



ВОСТОЧНЫЙ ЦЕНТР
ГОСУДАРСТВЕННОГО
ПЛАНИРОВАНИЯ

Креативные индустрии Дальнего Востока

Хабаровск, Москва, 2023

Оглавление

01	Ключевые выводы	4
02	Определение креативных индустрий в мире и России	6
03	Вклад креативных индустрий в экономику ДФО	10
04	Экспортный потенциал креативных индустрий ДФО	17
05	Анализ развития отдельных отраслей креативных индустрий ДФО	20
	— Ювелирное дело	22
	— Мода	29
	— Кино и анимация	37
	— Мебель	43
06	Контакты	48

Сокращения

КИ Креативные индустрии

DCMS The Department for Culture, Media and Sport
(Министерство культуры, средств массовой информации и спорта Великобритании)

ЮНЕСКО United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
(специализированное учреждение Организации Объединённых Наций по вопросам образования, науки и культуры, включающее достопримечательности в список Всемирного наследия)

ЮНКТАД United Nations Conference on Trade and Development
(Конференция ООН по торговле и развитию)

РФ Российская Федерация

МСП Малое и среднее предпринимательство

ТН ВЭД Товарная номенклатура внешне-экономической деятельности

ДФО Дальневосточный федеральный округ

Ключевые выводы

- В России креативные индустрии (КИ) и система статистического анализа динамики их развития находятся в стадии формирования. Вклад КИ в ВВП за 2020 г. в мире составил 6,6% (в среднем по России – 2,2%, в 3 раза меньше).
2,2 %
Вклад КИ в ВВП России в 2020 г.
- Согласно прогнозным оценкам, доля КИ в России к 2030 г. снизится по экономическому вкладу незначительно (на 0,6 п. п.), а по занятости возрастет в 6,8 раза.
в 6,8 раза
Возрастет доля КИ в структуре занятости в России к 2030 г.
- По данным Росстата, в 2022 г. на Дальнем Востоке отмечается высокая занятость в сфере КИ – 9,1% от общей численности в экономике при низкой результативности (1,9% выручки и 0,6% прибыли).
9,1 %
Доля занятых в КИ на Дальнем Востоке
- Регионы-лидеры по развитию КИ: Республика Саха (Якутия), Приморский и Хабаровский края, – обеспечивают более 65% рабочих мест отрасли в ДФО и концентрируют соответствующую долю предприятий.
65 %
Доля занятых в КИ на Дальнем Востоке
- По данным ЕМИСС, на Дальнем Востоке основная доля в структуре занятых в КИ приходится на сферу «Образование» – 41%.
41 %
Занятых в КИ на Дальнем Востоке приходится на сферу образования
- Возможности «Ювелирного дела» связаны с развитием коммерческого дизайна и выходом на внутренний и внешний рынки. Основным ограничением развития малых предприятий ювелирной отрасли Дальнего Востока является повышение налогов в 8,4 раза (с 5% до 42,2% с 01.01.2023) в связи с переходом с УСН на ОСНО.
в 8,4 раза
Увеличилась средняя налоговая нагрузка предприятий ювелирной отрасли
- Возможности сферы «Мода» связаны с открытием новых ниш после ухода крупных брендов с российского рынка. Основным ограничением развития отрасли является удаленность от основных источников сырья, дефицит кадров и низкая оплата труда.
40–60 тыс. руб.
Среднемесячная зарплата швеи на Дальнем Востоке
- Возможности сферы «Кино и анимация» связаны с реализацией системного подхода к развитию отрасли в регионах и внесением изменений в ФЗ от 22.08.1996 № 126-ФЗ «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации» для расширения механизмов поддержки кинематографии.
1 место
Среди дальневосточных регионов занимает Якутия по объёму кинопроизводства

Ключевые выводы

- Ограничения роста для развития сферы производства мебели обусловлены удаленностью от крупных центров поставок комплектующих и дефицитом кадров. В 2022 г. дизайн предметный (коммуникационный) обеспечил 9,6 млрд руб. выручки (6,5% от общего объема КИ в ДФО).

9,6 млрд руб.

Выручка от деятельности в сфере предметного (коммуникационного) дизайна на Дальнем Востоке в 2022 г.

По результатам экспертного опроса представителей КИ Дальнего Востока выделяются:

- **Общие ограничения развития КИ:**
 - высокие затраты на осуществление деятельности (удаленность от основных рынков сырья и потребителей);
 - отсутствие развитой производственно-технической базы;
 - дефицит кадров (несоответствие программ подготовки кадров запросам работодателей);
 - высокая зависимость от общеэкономической динамики.
- **Основные преимущества развития КИ:**
 - уникальность природных объектов, богатство истории и культуры;
 - географическое положение (близость к азиатским рынкам, значительная разница часовых поясов относительно западной части страны и мира);
 - платежеспособность населения;
 - наличие спроса и низкой конкуренции на рынке;
 - высокий недоиспользованный потенциал КИ.
- **Необходимые меры поддержки** включают развитие стартапов в сфере КИ, модернизацию производств, продвижение продукции КИ на рынках сбыта, подготовку кадров, организацию крупных событийных мероприятий всех уровней (локальных, региональных, национальных и международных).

КУЛЬТУРНЫЕ
ТВОРЧЕСКИЕ
КРЕАТИВНЫЕ

Креативные индустрии Дальнего Востока

Определение креативных индустрий в мире и России

Впервые внимание мирового сообщества к **КИ** обращено в 1998 г. после публикации доклада DCMS, посвященного измерению их влияния на экономику государства. В настоящее время в мире отсутствует единый подход к определению понятия КИ, условий и факторов развития, а также методик оценки влияния на экономику.

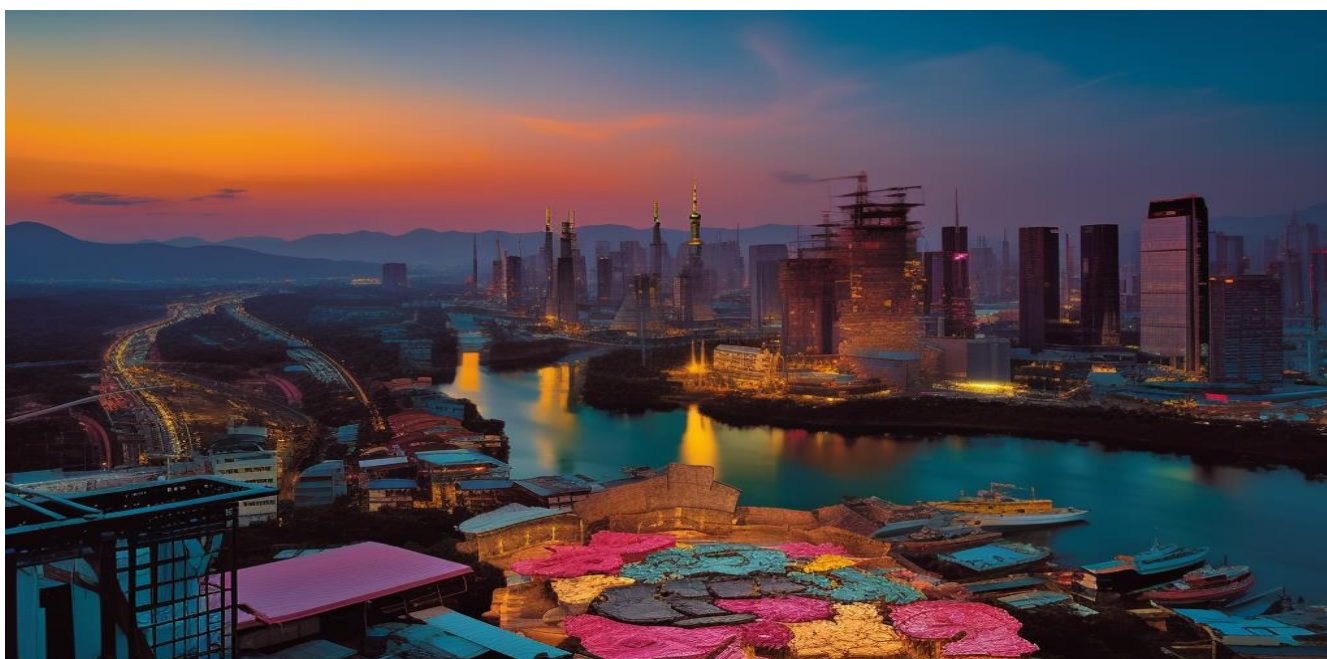


Таблица 1 – Основные международные определения КИ

Наименование организации	Определение
DCMS	Отрасли, берущие свое начало в индивидуальном творчестве, навыках и талантах, обладающие потенциалом для извлечения прибыли и формирования рабочих мест за счет создания и использования интеллектуальной собственности
ЮНЕСКО	Области, включающие культурные мероприятия, товары и услуги, которые участвуют в различных фазах всего культурного цикла. Культура понимается в широком смысле и охватывает социальные и развлекательные мероприятия
ЮНКТАД	Циклы создания, производства и распределения товаров и услуг, в которых в качестве основных ресурсов используются творчество и интеллектуальный капитал

