое пространство «Басманный двор»

### 5 ЯМСКОЕ ПОЛЕ

- Бизнес-центр «Ямское поле»
- Бизнес-центр «Молодая гвардия»

### 6 ДЕРБЕНЕВСКИЙ

- Деловой квартал «Новоспаский»

### 7 ЗАМОСКОВОРЕЧНЫЙ

- Креативный квартал на бывшей территории завода «Красный октябрь»
- Бизнес-центры на бывшей территории завода «Темп»

### 8 САВЕЛОВСКИЙ

- Общественное пространство «Хлебозавод»
- Дизайн-квартал «Флакон»

### 9 АВТОЗАВОДСКИЙ

- Бизнес-центр «Омега плаза»
- Культурный центр ЗИЛ

### 10 БУТЛЕРОВСКИЙ

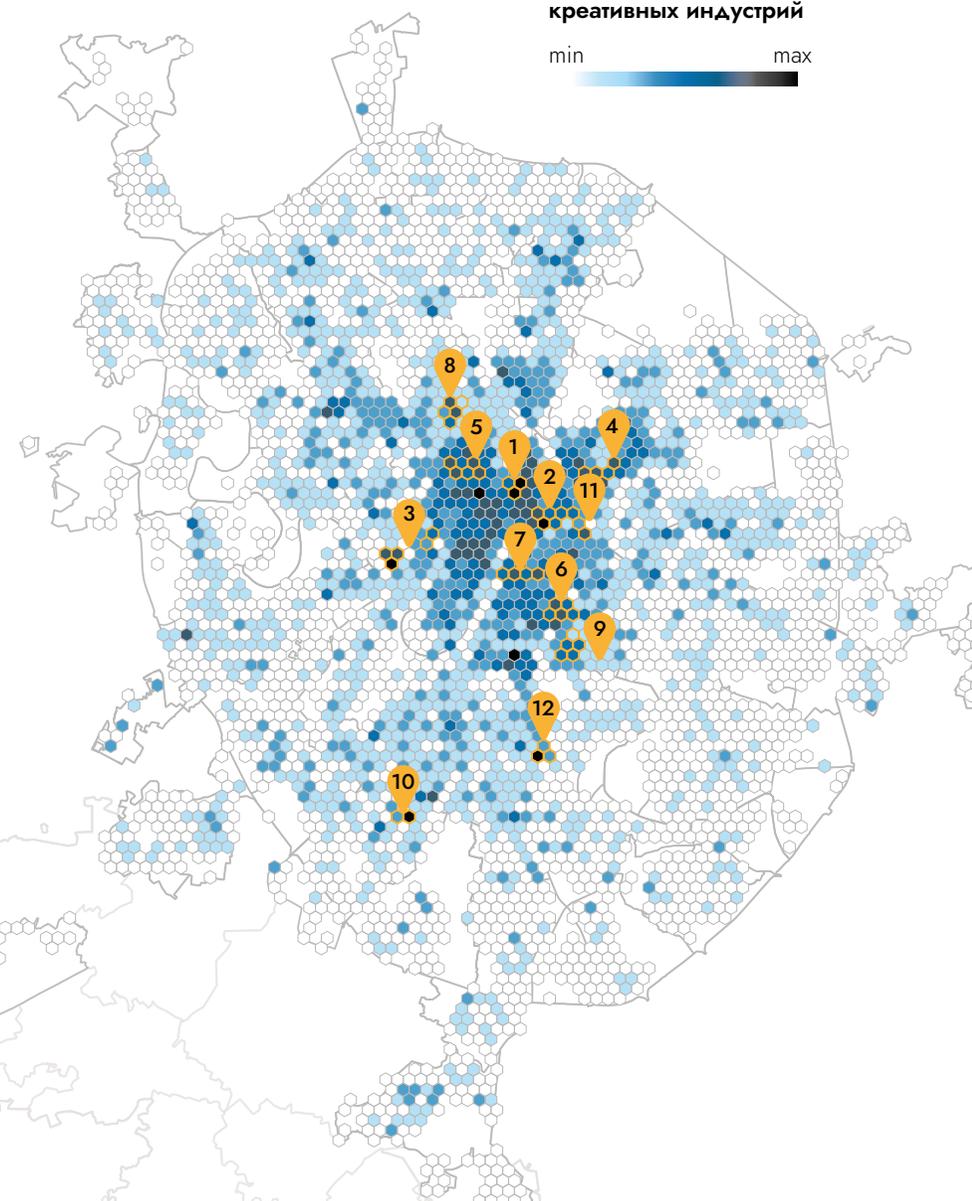
- Бизнес-центр «Fresh»
- Бизнес-центр «NEO GEO»

### 11 СЫРОМЯТНИЧЕСКИЙ

- Центр дизайна ArtPlay
- Бизнес-парк «Арма»
- Центр современного искусства «Винзавод»

### 12 НАГАТИНСКИЙ

- Бизнес-центр «РТС Нагатинский»



# МЕЖОТРАСЛЕВЫЕ КЛАСТЕРЫ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ МОСКВЫ

Кластеры определены на основе эмпирических оценок близости отдельных креативных индустрий друг к другу по двум критериям: территориальному и тематическому. Территориальная близость оценивается через совместную локализацию организаций различных креативных индустрий на территории города, тематическая — по сочетанию различных видов деятельности в их уставных документах (см. Методические комментарии).

## ▶ ИНФОРМАЦИОННЫЙ КЛАСТЕР

наиболее крупный, связан с большинством других креативных индустрий

## ▶ МЕДИАКЛАСТЕР

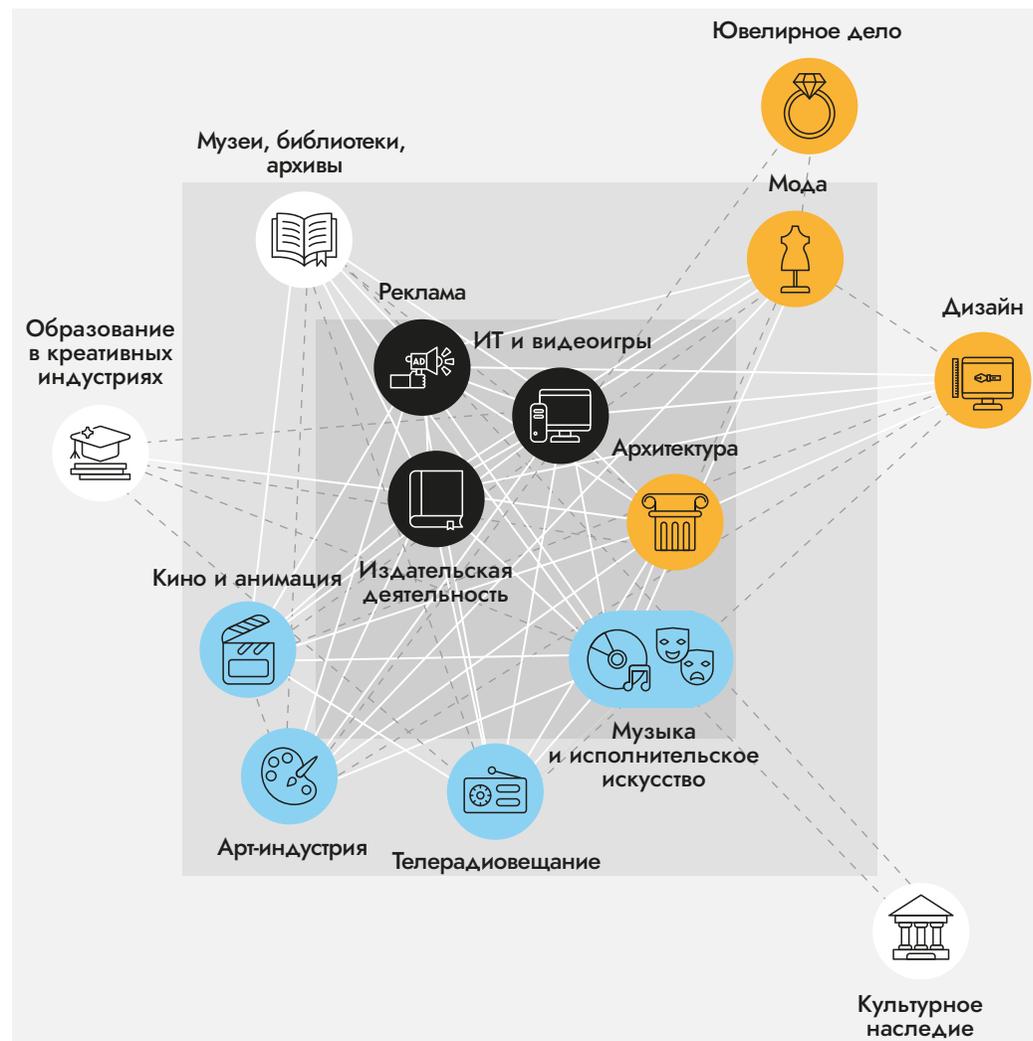
технологически ориентированный, создающий контент с потенциалом воспроизведения «в каждом смартфоне»

## ▶ ДИЗАЙН-КЛАСТЕР

опирается на архитектурные решения и инжиниринг, тесно связан с промышленностью

Стимулирование совместных проектов, кросс-инноваций и самоорганизации профессионального сообщества с опорой на межотраслевые кластеры — перспективный вектор государственной поддержки креативных индустрий Москвы.

Влияние на креативный сектор города



# ФАКТОРЫ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАСПОЛОЖЕНИЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

## ВЛИЯНИЕ

ПОЛОЖИТЕЛЬНОЕ

НЕЙТРАЛЬНОЕ

ОТРИЦАТЕЛЬНОЕ

## ГРУППЫ ФАКТОРОВ

ИНФРАСТРУКТУРА

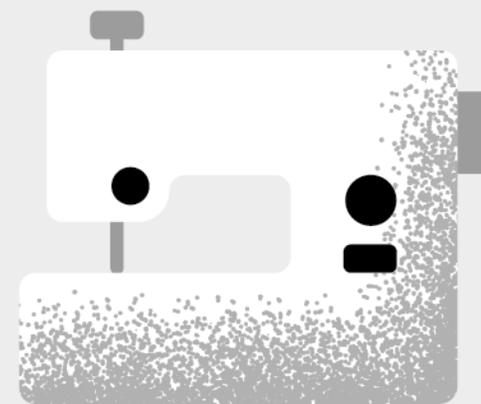
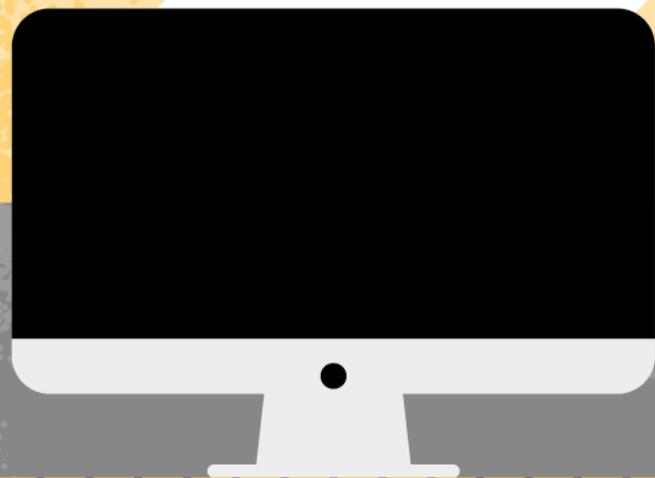
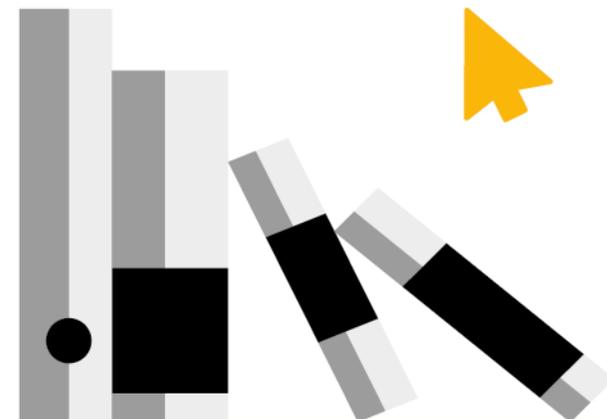
ПОТРЕБИТЕЛИ

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ  
КАПИТАЛ

Оценка влияния факторов городской среды на размещение организаций креативных индустрий проводилась на основе эконометрического моделирования (см. Методологические комментарии). На развитие креативных индустрий на конкретной территории, прежде всего, оказывает влияние наличие бизнес- и торговых центров. Но ключевым фактором является достигнутый уровень присутствия компаний креативного сектора: **творческие предприниматели стремятся друг к другу в большей степени, чем к центру города, станциям метро или промышленным зонам.**



# КРЕАТИВНЫЕ ПРОФЕССИИ



# КЛАССИФИКАЦИЯ КРЕАТИВНЫХ ПРОФЕССИЙ

**Оценка занятости в креативных профессиях — альтернативный подход к измерению масштабов креативной экономики города.**

В его основе лежит классификация видов занятий, относящихся к креативным [NESTA, 2013]. Для расчетов используются данные выборочных обследований рабочей силы, которые проводятся во многих странах. При оценке часто применяется концепция «креативного трезубца» (creative trident), т.е. выделяются три группы работающих в креативной сфере [Higgs, Cunningham, 2007]:

- ▶ занятые в креативных профессиях в креативных индустриях («СПЕЦИАЛИСТЫ»)
- ▶ занятые в прочих профессиях в креативных индустриях («ПОДДЕРЖИВАЮЩИЕ»)
- ▶ занятые в креативных профессиях в других секторах («ИНТЕГРИРОВАННЫЕ»)

Сумма численности трех указанных категорий работников условно рассматривается как сводная характеристика занятости в креативной экономике.

При этом анализ категории «интегрированные» позволяет оценить масштаб проникновения креативных профессий в другие индустрии.

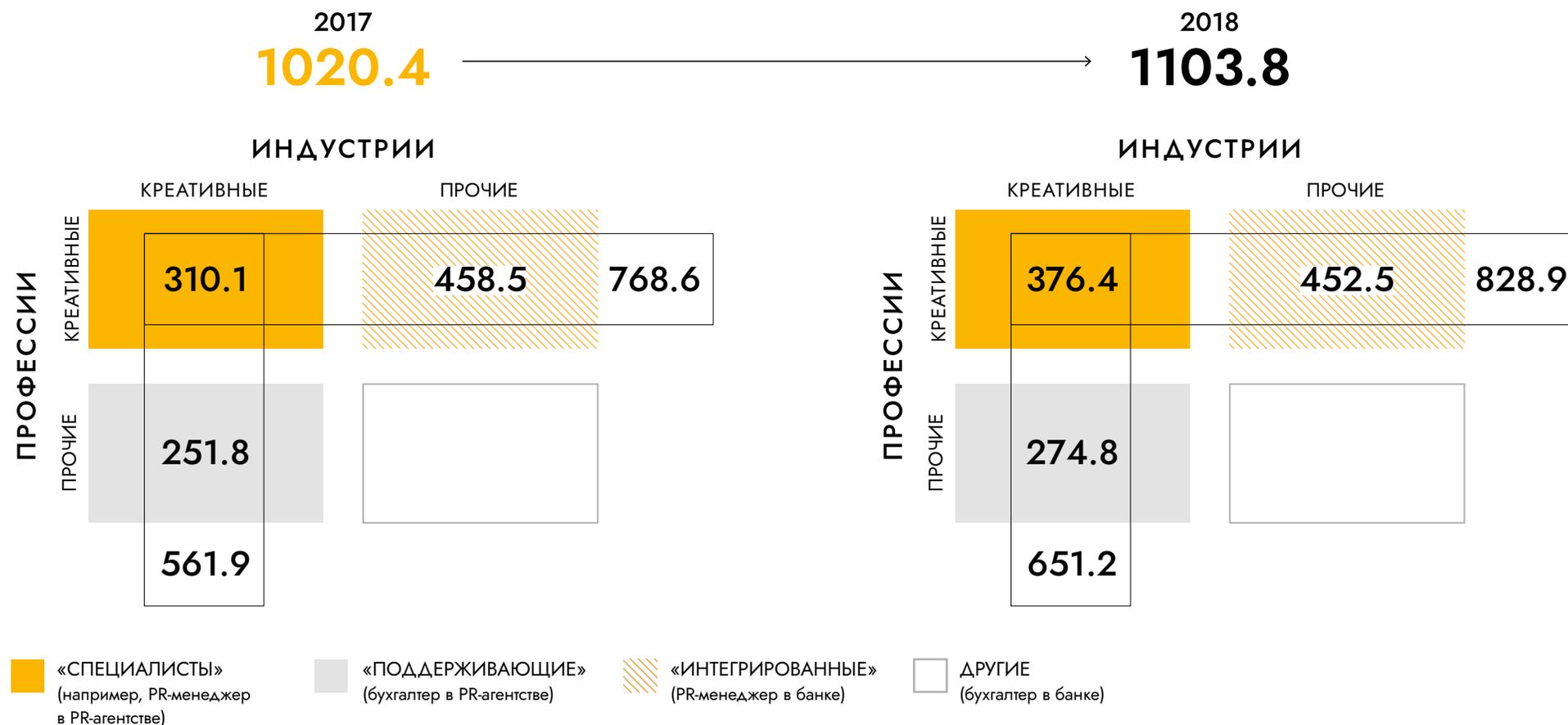
## КРЕАТИВНЫЕ ПРОФЕССИИ

1221	Руководители служб по сбыту и маркетингу	2654	Режиссеры кино, театра и родственные им деятели искусства и продюсеры
1222	Руководители служб по рекламе и связям с общественностью	2655	Актеры
1330	Руководители служб и подразделений в сфере информационно-коммуникационных технологий	3112	Техники по гражданскому строительству
2161	Архитекторы зданий и сооружений	3431	Фотографы
2162	Ландшафтные архитекторы	3432	Художники-декораторы и оформители
2163	Дизайнеры товаров и одежды	3521	Специалисты-техники по радио- и телевидению
2164	Проектировщики-градостроители и проектировщики транспортных узлов	7221	Кузнецы, кузнецы на молотах и прессах
2166	Графические и мультимедийные дизайнеры	7312	Изготовители, настройщики и реставраторы музыкальных инструментов
2431	Специалисты по рекламе и маркетингу	7313	Мастера по изготовлению ювелирных украшений и изделий из драгоценных металлов и камней, изделий художественных промыслов
2432	Специалисты по связям с общественностью	7314	Гончары и рабочие родственных занятий
2511	Системные аналитики	7315	Формовщики изделий из стекла, резчики по камню, шлифовщики и полировщики
2512	Разработчики программного обеспечения	7316	Художники по росписи, художники-оформители, гравировщики и травильщики
2513	Программисты приложений, разработчики Web и мультимедийных приложений	7317	Рабочие художественных промыслов, изготавливающие плетеные изделия, изделия из дерева и аналогичных материалов
2514	Разработчики и аналитики программного обеспечения и приложений, не входящие в другие группы	7318	Рабочие художественных промыслов, изготавливающие изделия из текстиля, кожи, меха и аналогичных материалов
2621	Специалисты архивов и музеев	7319	Квалифицированные рабочие ручного труда, не входящие в другие группы
2622	Специалисты библиотек	7522	Краснодеревщики и рабочие родственных занятий
2641	Писатели, поэты и другие литераторы	7533	Швеи, вышивальщицы и рабочие родственных занятий
2642	Журналисты		
2643	Переводчики и другие лингвисты		
2651	Художники		
2652	Музыканты, певцы и композиторы		
2653	Танцоры и хореографы		

Источник: НИУ ВШЭ на основе классификатора креативных профессий Великобритании (UK DCMS, 2016), Стандартного классификатора занятий Великобритании (SOC 2010) и Общероссийского классификатора занятий (ОКЗ-2014).

# ЗАНЯТОСТЬ В КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКЕ МОСКВЫ

ЧИСЛЕННОСТЬ ЗАНЯТЫХ, ТЫС. ЧЕЛ.



Источник: оценка НИУ ВШЭ по данным обследования рабочей силы Росстата.

## ДОЛЯ ЗАНЯТЫХ В КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКЕ В ОБЩЕЙ ЧИСЛЕННОСТИ ЗАНЯТЫХ В МОСКВЕ, %



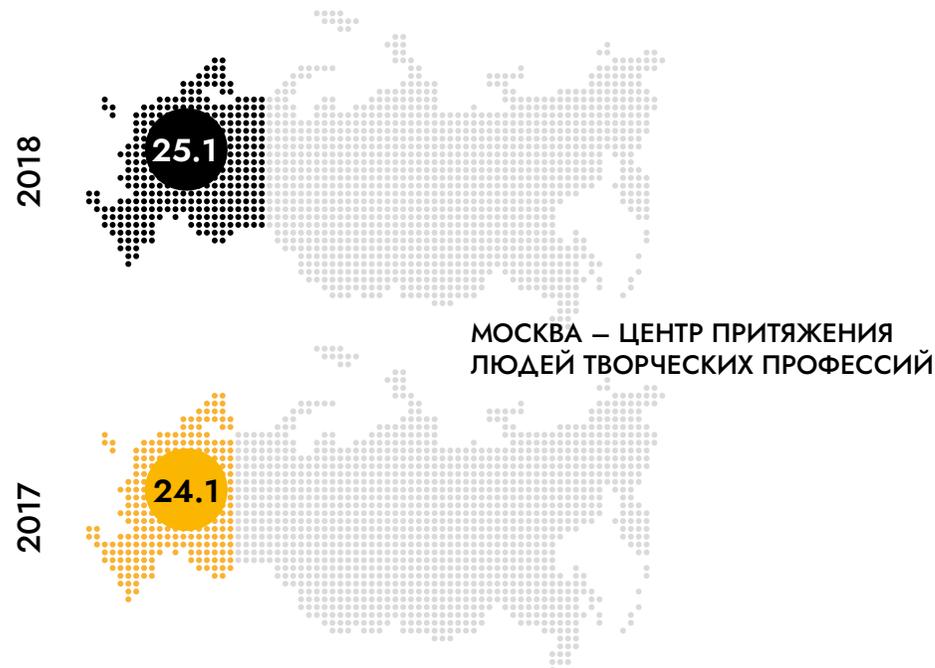
**КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА ОБЕСПЕЧИВАЕТ 12.6% РАБОЧИХ МЕСТ В МОСКВЕ.**

**В 2018 г. суммарная численность занятых в креативной экономике Москвы составляла 1.1 млн человек, или 12.6% всех занятых в столице.** В сравнении с предыдущим годом занятость в данной сфере выросла на 5.4%.

В основном этому способствовал рост числа «специалистов» — работников креативных профессий, занятых в креативных индустриях, на 21.4% — до 376.4 тыс. человек.

*Справочно:* численность занятого населения на территории Москвы, включая жителей других регионов: 2017 г. — 8.6 млн человек, 2018 г. — 8.8 млн человек.

## ДОЛЯ МОСКВЫ В КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКЕ РОССИИ, %



**На Москву приходится четверть всех занятых в креативной экономике России.**

Непосредственно в креативных индустриях Москвы работали 651.2 тыс. человек (увеличение на 15.9%), а численность занятых в креативных профессиях достигла 828.9 тыс. человек. Свыше половины всех творческих индивидов трудились в традиционных отраслях (не относящихся к креативным), что свидетельствует о высоком уровне проникновения креативных профессий в другие сектора экономики.

*Справочно:* численность занятых в креативных профессиях и индустриях в России: 2017 г. — 4.2 млн человек, 2018 г. — 4.4 млн человек.

# ЗАНЯТОСТЬ В КРЕАТИВНЫХ ПРОФЕССИЯХ

ЗАНЯТЫЕ В КРЕАТИВНЫХ ПРОФЕССИЯХ: 2018, %



**ВО ВСЕХ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ НАБЛЮДАЕТСЯ ВЫСОКАЯ КОНЦЕНТРАЦИЯ ТВОРЧЕСКИХ РАБОТНИКОВ – БОЛЕЕ 50%.**

Максимальная плотность занятых в креативных профессиях зафиксирована в фото- и арт-индустриях, дизайне, ювелирном деле, архитектуре и сфере информационных технологий – более 70%. В других индустриях этот показатель ниже (в пределах 50–60%) за счет необходимости масштабного вовлечения в рабочие процессы административных, технических работников и другого вспомогательного персонала.

ДОЛЯ ЗАНЯТЫХ В КРЕАТИВНЫХ ПРОФЕССИЯХ ПО КРЕАТИВНЫМ ИНДУСТРИЯМ МОСКВЫ: 2017–2018 (СРЕДНЕЕ)



Источник: оценка НИУ ВШЭ по данным обследования рабочей силы Росстата.



# КРЕАТИВНЫЕ ТОВАРЫ



# МЕЖДУНАРОДНАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ КРЕАТИВНЫХ ТОВАРОВ

Еще один международно признанный подход к исследованию креативной экономики — анализ торговли креативными товарами и услугами<sup>1</sup>. 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

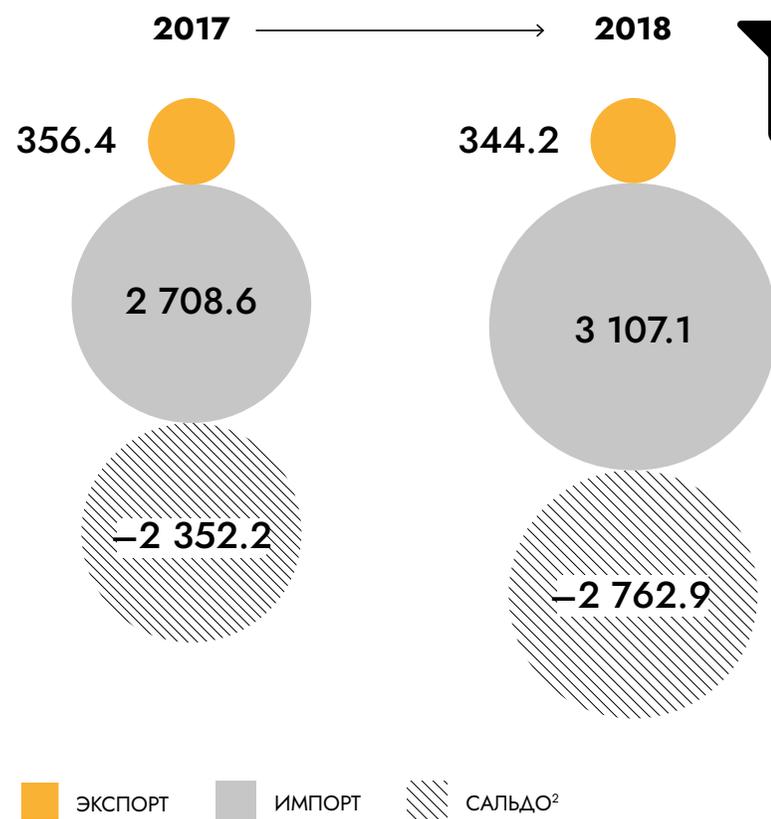
### PUBLISHING

- Книги
- Газеты
- Прочая печатная продукция

<sup>1</sup> 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.<sup>1</sup>)

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.

<sup>1</sup> 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%).

<sup>2</sup> Разность между поступлениями от экспорта и выплатами по импорту креативных товаров.

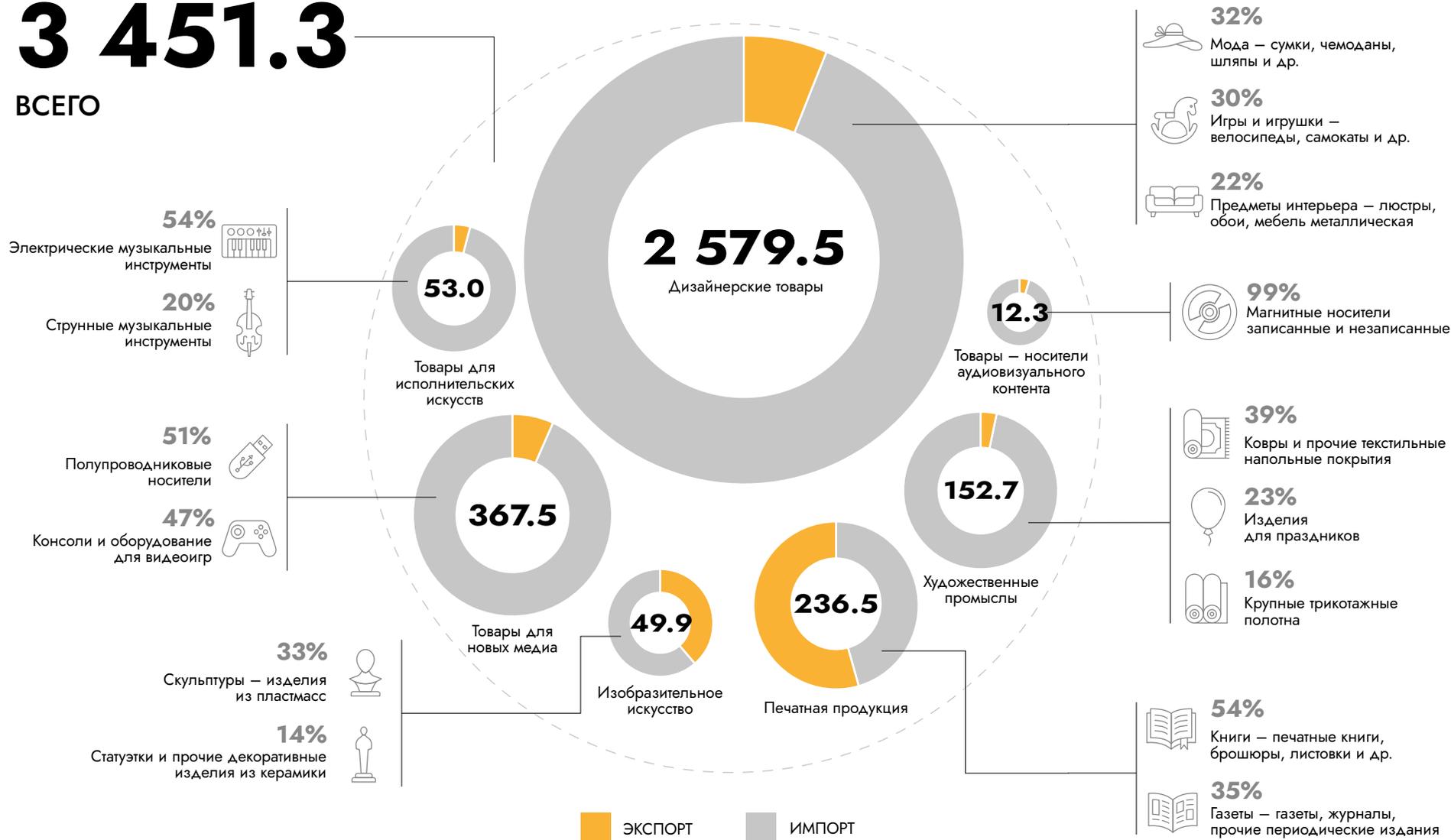
## ВНЕШНЕТОРГОВЫЙ ОБОРОТ КРЕАТИВНЫХ ТОВАРОВ МОСКВЫ ПО ГРУППАМ: 2018, МЛН ДОЛЛ. США

# 3 451.3

ВСЕГО

# 2 579.5

Дизайнерские товары



ЭКСПОРТ

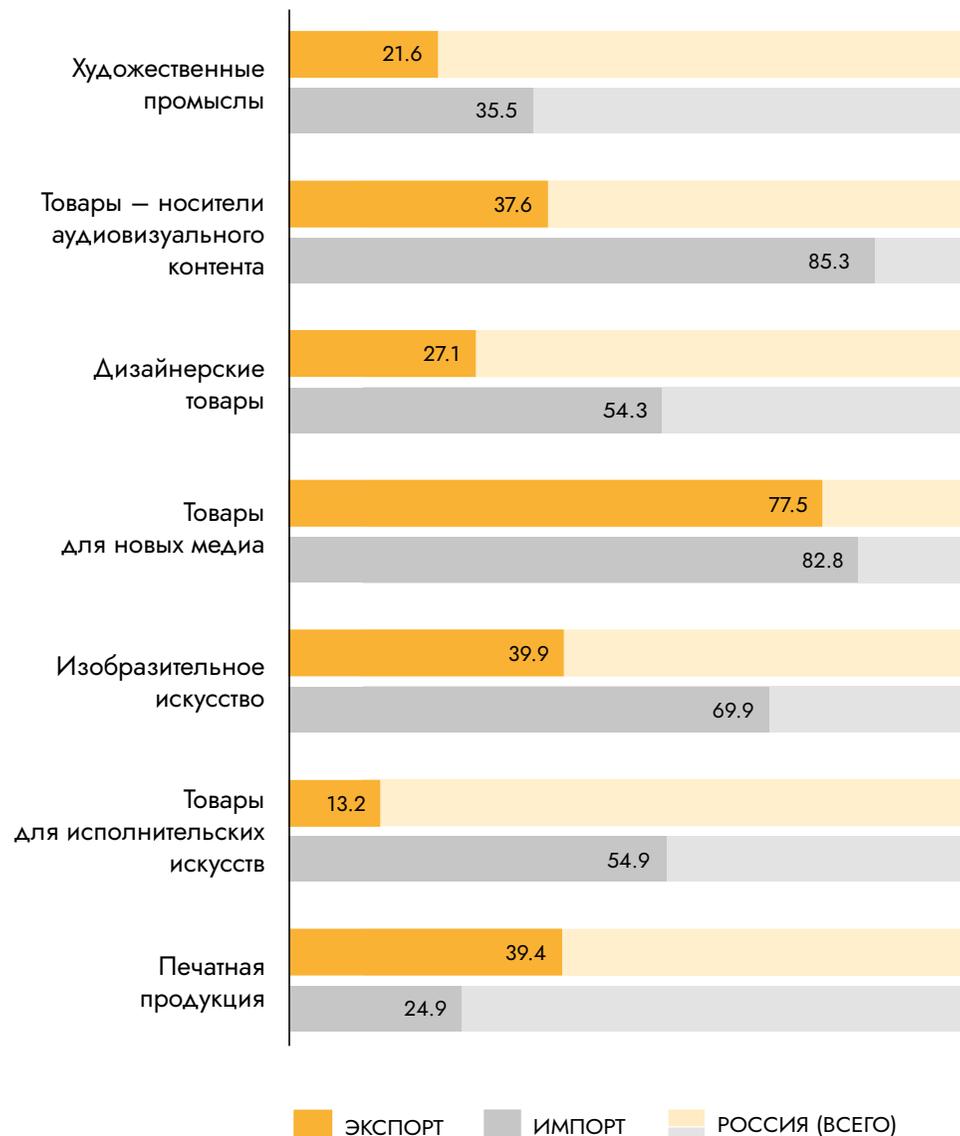
ИМПОРТ

## 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.





**ПРОФИЛИ**  
**КРЕАТИВНЫХ**  
**ИНДУСТРИЙ**  
**МОСКВЫ**

# ПРОФИЛЬ КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ

## МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОЯСНЕНИЯ

Наименование  
индустрии

Коды и сокращенные  
наименования основных видов  
экономической деятельности,  
относящихся к индустрии,  
в соответствии с ОКВЭД 2  
и разработанным авторами  
классификатором креативных  
индустрий Москвы

Доля организаций индустрии  
в общем числе организаций  
креативных индустрий Москвы  
по состоянию на август 2020 г.

Общее число организаций  
и индивидуальных предпринимателей  
в индустрии Москвы по состоянию  
на август 2020 г.

### АРТ-ИНДУСТРИЯ

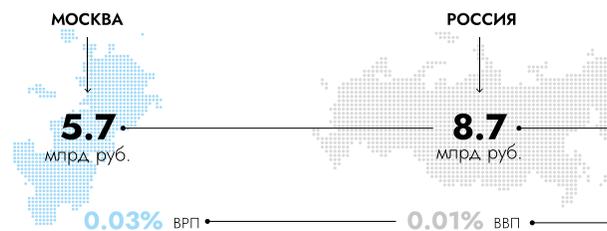


### КОДЫ ОКВЭД 2

- 90.03 Деятельность художников
- 32.99.8 Производство изделий народных художественных промыслов
- 47.78.5 Деятельность коммерческих художественных галерей
- 47.79.1 Торговля антиквариатом

Доля индивидуальных предпринимателей  
в индустрии в общей численности  
индивидуальных предпринимателей креативных  
индустрий Москвы по состоянию на август 2020 г.

### ВАЛОВАЯ ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ ИНДУСТРИИ



Объем валовой  
добавленной стоимости  
индустрии в Москве  
и России в 2018 г.

Доля индустрии в валовом  
региональном продукте  
Москвы и валовом  
внутреннем продукте  
России в 2018 г.

### ВКЛАД ИНДУСТРИИ В КРЕАТИВНУЮ ЭКОНОМИКУ МОСКВЫ



Доля занятых в индустрии  
в общей численности  
занятых в креативных  
индустриях Москвы в 2018 г.

Численность занятых  
в организациях индустрии  
Москвы в 2018 г.

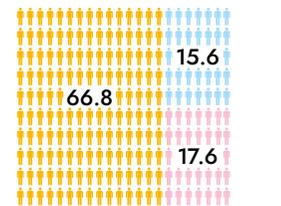
Объем выручки организаций  
индустрии Москвы в 2018 г.

Доля индустрии в общем  
объеме выручки  
креативных индустрий  
Москвы в 2018 г.

Доли занятых в индустрии Москвы по организациям разного размера (по численности занятых): микро (менее 15 чел.), малых (16–100 чел.), средних (101–250 чел.), крупных (более 250 чел.) в 2018 г.

**СТРУКТУРА ЗАНЯТЫХ В ИНДУСТРИИ, %**

ОРГАНИЗАЦИИ:  
 микро (менее 15 чел.)    малые (16–100 чел.)  
 средние (101–250 чел.)    крупные (более 250 чел.)



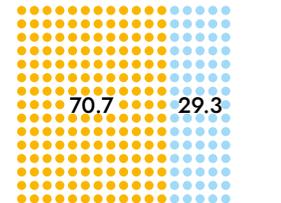
**57.5%**

занятых приходится на топ-50 организаций

Доли выручки в индустрии Москвы по организациям разного размера (по объему выручки): микро (до 120 млн руб.), малых (до 800 млн руб.), средних (до 2 млрд руб.), крупных (более 2 млрд руб.) в 2018 г.

**СТРУКТУРА ВЫРУЧКИ В ИНДУСТРИИ, %**

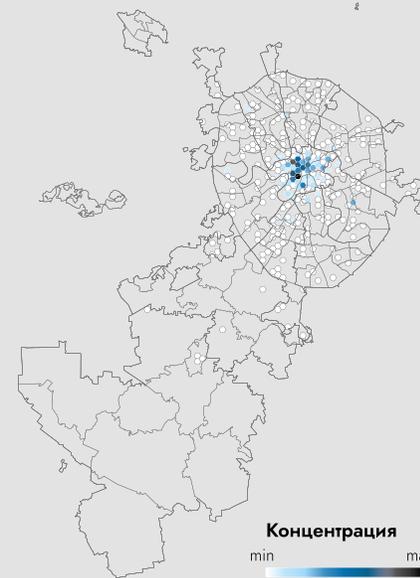
ОРГАНИЗАЦИИ:  
 микро (до 120 млн руб.)    малые (до 800 млн руб.)  
 средние (до 2 млрд руб.)    крупные (более 2 млрд руб.)



**87.4%**

выручки приходится на топ-50 организаций

**ЛОКАЛИЗАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ИНДУСТРИИ НА ТЕРРИТОРИИ МОСКВЫ**



Размещение организаций креативных индустрий Москвы в 2020 г. (по фактическому адресу)

Доля выручки 50 крупнейших организаций индустрии в общем объеме выручки индустрии Москвы в 2018 г.

Доля занятых в 50 крупнейших организациях индустрии в общей численности занятых в индустрии Москвы в 2018 г.

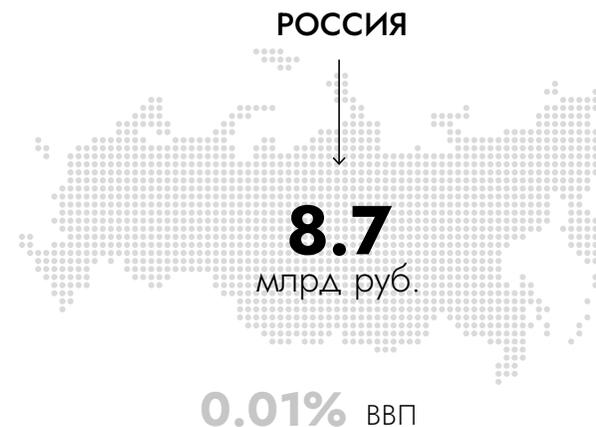
## АРТ-ИНДУСТРИЯ



### КОДЫ ОКВЭД 2

- 90.03** Деятельность художников
- 32.99.8** Производство изделий народных художественных промыслов
- 47.78.5** Деятельность коммерческих художественных галерей
- 47.79.1** Торговля антиквариатом

## ВАЛОВАЯ ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ В ИНДУСТРИИ



## ВКЛАД ИНДУСТРИИ В КРЕАТИВНУЮ ЭКОНОМИКУ МОСКВЫ

**ОРГАНИЗАЦИИ И ИП**

1.0% 5.5%



Из них организаций – 557,  
ИП – 3 007

**ВЫРУЧКА**

0.1%



Предоставили информацию о выручке  
за 2018 г. 213 организаций (38.2%)

**ЧИСЛЕННОСТЬ ЗАНЯТЫХ**

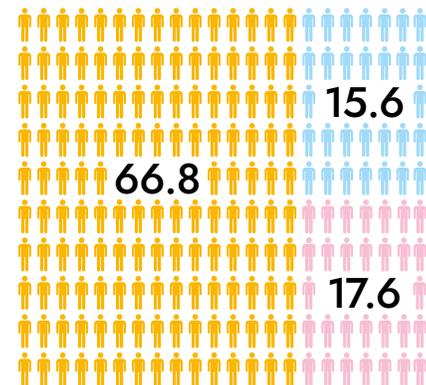
1.0%



Предоставили информацию о занятых  
за 2018 г. 248 организаций (45.7%)

## СТРУКТУРА ЗАНЯТЫХ В ИНДУСТРИИ, %

ОРГАНИЗАЦИИ:

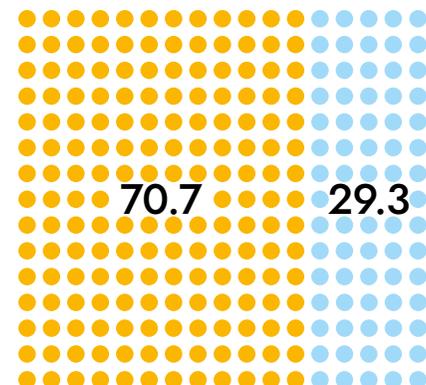
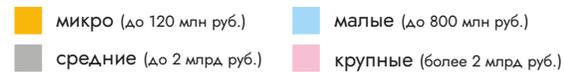


# 57.5%

занятым приходится  
на **топ-50 организаций**

## СТРУКТУРА ВЫРУЧКИ В ИНДУСТРИИ, %

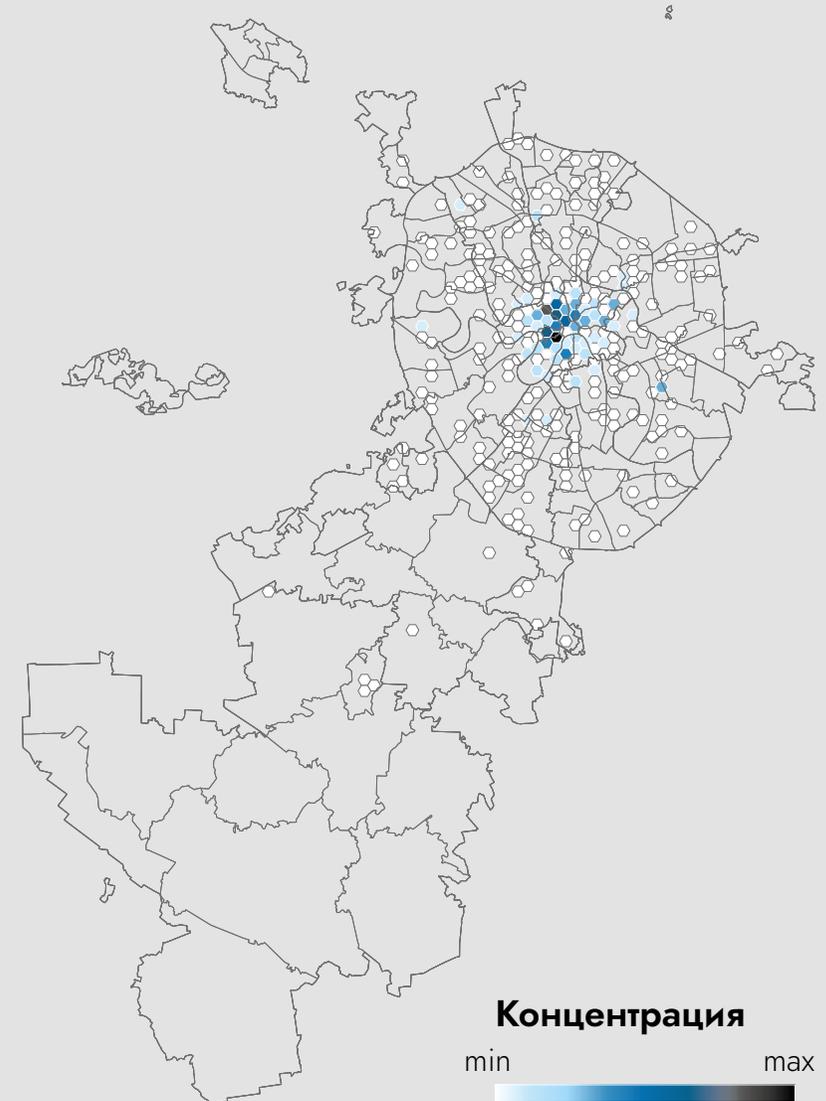
ОРГАНИЗАЦИИ:



# 87.4%

выручки приходится  
на **топ-50 организаций**

## ЛОКАЛИЗАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ИНДУСТРИИ НА ТЕРРИТОРИИ МОСКВЫ



## РУССКОЕ ИСКУССТВО НА МИРОВЫХ И РОССИЙСКИХ АУКЦИОНАХ: 2019

### ЗА РУБЕЖОМ



**411** млн долл. США

объем продаж



### ТОП-5 САМЫХ ДОРОГИХ КАРТИН

Художник	Вид искусства	Название	Стоимость, млн долл. США
<b>М.Я. Ротко</b> 📍 США 📅 1903–1970		Без названия 1960	<b>50.09</b>
<b>Николя де Сталь</b> 📍 Франция 📅 1914–1955		Стадион «Парк де Пренс» (Большие футболисты) 1952	<b>22.25</b>
<b>Тамара де Лемпица</b> 📍 Мексика 📅 1898–1980		Туника цвета розы 1927	<b>13.36</b>
<b>К.С. Петров-Водкин</b> 📍 СССР 📅 1878–1939		Натюрморт с сиренью 1928	<b>11.76</b>
<b>Х.С. Сутин</b> 📍 Франция 📅 1893–1943		Женщина в красном 1923–1924	<b>10.97</b>

Живопись  
 Графика  
 Сценография  
 Декоративно-прикладное искусство  
 Иллюстрация

### В РОССИИ



**10.1** млн долл. США

объем продаж



### ТОП-5 САМЫХ ДОРОГИХ КАРТИН

Художник	Вид искусства	Название	Стоимость, млн долл. США
<b>А.А. Харламов</b> 📍 Франция 📅 1840–1925		Девушка с веером 1895	<b>0.45</b>
<b>В.А. Серов</b> 📍 Российская империя 📅 1865–1911		После Куликовской битвы 1895	<b>0.29</b>
<b>И.К. Айвазовский</b> 📍 Российская империя 📅 1817–1900		У Кавказских берегов 1899	<b>0.19</b>
<b>Н.С. Гончарова</b> 📍 Франция 📅 1881–1962		Комната в имени Гончаровых Полотняный завод 1907	<b>0.17</b>
<b>М.З. Шагал</b> 📍 Франция 📅 1887–1985		Колокольня собора в Шамбон-сюр-Лак 1926	<b>0.16</b>

Страна проживания  
 Годы жизни

## ТОП-5 УСПЕШНЫХ СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ ХУДОЖНИКОВ: 2020

### ПРИЗНАННЫЕ ХУДОЖНИКИ

Художник	Город проживания	Вид искусства	Участие в выставках*	Участие в ярмарках*
<b>ГРУППА AES+F</b> (Т. Арзамасова, Л. Евзович, Е. Святский, В. Фриджес) 1955, 1958, 1957, 1956	Москва	Живопись, Фотография, Видео-арт, Скульптура	76	16
<b>О. Чернышева</b> 1962	Москва	Живопись, Фотография, Видео-арт, Живопись, Графика	84	2
<b>В. Дубосарский</b> 1964	Москва	Живопись, Графика	67	2
<b>О. Киселёва</b> 1965	Санкт-Петербург	Живопись, Фотография, Скульптура	126	27
<b>И. Нахова</b> 1955	Москва	Живопись, Живопись	42	1

### МОЛОДЫЕ ХУДОЖНИКИ

<b>Д. Ткаченко</b> 1989	Москва	Фотография	33	9
<b>Е. Антуфьев</b> 1986	Москва	Живопись, Скульптура	23	15
<b>Группа RECYCLE</b> (А. Блохин, Г. Кузнецов) 1987, 1985	Краснодар	Живопись, Скульптура	44	1
<b>А. Богуш</b> 1987	Хельсинки	Живопись, Фотография, Живопись, Графика	38	4
<b>У. Яковлева</b> 1987	Москва	Живопись, Живопись, Графика	6	3

Живопись  
 Графика  
 Инсталляция  
 Фотография  
 Видео-арт  
 Скульптура  
 Перформанс  
 \* Год рождения \* до 2020 г. — накопленным итогом

**Объем продаж русского искусства на мировых аукционах в 2019 г. составил 411 млн долл. США.** За последние пять лет эта сумма снизилась почти на треть. Аналогичный показатель внутри России в последние годы устойчиво растет: в 2019 г. он достиг 10.1 млн долл. США. Разница в стоимости работ русских художников на мировых и российских аукционах значительна. Самым дорогим произведением, проданным на аукционе Sotheby's в Нью-Йорке, стала картина М.Я. Ротко «Без названия» 1960 г. (50.09 млн долл. США), в России — работа А.А. Харламова «Девушка с веером» 1895 г. (0.45 млн долл. США).

В наши дни динамично развивается современное искусство. Рейтинг InArt включает номинации «Признанные художники» и «Молодые художники». К началу 2020 г. признанные художники, занявшие верхние пять позиций соответствующего рейтинга, приняли участие в 395 выставках, молодые художники из топ-5 — в 144. Большинство из них проживают в Москве.

Современные художники используют передовые технологии, часто перенимая стилистику и подходы других креативных индустрий (театра, музыки, дизайна, кино и др.). В результате формируются новые виды искусства: видео-арт, интерактивные скульптуры, пост-интернет искусство.