Отрасли, относящиеся к креативным индустриям



Исследования и разработки



Архитектура и урбанистика, организация общественных пространств



Дизайн, в т. ч. графический, промышленный и цифровых систем



Индустрия моды



Музыка и саунд-дизайн



Исполнительские искусства, театр и фестивальная деятельность



Литературная и издательская деятельность



Производство кино и иной видео продукции



Разработка программного обеспечения, IT



Медиа, журналистика, реклама, вещательные программы



Компьютерные игры



Визуальное искусство (арт, декоративно-прикладное)



Компьютерная графика и анимация



Детские игрушки



Вино и гастрономия



Образование в КИ



Спорт-индустрия



Парфюмерия и косметика



Ботанические сады и зоопарки



Определение креативных индустрий в мире и России

В Концепции развития КИ и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 г. (далее – Концепция) (утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 20.09.2021 № 2613-р) даны максимально широкие определения: креативная экономика и КИ.

Креативная экономика – тип экономики, основанный на капитализации интеллектуальной собственности во всех областях человеческой деятельности.

КИ – сферы деятельности, в которых компании, организации, объединения и индивидуальные предприниматели в процессе творческой и культурной активности, распоряжения интеллектуальной собственностью производят товары и услуги, обладающие экономической ценностью, в том числе обеспечивающие формирование гармонично развитой личности и рост качества жизни.

Полный перечень креативных индустрий в Концепции не определен. В частности не учитываются индустрии, выделяемые в международных классификациях: вино и гастрономия, ботанические сады и зоопарки, спорт, парфюмерия и косметика.

Согласно данным Концепции, вклад КИ в ВВП за 2020 г. в мире составил 6,6% (в среднем по России – 2,2%, в 3 раза меньше). Согласно прогнозным оценкам, их доля в России к 2030 г. снизится по экономическому вкладу незначительно (на 0,6 п. п.), а по занятости возрастет в 6,8 раза при сохранении положительного сальдо внешнеторгового баланса.

Таблица 2 – Направления и сферы КИ в России

Направление КИ	Сфера креативных индустрий
Историко-культурное наследие	Народно-художественные промыслы и ремесла, музейная деятельность
Современные медиа и производство цифрового контента	Кино-, видео-, аудио-, анимационное производство, обработка данных и разработка программного обеспечения, виртуальная и дополненная реальность, компьютерные и видеоигры, блоггерство, печатная индустрия, средства массовой информации, реклама и пр.
Искусство	Театр, музыка, кино, анимация, живопись, деятельность галерей и др.



Вклад креативных индустрий в экономику ДФО

Вклад КИ в экономику ДФО

Система статистического учета деятельности КИ в России к настоящему моменту находится в стадии формирования. Опираясь на систему соответствия перечня КИ и видов экономической деятельности в России (ОКВЭД2), исследования АНО «Агентство стратегических инициатив» и Центра креативной экономики НИУ «Высшая школа экономики» показали невозможность использования ни одного из существующих международных подходов.

Из 140 подвидов экономической деятельности, отнесенных к КИ (без учета туризма), статистическая информация в детализации по регионам доступна по 30 (21,4%). Отсутствуют данные по отдельным сферам КИ: ремеслам, музеям и галереям, музыке и пр. Кроме того, за 2018-2022 гг. информация представлена не по каждому году и региону.

Косвенную оценку масштаба вклада КИ в экономику ДФО отражает доля КИ в общем объеме значений отдельных параметров, характеризующих деятельность предприятий.

Перечни доступных параметров существенно различаются в зависимости от источника данных: Росстата и альтернативных (СПАРК-Интерфакс и Глобас). В частности Росстат публикует сведения в разрезе детализированных видов деятельности по регионам по численности работников, размерам заработной платы, выручке, прибыли, но без выделения количества предприятий. Информационные системы СПАРК и Глобас, напротив, формируют данный показатель, но имеют другие недостатки. Альтернативные системы отображают информацию по хозяйствующим субъектам, предоставляющим отчетность (без дооценки до полного круга предприятий). Также в Глобас отмечаются существенные пробелы данных по численности работников и заработной плате. По совокупному объему данных наиболее информативным альтернативным источником для характеристики развития КИ является система СПАРК.

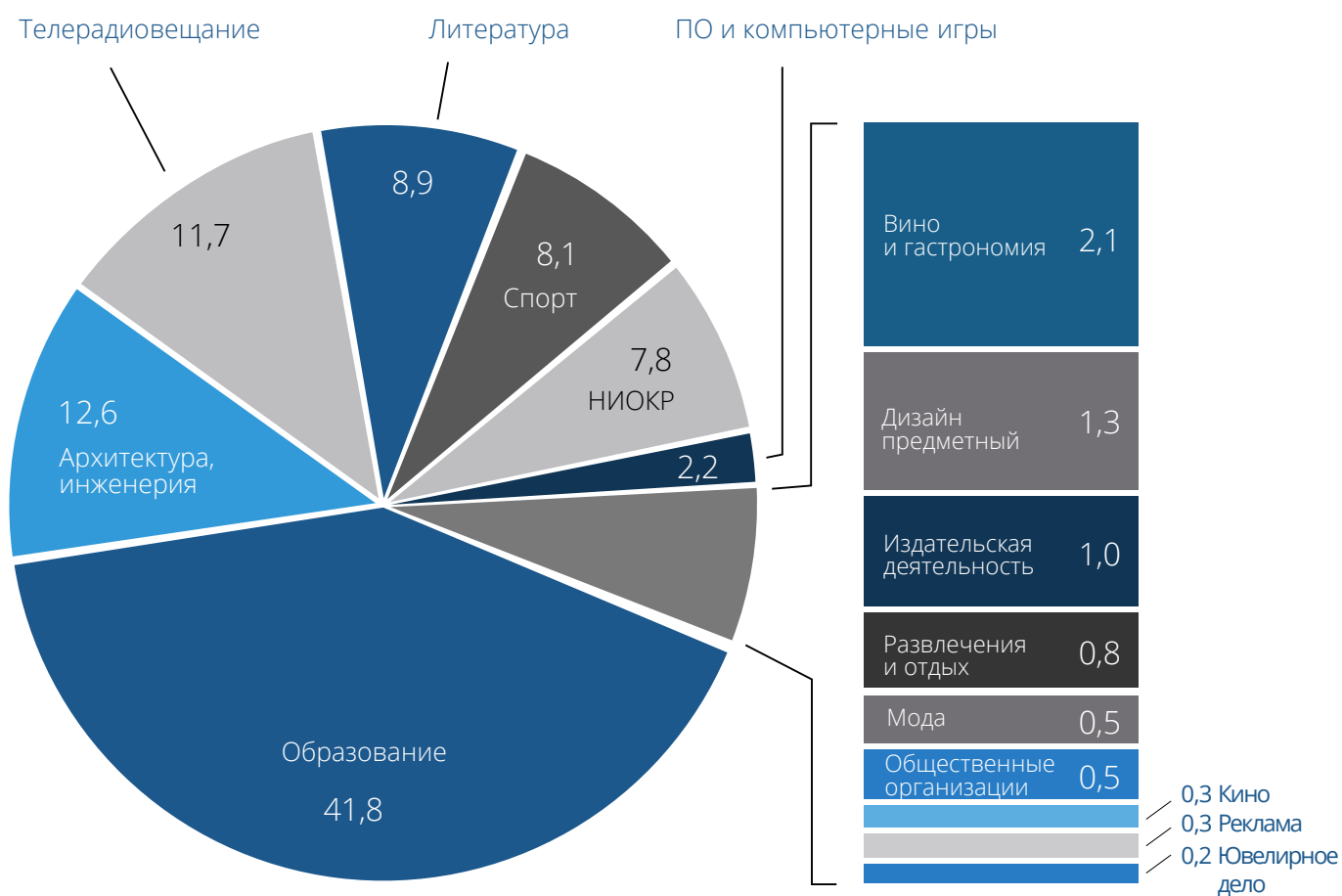
ФАНУ «Востокгосплан» в настоящем исследовании использует интервальный подход к оценке влияния КИ на экономику макрорегиона, где нижней границей являются минимальные значения по Росстату или альтернативному источнику, верхней – максимальные.