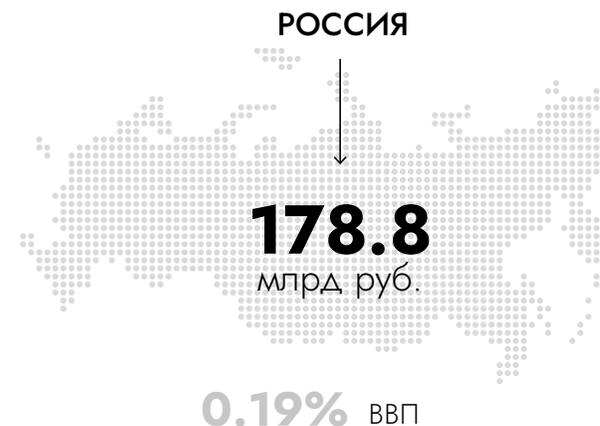
## ИСПОЛНИТЕЛЬСКОЕ ИСКУССТВО



### КОДЫ ОКВЭД 2

- 90.01** Постановка театральных, цирковых и балетных представлений
- 90.02** Вспомогательная деятельность при постановке театральных, цирковых и балетных представлений
- 90.04** Деятельность театральных залов

## ВАЛОВАЯ ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ В ИНДУСТРИИ



## ВКЛАД ИНДУСТРИИ В КРЕАТИВНУЮ ЭКОНОМИКУ МОСКВЫ

**ОРГАНИЗАЦИИ И ИП**

**3.7%**      **4.5%**



Из них организаций – 2 174,  
ИП – 2 442

**ВЫРУЧКА**

**0.9%**



Предоставили информацию о выручке  
за 2018 г. 766 организаций (35.2%)

**ЧИСЛЕННОСТЬ ЗАНЯТЫХ**

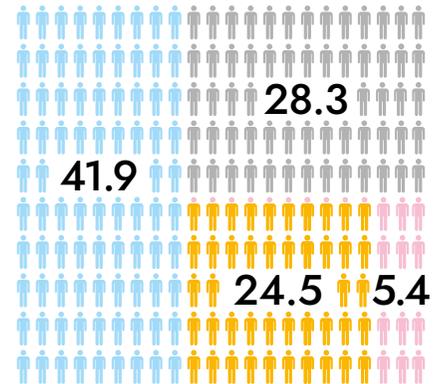
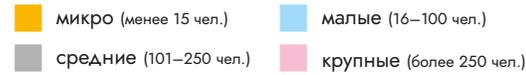
**3.5%**



Предоставили информацию о занятых  
за 2018 г. 982 организации (46.1%)

## СТРУКТУРА ЗАНЯТЫХ В ИНДУСТРИИ, %

ОРГАНИЗАЦИИ:

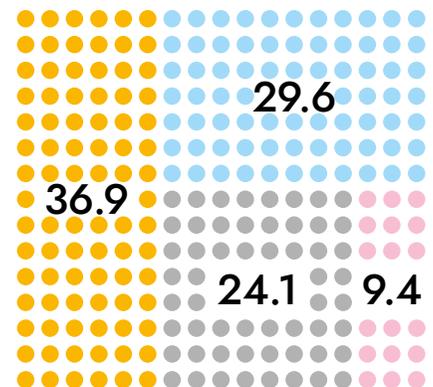
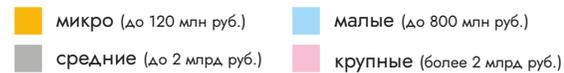


# 44.6%

занятых приходится  
на топ-50 организаций

## СТРУКТУРА ВЫРУЧКИ В ИНДУСТРИИ, %

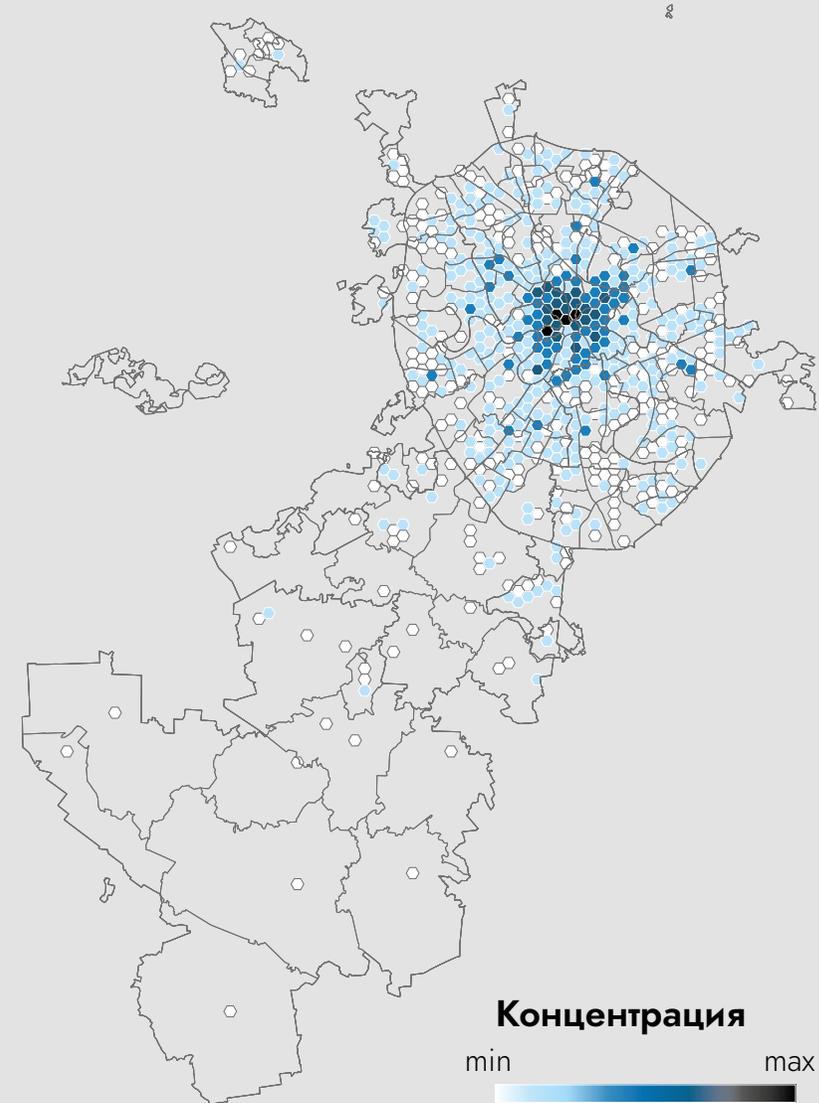
ОРГАНИЗАЦИИ:



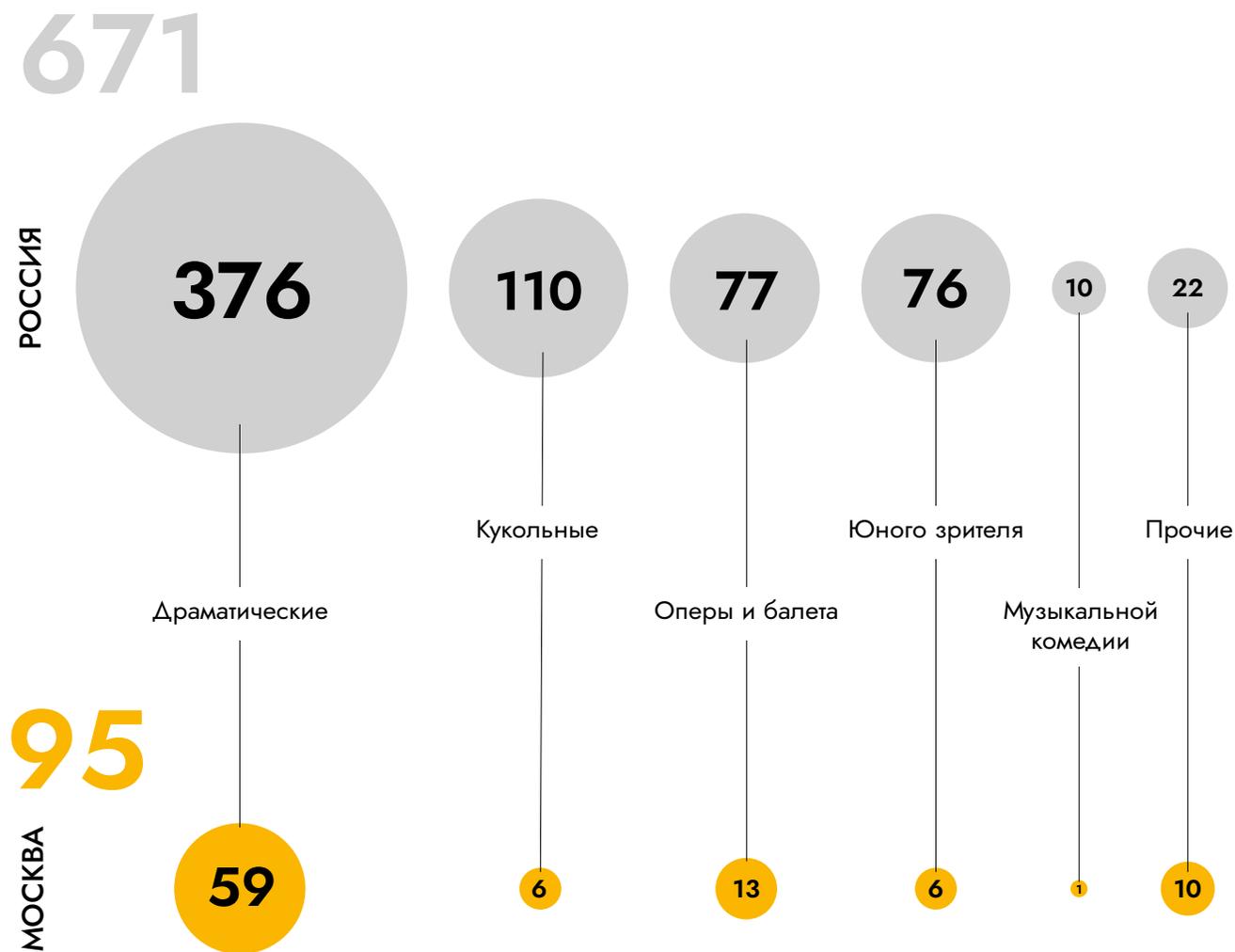
# 65.5%

выручки приходится  
на топ-50 организаций

## ЛОКАЛИЗАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ИНДУСТРИИ НА ТЕРРИТОРИИ МОСКВЫ



## ТЕАТРЫ ФЕДЕРАЛЬНОГО И МЕСТНОГО ВЕДЕНИЯ В РОССИИ И МОСКВЕ: 2019

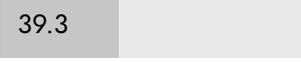
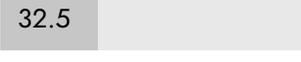


В 2019 г. в России насчитывалось более 1500 театров, из них 671 находились в федеральном и местном ведении. Среди негосударственных распространены экспериментальные и арт-площадки, театры пластики и танца, комбинированные. **В Москве расположены 14 федеральных театров и 81 городской.**

Несмотря на развитие в нашей стране новых форм и направлений театрального искусства, максимальным спросом у зрителей пользуется репертуар драматических театров. В регионах второе место по популярности занимают кукольные театры, в Москве — театры оперы и балета.

В 2019 г. среди государственных театров столицы лидерами по количеству проведенных мероприятий оказались Государственный академический театр им. Е. Вахтангова (821 спектакль, из них 28 — за рубежом) и Московский художественный театра им. А.П. Чехова (729 и 11 соответственно). Больше всего зарубежных показов в 2019 г. — на счету Государственного академического Большого театра России, он же обеспечивает самые высокие объемы коммерческих поступлений (2.6 млрд руб.).

## ГОСУДАРСТВЕННЫЕ ТЕАТРЫ МОСКВЫ С НАИБОЛЬШИМИ КОММЕРЧЕСЕСКИМИ ДОХОДАМИ: 2017

Театр	Общий объем коммерческих поступлений*, млн руб.	Удельный вес средств бюджетов всех уровней в общем объеме поступивших за год средств, %	Количество мероприятий		
			в Москве	в России	за рубежом
Государственный академический Большой театр России	 2 620.9		 473	1	 36
Московский государственный академический театр оперетты	 630.6		 325	5	3
Государственный академический театр им. Е. Вахтангова	 560.4		 747	 46	 28
Московский художественный театр им. А.П. Чехова	 527.6		 689	 29	 11
Московский театр «Современник»	 470.7		 425	 16	 16
Московский академический музыкальный театр им. К.С. Станиславского и В.И. Немировича-Данченко	 437.4		 273	2	2
Государственный академический Малый театр России	 426.5		 275	 23	0
Московский государственный театр «Ленком Марка Захарова»	 419.3		 549	 18	 12
Государственный театр Наций	 407.5		 385	 14	 8
Московский академический театр Сатиры	 371.9		 453	2	2

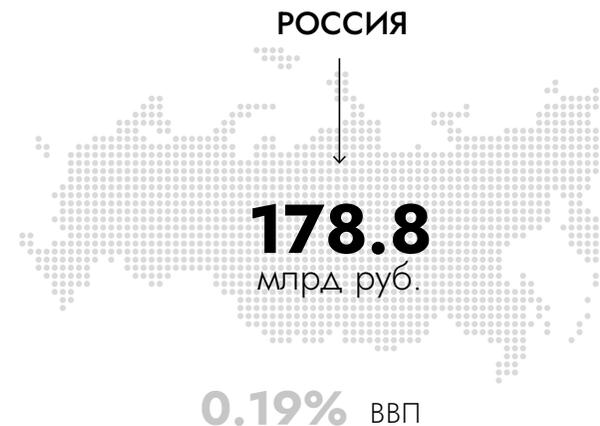
\* Поступления от основных видов уставной деятельности, предпринимательской деятельности и сдачи имущества в аренду.

Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным Министерства культуры Российской Федерации, 2017.

## МУЗЫКА



## ВАЛОВАЯ ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ В ИНДУСТРИИ



## КОДЫ ОКВЭД 2

- 90.01 Деятельность музыкантов
- 32.2 Производство музыкальных инструментов
- 59.20 Производство звукозаписей
- 90.02 Вспомогательная деятельность при постановке концертов
- 47.59.5 Производство музыкальных инструментов
- 47.63 Производство звукозаписей
- 90.04 Деятельность концертных залов

## ВКЛАД ИНДУСТРИИ В КРЕАТИВНУЮ ЭКОНОМИКУ МОСКВЫ

ОРГАНИЗАЦИИ И ИП

1.5% 5.6%



Из них организаций – 877,  
ИП – 3 028

ВЫРУЧКА

0.7%



Предоставили информацию о выручке  
за 2018 г. 368 организаций (42.0%)

ЧИСЛЕННОСТЬ ЗАНЯТЫХ

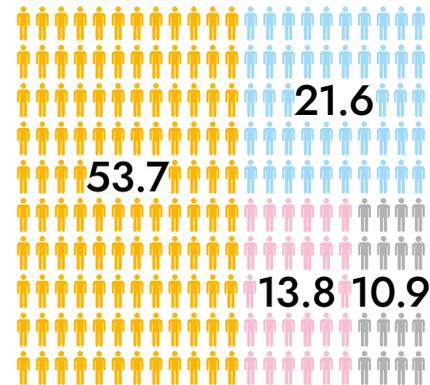
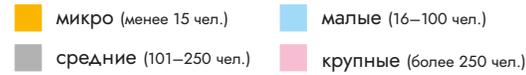
1.3%



Предоставили информацию о занятых  
за 2018 г. 476 организаций (55.1%)

## СТРУКТУРА ЗАНЯТЫХ В ИНДУСТРИИ, %

ОРГАНИЗАЦИИ:

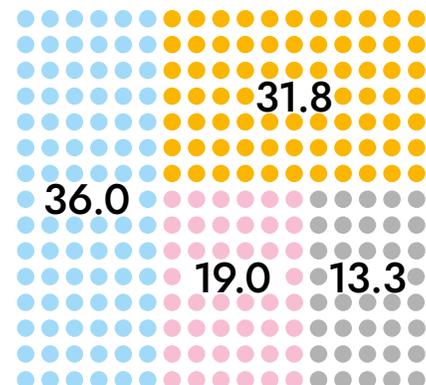
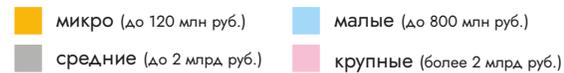


# 58.1%

занятым приходится  
на **топ-50 организаций**

## СТРУКТУРА ВЫРУЧКИ В ИНДУСТРИИ, %

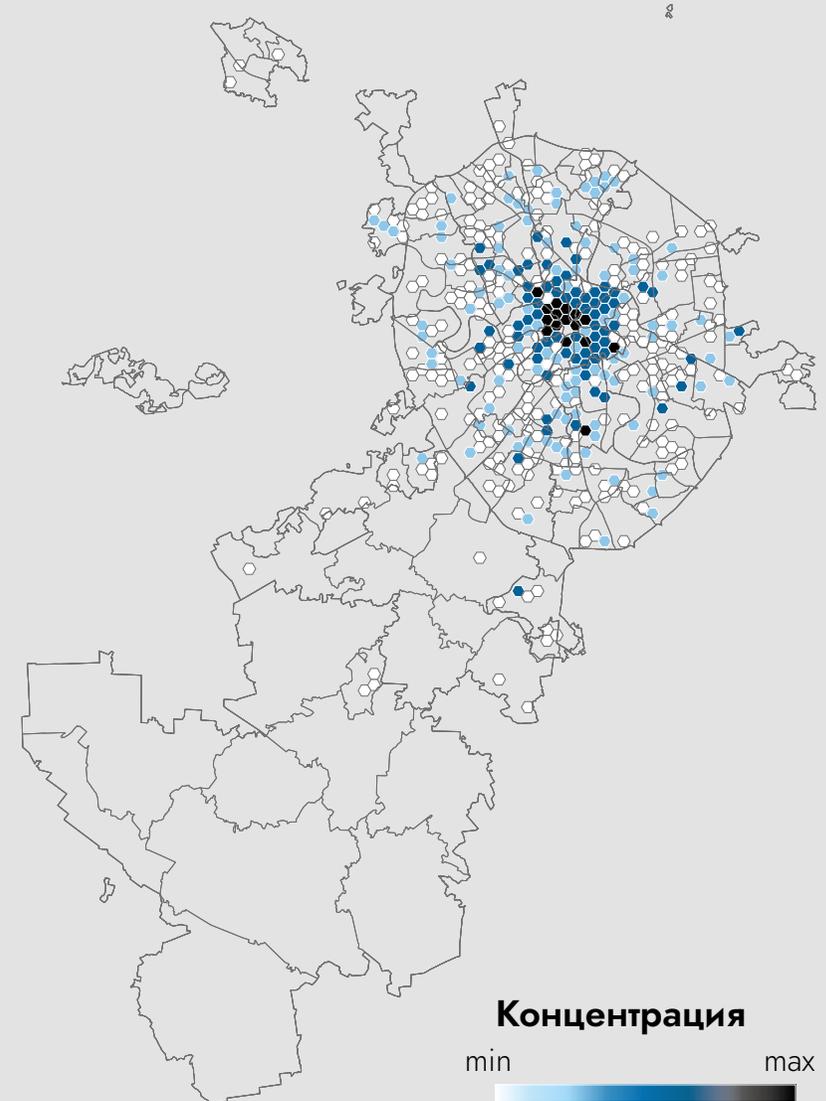
ОРГАНИЗАЦИИ:



# 77.2%

выручки приходится  
на **топ-50 организаций**

## ЛОКАЛИЗАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ИНДУСТРИИ НА ТЕРРИТОРИИ МОСКВЫ



## РОССИЙСКИЕ АРТИСТЫ С САМЫМИ ВЫСОКИМИ ДОХОДАМИ: 2019

	Доход*, млн долл.	Численность подписчиков на YouTube, тыс. чел.	Численность подписчиков в Instagram, тыс. чел.	Количество концертов
<b>СЕРГЕЙ ШНУРОВ</b> <sup>РУС</sup> 47 лет Группа «Ленинград»	 <b>8.8</b>	 <b>2 570</b>	 <b>5 900</b>	<b>30</b> из них в Москве <b>6</b>
<b>ЕГОР КРИД</b> <sup>РУС</sup> 26 лет	 <b>6.9</b>	 <b>4 700</b>	 <b>13 100</b>	<b>30</b> из них в Москве <b>3</b>
<b>ДИМА БИЛАН</b> <sup>РУС</sup> <sup>ENG</sup> 38 лет	 <b>6.8</b>	 <b>611</b>	 <b>3 600</b>	<b>48</b> из них в Москве <b>17</b>
<b>ВАСИЛИЙ ВАКУЛЕНКО</b> <sup>РУС</sup> 40 лет Псевдоним «Баста»	 <b>6.6</b>	 <b>55</b>	 <b>3 600</b>	<b>35</b> из них в Москве <b>9</b>
<b>ФИЛИПП КИРКОРОВ</b> <sup>РУС</sup> <sup>ENG</sup> 53 года	 <b>6.6</b>	 <b>194</b>	 <b>4 300</b>	<b>71</b> из них в Москве <b>9</b>
<b>ПОЛИНА ГАГАРИНА</b> <sup>РУС</sup> <sup>ENG</sup> 33 года	 <b>6.4</b>	 <b>365</b>	 <b>8 300</b>	<b>35</b> из них в Москве <b>18</b>
<b>АЛЕКСАНДР УМАН</b> <sup>РУС</sup> <sup>ENG</sup> 50 лет Группа «Би-2»	 <b>6.0</b>	 <b>550</b>	 <b>275</b>	<b>32</b> из них в Москве <b>6</b>
<b>ГРИГОРИЙ ЛЕПС</b> <sup>РУС</sup> <sup>ENG</sup> 58 лет	 <b>5.3</b>	 <b>425</b>	 <b>1 100</b>	<b>60</b> из них в Москве <b>14</b>
<b>ТИМУР ЮНУСОВ</b> <sup>РУС</sup> <sup>ENG</sup> 37 лет Псевдоним «Тимати»	 <b>5.1</b>	 <b>628</b>	 <b>15 800</b>	<b>3</b> из них в Москве <b>2</b>

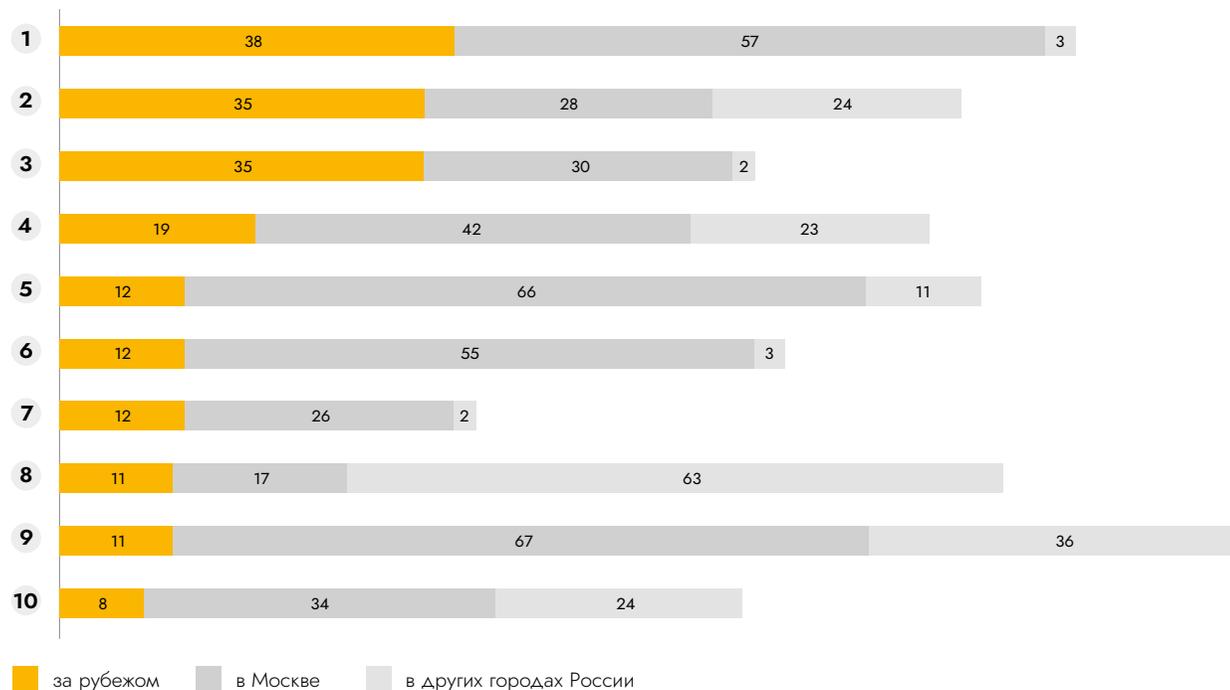
РУС — исполнение песен на русском языке

ENG — исполнение песен на английском языке

\* За период с 1 мая 2019 г. по 30 апреля 2020 г.

Источник: оценка НИУ ВШЭ по данным рейтинга Forbes «20 звезд российского шоу-бизнеса с самыми высокими доходами» (сфера деятельности — музыка); информации, представленной на личных страницах артистов в YouTube и Instagram (по состоянию на август 2020 г.); ROLLD.ru.

## КОНЦЕРТНЫЕ КОЛЛЕКТИВЫ МОСКВЫ С НАИБОЛЬШИМ ЧИСЛОМ МЕРОПРИЯТИЙ НА ГАСТРОЛЯХ ЗА РУБЕЖОМ: 2018



- |  |   |
|--|---|
| 1 Государственный академический симфонический оркестр России имени Е.Ф. Светланова   | 6 Московский джазовый оркестр под управлением И. Бутмана                              |
| 2 Национальный филармонический оркестр России  | 7 Государственная академическая симфоническая капелла России                          |
| 3 Российский национальный оркестр  | 8 «Хор Солистов» («Хор Турецкого» и Soprano)  |
| 4 Государственный камерный оркестр «Виртуозы Москвы»                                 | 9 Государственный академический русский народный ансамбль «Россия» имени Л.Г. Зыкиной |
| 5 Государственный академический Большой симфонический оркестр имени П.И. Чайковского | 10 Государственный академический ансамбль народного танца имени Игоря Моисеева        |

Доходы самых высокооплачиваемых российских артистов варьируют в диапазоне от 5 до 9 млн долл. США в год. Практически все они активно развивают собственные страницы в социальных сетях. Лидирует по количеству подписчиков на YouTube и в Instagram Егор Крид – самый молодой из списка богатейших артистов России.

Россия известна в мире своими богатыми традициями в области академической музыки.

**В Москве насчитывается около 40 самостоятельных концертных коллективов, которые проводят в среднем порядка 80 мероприятий ежегодно (преимущественно в столице).**

Наибольшее число выступлений на гастролях за рубежом в 2018 г. – на счету Государственного академического симфонического оркестра имени Е.Ф. Светланова (38), Национального филармонического оркестра России и Российского национального оркестра (по 35).

## КИНО И АНИМАЦИЯ



### КОДЫ ОКВЭД 2

- 59.11** Создание фильмов, ТВ программ
- 59.12** Монтаж фильмов, ТВ программ
- 59.13** Распространение фильмов и ТВ программ
- 59.14** Кинопоказ
- 77.22** Видеопрокат

## ВАЛОВАЯ ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ В ИНДУСТРИИ



## ВКЛАД ИНДУСТРИИ В КРЕАТИВНУЮ ЭКОНОМИКУ МОСКВЫ

**ОРГАНИЗАЦИИ И ИП**

**5.7%**      **12.6%**



Из них организаций – 3 309,  
ИП – 6 849

**ВЫРУЧКА**

**6.1%**



Предоставила информацию о выручке  
за 2018 г. 1 521 организация (46.0%)

**ЧИСЛЕННОСТЬ ЗАНЯТЫХ**

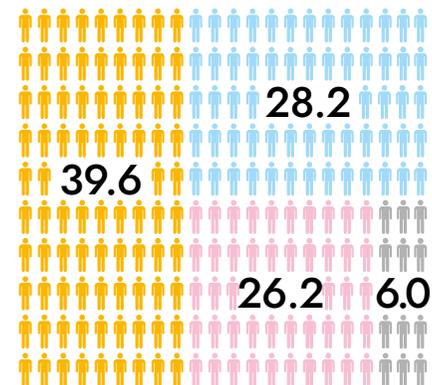
**4.7%**



Предоставили информацию о занятых  
за 2018 г. 2 290 организаций (70.0%)

## СТРУКТУРА ЗАНЯТЫХ В ИНДУСТРИИ, %

ОРГАНИЗАЦИИ:

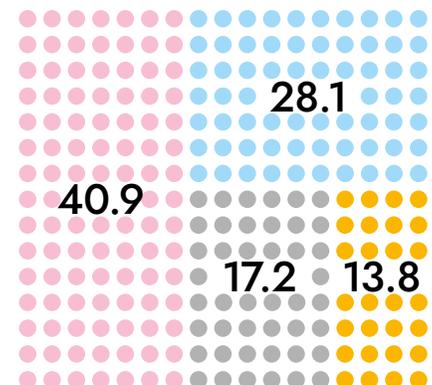
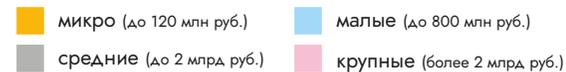


# 46.4%

занятым приходится  
на **топ-50 организаций**

## СТРУКТУРА ВЫРУЧКИ В ИНДУСТРИИ, %

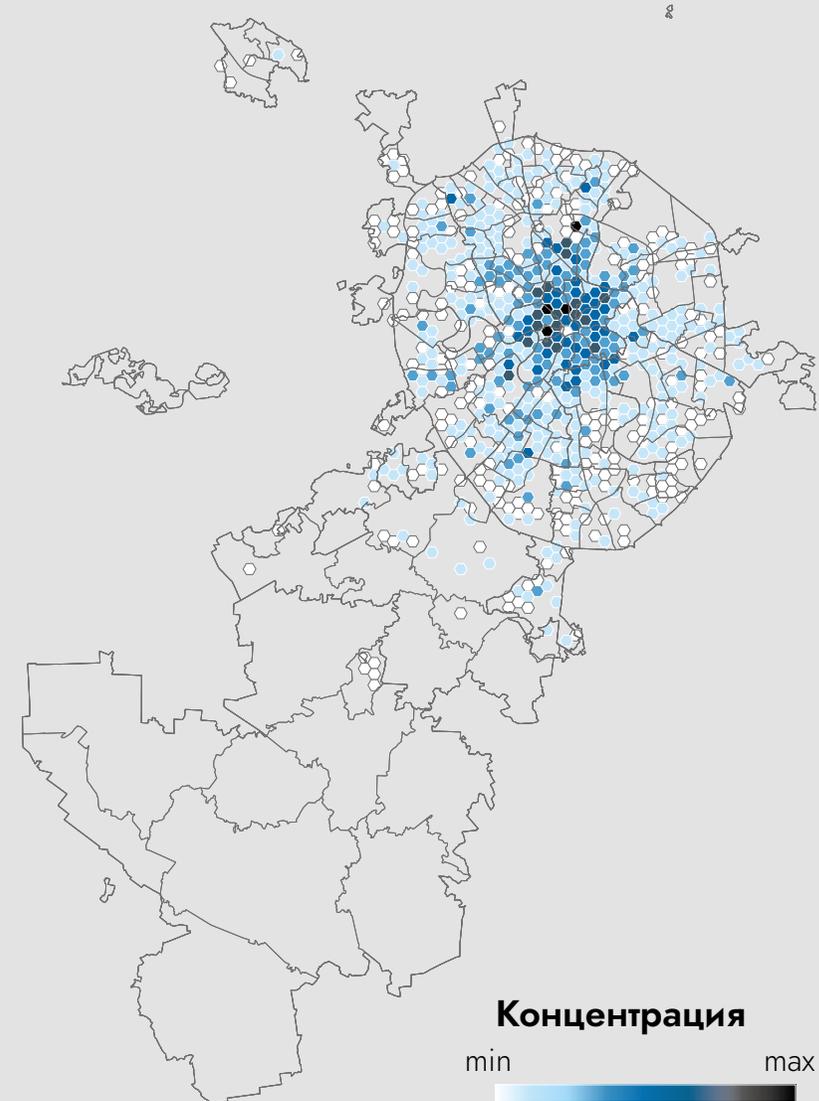
ОРГАНИЗАЦИИ:



# 61.1%

выручки приходится  
на **топ-50 организаций**

## ЛОКАЛИЗАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ИНДУСТРИИ НА ТЕРРИТОРИИ МОСКВЫ



## НАГРАДЫ ВЕДУЩИХ РОССИЙСКИХ КИНОКОМПАНИЙ ЗА ПРОИЗВЕДЕННЫЕ ФИЛЬМЫ: 2015–2019

Кинокомпания	Город	Количество номинаций				Всего
		Ника	Золотой Орел	Кинотавр	ММКФ	
Кинокомпания СТВ	Санкт-Петербург	8	7	9	1	25
Нон-стоп Продакшн	Москва	7	9	0	0	16
Студия Тритэ	Москва	0	16	0	0	16
Мосфильм	Москва	4	7	2	0	13
Марс Медиа Энтертейнмент	Москва	5	2	4	0	11
Продюсерский центр Андрея Кончаловского	Москва	3	4	0	3	10
Art Pictures Studio	Москва	1	8	1	0	10
Ленфильм	Санкт-Петербург	7	0	3	0	10
Вертикаль	Москва	4	5	0	0	9
Кинокомпания «САГа»	Москва	3	3	1	1	8
Новые люди	Москва	1	3	4	0	8

**Москва — центр отечественной киноиндустрии. По данным экспертного сообщества, здесь снимается порядка 90% кинофильмов, базируется 80% анимационных студий страны. Столица лидирует среди российских городов по числу кинотеатров и кинозалов.**

В рейтинг по числу кинопремий и побед на крупнейших российских фестивалях попали девять компаний из Москвы и две из Санкт-Петербурга. Число картин, получивших награды, варьирует от двух (студия «Вертикаль» и «Кинокомпания «САГа») до девяти («Кинокомпания СТВ»). Всего хотя бы в одной номинации победили 177 фильмов, из них 25 удостоены призов на двух и более мероприятиях.

В 2015–2019 гг. на российский экран вышли 713 отечественных кинолент (28% всех фильмов в прокате). По числу релизов среди дистрибьютеров доминирует «Мульт в кино», выпускающий одноименные сборники премьерных серий анимационных сериалов. Максимальные кассовые сборы обеспечивают Централ Партнершип, Каропрокат и Walt Disney Studios Sony Pictures Releasing: на их долю приходится 65% совокупной выручки от продажи билетов.

## ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ ФИЛЬМЫ В РОССИЙСКОМ ПРОКАТЕ: 2015–2019

**713** фильмов  
**61.1** млрд руб.\*  
 кассовые сборы\*

## КРУПНЕЙШИЕ КОМПАНИИ-ДИСТРИБЬЮТОРЫ

Компания	Число фильмов
Мульт в кино	111
Централ Партнершип	71
Каропрокат	64
Наше кино	44
Самокат	42
Walt Disney Studios Sony Pictures Releasing	41
Fox	32
Парадиз	32

## ФИЛЬМЫ – ЛИДЕРЫ ПО КАССОВЫМ СБОРАМ

**ХОЛОП**

2019, комедия  
 Рейтинг КиноПоиска



Кассовые сборы,  
млрд руб.  
**3.07**

Численность зрителей,  
млн чел.  
**11.62**

**ДВИЖЕНИЕ ВВЕРХ**

2017, драма, спорт  
 Рейтинг КиноПоиска



**2.97**



**12.01**

**Т-34**

2019, приключения, военный  
 Рейтинг КиноПоиска



**2.27**



**8.84**

**ПОЛИЦЕЙСКИЙ С РУБЛЕВКИ.  
НОВОГОДНИЙ БЕСПРЕДЕЛ**

2018, комедия  
 Рейтинг КиноПоиска



**1.69**



**6.33**

**ПОСЛЕДНИЙ БОГАТЫРЬ**

2017, комедия, семейный  
 Рейтинг КиноПоиска



**1.67**



**7.40**

\* В России и СНГ

Источник: оценка НИУ ВШЭ по данным Бюллетеня кинопрокатчика и интернет-сервиса «КиноПоиск» (по состоянию на август 2020 г.).

## САМЫЕ ПОПУЛЯРНЫЕ РУССКОЯЗЫЧНЫЕ YOUTUBE-КАНАЛЫ РОССИЙСКИХ АНИМАЦИОННЫХ СЕРИАЛОВ: 2020

Численность подписчиков, млн чел.	Количество просмотров, млрд	Количество видеороликов, шт.	Название русскоязычного канала	Название англоязычного канала	Количество видеороликов, шт.	Количество просмотров, млн	Численность подписчиков, тыс. чел.
31.2	25.4	841	<b>МАША И МЕДВЕДЬ</b> 2011 Анимаккорд © Москва	<b>MASHA AND THE BEAR</b> 2014 Москва	582	8 367.7	18 400
6.2	5.7	843	<b>ФИКСИКИ</b> 2011 Аэроплан © Москва	<b>THE FIXIES</b> 2014 Москва	883	767.4	705
6.0	9.4	1 024	<b>ЛУНТИК</b> 2007 Мельница © Санкт-Петербург	<b>MOONZY</b> 2014 Санкт-Петербург	86	13.6	65
5.9	6.2	794	<b>БАРБОСКИНЫ</b> 2011 Мельница © Санкт-Петербург	<b>THE BARKERS</b> 2014 Санкт-Петербург	85	44.7	114
4.2	3.1	545	<b>ТРИ КОТА</b> 2015 Метрафильмс © Москва	<b>KID-E-CATS</b> 2018 Москва	201	77.1	106
2.9	3.8	887	<b>TVSMESHARIKI*</b> 2011 Петербург © Санкт-Петербург	<b>KIKORIKI</b> 2018 Санкт-Петербург	248	4.0	15

📅 Год регистрации канала    © Студия-производитель    📍 Расположение

\* Сериал «Смешарики»

Источник: оценка НИУ ВШЭ по данным, представленным на официальных страницах анимационных сериалов на YouTube (по состоянию на октябрь 2020 г.).

## НАГРАДЫ РОССИЙСКИХ АНИМАЦИОННЫХ СТУДИЙ ЗА ПРОИЗВЕДЕННЫЙ КОНТЕНТ: 2017–2019

Студия	Город	Количество номинаций				Всего
		Мультимир	БФМ*	Икар	ОРФАК**	
Союзмультфильм	Москва	2	5	11	11	29
Петербург	Санкт-Петербург	7	1	7	8	23
Паровоз	Москва	12	0	2	1	15
Мельница	Санкт-Петербург	8	1	1	1	11
Школа-студия «ШАР»	Москва	0	3	2	6	11
Кинокомпания СТВ	Санкт-Петербург	8	0	1	2	11
Анимаккорд	Москва	9	0	0	0	9
Пчела	Москва	0	1	5	2	8
ВГИК	Москва	0	1	0	6	7
Аэроплан	Москва	4	0	0	2	6

\* Большой фестиваль мультфильмов.

\*\* Открытый российский фестиваль анимационного кино.

Источник: оценка НИУ ВШЭ по данным о лауреатах премии «Мультимир», Национальной анимационной премии «Икар», Большого фестиваля мультфильмов (г. Москва), Открытого российского фестиваля анимационного кино за 2017–2019 гг. и открытых данных интернет-сервисов «Аниматор.ру» и «КиноПоиск».

### Студии Москвы и Санкт-Петербурга лидируют по числу побед

на российских анимационных фестивалях и полученных премий за 2017–2019 гг. Возглавляет рейтинг «Союзмультфильм», получивший в общей сложности 29 наград. За ним следуют студия компьютерной анимации «Петербург» (23 награды) и московская студия «Паровоз» (15 наград). Всего хотя бы в одной номинации победили 127 анимационных работ, из них 25 удостоены наград на двух и более мероприятиях.

В последние десять лет российские студии активно запускают YouTube-каналы для анимационных сериалов.

**Лидер по числу просмотров и подписчиков – сериал «Маша и Медведь»** (студия «Анимаккорд»). Это более 800 эпизодов, которые в общей сложности набрали свыше 25 млрд просмотров.

**Отечественные мультфильмы пользуются популярностью и за рубежом.** Так, на англоязычном канале «Маша и Медведь» размещены порядка 500 серий, которые набрали 8.5 млрд просмотров. Больше всего эпизодов на английском языке представлено на канале сериала «Фиксики» (студия «Аэроплан»).

## ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ



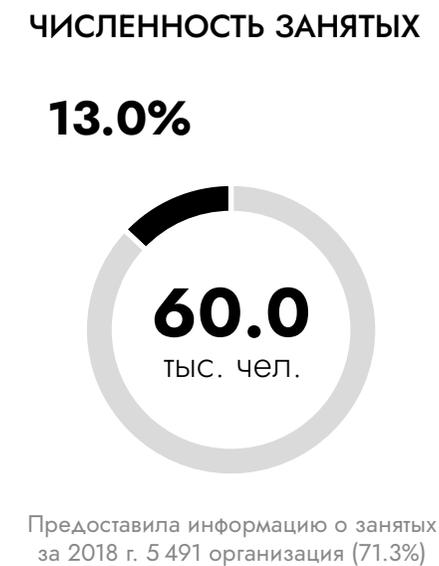
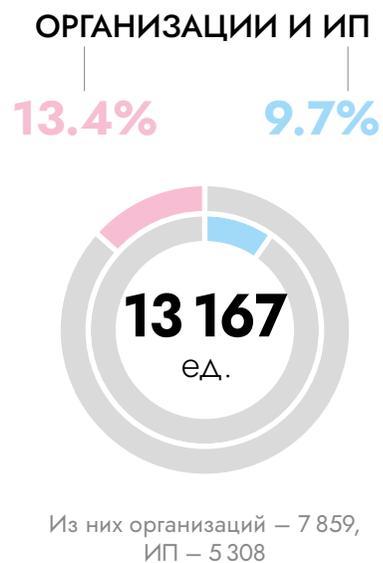
### КОДЫ ОКВЭД 2

- 90.03** Деятельность писателей
- 74.30** Письменный и устный перевод
- 58.11** Издание книг
- 58.13** Издание газет
- 58.14** Издание журналов
- 58.19** Издание каталогов, открыток
- 18.1** Полиграфическая деятельность
- 47.61** Торговля книгами
- 47.62** Торговля газетами
- 47.79.2** Торговля букинистическими книгами

## ВАЛОВАЯ ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ В ИНДУСТРИИ

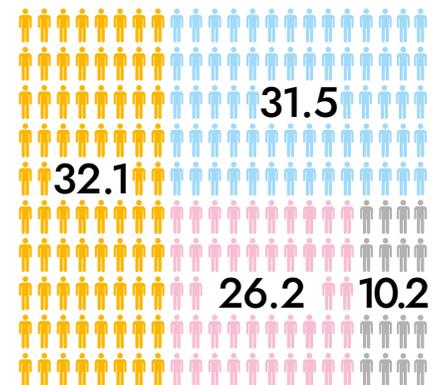


## ВКЛАД ИНДУСТРИИ В КРЕАТИВНУЮ ЭКОНОМИКУ МОСКВЫ



## СТРУКТУРА ЗАНЯТЫХ В ИНДУСТРИИ, %

ОРГАНИЗАЦИИ:

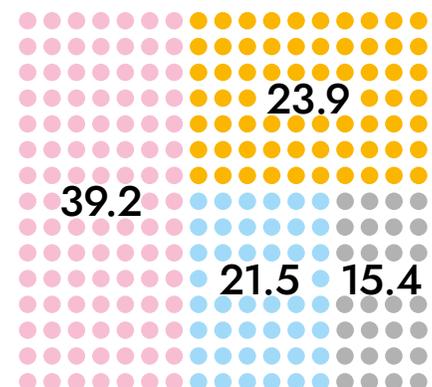
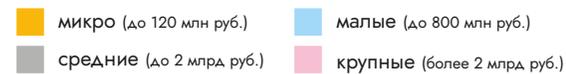


# 34.8%

занятым приходится  
на **топ-50 организаций**

## СТРУКТУРА ВЫРУЧКИ В ИНДУСТРИИ, %

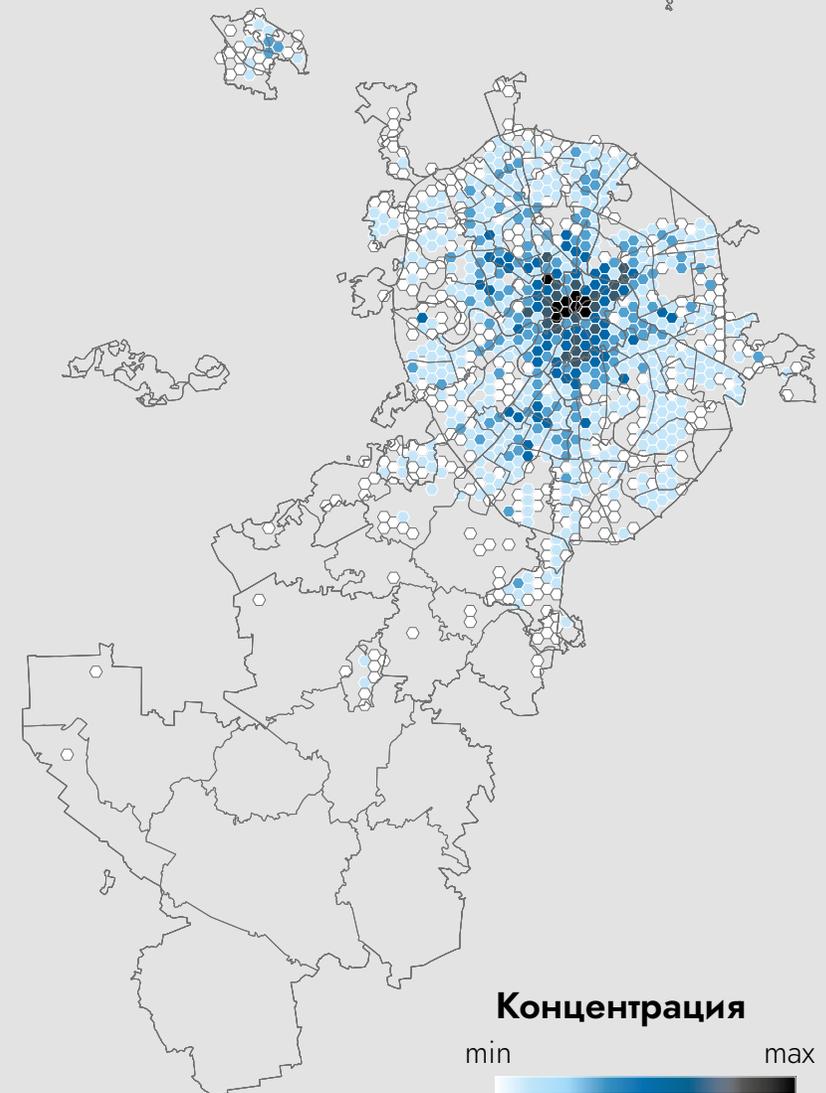
ОРГАНИЗАЦИИ:



# 54.3%

выручки приходится  
на **топ-50 организаций**

## ЛОКАЛИЗАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ИНДУСТРИИ НА ТЕРРИТОРИИ МОСКВЫ



## КРУПНЕЙШИЕ ИЗДАТЕЛЬСТВА МОСКВЫ: 2019

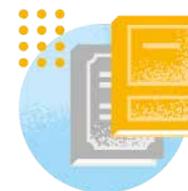
Доля в общем тираже в РФ, %	Общий тираж, млн экз.	Издательство	Число изданий, печ. ед.	Доля в общем числе изданий в РФ, %
20.2	87.7	Просвещение*	4 532	3.9
11.2	48.5	Эксмо	9 313	8.1
9.8	42.4	АСТ*	8 467	7.4
4.0	17.5	Дрофа	1 156	1.0
3.9	16.9	Экзамен	1 165	1.0
3.8	16.5	Азбука-Аттикус*	3 192	2.8
3.2	14.0	БИНОМ. Лаборатория знаний	846	0.8
2.9	12.6	Фламинго	479	0.5
2.7	11.6	Вентана-Граф	782	0.7
2.5	10.7	ВАКО	360	0.3
0.4	1.7	РИПОЛ Классик	1 552	1.4
2.3	9.8	СИМБАТ	1 122	1.0
1.3	5.5	Росмэн	1 102	1.0
0.9	4.1	Манн, Иванов и Фербер	855	0.8

\* Издательская группа

Источник: оценка НИУ ВШЭ по данным Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям (Книжный рынок России: состояние, тенденции и перспективы развития, 2019) и Российского книжного союза (Мониторинг состояния московского книжного рынка, 2019).



**ОБЩИЙ ТИРАЖ** — общее количество напечатанных издательством книг за указанный период



**ЧИСЛО ИЗДАНИЙ** — общее количество изданных наименований, получивших код ISBN (International Standard Book Number — международный стандартный номер книги) за указанный период

На московские издательства «Просвещение» и «Эксмо», а также издательскую группу «АСТ» приходится более 40% совокупного тиража печатных книг в России и почти 20% изданий, выпущенных в 2019 г.

## ДИСТРИБУЦИЯ И ПРОДВИЖЕНИЕ КНИГ В РОССИИ И МОСКВЕ

# 68.1%

книжные магазины

# 23.2%

интернет-магазины

В 2019 г. объем книжного рынка России составил **60.66 млрд руб.** (без учета неструктурированных продаж и закупок изданий бюджетными организациями).

Основной канал распространения — розничные продажи (более 75%), в том числе в книжных магазинах, сетях киосков и некнижном ритейле. На интернет-магазины приходится 23.2% рынка, их доля в общем товарообороте ежегодно растет. Прирост за 2018–2019 гг. составил 3 п.п.

### ТОП-5 «КЛАССИЧЕСКИХ КНИЖНЫХ»\* МАГАЗИНОВ МОСКВЫ

Книготорговая сеть или магазин	Год создания	Число магазинов в Москве	Выручка за 2018 г., млн руб.
<b>Объединенный центр «Московский Дом книги»</b>	1998	27	2 164.0
<b>Республика</b>	2006	13	1 805.5
<b>Торговый дом «Библио-Глобус»</b>	1957	1	963.8
<b>Торговый дом книги «Москва»</b>	1958	1	551.6
<b>Читай-город</b>	2008	69	131.3

\* Книготорговые сети или магазины, более 50% площади которых предназначены для продажи книг.

Источник: оценка НИУ ВШЭ по данным Российского книжного союза (Мониторинг состояния московского книжного рынка, 2019); Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям (Книжный рынок России, 2020) и журнала «Книжная индустрия».

### КРУПНЕЙШИЕ КНИЖНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ: 2019

Год основания

**Книжный фестиваль «Красная площадь»**

2015

Численность посетителей, чел.



~300 000

**Московская международная книжная выставка-ярмарка**

1977

Численность посетителей, чел.



~100 000

**Акция «Библионочь-2019»**

2012

Численность посетителей, чел.



~70 000

**Книжная ярмарка Non-fiction**

1999

Численность посетителей, чел.



~30 000

## ТЕЛЕРАДИОВЕЩАНИЕ



### КОДЫ ОКВЭД 2

- 90.03** Деятельность журналистов
- 60.10** Производство радиопрограмм и радиовещание
- 60.20** Производство ТВ программ и телевидение
- 63.91** Информационные агентства

## ВАЛОВАЯ ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ В ИНДУСТРИИ



## ВКЛАД ИНДУСТРИИ В КРЕАТИВНУЮ ЭКОНОМИКУ МОСКВЫ



Из них организаций – 1 595,  
ИП – 1 359



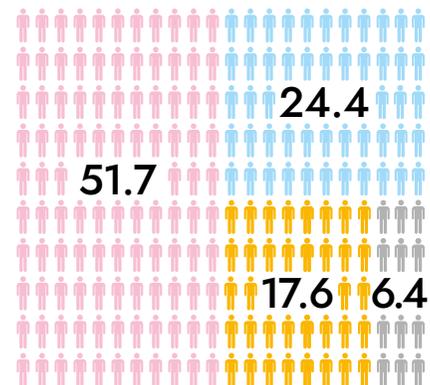
Предоставили информацию о выручке  
за 2018 г. 869 организаций (54.5%)



Предоставила информацию о занятых  
за 2018 г. 1 061 организация (68.3%)

## СТРУКТУРА ЗАНЯТЫХ В ИНДУСТРИИ, %

ОРГАНИЗАЦИИ:

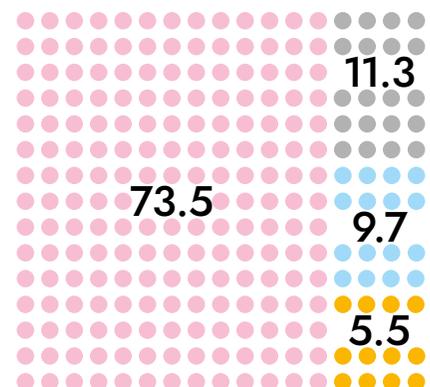
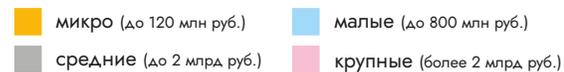


# 69.8%

занятым приходится  
на **топ-50 организаций**

## СТРУКТУРА ВЫРУЧКИ В ИНДУСТРИИ, %

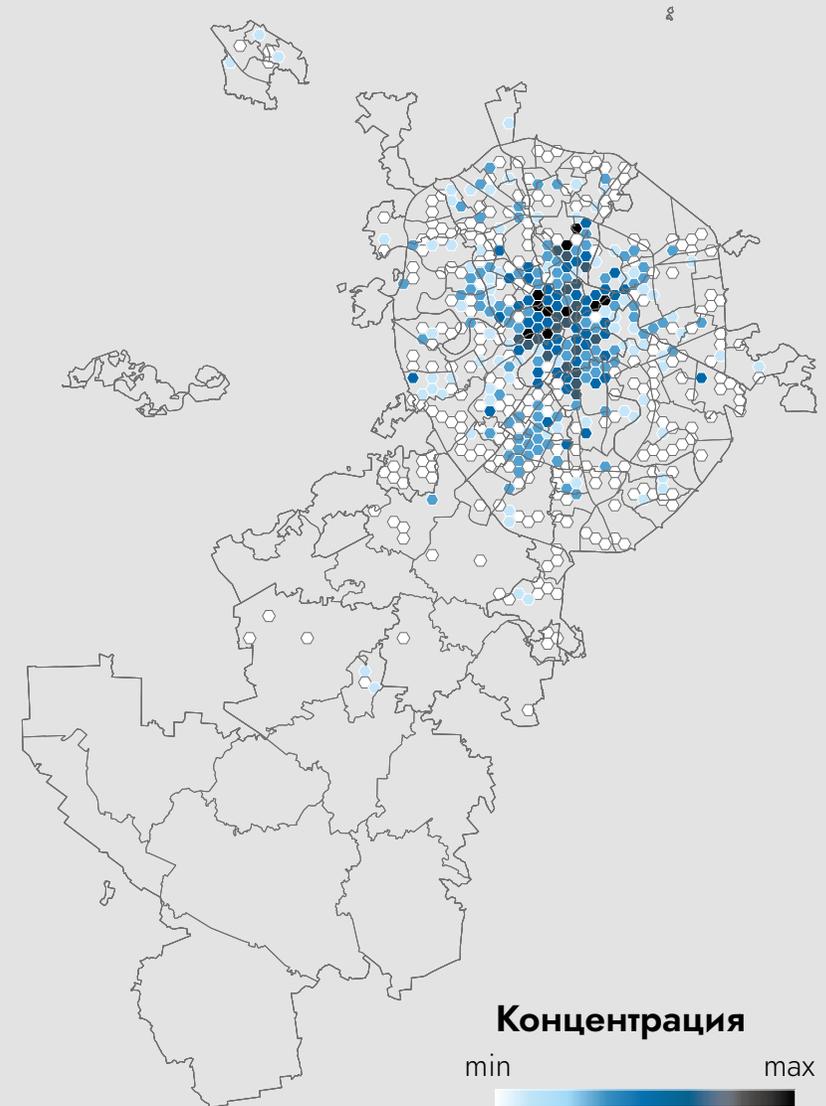
ОРГАНИЗАЦИИ:



# 83.9%

выручки приходится  
на **топ-50 организаций**

## ЛОКАЛИЗАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ИНДУСТРИИ НА ТЕРРИТОРИИ МОСКВЫ



## КРУПНЕЙШИЕ РОССИЙСКИЕ СТУДИИ – ПРОИЗВОДИТЕЛИ ТЕЛЕПРОГРАММ И СЕРИАЛОВ

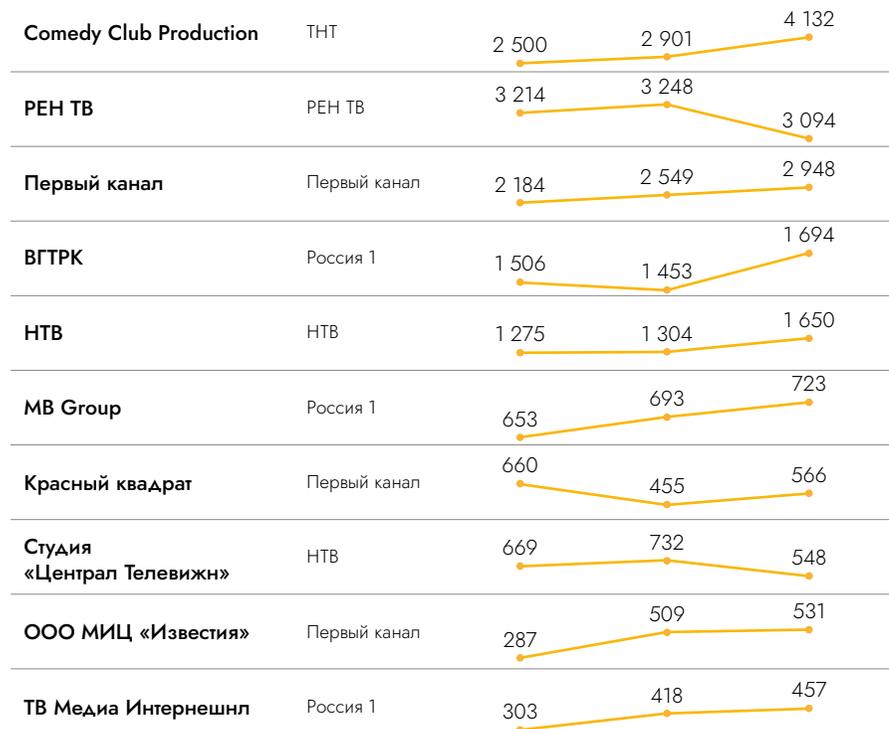


### ТОП-10 ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ТЕЛЕПРОГРАММ

Основной канал присутствия

Длительность произведенных программ на семи крупнейших каналах\*, часы

2017 | 2018 | 2019

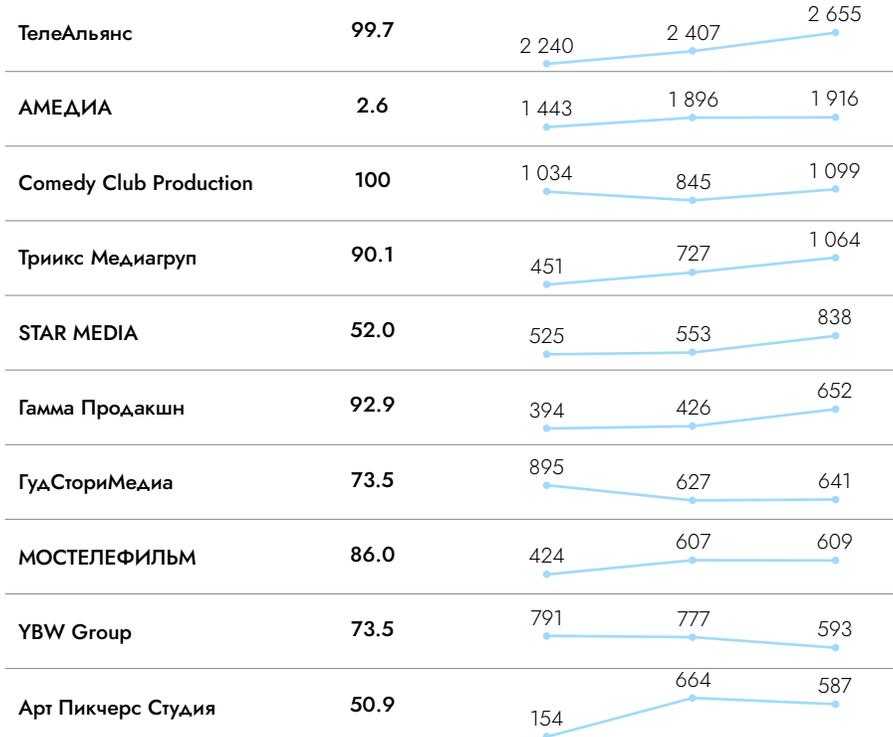


### ТОП-10 ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ СЕРИАЛОВ

Доля контента для семи крупнейших каналов\*, %

Длительность произведенных программ на 17 каналах\*, часы

2017 | 2018 | 2019



\* Крупнейшие каналы: «Первый канал», «Россия 1», НТВ, ТНТ, СТС, «Пятый канал», РЕН ТВ.