Вклад КИ в экономику ДФО

Занятость и заработная плата

За 2022 г., по данным Росстата, численность занятых в КИ составила 188 тыс. чел. (в 13 раз выше, чем в СПАРК). Доля занятых в КИ в ДФО в 2022 г., по данным Росстата, составила 9,1% от общего их объема в экономике (0,4% в альтернативных источниках). С 2018 г. численность работников КИ макрорегиона снижается на 1–2% ежегодно (в сумме за 5 лет – на 4,4%). По данным СПАРК, динамика сокращения показателя имела более выраженный характер снижения (на 21%).

Рисунок 1. Структура численности работников организаций КИ ДФО по направлениям в 2022 г., %*



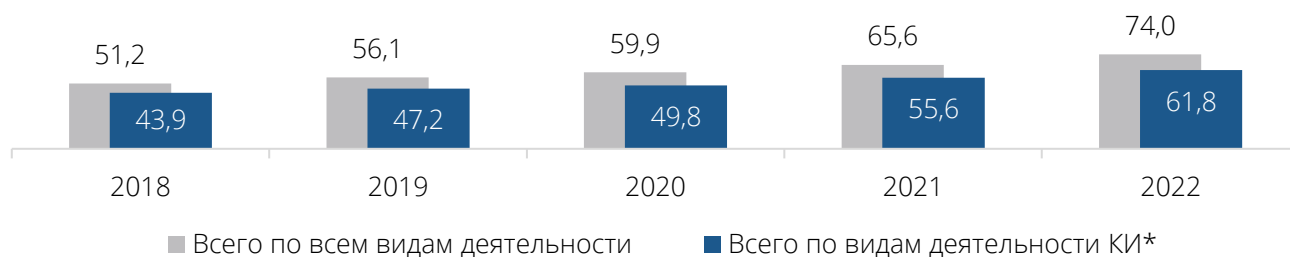
В региональном разрезе в Росстате данные по показателю не представлены. По данным СПАРК, на регионы-лидеры приходится большая часть занятых в КИ (66%): Приморский край – 31%, Хабаровский край – 23%, Республику Саха (Якутия) – 12%.

*Для анализа использовались данные по видам деятельности КИ, имеющиеся в ЕМИСС
Источники: ЕМИСС

Вклад КИ в экономику ДФО

По данным Росстата, размер номинальной начисленной заработной платы в КИ ДФО за 2022 г. на 13,4% ниже средней по макрорегиону в целом и составляет 61,8 тыс. руб. (74,0 тыс. руб. при оценке всех видов деятельности). За последние 5 лет показатель увеличился на 40,9%. Самый высокий уровень – в области архитектуры, инженерных изысканий и предоставлении технических консультаций в этих областях (99,4 тыс. руб.), минимальный – в производстве одежды (17,3 тыс. руб.).

Рисунок 2. Среднемесячная номинальная начисленная зарплата работающих в экономике, тыс. руб.



*по видам деятельности КИ, отображенным в ЕМИСС
Источник: ЕМИСС

Предприятия и организации

По данным СПАРК, в 2022 г. в КИ ДФО функционировало 2 748 компаний, из которых 65% пришлось на 3 региона: Приморский и Хабаровский края, а также Республику Саха (Якутия). В этих же территориях работают 97,4% компаний с выручкой более 18 млн руб.

Таблица 3 – Компании КИ ДФО по регионам регистрации за 2022 г. по базе СПАРК, ед.

Регион	Всего	Количество предприятий (ед.) с выручкой, млн руб.			Доля компаний от всего количества, %
		до 2	2–18	более 18	
Приморский край	907	183	363	186	33
Хабаровский край	610	133	235	121	22
Республика Саха (Якутия)	274	41	84	65	10
Амурская область	223	48	104	34	8
Республика Бурятия	218	55	82	37	8
Сахалинская область	190	30	87	40	7
Забайкальский край	164	34	67	23	6
Камчатский край	97	12	38	25	4
Магаданская область	34	5	16	7	1
Еврейская автономная область	26	3	12	6	1
Чукотский автономный округ	5	1	2	1	0,2
ДФО (всего)	2 748	545*	1 090*	545*	100

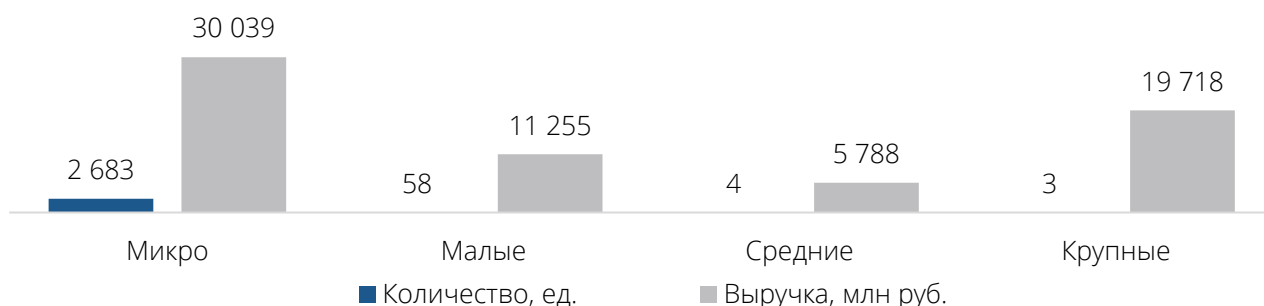
*Сумма по строке не совпадает с итогом из-за отсутствия данных
Источник: СПАРК-Интерфакс

Вклад КИ в экономику ДФО

По данным СПАРК, в 2022 г. к микропредприятиям относилось 98% дальневосточных компаний КИ. Статус крупных компаний в сфере КИ в ДФО имеют 3 ед. (0,1% общей численности): ООО «Глори ДВ», ООО «ДДК» и ООО «МСВ» (Приморский край, обработка алмазов). Выручка крупных предприятий составляет более 6 млрд руб. на 1 предприятие (59% от совокупной величины в КИ Приморского края и 30% на Дальнем Востоке). Это означает, что центр обработки алмазов в ДФО находится в Приморском крае и он обеспечивает основной вклад в развитие КИ в ДФО.

Средние предприятия осуществляют деятельность в области архитектуры (ООО «Продакшен Сервисез Нэтворк Сахалин», Сахалинская область, ООО «РСП», Республика Саха (Якутия)), развлечений (ООО «Флагман», Хабаровский край) и разработки компьютерного программного обеспечения (ООО «Центр Разработки Программного Обеспечения», Республика Саха (Якутия)).

Рисунок 3. Дальневосточные компании КИ по масштабу за 2022 г., ед.