Каналы «второго ряда»: «ТВ Центр», «Домашний», ТВЗ, «Звезда», «Карусель», Disney, «Пятница!», «Че», «Канал Ю», «СТС Love».

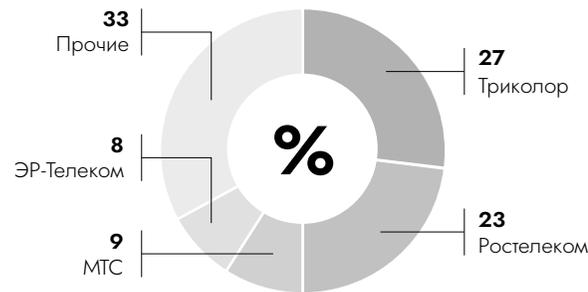
Источник: оценка НИУ ВШЭ по данным ежегодных отраслевых отчетов Роспечати «Телевидение в России».

## КЛЮЧЕВЫЕ ИГРОКИ РЫНКА ПЛАТНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ В РОССИИ И МОСКВЕ: 2019

### РОССИЯ

**45.3** млн

абонентов

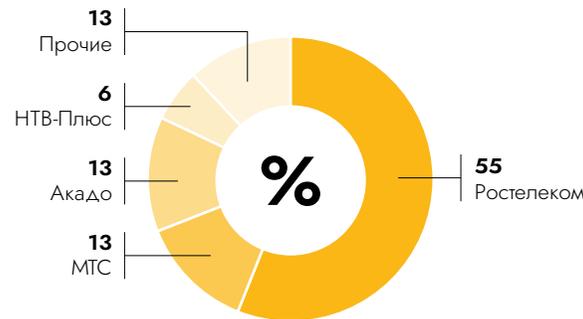
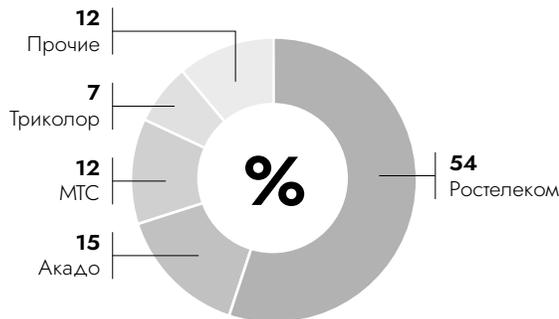


**104.2** млрд руб.

выручка операторов



### МОСКВА\*



\* Данные за второй квартал 2020 г.  
Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным «ТМТ Консалтинг».

Российский рынок производства телепрограмм достаточно стабилен: топ-5 игроков традиционно представлен собственными производственными подразделениями крупнейших телеканалов (РЕН ТВ, Первый канал, Россия 1, НТВ), а также компанией Comedy Club Production, создающей контент для телеканала ТНТ.

Сегмент производителей телесериалов находится под растущим давлением «нетелевизионных» игроков — онлайн-кинотеатров и платформ, расширяющих спрос на сериальный контент.

**В 2019 г. выручка российских операторов платного телевидения достигла 104.2 млрд руб.,**

в том числе за счет перетока абонентов в более дорогой сегмент IPTV\*.

**Совокупная абонентская база платного телевидения превысила 45 млн абонентов, однако ее дальнейшему росту препятствует конкуренция со стороны онлайн-платформ. Ключевой игрок на рынке платного телевидения Москвы — Ростелеком: на него приходится более половины всех абонентов и совокупного объема выручки.**

\* IPTV — Телевидение по протоколу интернета (Интерактивное телевидение).

## ИТ И ВИДЕОИГРЫ



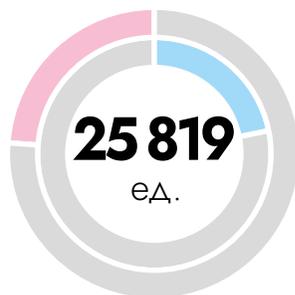
### КОДЫ ОКВЭД 2

- 62.01** Разработка программного обеспечения
- 62.02** Консультации в сфере информационных технологий
- 58.21** Издание компьютерных игр
- 58.29** Издание программного обеспечения
- 63.12** Деятельность web-порталов

## ВАЛОВАЯ ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ В ИНДУСТРИИ



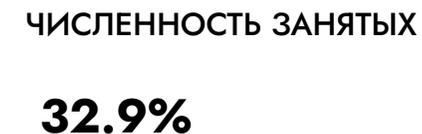
## ВКЛАД ИНДУСТРИИ В КРЕАТИВНУЮ ЭКОНОМИКУ МОСКВЫ



Из них организаций – 13 920,  
ИП – 11 899



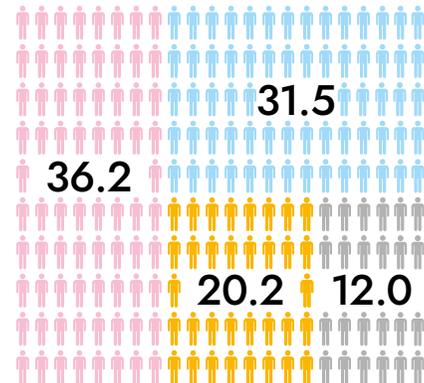
Предоставили информацию о выручке  
за 2018 г. 7 036 организаций (50.5%)



Предоставили информацию о занятых  
за 2018 г. 8 950 организаций (65.4%)

## СТРУКТУРА ЗАНЯТЫХ В ИНДУСТРИИ, %

ОРГАНИЗАЦИИ:

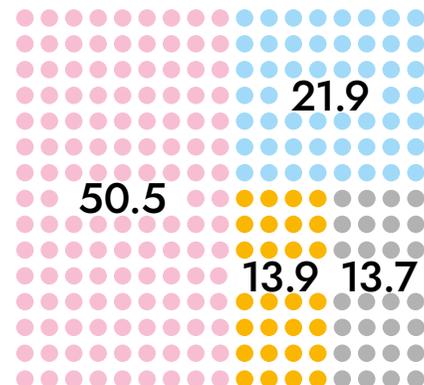


# 31.4%

занятым приходится  
на **топ-50 организаций**

## СТРУКТУРА ВЫРУЧКИ В ИНДУСТРИИ, %

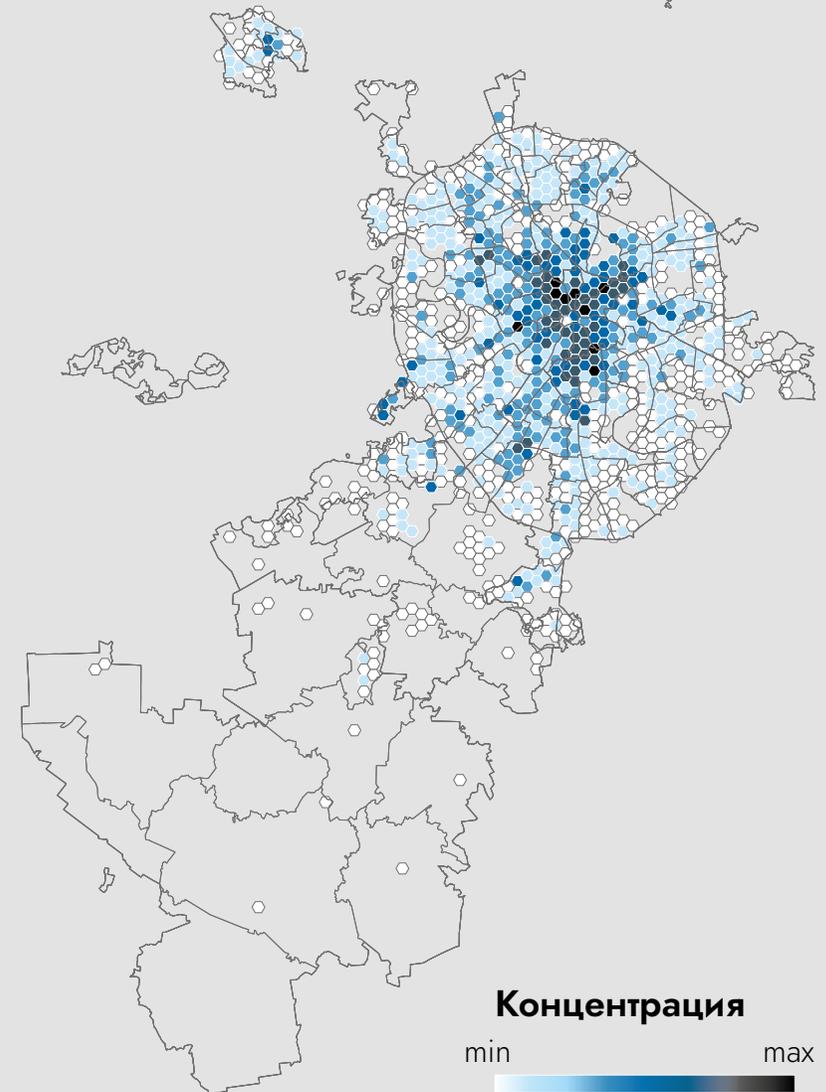
ОРГАНИЗАЦИИ:



# 50.5%

выручки приходится  
на **топ-50 организаций**

## ЛОКАЛИЗАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ИНДУСТРИИ НА ТЕРРИТОРИИ МОСКВЫ

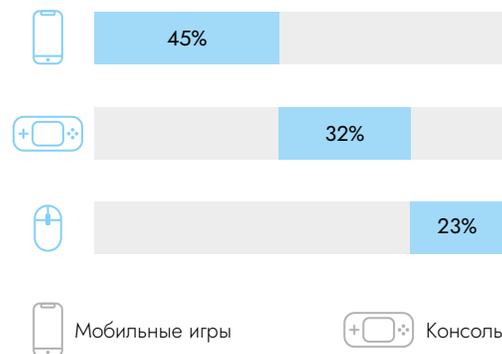
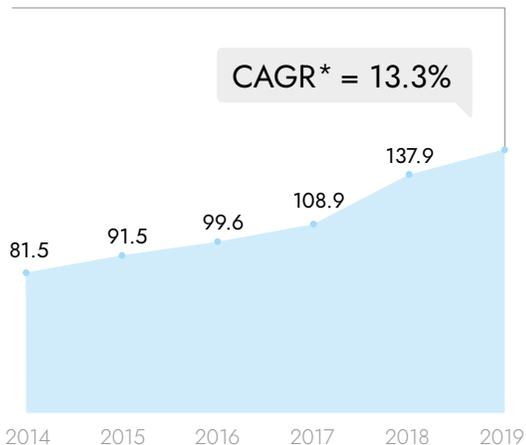


## ОБЪЕМ И СТРУКТУРА РЫНКА ВИДЕОИГР: 2019

## МИР

# 152.1

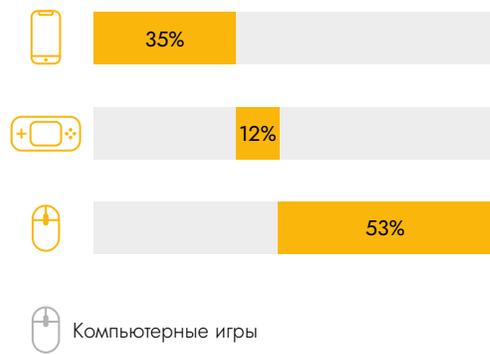
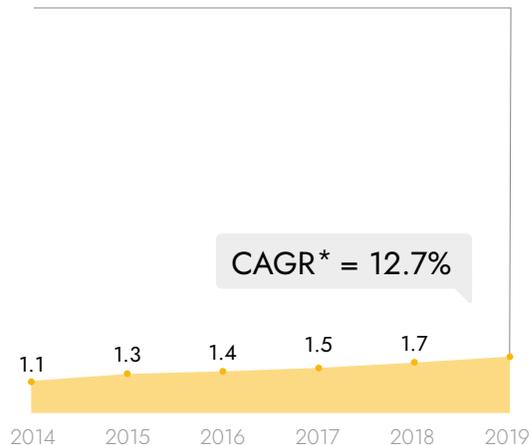
млрд долл. США



## РОССИЯ

# 2.0

млрд долл. США



## СТРАНЫ – ЛИДЕРЫ РЫНКА ВИДЕОИГР

Ранг	Страна	Доля, %	Объем, млрд долл. США
1.	Китай	24.0	36.5
2.	США	23.3	35.5
3.	Япония	12.2	18.6
4.	Республика Корея	4.1	6.2
5.	Германия	3.7	5.7
.....			
11.	Россия	1.3	2.0

В 2014–2019 гг. глобальный рынок видеоигр рос в среднем на 13.3% ежегодно и к 2019 г. достиг 152.1 млрд долл. США. Лидеры по доле рынка игровой индустрии – Китай и США: на них приходится почти половина мирового объема.

\* CAGR – Compound Annual Growth Rate / Совокупный среднегодовой темп роста.

Источник: расчеты НИУ ВШЭ по данным аналитической платформы NewZoo (2014–2019) и «Яндекс.Касса».

## ВЕДУЩИЕ РОССИЙСКИЕ РАЗРАБОТЧИКИ И ИЗДАТЕЛИ ВИДЕОИГР: 2019

Компания	Специализация	Штаб-квартира	Игровые проекты
<b>Playrix</b>		Дублин ранее – Вологда	Gardenscapes Fishdom
<b>Mail.ru Group</b>	  	Москва	Warface; Hustle Castle Аллоиды
<b>Pixonic</b>		Москва	War Robots Robinson
<b>ZeptoLab</b>		Лондон ранее – Москва	Cut the Rope
<b>Banzai Games</b>	  	Москва	Shadow Fight* Vector
<b>1C</b>	 	Москва	Серия «Ил-2 Штурмовик» Санитары подземелий
<b>Nival</b>	 	Санкт-Петербург	Ночной дозор Heroes of Might and Magic V
<b>Gaijin Entertainment</b>	 	Москва	Бумер: сорванные башни War Thunder
<b>101XP</b>	 	Москва	Deiland Eternal Magic
<b>Game Insight</b>	 	Вильнюс ранее – Москва	Paradise Island Аэропорт-Сити
<b>Ice-Peak Lodge</b>		Москва	Мор Тургор
	 Мобильные игры	 Консольные игры	 Компьютерные игры

\* Издатель – компания Nekki.

Источник: оценка НИУ ВШЭ по данным порталов AppAnnie и Riot Pixels, ВШБИ НИУ ВШЭ и открытых источников.

Российский рынок видеоигр – сравнительно молодой и динамично развивающийся. **За последние пять лет он вырос почти вдвое**, ежегодные темпы роста составили в среднем 12.7%. **В 2019 г. доля России на глобальном рынке ИТ оценивалась в 1.31% (11-е место в мире).**

Рост мирового и отечественного игрового рынка происходит в первую очередь за счет сегмента мобильных игр. В России на него приходится 35% общего объема рынка. Высокая инвестиционная привлекательность гейм-индустрии в нашей стране связана с глобальной ориентацией разрабатываемых продуктов.

**Ряд компаний – ведущих мировых разработчиков мобильных игр были основаны в России.** Среди них Playrix (входит в тройку крупнейших глобальных игровых компаний), Zeptolab и Game Insight. Многие лидеры отечественного игрового рынка имеют штаб-квартиры в Москве.

## РЕКЛАМА



### КОДЫ ОКВЭД 2

- 73.11 Деятельность рекламных агентств
- 70.21 Деятельность по связям с общественностью

## ВАЛОВАЯ ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ В ИНДУСТРИИ



## ВКЛАД ИНДУСТРИИ В КРЕАТИВНУЮ ЭКОНОМИКУ МОСКВЫ



Из них организаций — 16 286,  
ИП — 7 937



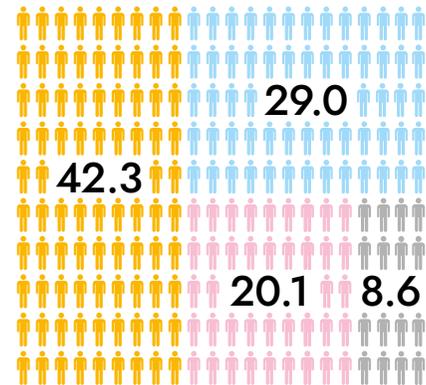
Предоставили информацию о выручке  
за 2018 г. 6 355 организаций (39.0%)



Предоставили информацию о занятых  
за 2018 г. 7 928 организаций (50.3%)

## СТРУКТУРА ЗАНЯТЫХ В ИНДУСТРИИ, %

ОРГАНИЗАЦИИ:

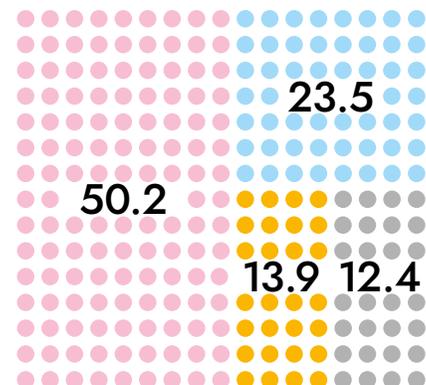


# 27.0%

занятым приходится  
на **топ-50 организаций**

## СТРУКТУРА ВЫРУЧКИ В ИНДУСТРИИ, %

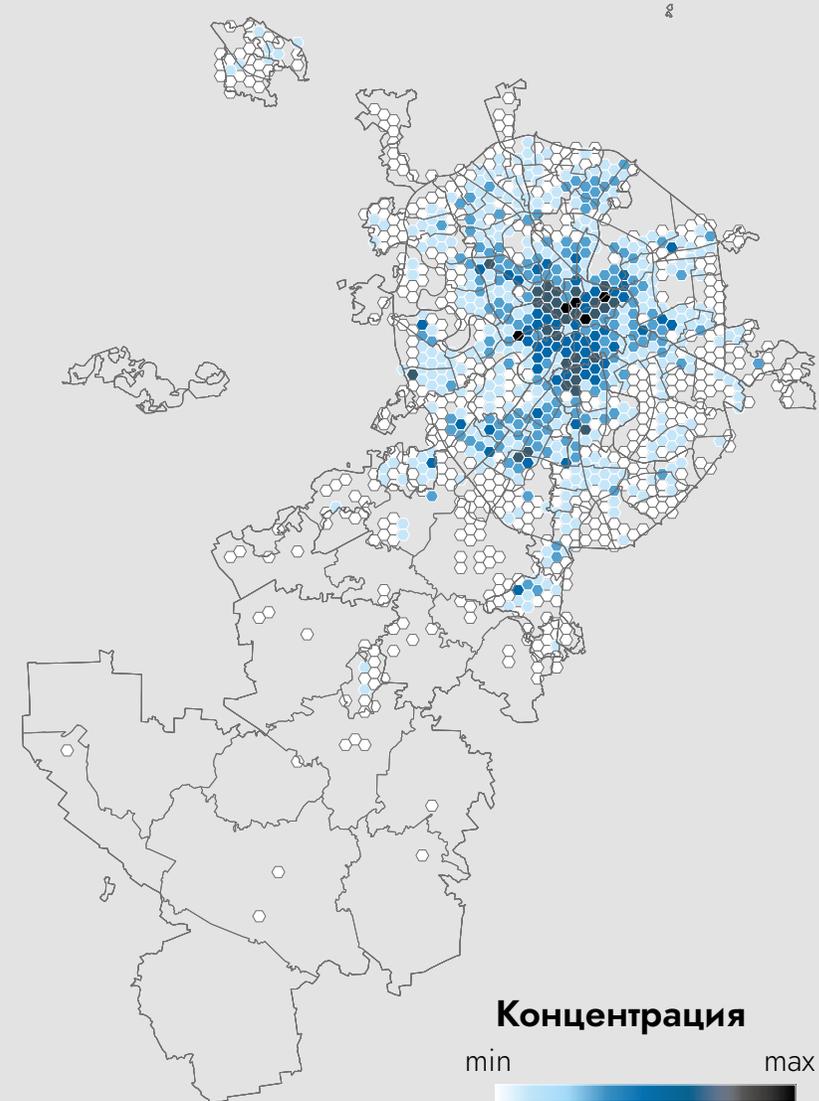
ОРГАНИЗАЦИИ:



# 47.9%

выручки приходится  
на **топ-50 организаций**

## ЛОКАЛИЗАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ИНДУСТРИИ НА ТЕРРИТОРИИ МОСКВЫ



## ЛИДЕРЫ СРЕДИ РЕКЛАМНЫХ АГЕНТСТВ

Результаты рейтингов креативности и эффективности позволяют судить об успешности деятельности российских рекламных агентств и их творческом потенциале. Первый рейтинг формируется на основе данных о победах организаций в профессиональных конкурсах, второй – на базе экспертных оценок реализованных рекламных проектов и кампаний.



### ТОП-10 РЕЙТИНГА КРЕАТИВНОСТИ

	Город	2017	2018	2019
 <b>Восход</b>	Москва, Екатеринбург	1	1	1
 <b>Leo Burnett Moscow</b>	Москва	–	5	2
 <b>Friends Moscow</b>	Москва	4	4	3
 <b>BBDO Russia Group</b>	Москва	6	2	4
 <b>POSSIBLE Group</b>	Москва, Киев	3	7	5
 <b>Suprematika</b>	Москва	7	13	6
 <b>Zebra Hero</b>	Москва	14	14	7
 <b>TutkovBudkov</b>	Волгоград	11	11	8
 <b>Instinct &amp; More</b>	Москва	8	6	9
 <b>Bootleg</b> Закрыто в апреле 2020 г.	Москва, Киев	–	12	10

 Сетевые агентства  
(входят в состав международной рекламно-коммуникационной сети)

 Независимые агентства  
(представлены только на российском рынке)

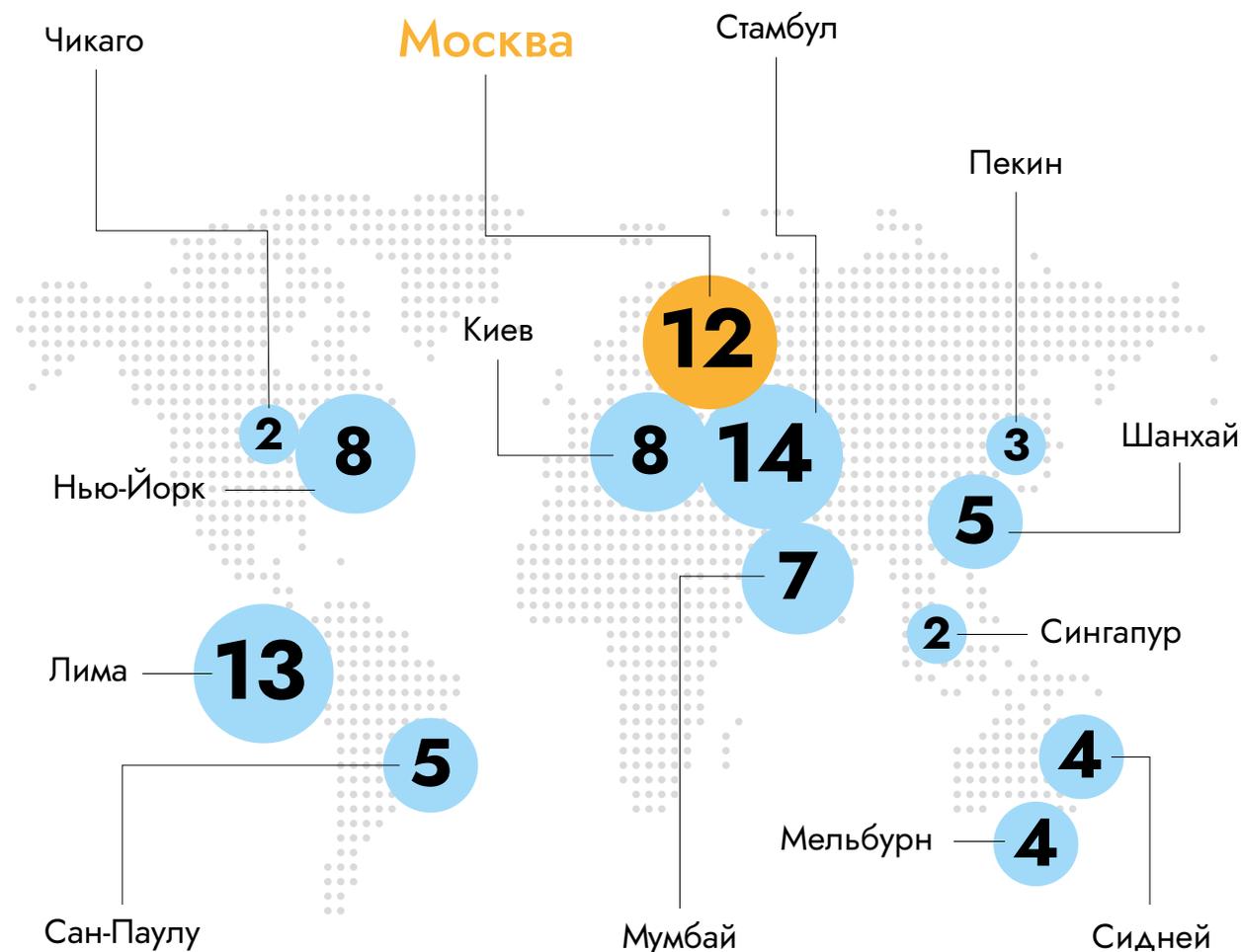
 Агентства,  
входящие в топ-10 двух рейтингов



### ТОП-10 РЕЙТИНГА ЭФФЕКТИВНОСТИ

	Город	2017	2018	2019	Global Effie Awards 2019
 <b>BBDO Moscow</b>	Москва	1	1	1	12
 <b>McCann Moscow</b>	Москва	5	4	2	46
 <b>Leo Burnett Moscow</b>	Москва	10	8	3	
 <b>OMD Optimum Media</b>	Москва, Санкт-Петербург	9	12	4	
 <b>Mindshare</b>	Москва	17	11	5	
 <b>Contrapunto</b>	Москва	13	18	6	
 <b>SLAVA</b>	Москва	17	10	7	28
 <b>MediaCom</b>	Москва	14	3	8	56
 <b>OMD Media Direction</b>	Москва	19	11	9	
 <b>Friends Moscow</b>	Москва	–	7	10	15

## ЧИСЛО РЕКЛАМНЫХ АГЕНТСТВ, ВХОДЯЩИХ В ТОП-100 РЕЙТИНГА GLOBAL EFFIE AWARDS 2019



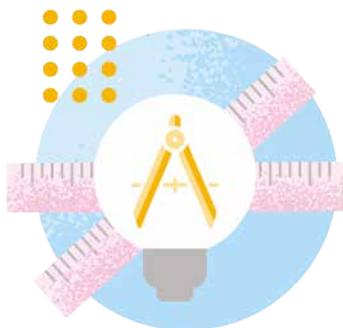
**В 2019 г. Москва стала одним из мировых лидеров по числу рекламных агентств, вошедших в топ-100 рейтинга Global Effie Awards, опередив по этому показателю Нью-Йорк.**

В рейтинг попали 14 российских рекламных агентств – 12 из Москвы и по одному из Санкт-Петербурга и Екатеринбурга. По сравнению с 2018 г. московских организаций стало втрое больше.