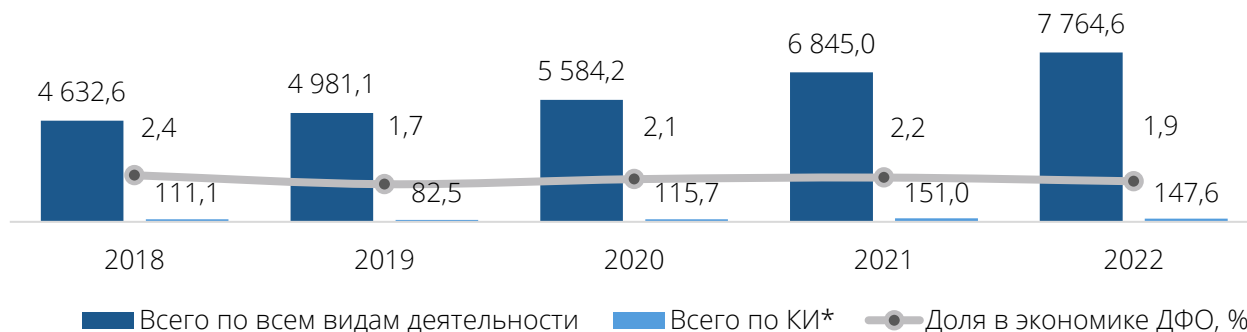
Источник: СПАРК-Интерфакс

Выручка

По данным Росстата, объем выручки предприятий креативного сектора ДФО в 2022 г. составил 147,6 млрд руб. (в СПАРК в 2,2 раза ниже). За 2018-2022 гг. выручка, по данным Росстата, увеличилась на 32,8%, в альтернативных источниках – снизилась на 34%.

По данным Росстата, доля КИ в общей выручке по всем видам деятельности в ДФО снизилась за 2018-2022 гг. с 2,4% до 1,9%. По СПАРК данная оценка не произведена в связи с техническими ограничениями на единовременную выгрузку данных (не более 10 тыс. ед.).

Рисунок 4. Выручка (нетто) от продажи продукции (за минусом НДС, акцизов и иных аналогичных обязательных платежей) за 2018-2022 гг., млрд руб.

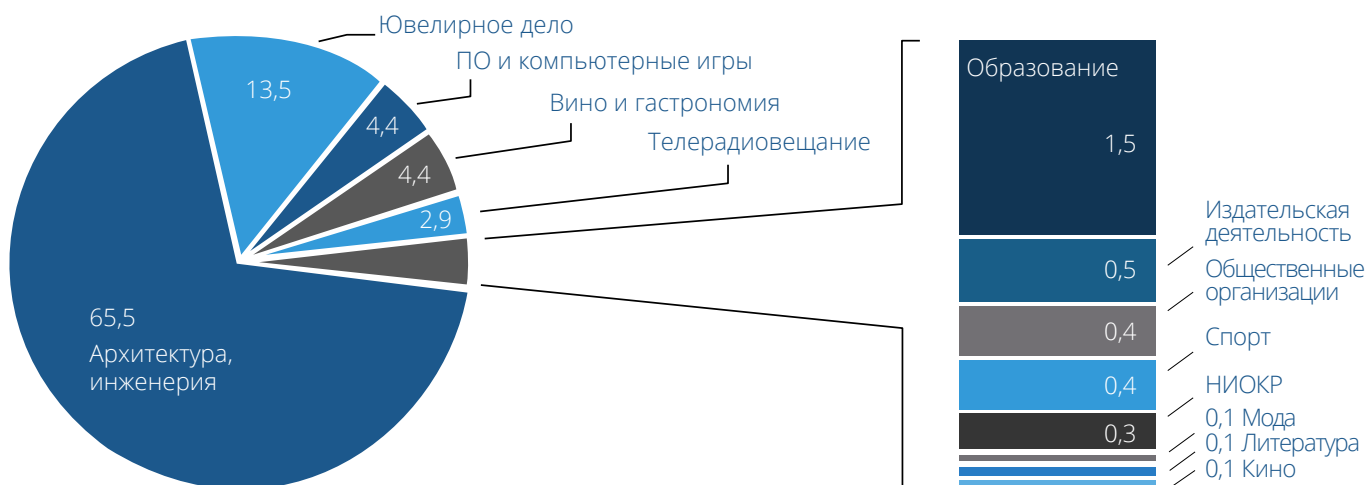


*по видам деятельности КИ, отображенным в ЕМИСС
Источник: ЕМИСС

Вклад КИ в экономику ДФО

По данным СПАРК, в креативном секторе самая высокая выручка в 2022 г. зафиксирована в направлениях: архитектуре и инженерии – 96,0 млрд руб. (65,1% выручки всех КИ), ювелирном деле – 19,9 млрд руб. (13,5%), дизайне предметном (коммуникационном) – 9,6 млрд руб. (6,5%). В данных Росстата информация по объему выручки не детализирована по видам деятельности.

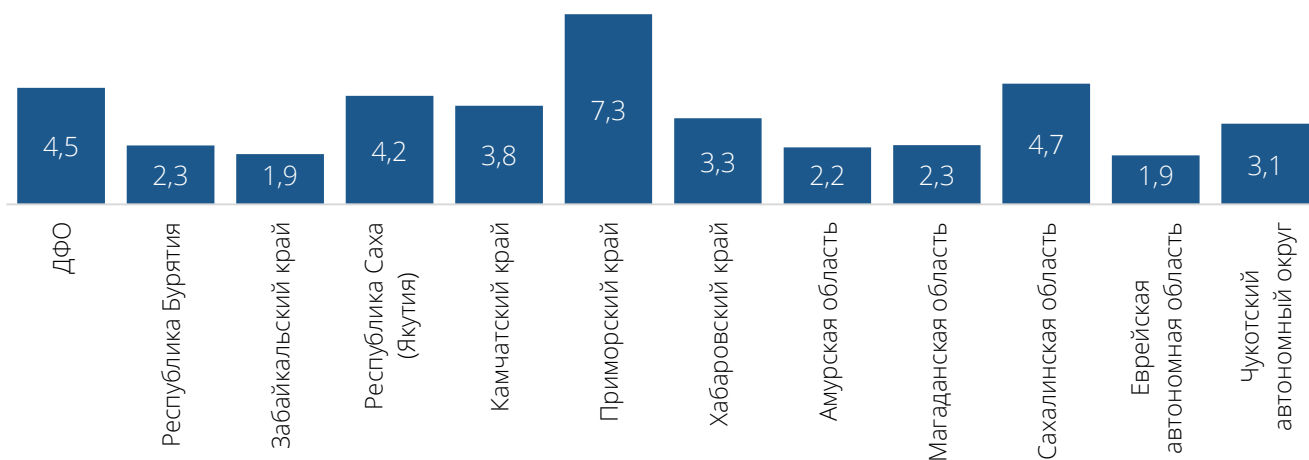
Рисунок 5. Структура выручки (нетто) КИ в 2022 г., %



Источники: ЕМИСС

По данным СПАРК, в 2022 г. в целом по ДФО на 1 занятого в КИ приходилось 4,5 млн руб. выручки. Максимальное значение – в Приморском крае (7,3 млн руб.), минимальные – в Забайкальском крае и Еврейской автономной области (1,9 млн руб.).

Рисунок 6. Выручка на 1 занятого в КИ Дальнего Востока за 2022 г., млн руб./чел.



Источник: СПАРК-Интерфакс

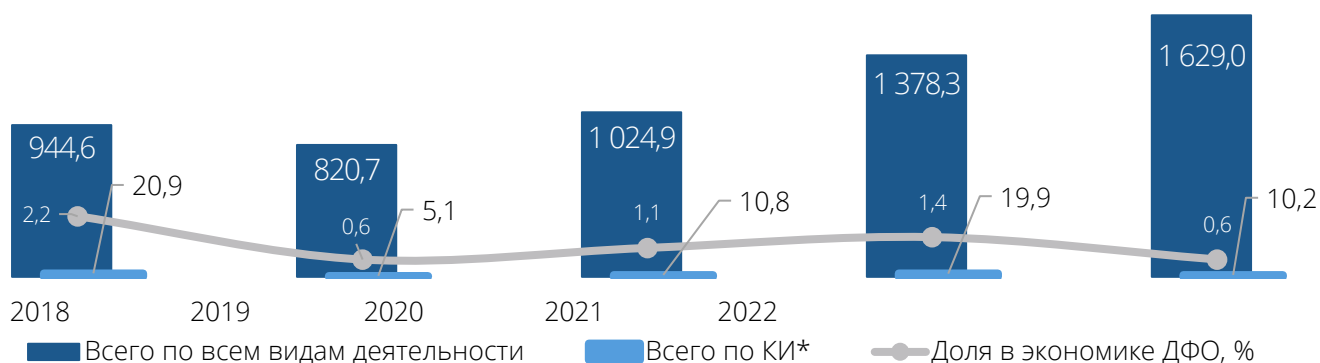
*Для анализа использовались данные по видам деятельности КИ, имеющиеся в ЕМИСС

Вклад КИ в экономику ДФО

Прибыль

Объем прибыли, по данным Росстата, на предприятиях КИ ДФО в 2022 г. составил 10,2 млрд руб. (в СПАРК в 4 раза ниже). За 2018-2022 гг. показатель снизился на 51,1% на фоне общего повышения его значений в целом по экономике ДФО (+72,5%). Значительное сокращение прибыли в отраслях КИ происходило в 2019 г. (-75,5% к предыдущему году) и в 2022 г. (-48,7%).

Рисунок 7. Прибыль от продаж товаров, продукции, работ, услуг предприятий КИ в ДФО, млрд руб.

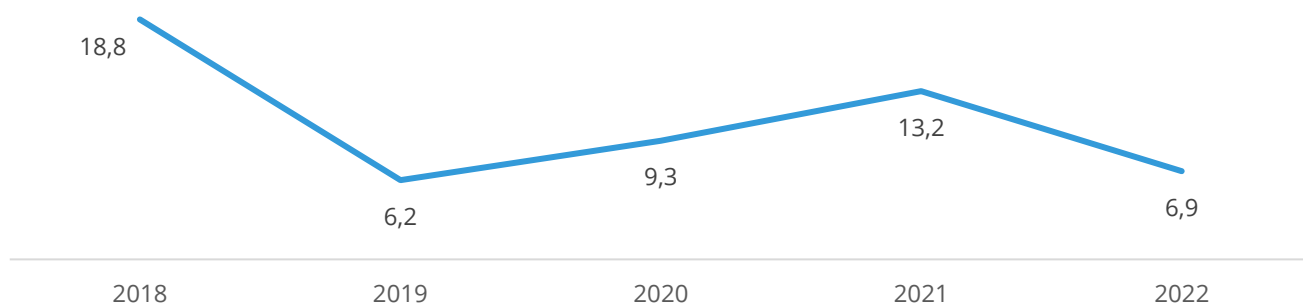


*по видам деятельности КИ, отображенным в ЕМИСС
Источники: ЕМИСС

По данным СПАРК, за 2018-2022 гг. произошёл спад чистой прибыли с 5,8 до 2,6 млрд руб. (в 2,2 раза). Данные по налогам за 2022 г. отсутствуют (по состоянию на 04.05.2023), за 2018-2021 гг. их объем увеличился с 3,5 до 3,8 млрд руб. (на 9%).


По данным ЕМИСС, рентабельность продаж товаров и услуг в совокупности всех предприятий ДФО после небольшого падения в 2019 г. стабильно растет. Однако среди предприятий КИ отмечается снижение показателя и в 2022 г., что связано с меньшей устойчивостью индустрии в условиях санкционного давления.

Рисунок 8. Рентабельность от продажи товаров, продукции, работ, услуг предприятий КИ в ДФО, коп. прибыли / на 1 руб. выручки



Источник: расчет ФАНУ «Востокгосплан» по данным ЕМИСС

Источники: СПАРК-Интерфакс, ЕМИСС



Экспортный потенциал креативных индустрий ДФО

Экспортный потенциал креативных индустрий ДФО

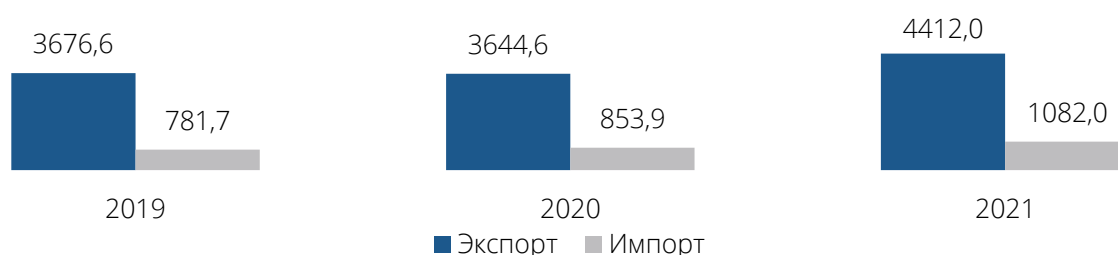
Международная торговля продукцией КИ в таможенной статистике отдельно не выделяется. Наиболее близкие товарные группы включают 9 разделов ТН ВЭД.

№ раздела ТН ВЭД	Название раздела
VI	Продукция химической и связанных с ней отраслей промышленности
IX	Древесина и изделия из нее; древесный уголь; пробка и изделия из нее; изделия из соломы, альфы или из прочих материалов для плетения; корзиночные и другие плетеные изделия
X	Масса из древесины или из других волокнистых целлюлозных материалов; регенерируемые бумага или картон (макулатура и отходы); бумага, картон и изделия из них
XI	Текстильные материалы и текстильные изделия
XII	Обувь, головные уборы, зонты, солнцезащитные зонты, трости, трости-сиденья, хлысты, кнуты и их части; обработанные перья и изделия из них; искусственные цветы; изделия из человеческого волоса
XIV	Жемчуг природный или культивированный, драгоценные или полудрагоценные камни, драгоценные металлы, металлы, плакированные драгоценными металлами, и изделия из них; бижутерия; монеты
XVIII	Инструменты и аппараты оптические, фотографические, кинематографические, измерительные, контрольные, прецизионные, медицинские или хирургические; часы всех видов; музыкальные инструменты, их части и принадлежности
XX	Разные промышленные товары
XXI	Произведения искусства, предметы коллекционирования и антиквариат

В 2021 г. по выделенным разделам общий объем международного товарооборота составил около 5,5 млрд долл. США, что на 23,2% выше показателей 2019 г. В структуре товарооборота КИ 80,3% приходится на экспорт, и 19,7% – на импорт.

Доля экспорта наиболее высока по товарным группам «драгоценных и полудрагоценных металлов, камней и изделий из них; бижутерии; монет» (99%), «произведений искусства, предметов коллекционирования и антиквариата» (82,5%), «древесины и изделий из нее» (82,4%). В остальных группах преобладает импорт, достигая более 80% товарооборота.