Самые высокие позиции заняли сетевое агентство BBDO Moscow (12-е место) и независимое Friends Moscow (15-е), которые стабильно входят в топ-10 наиболее креативных и эффективных рекламных агентств России.

Среди участников рейтинга – московские сетевые агентства Instinct (сеть BBDO Russia, 39-е место), McCann Moscow (McCann Erickson, 46-е), MediaCom (GroupM, 56-е), J. Walter Thompson Russia (JWT Worldwide, 66-е), TMA-Draft (DraftWorldwide, 81-е) и независимые – SLAVA (28-е), Sons and Partners (45-е), Mosaic (57-е), Getbrand (76-е), Resonate Strategies (76-е).

## АРХИТЕКТУРА



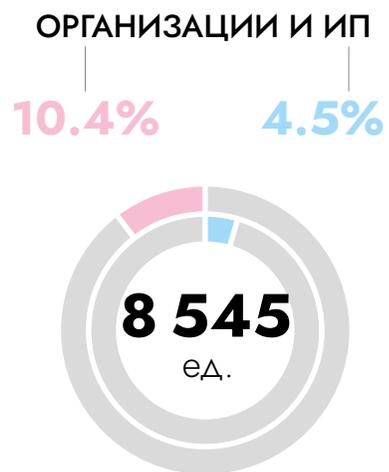
### КОДЫ ОКВЭД 2

71.11 Архитектурное проектирование

## ВАЛОВАЯ ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ В ИНДУСТРИИ



## ВКЛАД ИНДУСТРИИ В КРЕАТИВНУЮ ЭКОНОМИКУ МОСКВЫ



Из них организаций — 6 098,  
ИП — 2 447



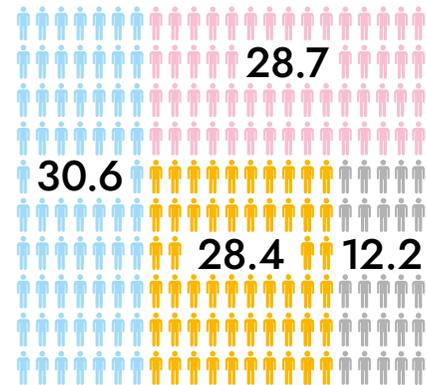
Предоставили информацию о выручке  
за 2018 г. 3 496 организаций (57.3%)



Предоставили информацию о занятых  
за 2018 г. 4 479 организаций (74.8%)

## СТРУКТУРА ЗАНЯТЫХ В ИНДУСТРИИ, %

ОРГАНИЗАЦИИ:

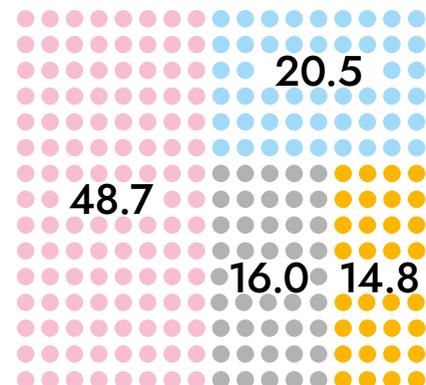
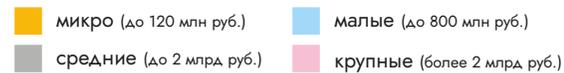


# 37.5%

занятым приходится  
на **топ-50 организаций**

## СТРУКТУРА ВЫРУЧКИ В ИНДУСТРИИ, %

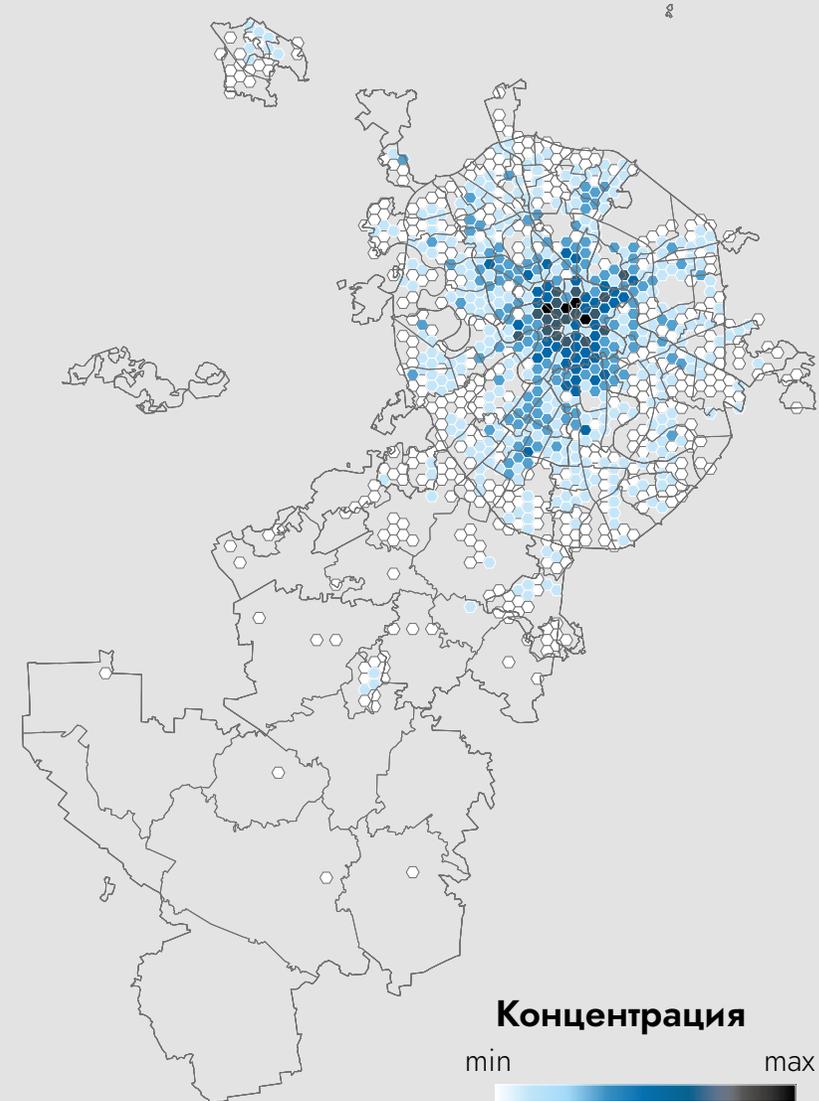
ОРГАНИЗАЦИИ:



# 59.3%

выручки приходится  
на **топ-50 организаций**

## ЛОКАЛИЗАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ИНДУСТРИИ НА ТЕРРИТОРИИ МОСКВЫ



## МОСКОВСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ – ЛАУРЕАТЫ ВЕДУЩИХ МЕЖДУНАРОДНЫХ ПРЕМИЙ: 2019

**Archdaily Building of the Year Awards**

Организация	Название проекта
KOSMOS architects, ООО «КБ Стрелка» –, 2013 📅	Культурно-спортивный центр Nike Box MSK в Парке Горького, г. Москва

**Architizer A+ Awards**

Организация	Название проекта
ООО «БЕРНАСКОНИ» 2005 📅	Деловой центр MATREX в Сколково, г. Москва
ООО «КБ Стрелка» 2013 📅	Проект благоустройства московских улиц, г. Москва
Архитектурное бюро Шамсудина Керимова 2011 📅	Частный дом «Вилла на реке», г. Москва

📅 Год основания

**World Architecture Festival Prize**

Организация	Название проекта
ООО «АМ Атриум» 2005 📅	Парк будущих поколений, г. Якутск
ООО «Проектное бюро АПЕКС»* 2013 📅	Многофункциональный комплекс на месте бывшего Бадаевского пивоваренного завода, г. Москва
ООО «Проект СПИЧ» 2011 📅	Хоккейный стадион, г. Сыктывкар
ООО «ТПО Резерв» 2011 📅	Госпиталь и центр материнства «Коммунарка», г. Москва
ООО «РТДА» 2011 📅	Архитектурно-планировочные решения для инновационного центра «ИТМО Хайпарк», г. Санкт-Петербург
ООО «КБ Стрелка»** 2011 📅	Стратегический мастер-плана г. Свободный
ООО «Архитектурное бюро «Цимайло Ляшенко и партнеры» 2013 📅	Архитектурная концепция клубного дома Brodsky, г. Москва

В Москве действуют несколько десятков архитектурных бюро, превосходящих по своим масштабам традиционный для индустрии формат микро-бизнеса и стабильно реализующих высококлассные архитектурные проекты. **Десять московских организаций в 2019 г. стали обладателями ведущих международных премий.** Половина из них с 2015 г. регулярно номинировались на Архитектурную премию Москвы, что свидетельствует о наличии в столице спроса на качественные и соответствующие мировым стандартам архитектурно-градостроительные решения, формирующие комфортную городскую среду.

В последние пять лет лидируют по числу номинаций и побед на Архитектурной премии Москвы ООО «ТПО Резерв» и ООО «Проект СПИЧ». Они разработали лучшие проекты для объектов общественного и коммерческого назначения, образования и медицины. Самой популярной номинацией среди участников премии стали решения для жилых объектов.

\* Совместно со швейцарским проектным бюро Herzog &amp; de Meuron Architekten.

\*\* Совместно с нидерландским бюро ландшафтной архитектуры Karres en Brands.

Источник: оценка НИУ ВШЭ по данным официальных сайтов международных премий Archdaily Building of the Year Awards, Architizer A+ Awards и World Architecture Festival Prize.

## ОРГАНИЗАЦИИ – ЛИДЕРЫ ПО ЧИСЛУ НОМИНАЦИЙ НА АРХИТЕКТУРНУЮ ПРЕМИЮ МОСКВЫ: 2015–2020

Название	Количество номинаций	Количество побед					Назначение объектов
<b>ООО «ТПО Резерв»</b> 📅 1987	7	3	🏠 2015 🏠 2016	🎓 2015 🎓 2019	👥 2016	🎓 2017–2018 🎓 2020	🎓 Образование и медицина
<b>ООО «Проект СПИЧ»</b> 📅 2006	6	3	👥 2015	🏠 2015 🏠 2016 🏠 2017–2018	🔍 2019	🛒 2020	🏠 Жилое
<b>ООО «Архитектурное бюро «Цимайло Ляшенко и партнеры»</b> 📅 2001	4	2	🏠 2015 🏠 2017–2018	🔍 2019	🛒 2020		🏠 Дом эконом-класса
<b>ООО «Ю-Эн-Кей Проджект»</b> 📅 2000	4	2	🔧 2015	🏠 2017–2018	🔍 2019	🏠 2020	🏠 Дом повышенной комфортности
<b>ООО «Проектное Бюро Алекс»</b> 📅 2014	4	0	🏠 2015 🏠 2017–2018	🏠 2017–2018	🔍 2019		🔧 Многофункциональное
<b>ООО «Архитектурное бюро Сергея Скуратова»</b> 📅 2002	3	2	🏠 2016	🏠 2019	🛒 2020		👥 Офисное и административное
<b>ОАО «Моспроект-4»</b> 📅 2014	3	2	🏠 2016 🏠 2017–2018	🏠 2020			👥 Общественное
<b>ООО «Архитектурное Бюро Асадова»</b> 📅 2010	3	1	🔧 2017–2018	🔍 2019	🎓 2020		🛒 Коммерческое
<b>ООО «Архитектурное бюро «Остоженка»</b> 📅 1992	3	0	🔧 2015	🏠 2016	🏠 2019		🔧 Торгово-бытовое
<b>ООО «ПИ «Арена»</b> 📅 2011	3	0	👥 2015	👥 2016 👥 2017–2018			🏠 Спортивно-зрелищное
<b>ООО «Проект Меганом»</b> 📅 2000	3	0	🏠 2017–2018	🏠 2019	🛒 2020		

📅 Год основания    — Номинации    — Победы

Примечание: общее количество номинантов: 2020 г. – 40; 2019 г. – 21, 2017–2018 гг. – 27; 2016 г. – 23; 2015 г. – 25.

Источник: оценка НИУ ВШЭ по данным сайта Архитектурной премии Москвы, официальных сайтов организаций.

## ДИЗАЙН



По виду деятельности 74.10 официальные данные статистики не могут быть использованы для расчета объемов добавленной стоимости в рамках принятой методологии.

### КОДЫ ОКВЭД 2

**74.10** Дизайн интерьеров, промышленный, графический

### ВКЛАД ИНДУСТРИИ В КРЕАТИВНУЮ ЭКОНОМИКУ МОСКВЫ

ОРГАНИЗАЦИИ И ИП  
1.3% 5.4%



Из них организаций – 775,  
ИП – 2 931

ВЫРУЧКА  
0.3%



Предоставили информацию о выручке  
за 2018 г. 334 организации (43.1%)

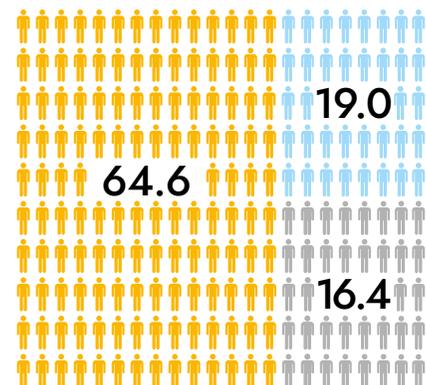
ЧИСЛЕННОСТЬ ЗАНЯТЫХ  
1.1%



Предоставили информацию о занятых  
за 2018 г. 440 организаций (57.5%)

## СТРУКТУРА ЗАНЯТЫХ В ИНДУСТРИИ, %

ОРГАНИЗАЦИИ:

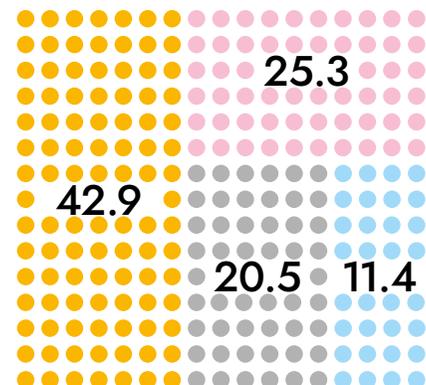
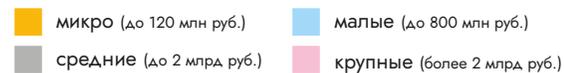


# 50.5%

занятым приходится  
на **топ-50 организаций**

## СТРУКТУРА ВЫРУЧКИ В ИНДУСТРИИ, %

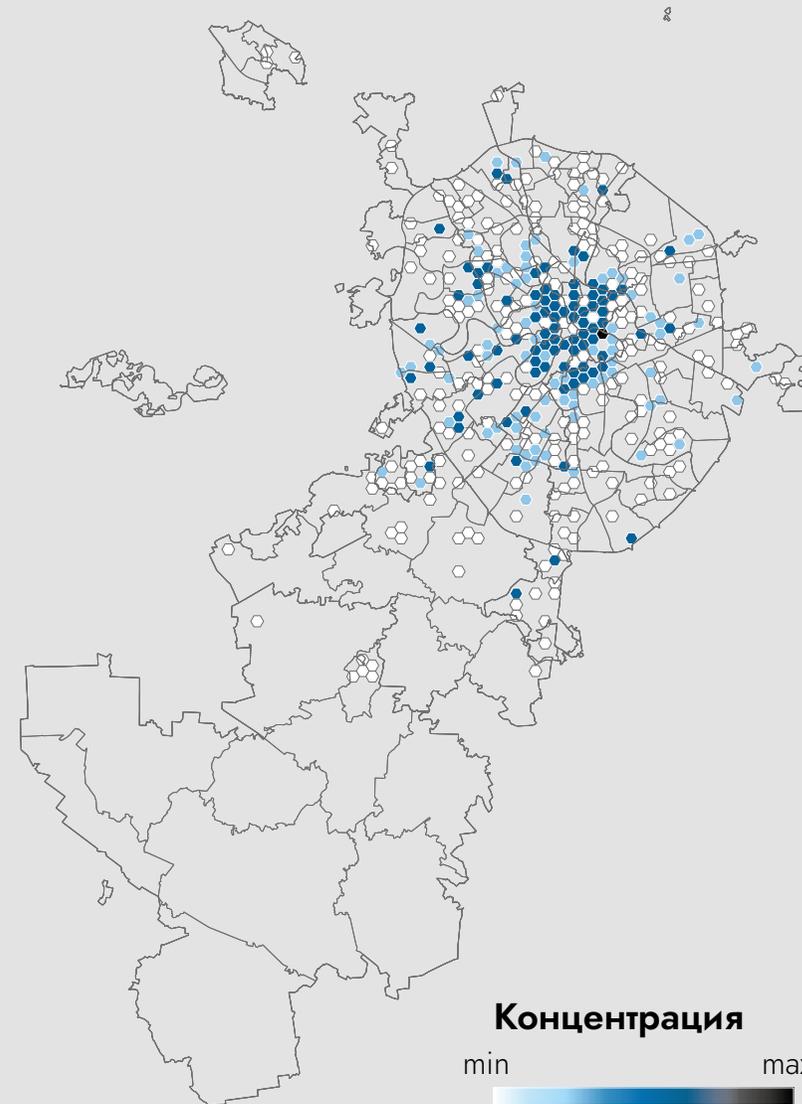
ОРГАНИЗАЦИИ:



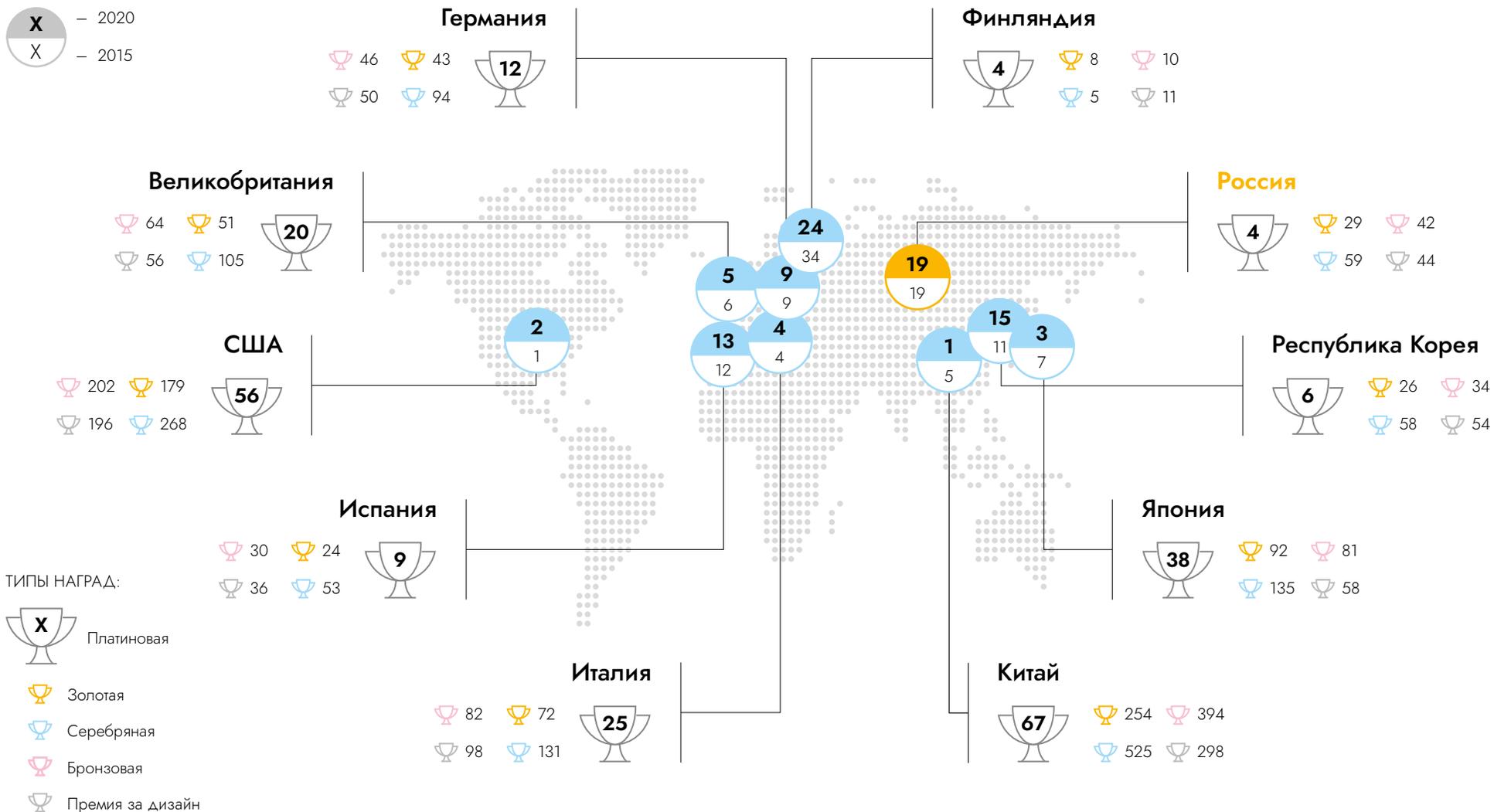
# 85.2%

выручки приходится  
на **топ-50 организаций**

## ЛОКАЛИЗАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ИНДУСТРИИ НА ТЕРРИТОРИИ МОСКВЫ



## СТРАНЫ – МИРОВЫЕ ЛИДЕРЫ ДИЗАЙНА: 2020



Примечание: рейтинг содержит информацию о наградах дизайнеров, полученных на международных конкурсах и выставках с 2010 г. Ранжирование стран проведено по числу полученных дизайнерами платиновых наград. Количество стран: 2015 г. – 83, 2020 г. – 106. Источник: оценка НИУ ВШЭ по данным Мирового рейтинга дизайна World Design Rankings, 2020.

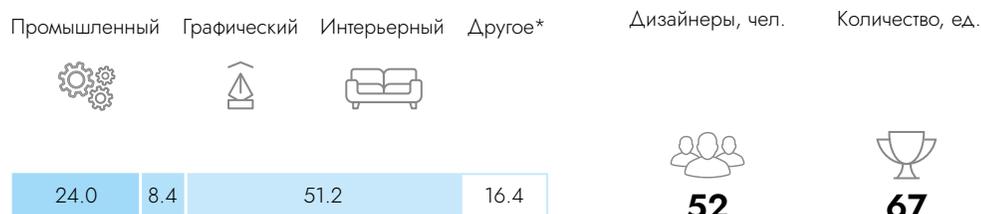
Численность участников рейтинга, чел.

Распределение участников рейтинга по направлениям дизайна, %

Платиновые награды

Китай

250



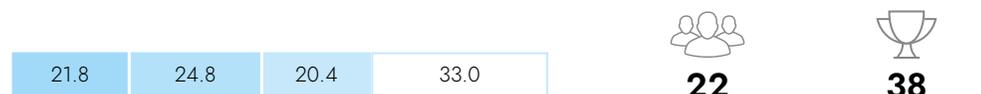
США

250



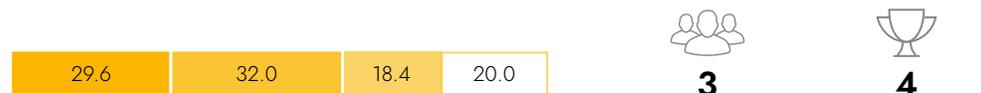
Япония

206



Россия

125



\* Дизайн текстильных изделий, одежды, обуви, ювелирных изделий и аксессуаров, ландшафтный дизайн, архитектура и проектирование.

Примечание: результаты получены на основе анализа профилей дизайнеров, вошедших в рейтинг в 2010–2020 гг.

Источник: оценка НИУ ВШЭ по данным Мирового рейтинга дизайна World Design Rankings, 2020.

Мировой рейтинг дизайна World Design Rankings рассчитывается по числу наград, завоеванных на крупнейшем международном конкурсе A' Design Award & Competition, который проводится под патронажем ведущих мировых профильных ассоциаций. **С 2017 г. тройка стран — лидеров по числу платиновых наград (наивысший приз) неизменна: Китай, США и Япония. По этому показателю Россия занимает 19-е место (из 106), сохраняя позиции относительно 2015 г.** На счету отечественных дизайнеров 178 наград, из них только четыре платиновых. Их получили Рома Лазарев (две награды в 2014 г.), Игорь Лобанов (2015 г.) и Наталья Копцева (2016 г.). Дизайнеры из Китая — обладатели 67 платиновых наград, из США — 56, из Японии — 38. Китайские дизайнеры в большей степени преуспели в области оформления интерьера, американские — в промышленном дизайне. Распределение участников рейтинга из Японии и России по основным направлениям дизайна достаточно равномерно. 12% наград российских дизайнеров получены в области дизайна ювелирных изделий и аксессуаров.

## МОДА



### КОДЫ ОКВЭД 2

- 74.10 Дизайн одежды и обуви
- 13 Производство текстильных изделий
- 14 Производство одежды
- 15 Производство кожи и изделий из кожи

## ВАЛОВАЯ ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ В ИНДУСТРИИ



## ВКЛАД ИНДУСТРИИ В КРЕАТИВНУЮ ЭКОНОМИКУ МОСКВЫ

ОРГАНИЗАЦИИ И ИП

5.3% 6.7%



Из них организаций – 3 090,  
ИП – 3 630

ВЫРУЧКА

0.7%



Предоставили информацию о выручке  
за 2018 г. 1 663 организации (53.8%)

ЧИСЛЕННОСТЬ ЗАНЯТЫХ

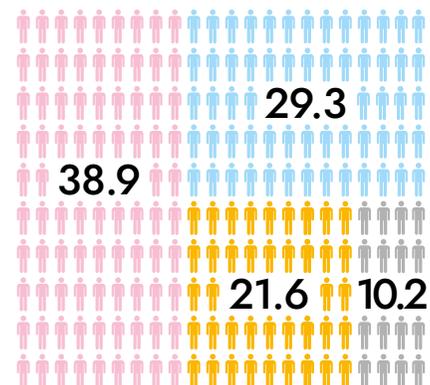
7.8%



Предоставили информацию о занятых  
за 2018 г. 2 140 организаций (70.9%)

## СТРУКТУРА ЗАНЯТЫХ В ИНДУСТРИИ, %

ОРГАНИЗАЦИИ:

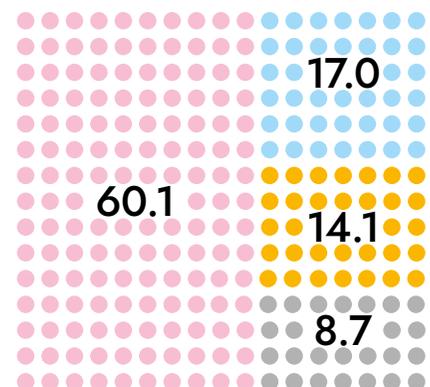
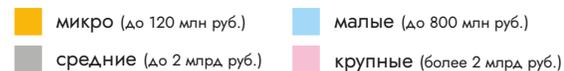


# 52.2%

занятым приходится  
на **топ-50 организаций**

## СТРУКТУРА ВЫРУЧКИ В ИНДУСТРИИ, %

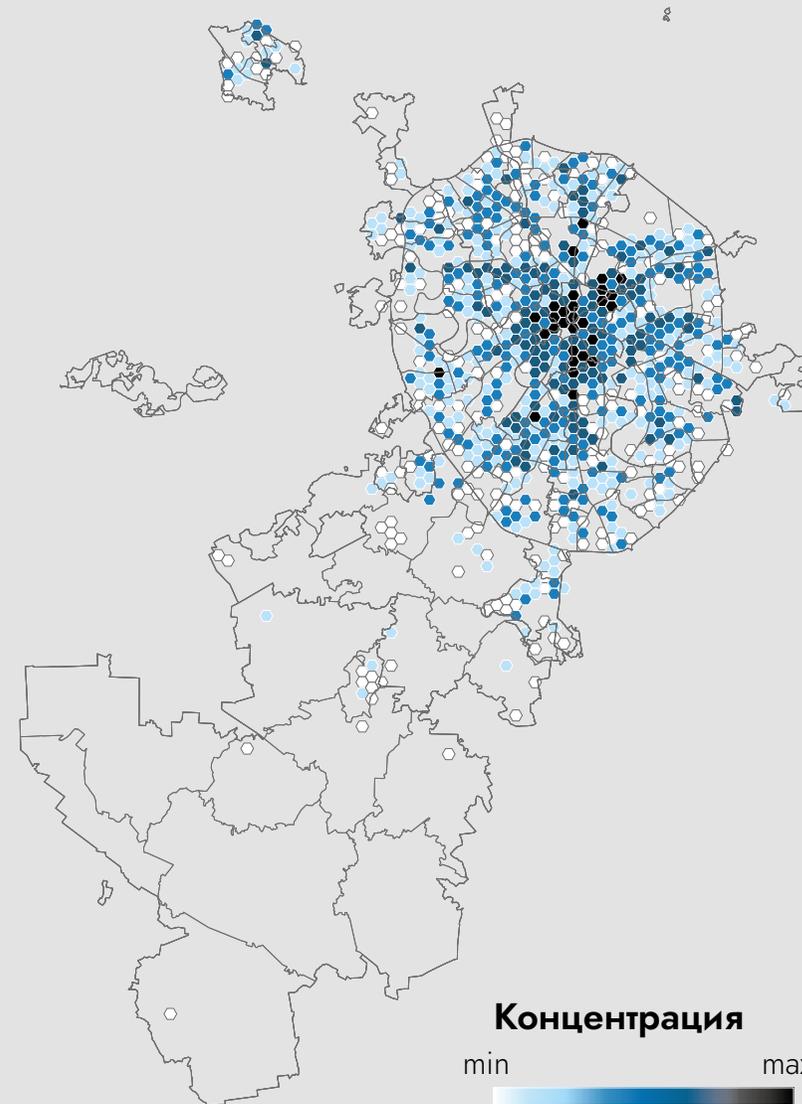
ОРГАНИЗАЦИИ:



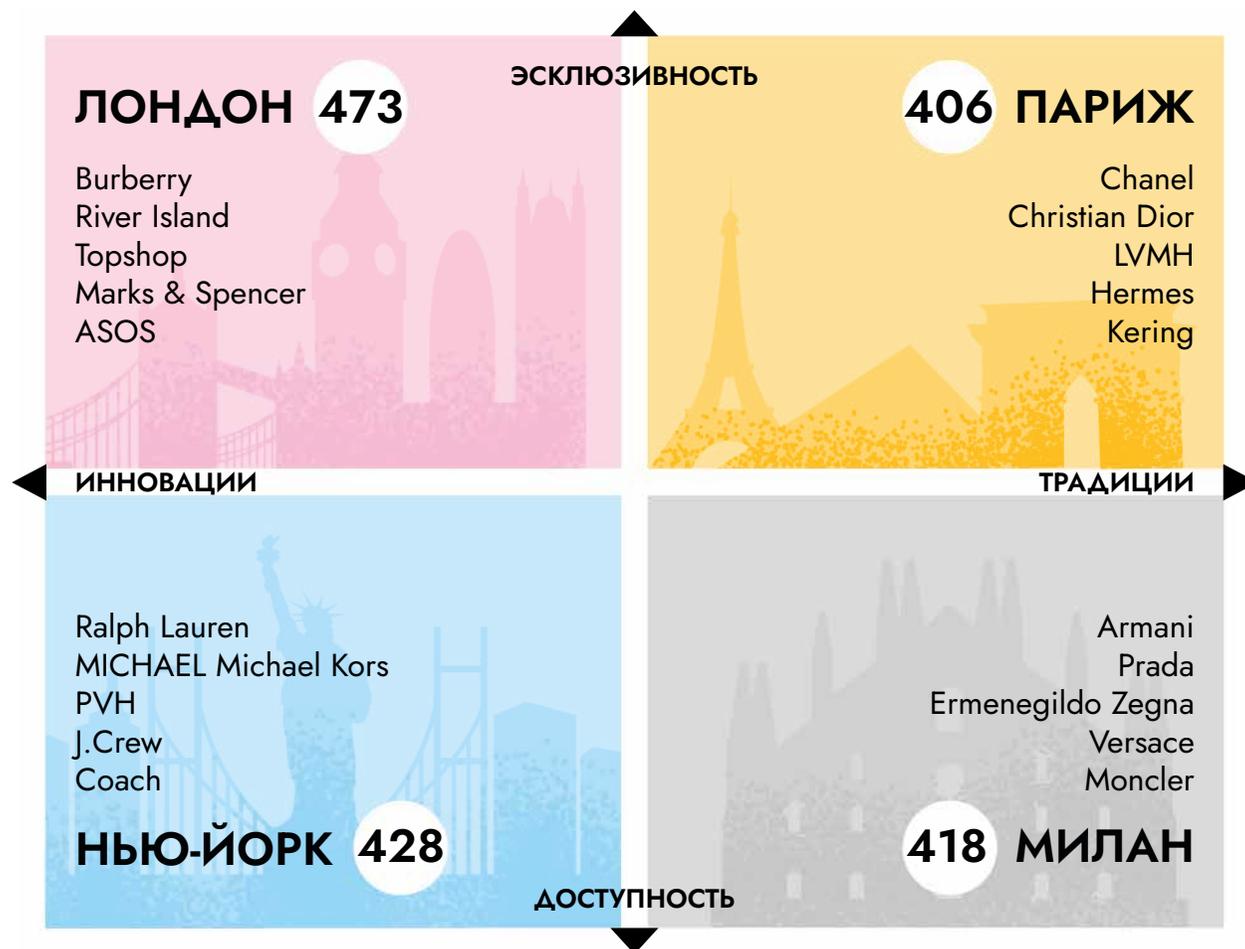
# 74.8%

выручки приходится  
на **топ-50 организаций**

## ЛОКАЛИЗАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ИНДУСТРИИ НА ТЕРРИТОРИИ МОСКВЫ



## ГОРОДА – ЛИДЕРЫ МОДНОЙ ИНДУСТРИИ: 2019

ЧИСЛО БРЕНДОВ, ПРЕДСТАВЛЕННЫХ  
НА ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМЕ FARFETCH

Лондон, Париж, Нью-Йорк и Милан – признанные мировые столицы фешн-индустрии. Именитые дизайнеры дважды в год демонстрируют в этих городах свои новые коллекции на неделях моды. Здесь находятся главные офисы их брендов.

**В модной индустрии России в последние годы наблюдается устойчивый рост, однако позиции отечественных дизайнеров на глобальном рынке остаются невысокими.**

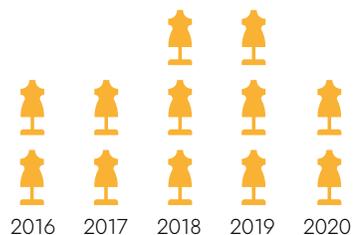
В 2016–2020 гг. ежегодно присутствовали на ключевых мировых неделях моды лишь два отечественных бренда – Valentin Yudashkin и Ulyana Sergeenko. Около половины всех российских участников этих мероприятий – из Москвы.

На крупнейшей онлайн-платформе в сфере моды FARFETCH представлены только 14 московских модельеров, в то время как кутюрье из Лондона, Парижа, Нью-Йорка и Милана – более 400. Это свидетельствует о существенном потенциале развития модной индустрии как в Москве, так и в стране в целом.

## РОССИЙСКИЕ ДИЗАЙНЕРЫ – УЧАСТНИКИ МИРОВЫХ НЕДЕЛЬ МОДЫ: 2016–2020

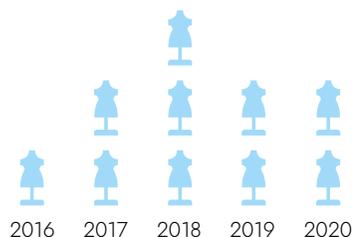
## Париж

12



## Нью-Йорк

10



## Лондон

5



## Милан

2



Бренд	Дизайнер	Участие в мировых неделях моды за последние 5 лет, раз	Место проживания
<b>Valentin Yudashkin</b>	Валентин Юдашкин	<b>5</b>	Москва
<b>Ulyana Sergeenko</b>	Ульяна Сергеенко	<b>5</b>	Москва
<b>A.W.A.K.E</b>	Наталья Алавердян	<b>4</b>	Москва, Лондон
<b>Helen Yarmak</b>	Елена Ярмак	<b>3</b>	Москва, Киев, Нью-Йорк
<b>Fix and Fax by Katya Leonovich</b>	Катя Леонович	<b>2</b>	Москва, Нью-Йорк
<b>Grinko</b>	Сергей Гринько	<b>2</b>	Хабаровск, Лондон, Милан
<b>Jahnkoj</b>	Мария Казакова	<b>2</b>	Москва, Нью-Йорк, Новосибирск
<b>Irina Vitjaz</b>	Ирина Витязь	<b>2</b>	Москва, Вена, Нью-Йорк
<b>Sergey Khromchenkov</b>	Сергей Хромченков	<b>1</b>	Санкт-Петербург
<b>PopimpressKA</b>	Ольга Папкович	<b>1</b>	Санкт-Петербург, Нью-Йорк
<b>Delada</b>	Лада Комарова	<b>1</b>	Санкт-Петербург, Лондон

## МУЗЕИ, БИБЛИОТЕКИ, АРХИВЫ



### КОДЫ ОКВЭД 2

- 91.01 Деятельность библиотек и архивов
- 91.02 Деятельность музеев

## ВАЛОВАЯ ДОБАВЛЕННАЯ СТОИМОСТЬ В ИНДУСТРИИ



## ВКЛАД ИНДУСТРИИ В КРЕАТИВНУЮ ЭКОНОМИКУ МОСКВЫ



Из них организаций – 667,  
ИП – 182



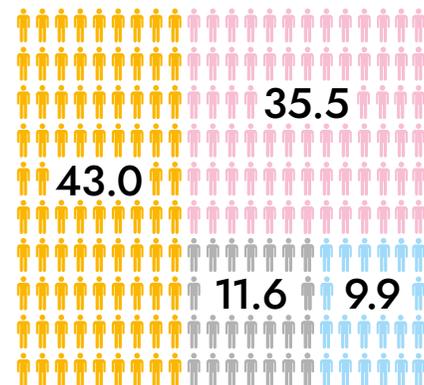
Предоставили информацию о выручке  
за 2018 г. 239 организаций (35.8%)



Предоставили информацию о занятых  
за 2018 г. 295 организаций (46.0%)

## СТРУКТУРА ЗАНЯТЫХ В ИНДУСТРИИ, %

ОРГАНИЗАЦИИ:

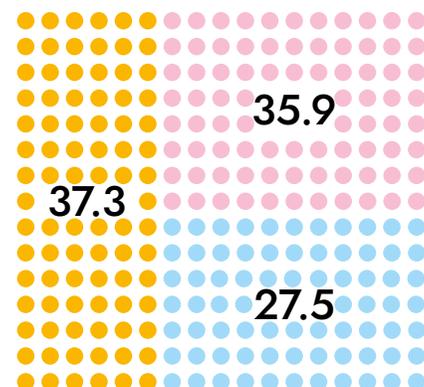
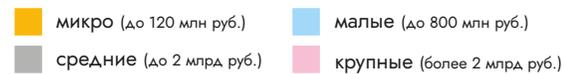


# 69.8%

занятым приходится  
на **топ-50 организаций**

## СТРУКТУРА ВЫРУЧКИ В ИНДУСТРИИ, %

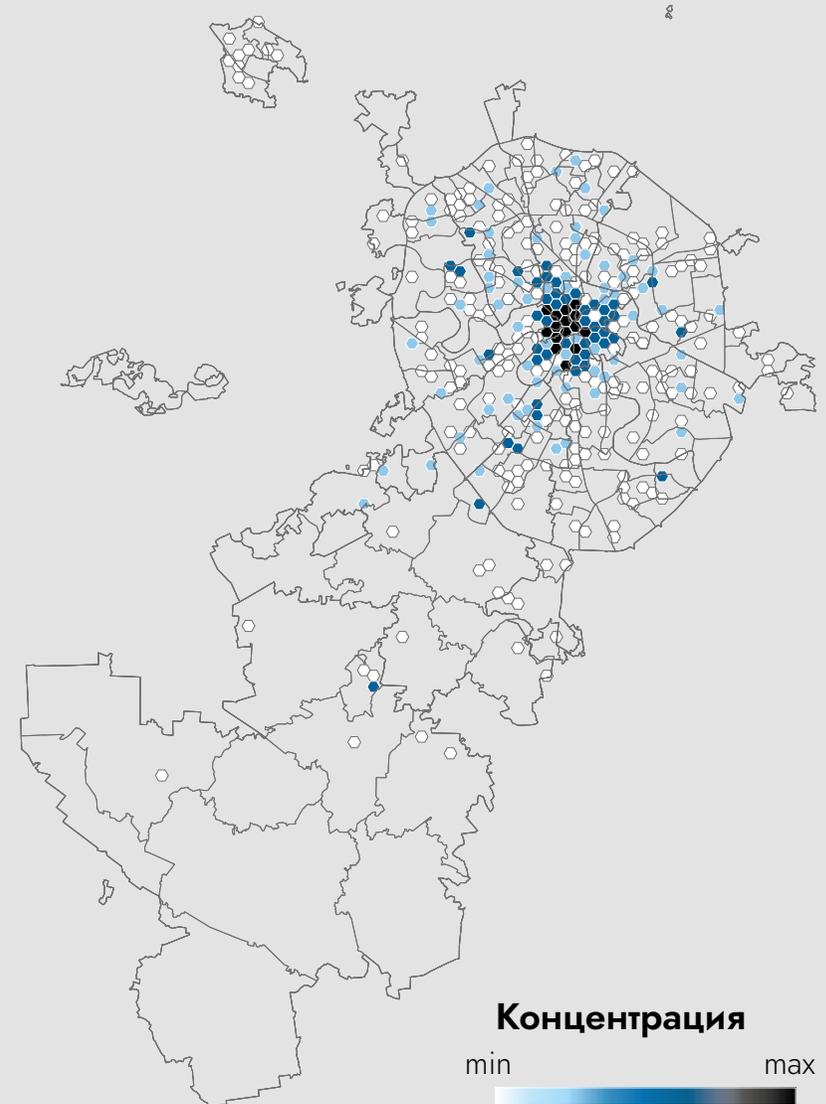
ОРГАНИЗАЦИИ:



# 91.8%

выручки приходится  
на **топ-50 организаций**

## ЛОКАЛИЗАЦИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ИНДУСТРИИ НА ТЕРРИТОРИИ МОСКВЫ



## САМЫЕ ПОСЕЩАЕМЫЕ ХУДОЖЕСТВЕННЫЕ МУЗЕИ И ГАЛЕРЕИ В МИРЕ: 2018

КОЛИЧЕСТВО МУЗЕЕВ И ГАЛЕРЕЙ, ВХОДЯЩИХ В ТОП-100 ПО ПОСЕЩАЕМОСТИ

X — 2018    ■ Мир    ■ Россия  
X — 2013



Ранг	Музей / Галерея	Город	Год основания	Численность посетителей, млн чел.
1.	Музей Лувра	Париж	1972	10.20
2.	Национальный музей Китая	Пекин	2003	8.61
3.	Музей искусства «Метрополитен»	Нью-Йорк	1870	6.95
4.	Музеи Ватикана	Ватикан	1506	6.76
5.	Современная галерея Тейт	Лондон	2000	5.87
9.	Государственный Эрмитаж	Санкт-Петербург	1764	4.22
18.	Музеи Московского Кремля	Москва	1806	2.82
29.	Государственная Третьяковская галерея	Москва	1856	2.15
47.	Государственный музей изобразительных искусств им. А.С. Пушкина	Москва	1898	1.30
96.	Музей современного искусства «Гараж»	Москва	2008	0.88

Источник: оценка НИУ ВШЭ по данным The Art Newspaper и The Art Newspaper Russia.

## ТОП-10 САМЫХ ПОСЕЩАЕМЫХ ХУДОЖЕСТВЕННЫХ МУЗЕЕВ И ГАЛЕРЕЙ МОСКВЫ: 2019

Музей	Численность посетителей, млн чел.	Количество выставок, ед.	Численность подписчиков, тыс. чел.		
			Instagram	Facebook	ВКонтакте
Музеи Московского Кремля 📅 1806	3.1 +8.0%	6	156.0	31.5	90.1
Государственная Третьяковская галерея 📅 1856	2.8 +30.9%	29	466.0	148.0	193.3
Мультимедиа Арт Музей, Москва/Музей «Московский дом фотографии» 📅 1996	2.2 +13.7%	64	112.0	71.0	24.1
Государственный музей изобразительных искусств им. А.С.Пушкина 📅 1898	1.5 +13.9%	21	196.0	125.5	49.0
Государственный исторический музей 📅 1872	1.2 +0.9%	26	87.0	24.6	84.7
Музей современного искусства «Гараж» 📅 2008	0.9 +14.6%	12	201.0	125.6	47.8
Музейное объединение «Музей Москвы» 📅 1896	0.8 +6.4%	19	52.0	23.1	5.1
Музейно-выставочное объединение «Манеж» 📅 1957	0.7 +70.7%	10	21.0	16.6	4.2
Еврейский музей и центр толерантности 📅 2012	0.6 +21.2%	8	34.0	49.2	9.0
Московский музей современного искусства 📅 1999	0.5 +4.4%	49	120.0	73.6	1.3

📅 Год основания

+X.X% — Рост посещаемости 2019/2018, %

Источник: оценка НИУ ВШЭ по данным The Art Newspaper Russia, сайтов музеев и официальных страниц в социальных сетях (по состоянию на октябрь 2020 г.).

Странами — лидерами по числу наиболее посещаемых художественных музеев традиционно являются США, Великобритания, Франция и Испания. Рейтинг самых популярных музеев мира по версии издания The Art Newspaper за 2018 г. возглавляет французский Лувр: за год его посетили более 10 млн чел.

### В топ-100 музеев мира по посещаемости вошли пять российских:

Государственный Эрмитаж в Санкт-Петербурге, Музеи Московского Кремля, Третьяковская галерея, Пушкинский музей и музей современного искусства «Гараж». **Суммарно в течение 2018 г. в них побывали более 11 млн чел.**

### Посещаемость московских музеев и галерей в 2019 г. увеличилась.

Максимальный интерес у москвичей и гостей столицы вызывают Музеи Московского Кремля, Третьяковская галерея и Мультимедиа Арт-Музей. Причем последний в 2019 г. провел наибольшее число выставок. По размерам онлайн-аудитории по состоянию на октябрь 2020 г. лидируют Третьяковская галерея, Пушкинский музей и Музей современного искусства «Гараж». Среди причин роста посещаемости эксперты называют меняющуюся инфраструктуру музеев (интерактивные панели, QR-коды, дополненная реальность и музейные кинотеатры).

# ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Креативные индустрии рассматриваются ведущими странами в качестве перспективного источника инновационного роста. Для получения комплексного представления о состоянии, структуре и особенностях этого неоднородного и динамично развивающегося сектора экономики требуется многосторонний анализ с привлечением большого количества источников информации. В докладе рассматриваются результаты пилотного исследования креативных индустрий. К особенностям авторского подхода можно отнести сочетание разных источников данных (СПАРК-Интерфакс, Росстат, Банк России, Федеральная таможенная служба и др.), а также анализ как креативного сектора в целом, так и его отдельных сегментов.

Результаты исследования позволили количественно обосновать следующие тезисы:

- 1 Креативные индустрии – значимый сектор экономики Москвы.
- 2 Москву по праву можно считать креативной столицей России.
- 3 Креативная экономика Москвы характеризуется динамичной предпринимательской средой.
- 4 В креативном секторе столицы выявлены три кластера организаций, пространственно и тематически близких друг к другу: информационный, медиакластер и дизайн-кластер.
- 5 Креативная экономика создает новые рабочие места в традиционных отраслях промышленности и сферы услуг, повышая их конкурентоспособность.
- 6 Организации креативных индустрий в большей степени тяготеют друг к другу, чем к центру города, станциям метро или промышленным зонам.
- 7 Москва обладает существенным потенциалом в области импортозамещения и дальнейшего наращивания экспорта креативной продукции.

**Предложенная система оценок формирует научно обоснованную информационную базу для разработки стратегий и программ поддержки креативных индустрий. Дальнейшее развитие подходов к измерению и анализу этого сектора позволит создать основу для принятия целого комплекса решений, касающихся:**

- выбора приоритетных для государственной поддержки индустрий с учетом их веса в экономике города и страны, динамики развития и других показателей, определяющих конкурентоспособность;
- уточнения критериев отбора получателей мер поддержки и оценки ожидаемых эффектов от реализации этих мер (на основе анализа микроданных организаций);
- выработки стратегии привлечения инвестиций в импортозамещающие проекты и продвижения продукции креативных индустрий на мировом рынке;
- формирования механизмов стимулирования кооперации промышленного сектора с организациями креативных индустрий города (в области дизайна, ИТ, рекламы, издательского дела и др.);
- разработки мер поддержки сектора в отношении выявленных межотраслевых кластеров, а также создания в городе новых креативных пространств.

**ПРЕДСТАВЛЕННЫЕ В ДОКЛАДЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ ОБЛАДАЮТ ВЫСОКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ ТИРАЖИРОВАНИЯ В ДРУГИХ РОССИЙСКИХ РЕГИОНАХ И МОГУТ БЫТЬ ВОСПРОИЗВЕДЕНЫ НА УРОВНЕ СТРАНЫ.**

# МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ КОММЕНТАРИИ

## РАЗРАБОТКА КЛАССИФИКАТОРА КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ МОСКВЫ

**Классификатор креативных индустрий Москвы разработан с учетом международных подходов к статистической группировке соответствующих видов экономической деятельности.**

За основу приняты соответствующие классификации международных организаций [UNESCO, 2009; Eurostat, 2018; WIPO, 2015] и ведущих стран – Великобритании, Германии, Австралии, Китая, а также их столиц, в случае если состав видов экономической деятельности различался (см. таблицу «Сравнение классификаций креативных индустрий на уровне городов»).

Предложенный классификатор учитывает этапы создания, производства, распространения и сохранения результатов деятельности креативных индустрий [Eurostat, 2012]. К этапу распространения относятся, в частности, виды деятельности, связанные с розничной и оптовой торговлей креативными товарами – печатной продукцией, музыкальными инструментами, звукозаписями, произведениями искусства в галереях и др. (по аналогии с подходом, применяемым Федеральным министерством экономики и энергетики Германии [BMW i, 2018]). Из состава креативных индустрий исключены «сопутствующие» виды деятельности по созданию товаров, используемых для производства и потребления креативной продукции (например, производство кинооборудования и телевизоров или звукозаписыва-

ющего оборудования), поскольку в практике большинства мегаполисов (кроме, пожалуй, Пекина [Beijing Government, 2015]) их не учитывают.

В классификаторе предусмотрен ряд видов деятельности производственного характера, которые включаются в классификации креативных индустрий большинства рассмотренных стран и городов либо относятся к приоритетным отраслям поддержки на уровне Москвы (коды ОКВЭД 2 32.12 «Производство ювелирных изделий и аналогичных изделий», 32.13 «Производство бижутерии и подобных товаров», 18.1 «Деятельность полиграфическая и предоставление услуг в этой области», 13 «Производство текстильных изделий», 14 «Производство одежды» и 15 «Производство кожи и изделий из кожи»).

Код 32.99.8 «Производство изделий народных художественных промыслов» включен в состав видов деятельности арт-индустрии. Такое решение может показаться спорным, но в качестве отдельной индустрии его выделяют только в некоторых городах (например, Пекине и Мельбурне). Это обусловлено, прежде всего, небольшим числом организаций, официально зарегистрированных под этим кодом, и значительным размером ненаблюдаемого сектора [DCMS, 2016]. По данным СПАРК-Интерфакс на август 2020 г., в столице действовали лишь девять юридических лиц с данным кодом. Вместе с тем в масштабах страны этот сегмент имеет особую важность, на него распространяются специальные меры поддержки Минпромторга России<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> См. В Минпромторге России обсудили перспективы народных художественных промыслов.  
Режим доступа: [http://minpromtorg.gov.ru/press-centre/news/#!v\\_minpromtorge\\_rossii\\_obsudili\\_perspektivy\\_narodnyh\\_hudozhestvennyh\\_promyslov](http://minpromtorg.gov.ru/press-centre/news/#!v_minpromtorge_rossii_obsudili_perspektivy_narodnyh_hudozhestvennyh_promyslov)  
(дата обращения: 22.09.2020).