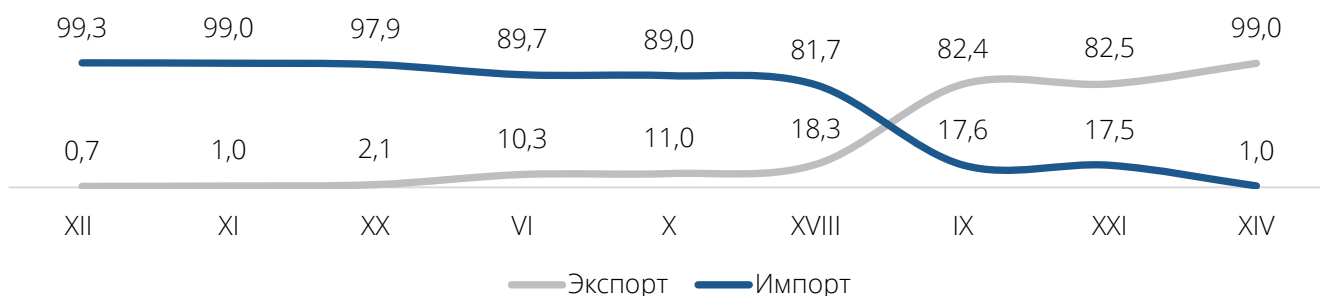
Рисунок 9. Объем экспорта и импорта продукции КИ в ДФО, млн долл. США



Источник: ФТС России

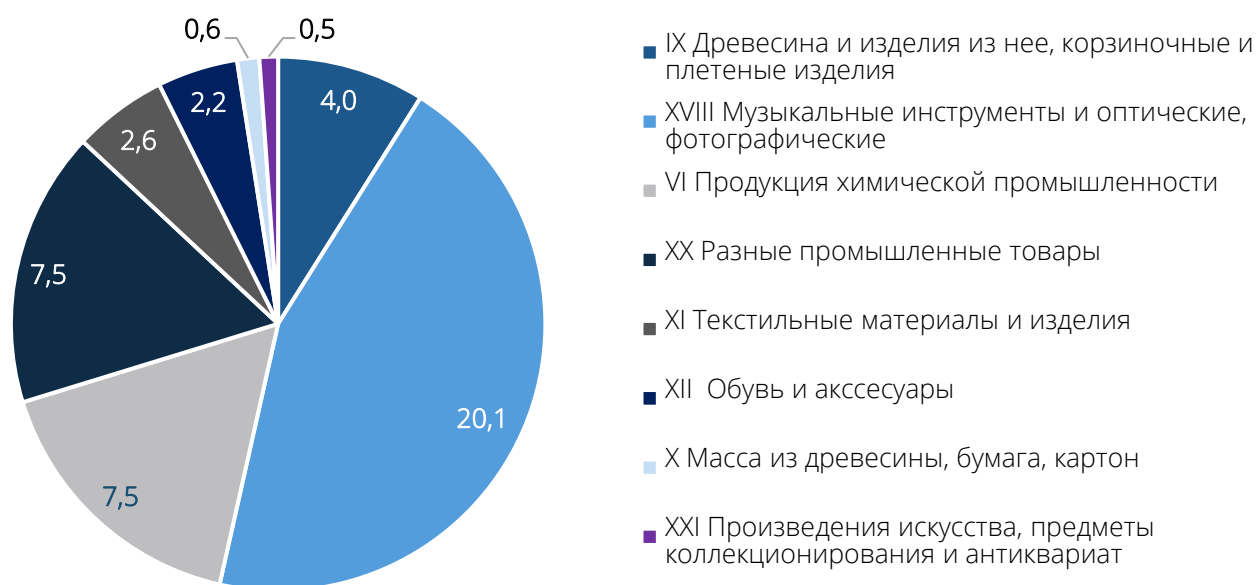
Экспортный потенциал креативных индустрий ДФО

Рисунок 10. Структура объема экспорта и импорта продукции КИ по группам в 2021 г., %




Экспорт продукции КИ, по данным Дальневосточного таможенного управления, в 2021 г. составил 4,4 млрд долл. США, что на 20% выше уровня 2019 г. Из общего объема 99% занимал экспорт драгоценных и полудрагоценных металлов, камней и изделий из них; бижутерии; монет – 4,36 млрд долл. США. На втором месте по объемам экспорта находятся инструменты и аппараты оптические, фотографические, кинематографические, измерительные, контрольные, прецизионные, медицинские или хирургические; часы всех видов; музыкальные инструменты; их части и принадлежности – 20,1 млн долл. США.

Рисунок 11. Стоимостная структура экспорта продукции креативных индустрий по группам товаров, млн долл. США в 2021 г.*



Рост экспорта продукции КИ за 2019-2021 гг. произошел в товарных группах «разных промышленных товаров» (+70%), «обуви, головных уборов, зонтов, солнцезащитных зонтов, тростей, тростей-сидений, хлыстов, кнутов и их частей» (+80%), а так же «массы из древесины или из других волокнистых целлюлозных материалов; регенерируемых бумаги или картона (макулатуры и отходов); бумаги, картона и изделий из них» (экспорт вырос в 7 раз). Перспективными являются отрасли, значительный рост которых произошел в 2020 г. по отношению к предыдущему. Это продукция химической и связанных с ней отраслей промышленности (+70%) и текстильные материалы и текстильные изделия (+430%).

*Без учета категории «драгоценные и полудрагоценные металлы, камни и изделия из них; бижутерия; монеты»
 Источник: ФТС России



Анализ развития отдельных отраслей креативных индустрий ДФО

Экспертное мнение



“ Мы спрограммировали 51 креативный кластер в регионах от Калининграда до Ямала, 33 из них построены

ЕКАТЕРИНА ЧЕРКЕС-ЗАДЕ

эксперт в области образования,
директор первого в России
университета креативных индустрий
Universal University, г. Москва

 britishdesign.ru

200+ преподавателей успешных
российских и зарубежных практик

500+ партнеров из индустрии и партнерств
с зарубежными университетами

10 тыс. м² – площадь
кампуса университета

85% выпускников работают
по специальности

Креативная экономика – это экономика впечатлений. Платят за дизайн в большей степени. Мы покупаем не просто машину, а машину с классным дизайном, потому что это даёт впечатления. Продукт придумывают креативщики. Раньше таланты ехали туда, где есть компании. Сейчас компании открываются там, где есть таланты.

Что нужно для создания креативного кластера? С одной стороны, есть методология – «соучаствующее проектирование». Креативная экономика построена на людях. Также нужна власть, чтобы помочь благоустроить город, собрать местное креативное комьюнити и создать место силы, где оно будет работать.

О господдержке. В настоящее время выделяется очень много грантов. Это плохо, потому что стопорит предпринимательство. Конечно, появляется возможность поддержать регионы, но если гранты будут продолжаться, у предпринимателей не будет стимула выходить на глобальные рынки.

Продукты и ниши для креатива. Можно либо сделать законченный продукт и выйти с ним на рынок, либо включиться в уже существующие цепочки. Например, комбуча – новый модный американский напиток – по факту это обычный чайный гриб. Никто раньше не додумался сделать из этого продукт. Так и формируется добавленная стоимость. Другой пример. Все знают, что в любом голливудском фильме уже давно всё рисуется. Сначала всю компьютерную графику делали канадцы, но нужен был другой часовой пояс (например, Китай, Индия, Россия), чтобы вечером отправить исходники, а утром получить результат. В Индии быстро смекнули и стали делать графику для всего Голливуда.

Преимущества Дальнего Востока. На Дальнем Востоке долгие длинные зимние ночи и это его конкурентное преимущество, т. к. игровая разработка хорошо представлена именно в северных странах.

Якутское кино – это феномен. Оно делается реально вопреки. Обычно киностудии делают фильмы там, где много солнечных дней. И если кино есть в Якутии, его надо просто поддержать, ничего нового не придумывать.

Ювелирное дело – это другое направление развития КИ в Якутии. Это важная задача. Если будет нормальный объём кадров-ювелиров, с ними будем делать акселераторы, новые бренды и новые компании, которые смогут выходить на азиатский рынок.



Ювелирное дело

Ювелирное дело

Структура затрат

Наименование	Этапы	Доля в конечной стоимости изделия, %*
	1 Добыча	30–50
	2 Дизайн	10–50
	3 Обработка и огранка	5–10
	4 Изготовление	10–20
	5 Маркетинг и продажи	25–30

*Значения могут существенно различаться от вида и модели продукции
Источник: Экспертная оценка

Конкурентные преимущества	Ограничения	Меры поддержки и развития отрасли
<ul style="list-style-type: none"> • Лидерство по добыче алмазов – 26% в мире, 95% в России (АК «Алроса») • Экологическая и этическая чистота добываемого сырья (не используется детский труд, безопасность) 	<ul style="list-style-type: none"> • Международные санкции • Политический PR («конфликтные алмазы») • Сужение мировых каналов сбыта • Низкий внутренний спрос 	<ul style="list-style-type: none"> • Создание обоснованной системы преференций для местных производителей ювелирных изделий по приобретению лотов на алмазы • Субсидирование рассрочки платежа за приобретение драгоценных камней местными производителями

- Разработкой месторождений Якутии занимается российская компания «Алроса», которая добывает 99% алмазов в РФ и более четверти в мире.
- Город Мирный — алмазная «столица» России, расположенная в Якутии (Саха) в 1200 км от Якутска.

Рисунок 12. Добыча алмазов АК «Алроса», млн карат

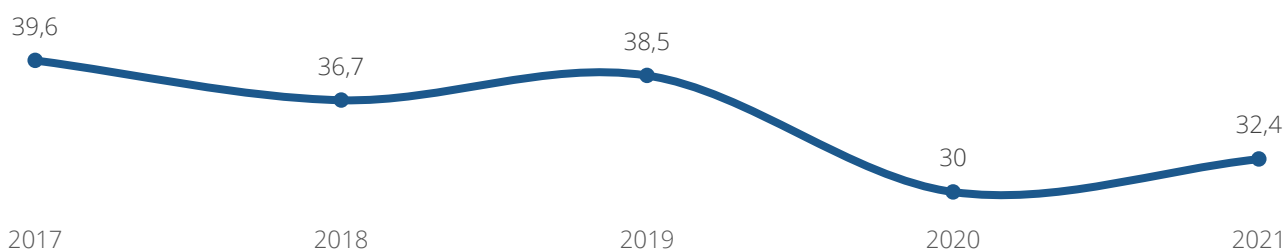
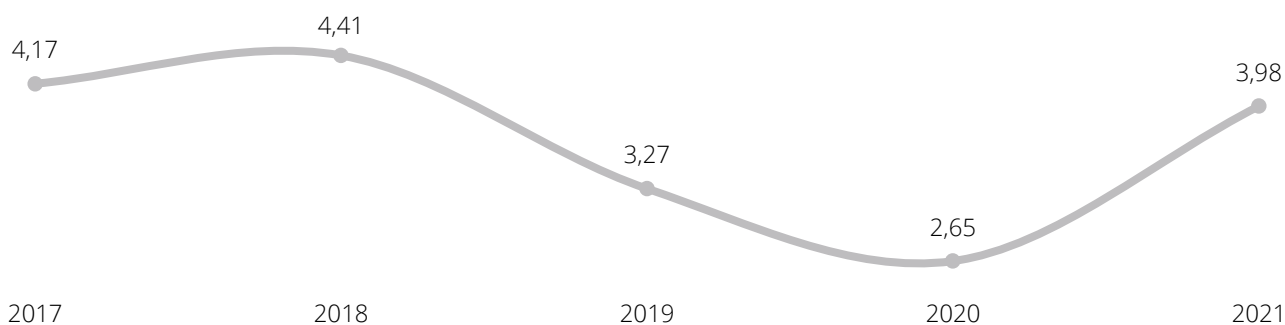
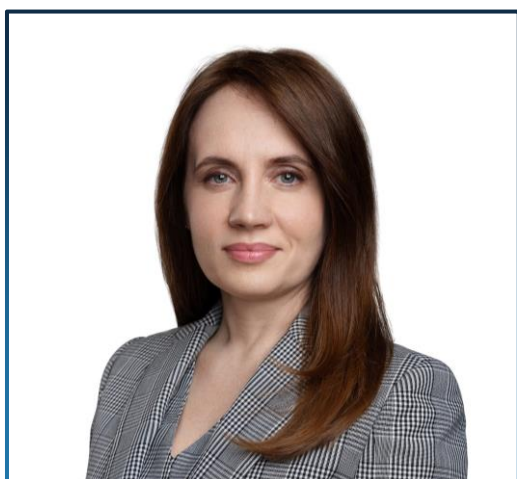


Рисунок 13. Выручка от продаж АК «Алроса», млн долл. США



Источник: <https://alrosa.ru/about/key-indicators/>

Конкурентные преимущества	Ограничения	Меры поддержки и развития отрасли
<ul style="list-style-type: none"> • Этнический стиль, отражающий духовность, символизм в культуре коренных народов • Мотивы природы, животного мира, обрядов 	<ul style="list-style-type: none"> • Ориентация на внутренний этнический и туристический спрос • Слабый уровень компетенций в сфере современного коммерческого дизайна • Совмещение функций разработки дизайна с производством 	<ul style="list-style-type: none"> • Усиление взаимодействия образовательных учреждений Дальнего Востока с работодателями при осуществлении практической подготовки кадров в сфере коммерческого ювелирного дизайна



ИРИНА МОРОЗОВСКАЯ

Генеральный директор
ювелирной группы
АК «Алроса»,
г. Москва



«Россия традиционно богата талантами, необходимо построить систему, которая позволит эти таланты выявлять, растить и воспитывать»

Ювелирная индустрия является одной из самых потенциальных сегодня в нашей стране в креативной области. С уходом с рынка многих международных брендов в самых разных ценовых сегментах для российских дизайнеров, ателье и сетевого ритейла открывается большое окно возможностей. Для того, чтобы им можно было эффективно воспользоваться, нужна качественная инфраструктура образования, прежде всего, в области дизайна. Молодежь должна получать хорошее базовое образование в области истории страны и ее искусства, в сфере национальных ювелирных традиций, изучить богатейший опыт мастеров прошлого и современности. Второе наиважнейшее направление — маркетинг, здесь нужно ориентироваться и на мировые практики, от которых мы пока в сегменте люкс серьезно отстаем, и на успешный опыт в других отраслях.

Конкурентные преимущества	Ограничения	Меры поддержки и развития отрасли
<ul style="list-style-type: none"> Великолепная русская огранка «Russian Cut» известна во всем мире и считается «знаком качества» Спрос на обучение огранке в других странах (Казахстане, Китае, Гонконге, Африке) Рынок предметов роскоши вырастет на +22% в 2022 г. и на +3–8% в 2023 г. (АК «Алроса») 	<ul style="list-style-type: none"> Недоступность сырья (1 лот алмазов, 100 карат – 1,5 млн долл. США, 75–95% выкупает Индия) Высокая конкуренция (в Индии на 20–40% дешевле) Ожидаемая нерентабельность малых производств из-за роста налогов (с 5% до 42,2% с 01.01.2023) Уход специалистов из огранки (низкая заработная плата (40–70 тыс. руб.), напряженный и ответственный труд) 	<ul style="list-style-type: none"> Меры по повышению технической оснащенности гранильных производств (субсидии или льготное кредитование приобретения новейшего оборудования: лазерного 3D сканера, резчиков алмазов и др.)



ГРИГОРИЙ КАРАТАЕВ

Огранщик, г. Якутск

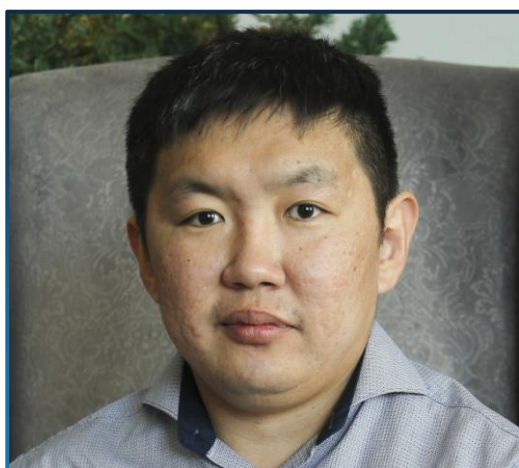


toryakutia.ru/platform/kangalassy

«Якуты – лучшие огранщики мира, и к нам обращаются зарубежные партнеры для обучения»

- Топ-5 лучших огранщиков мира
- Резидент инвестиционной площадки «Кангалассы», ТОР Якутия