## СРАВНЕНИЕ КЛАССИФИКАЦИЙ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ НА УРОВНЕ ГОРОДОВ

ИНДУСТРИЯ	ВИД ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (ПО ОКВЭД 2)	КЛАССИФИКАЦИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ ГОРОДА					
		Лондон	Берлин	Нью-Йорк	Пекин	Мельбурн	Москва
АРТ-ИНДУСТРИЯ	32.99.8 Производство изделий художественных промыслов						
	47.78.5 Деятельность коммерческих художественных галерей						
	47.79.1 Торговля антиквариатом						
	90.03 Создание произведений изобразительного искусства*						
ИСПОЛНИТЕЛЬСКОЕ ИСКУССТВО	90.01 Создание театральных, цирковых и балетных представлений*						
	90.02 Вспомогательная деятельность при постановке театральных, цирковых и балетных представлений*						
	90.04 Деятельность театральных залов*						
МУЗЫКА	32.2 Производство музыкальных инструментов						
	47.59.5 Торговля музыкальными инструментами						
	47.63 Торговля музыкальными записями						
	59.20 Производство звукозаписей						
	90.01 Создание музыкальных произведений*						
	90.02 Вспомогательная деятельность при постановке концертов*						
КИНО И АНИМАЦИЯ	90.04 Деятельность концертных залов*						
	59.11 Создание фильмов, ТВ программ						
	59.12 Монтаж фильмов, ТВ программ						
	59.13 Распространение фильмов и ТВ программ						
	59.14 Кинопоказ						
ФОТОГРАФИЯ	77.22 Видеопрокат						
	74.20 Деятельность в области фотографии						
ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	18.1 Полиграфическая деятельность						
	47.61 Торговля книгами						
	47.62 Торговля газетами						
	47.79.2 Торговля букинистическими книгами						
	58.11 Издание книг						

\* Данные виды деятельности в ОКВЭД 2 не детализируются.

ИНДУСТРИЯ	ВИД ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (ПО ОКВЭД 2)	КЛАССИФИКАЦИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ ГОРОДА					
		Лондон	Берлин	Нью-Йорк	Пекин	Мельбурн	Москва
ИЗДАТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ	58.13 Издание газет						
	58.14 Издание журналов						
	58.19 Издание каталогов, открыток						
	74.30 Письменный и устный перевод						
	90.03 Создание литературных произведений, написание статей для газет и журналов*						
ТЕЛЕРАДИОВЕЩАНИЕ	60.10 Производство радиопрограмм и радиовещание						
	60.20 Производство ТВ программ и телевещание						
	63.91 Информационные агентства						
	90.03 Создание информационных материалов*						
ИТ И ВИДЕОИГРЫ	58.21 Издание компьютерных игр						
	58.29 Издание программного обеспечения						
	62.01 Разработка программного обеспечения						
	62.02 Консультации в сфере информационных технологий						
	63.12 Деятельность web-порталов						
РЕКЛАМА	70.21 Деятельность по связям с общественностью						
	73.11 Деятельность рекламных агентств						
АРХИТЕКТУРА	71.11 Архитектурное проектирование						
ДИЗАЙН	74.10 Дизайн интерьеров, промышленный, графический дизайн*						
МОДА	13 Производство текстильных изделий						
	14 Производство одежды						
	15 Производство кожи и изделий из кожи						
	74.10 Дизайн одежды и обуви*						
ЮВЕЛИРНОЕ ДЕЛО	32.12 Производство ювелирных изделий						
	32.13 Производство бижутерии						
	74.10 Дизайн ювелирных изделий и бижутерии*						
МУЗЕИ, БИБЛИОТЕКИ, АРХИВЫ	91.01 Деятельность библиотек и архивов						
	91.02 Деятельность музеев						
КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ	91.03 Деятельность по охране памятников культуры						
ОБРАЗОВАНИЕ В КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ	85.41.2 Образование в области культуры						

\* Данные виды деятельности в ОКВЭД 2 не детализируются.

В классификации креативных индустрий Москвы учтена деятельность объектов культуры и культурного наследия: музеев, библиотек, архивов, памятников культуры (коды 91.01–91.03 ОКВЭД 2). Включение данных направлений в классификацию креативных индустрий соответствует подходу международных организаций (ЮНЕСКО, Евростата) и практике ряда зарубежных стран.

Классификатор дополнен сведениями о деятельности профессиональных организаций и ассоциаций, играющих особенно важную роль в развитии отдельных креативных индустрий (например, в сфере архитектуры, дизайна, кино и анимации, музыки, исполнительского искусства, рекламы и др.). В соответствии с международной практикой в группировку включен также вид деятельности 85.41.2 «Образование в области культуры», хотя образование в сфере креативных индустрий вовлекает более широкий круг организаций, чем перечень юридических лиц, зарегистрированных под данным кодом. В частности, по этой причине ряд организаций, фактически относящихся к креативным индустриям, но имеющих иной основной код экономической деятельности, были вручную внесены в реестр организаций креативных индустрий Москвы на этапе его создания.

## ФОРМИРОВАНИЕ РЕЕСТРА ОРГАНИЗАЦИЙ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ МОСКВЫ

Реестр организаций креативных индустрий Москвы (далее — реестр) сформирован на основе разработанного отраслевого классификатора путем выборки данных из информационных систем СПАРК-Интерфакс (об организациях) и FIRA PRO (об индивидуальных предпринимателях) по соответствующим кодам ОКВЭД 2. Отбирались действующие организации, зарегистрированные в Москве и фактически расположенные на ее территории по состоянию на август 2020 г., независимо от организационно-правовой формы, формы собственности и основной цели своей деятельности (по аналогии с подходом Великобритании и в отличие, например, от подхода Германии, где в расчете учитываются только коммерческие организации [BMWi, 2018]).

Дополнительно проведена верификация перечня организаций креативных индустрий с целью установления соответствия фактически осуществляемой ими деятельности официально заявленной в рамках основных кодов ОКВЭД 2. Процедура состояла из нескольких этапов.

### 1. Составление перечня организаций для верификации.

Из первичной выборки действующих организаций Москвы были отобраны те, которые предоставили информацию о выручке за 2018 г. (последний отчетный период) либо за 2017 г. — в случае если они продолжали вести основную деятельность, но не предоставили отчетность за 2018 г. Путем ранжирования был определен перечень организаций, формирующих 95% суммарной выручки каждой креативной индустрии. Полученная совокупность организаций подлежала дальнейшей верификации.

### 2. Исключение непрофильных организаций из реестра.

В качестве основного источника информации для верификации использовались данные официальных сайтов организаций. Для подтверждения принадлежности найденного сайта конкретному юридическому лицу осуществлялись поиск и проверка на сайте следующей информации: ИНН, адрес регистрации/месторасположения, телефон, электронная почта, ФИО руководителя. При отсутствии у организации официального сайта проводился поиск ее страниц или группы в социальных сетях (ВКонтакте, Instagram, Facebook и др.) с публикациями не позднее 2019 г. Организации, фактическая деятельность которых существенно отличалась от заявленной (в соответствии с описаниями видов деятельности в ОКВЭД 2), были исключены из реестра или перенесены в реестр других (более релевантных по роду занятий) креативных индустрий.

### 3. Дополнение реестра организаций.

Организации, занятые в сфере креативных индустрий (как, впрочем, и в других отраслях экономики), не всегда корректно выбирают при регистрации основной код вида деятельности либо меняют его в процессе деятельности. В целях максимально полного охвата креативного сектора Москвы проводился анализ профильных отраслевых рейтингов, фестивалей, конкурсов, премий и др. Рассматривались только достоверные источники информации: рейтинги Ассоциации коммуникационных агентств России (для рекламы), отраслевые отчеты Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям (для телерадиовещания и издательской деятельности), приказ Федерального фонда социальной и экономической поддержки отечественной кинематографии от 06.05.2020 № 22 «Об утверждении лидеров отечественного кинопроизводства на 2020 г.» (для киноиндустрии) и др. В общей сложности изучены более 60 источников. Выявленные новые организации включены в итоговый реестр.

По результатам верификации 262 организации были исключены из реестра как не относящиеся к креативным индустриям, 451 организация, имеющая иной код ОКВЭД 2, чем в разработанном классификаторе, добавлена в реестр, 672 — перенесены из реестра одной креативной индустрии в реестр другой.

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ КЛАСТЕРОВ КРЕАТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В МОСКВЕ

**Территориальные кластеры представляют собой совокупность географически сконцентрированных организаций креативных индустрий.**

Информационной базой для их выявления служит карта плотности. Она построена на основе геокодированных фактических адресов организаций, формирующих 95% суммарной выручки креативных индустрий Москвы в 2018 г.

Основанием для выделения кластеров является одновременное выполнение следующих критериев:

- ▶ наличие как минимум одной пространственной ячейки (участка городской территории правильной шестиугольной формы площадью примерно 0.22 кв км) с высокой концентрацией организаций креативных индустрий (более 25);
- ▶ наличие трех–пяти пространственных ячеек, образующих непрерывную территориальную зону;
- ▶ размещение хотя бы в одном здании или комплексе близко стоящих зданий не менее восьми организаций креативных индустрий (восемь — среднее число организаций в административных, торговых или бизнес-центрах, находящихся в ячейках с высокой плотностью организаций креативных индустрий и имеющих объекты креативной инфраструктуры).

Второй критерий не выполняется для двух из 12 выявленных кластеров — «Бутлеровского», включающего только две пространственные ячейки, и «Пресненского», территория которого разделена на две части парком «Красная Пресня».

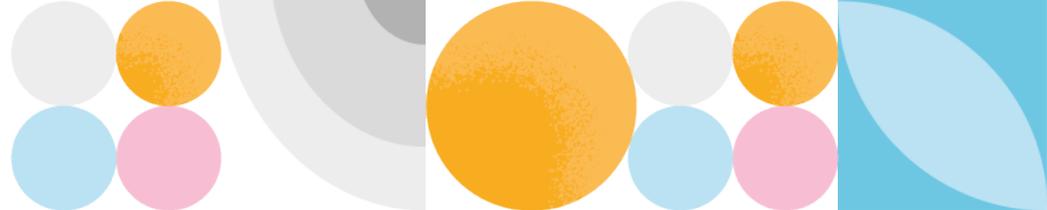
Дополнительно для каждого кластера определены «точки концентрации» креативных организаций — бизнес- и торговые центры, объекты креативной инфраструктуры (креативные кварталы, пространства и др.).

## ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ ФАКТОРОВ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ НА РАЗМЕЩЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЙ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Оценка проводилась методом регрессионного анализа. В качестве зависимой переменной в эконометрической модели выступали организации, формирующие 95% выручки в каждой из рассматриваемых креативных индустрий. Независимые переменные (факторы) были отобраны по результатам обзора научной литературы с учетом доступности данных. Факторы были разделены на три группы в зависимости от характера влияния на креативные индустрии:

- ▶ инфраструктура (наличие бизнес-центров, коворкингов, кофеен, расстояние до промышленных зон города и пр.);
- ▶ потребители (наличие торговых центров, объектов культурного наследия, отелей, станций метро, близость к центру города);
- ▶ человеческий капитал (наличие университетов, близость к организациям среднего профессионального образования).

Основным источником информации о станциях метро, объектах культурного наследия, отелях стал Портал открытых данных Правительства Москвы (<https://data.mos.ru/>); об университетах — мониторинг эффективности деятельности образовательных



организаций высшего образования 2019 года (<http://indicators.miccedu.ru/monitoring/?m=vpo>). Данные об организациях среднего профессионального образования получены с их официальных сайтов (<https://www.spo.mosmetod.ru/colleges>); о промышленных зонах — с Open Street Map (<https://www.openstreetmap.org/>). Близость к центру города оценивалась с помощью Openrouteservice (<https://openrouteservice.org/>); сведения о коворкингах взяты из интерактивной карты iMoscow (<https://i.moscow/>); о торговых и бизнес-центрах — из 2ГИС (<https://2gis.ru/>); о кофейнях — из Кофейной карты Москвы (<https://coffeemap.ru/>).

Для целей анализа территория Москвы (без учета Троицкого и Новомосковского административных округов) была представлена в формате регулярной сетки из пространственных ячеек (всего 5 554). Организации креативного сектора Москвы (в целом и в разрезе отдельных индустрий) и все рассчитанные факторы городской среды были геокодированы и распределены по получившимся ячейкам. Помимо числа организаций креативных индустрий и объектов городской среды для каждой ячейки была рассчитана альтернативная переменная — адаптивная ядерная плотность.

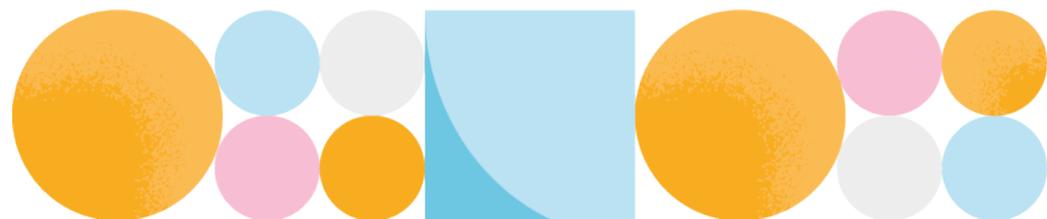
Для выбора оптимального метода оценивания был проведен анализ распределения зависимой и независимых переменных по выделенным ячейкам. Из результатов анализа следовало, что число организаций креативных индустрий в ячейках наилучшим образом может быть приближено распределением Пуассона, а логарифмированные значения адаптивной ядерной плотности — нормальным распределением.

Для выявления факторов городской среды, определяющих размещение организаций креативных индустрий, использовалась пуассоновская регрессия, оцениваемая методом максимального правдоподобия. В модель были включены восемь фиктивных переменных (наличие бизнес- и торговых центров, станций метро и др.), их пространственные лаги, а также три переменных расстояния (до промышленных зон, центра и организаций среднего профессионального образования).

Для проверки робастности результатов была рассмотрена альтернативная модель — двойная логарифмическая регрессия с использованием плотностных переменных и добавлением расчета пространственного лага зависимой переменной. Данная регрессия оценивалась с помощью функции типичной для пространственных регрессий.

Набор независимых переменных в виде адаптивных ядерных плотностей использовался в альтернативной модели для предсказания значений зависимых переменных в аналогичной форме адаптивной ядерной плотности. Поскольку в этой спецификации зависимая переменная была логарифмирована, такое же преобразование было проведено и с независимыми переменными, чтобы оценки коэффициентов имели простую интерпретацию эластичности.

При выборе регрессоров была выполнена проверка на отсутствие мультиколлинеарности. Для этого рассчитывались корреляционная матрица факторов и статистика VIF (фактор роста дисперсии) для вспомогательной линейной регрессии. Корреляционная матрица показала умеренные линейные взаимосвязи между переменными — в среднем до 30%. В свою очередь, максимальное значение VIF составило 3.43. Следовательно, между объясняющими переменными достаточно слабая зависимость, они не оказывают дополнительного влияния друг на друга при анализе пространственного размещения организаций креативных индустрий. Результаты оценок представлены в таблице «Влияние факторов городской среды на размещение организаций креативных индустрий в Москве: результаты регрессионного анализа».



## ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ НА РАЗМЕЩЕНИЕ ОРГАНИЗАЦИЙ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В МОСКВЕ: РЕЗУЛЬТАТЫ РЕГРЕССИОННОГО АНАЛИЗА

ФАКТОРЫ		ПУАССОНОВСКАЯ ФУНКЦИЯ (ПРЕДЕЛЬНЫЕ ЭФФЕКТЫ)	ДВОЙНАЯ ЛОГАРИФИЧЕСКАЯ ФУНКЦИЯ
ИНФРАСТРУКТУРА	Бизнес-центры	<b>1.347*** (0.044)</b>	<b>6.413*** (0.148)</b>
	Коворкинги	<b>0.584*** (0.052)</b>	6.616 (8.286)
	Кофейни	<b>0.465*** (0.049)</b>	<b>-10.260* (5.373)</b>
	Близость к промышленным зонам	<b>-0.607*** (0.039)</b>	<b>-0.000*** (0.000)</b>
ПОТРЕБИТЕЛИ	Торговые центры	<b>0.580*** (0.045)</b>	<b>0.927** (0.415)</b>
	Объекты культурного наследия	-0.056 (0.049)	<b>-0.0005 (0.0004)</b>
	Отели	<b>0.553*** (0.042)</b>	<b>-0.161*** (0.062)</b>
	Станции метро	<b>-0.384*** (0.058)</b>	<b>-1.987** (0.780)</b>
	Близость к центру	<b>-0.085*** (0.004)</b>	-0.000 (0.000)
ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ	Университеты	<b>0.122** (0.059)</b>	<b>-1.618* (0.876)</b>
	Близость к организациям среднего профессионального образования	<b>-0.055*** (0.007)</b>	-0.000 (0.000)
ПРОСТРАНСТВЕННЫЕ ЛАГИ	Пространственный лаг зависимой переменной	—	<b>0.294*** (0.016)</b>
	Пространственные лаги независимых переменных		
	Бизнес-центры	<b>0.409*** (0.138)</b>	—
	Коворкинги	<b>-0.471* (0.231)</b>	—
	Кофейни	<b>-0.278* (0.159)</b>	—
	Торговые центры	-0.269 (0.179)	—
	Объекты культурного наследия	<b>0.828*** (0.120)</b>	—
	Отели	<b>0.540*** (0.125)</b>	—
	Станции метро	-0.125 (0.230)	—
Университеты	<b>-0.487** (0.225)</b>	—	
	Количество наблюдений	5 554	5 554
	Псевдо R-квадрат	0.450	—
	Wald chi2 test (Prob > chi2)	—	4 257 (0.000)

Примечание: Знаки «\*», «\*\*» и «\*\*\*» указывают на значимость на уровне 10, 5 и 1% соответственно. В скобках приведены стандартные ошибки.

## ОЦЕНКА УРОВНЯ ВЗАИМНОЙ БЛИЗОСТИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

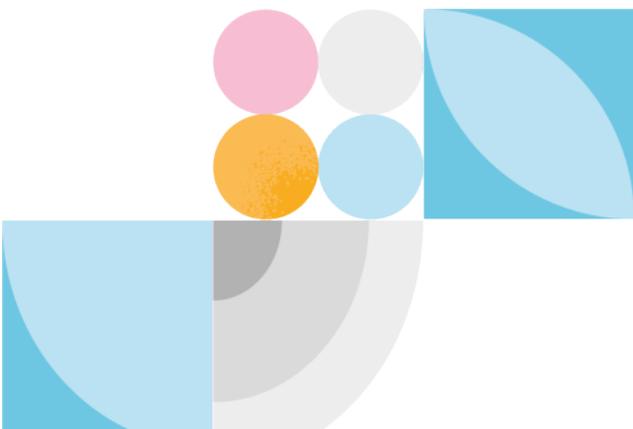
**Взаимная близость креативных индустрий рассчитывалась по двум признакам — территориальному и тематическому.**

Территориальная близость оценивалась с помощью корреляции Пирсона по со-встречаемости организаций разных индустрий в ячейках базы пространственных данных. Результатом стала попарная матрица корреляций компаний различных креативных индустрий, отражающая силу их пространственного тяготения друг к другу. На основе корреляций был построен неориентированный граф, пороговым значением для которого стала медиана по всем значениям корреляционной матрицы.

Тематическая близость рассчитывалась с использованием указываемых при государственной регистрации организаций видов экономической деятельности (ВЭД). По данным Единого государственного реестра юридических лиц (ЕГРЮЛ) были определены основные и дополнительные коды ВЭД организаций, формирующих 95% выручки креативных индустрий Москвы. По коду основного ВЭД определялась принадлежность организации к одной

из исследуемых креативных индустрий. Информация о дополнительных (но также относящихся к «креативным») ВЭД, указываемых этими организациями, позволила оценить условную близость между креативными индустриями с точки зрения предпринимателей, создающих организацию и определяющих набор комплементарных своим компетенциям видов деятельности. На основании данных о со-встречаемости основных и дополнительных ВЭД в организациях креативных индустрий был построен ориентированный граф, пороговым значением для которого стала медиана по всему спектру значений матрицы.

Итоговая карта близости креативных индустрий строилась на основе расчета территориального и тематического критериев, а также мер центральности (во внимание принимались четыре меры: близости, вершины, посредничества, влияния). Средняя из четырех мер центральности определяет близость креативной индустрии к центру на итоговой карте. Близость только по одному критерию отражена пунктиром, по двум — сплошной линией (см. стр. 29).



# СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- ▶ Bakhshi H. (2020) Capturing the impact of COVID-19 on the creative industries. NESTA. Режим доступа: <https://www.nesta.org.uk/blog/capturing-impact-covid-19-creative-industries/> (дата обращения: 07.09.2020).
- ▶ Beijing Government (2015) Classification of cultural and creative industry. Режим доступа: [http://www.bjhd.gov.cn/hdy/cyzc/bjszc/whcy/201810/t20181030\\_3912967.htm](http://www.bjhd.gov.cn/hdy/cyzc/bjszc/whcy/201810/t20181030_3912967.htm) (дата обращения: 07.09.2020).
- ▶ BMWi (2018) 2018 Cultural and Creative Industries Monitoring Report. Berlin, Germany. Режим доступа: [https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Publikationen/Wirtschaft/monitoring-report-cultural-and-creative-industries-2018.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=3](https://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Publikationen/Wirtschaft/monitoring-report-cultural-and-creative-industries-2018.pdf?__blob=publicationFile&v=3) (дата обращения: 07.09.2020).
- ▶ British Council (2010) Mapping the Creative Industries: A Toolkit. Режим доступа: [https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/English\\_mapping\\_the\\_creative\\_industries\\_a\\_toolkit\\_2](https://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/English_mapping_the_creative_industries_a_toolkit_2) (дата обращения: 07.09.2020).
- ▶ Creative Industries Council UK (2014) Create UK. Режим доступа: [https://www.thecreativeindustries.co.uk/media/243587/cic\\_report\\_final-hi-res-.pdf](https://www.thecreativeindustries.co.uk/media/243587/cic_report_final-hi-res-.pdf) (дата обращения: 07.09.2020).
- ▶ Creative Industries Mapping Documents 2001. Режим доступа: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001> (дата обращения: 07.09.2020).
- ▶ DCMS (2016) Creative Industries Economic Estimates. Режим доступа: [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/523024/Creative\\_Industries\\_Economic\\_Estimates\\_January\\_2016\\_Updated\\_201605.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/523024/Creative_Industries_Economic_Estimates_January_2016_Updated_201605.pdf) (дата обращения: 07.09.2020).
- ▶ Department of Communications and the Arts (Australia) (1994) Creative Nation: Commonwealth cultural policy, October 1994. Режим доступа: <https://apo.org.au/node/29704> (дата обращения: 07.09.2020).
- ▶ Eurostat (2012) ESSnet-CULTURE European Statistical System Network on Culture FINAL REPORT. Luxembourg (LU). Режим доступа: [https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/ess-net-report\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/ess-net-report_en.pdf) (дата обращения: 07.09.2020).
- ▶ Eurostat (2018) Guide to Eurostat culture statistics 2018 edition. Режим доступа: <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/9433072/KS-GQ-18-011-EN-N.pdf/72981708-edb7-4007-a298-8b5d9d5a61b5> (дата обращения: 07.09.2020).
- ▶ Flew T., Cunningham S. (2010) Creative Industries After the First Decade of Debate // The Information Society. Vol. 26. № 2. P. 113–123.

- ▶ GOV.UK (1998) Creative Industries Mapping Documents 1998. Режим доступа: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>
- ▶ GOV.UK (2001) Creative Industries Mapping Documents 2001. Режим доступа: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-2001> (дата обращения: 07.09.2020).
- ▶ Higgs P., Cunningham S. (2007) Australia's Creative Economy: Mapping Methodologies. Technical Report. Brisbane: CCI.
- ▶ Howkins (2001) The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. London: Penguin.
- ▶ Hye-Kyung Lee (2019) Cultural Policy in South Korea. Making a New Patron State. Routledge, New York.
- ▶ NESTA (2013) A Dynamic Mapping of the UK's Creative Industries. Режим доступа: [https://media.nesta.org.uk/documents/a\\_dynamic\\_mapping\\_of\\_the\\_creative\\_industries.pdf](https://media.nesta.org.uk/documents/a_dynamic_mapping_of_the_creative_industries.pdf) (дата обращения: 25.11.2020).
- ▶ New York City Comptroller (2019) The Creative Economy: Art, Culture and Creativity in New York City. Режим доступа: [https://comptroller.nyc.gov/wp-content/uploads/documents/Creative\\_Economy\\_102519.pdf](https://comptroller.nyc.gov/wp-content/uploads/documents/Creative_Economy_102519.pdf) (дата обращения: 07.09.2020).
- ▶ Stringer S.M. (2019) The Creative Economy. Art, Culture and Creativity in New York City. NY: Bureau of Budget.
- ▶ Thomson W. (1889) Popular Lectures and Addresses. Vol. I. New York: Macmillan and Co.
- ▶ UNCTAD (2018) Creative Economy Outlook. United Nations. Режим доступа: [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditcted2018d3_en.pdf) (дата обращения: 07.09.2020).
- ▶ UNCTAD (2020) Creative goods groups (HS 2007). Режим доступа: [https://unctadstat.unctad.org/EN/Classifications/DimHS2007Products\\_Creatives\\_Hierarchy.pdf](https://unctadstat.unctad.org/EN/Classifications/DimHS2007Products_Creatives_Hierarchy.pdf) (дата обращения: 07.09.2020).
- ▶ UNESCO (2009) UNESCO Framework for Cultural Statistics. Режим доступа: [http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en\\_0.pdf](http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-en_0.pdf) (дата обращения: 07.09.2020).
- ▶ WIPO (2015) Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright Industries. 2015 Revised Edition. Режим доступа: [https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/copyright/893/wipo\\_pub\\_893.pdf](https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/copyright/893/wipo_pub_893.pdf) (дата обращения: 07.09.2020).

## **КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА МОСКВЫ В ЦИФРАХ**

Редактор М. Ю. Соколова

Арт-директор О. В. Васильев

Дизайн Г. В. Подзолкова, А. В. Стахнова

Компьютерный макет Т. Ю. Кольцова, В. В. Пучков

Подписано в печать 04.12.2020. Формат 60×90 1/8. Бумага мелованная.  
Печ. л. 13.5. Уч.-изд. л. 11.75. Тираж 150 экз. Заказ № 4804.

Национальный исследовательский университет  
«Высшая школа экономики»

Отпечатано в ООО «Типография ИРМ-1»  
140000, Московская область, г. Люберцы, Инициативная ул., 38  
Тел.: +7 (495) 740-00-77

По вопросам приобретения книги обращаться  
в Институт статистических исследований и экономики знаний НИУ ВШЭ:  
101000, Москва, Мясницкая ул., 20  
Тел.: +7 (495) 621-28-73, [issek.hse.ru](http://issek.hse.ru), [issek@hse.ru](mailto:issek@hse.ru)