Конкурентные преимущества	Ограничения	Меры поддержки и развития отрасли
<ul style="list-style-type: none"> • Возможность создания изделий по индивидуальным эскизам в единственном экземпляре • Ориентация на традиционные (обрядовые) украшения, обереги и туристическую продукцию • Наличие квалифицированных кадров 	<ul style="list-style-type: none"> • Технологическое отставание (отсутствие современного ПО) • Рост налогов (аналогично огранке) • Ориентация на мелкосерийное производство • Низкий платежеспособный спрос населения на продукцию местных производителей • Низкая стоимость изделий 	<ul style="list-style-type: none"> • Меры по повышению технической оснащенности ювелирных производств (субсидии или льготное кредитование на приобретение и лизинг современного оборудования) • Расширение ювелирной экспертизы • Меры по созданию инфраструктуры развития отрасли • Повышение информированности субъектов МСП о существующих мерах поддержки



ЦЫДИТ ЦЫБЕНОВ

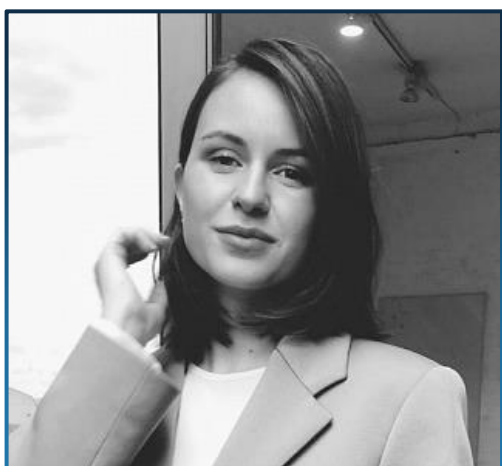
Ювелир, владелец бренда «DARKHAN», г. Улан-Удэ

 darkhangold.ru

«Бурятские украшения – это обереги на счастье»

- Член Союза художников России
- Награжден Малым знаком Ордена Франца Петровича Бирбаума, главного мастера и художника фирмы Фаберже. Присвоено звание «ГЛАВНЫЙ МАСТЕР»
- Награжден дипломом II степени в номинации «Коллекция – творческий мир ювелира» конкурса ювелирного искусства «Россия. XXI век» Гохрана России, г. Москва
- Лауреат в номинации «Золотая серия» конкурса «Русская бриллиантовая линия 2016», г. Москва
- Награжден Большим знаком Ордена «Карл Фаберже – Придворный ювелир»

Конкурентные преимущества	Ограничения	Меры поддержки и развития отрасли
<ul style="list-style-type: none"> • Историческая и этническая близость с культурами азиатских стран (Монголией, Китаем, Южной и Северной Кореи, СНГ) • Близость азиатского рынка с высоким покупательским спросом на драгоценные камни и изделия с ними • Якутские бриллианты используются мировыми ювелирными брендами 	<ul style="list-style-type: none"> • Отсутствие национального бренда ювелирных изделий • Отсутствие для малых производителей доступа к потребителю (не встроены в мировые цепочки производства) 	<ul style="list-style-type: none"> • Обучение представителей КИ основам ведения и продвижения бизнеса, управления проектами • Оказание сопровождения услуг в виде централизованного аутсорсинга бухгалтерских и юридических услуг по сферам КИ • Оказание поддержки в виде консалтинговых услуг, проведения маркетинговых исследований и содействия в сбыте продукции • Брендирование и продвижение брендов на внутренних и внешних рынках



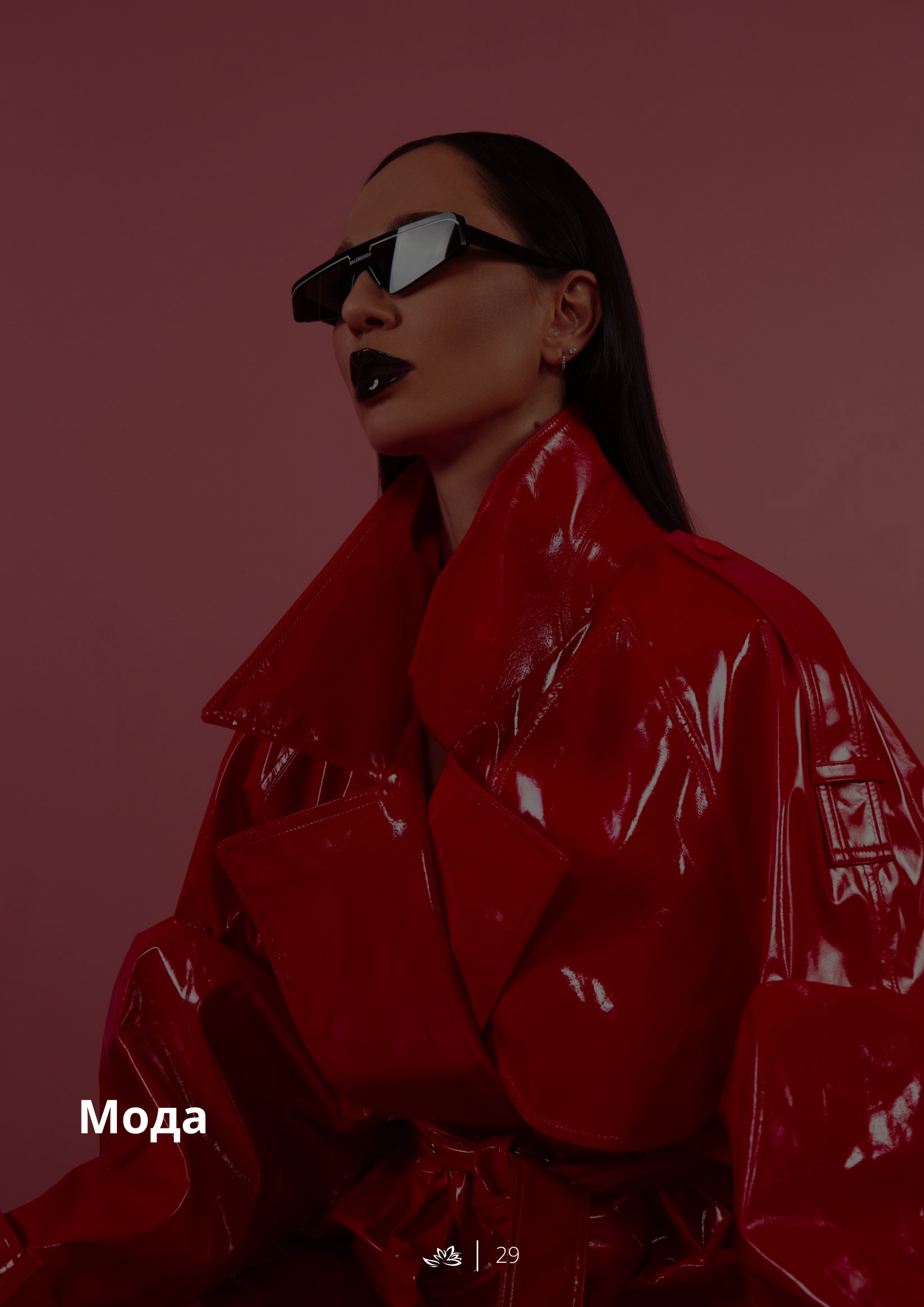
АННА ПИСЬМАН

Креативный директор и основатель бренда «Моопка», куратор курса «Ювелирный дизайн» в БВШД, г. Москва



«В Якутии много талантливых людей. Изделие должно касаться души. Хороший дизайн меняет человека»

- Совместно с Британской высшей школой дизайна и ювелирно-гранильным кластером SAYBM запустили акселерационную программу для ювелирных бизнесов в Якутии
- В рамках проекта «Приоритет – 2030» совместно с Universal University, ювелирно-гранильным кластером SAYBM и АГИКИ запускают летнюю ювелирную школу по интенсивному обучению и созданию ювелирных коллекций в Якутии
- Совместно с АК «Алроса» провели Всероссийский конкурс на разработку дизайна ювелирной коллекции ALROSA SHINING KYNDYKAN



Мода

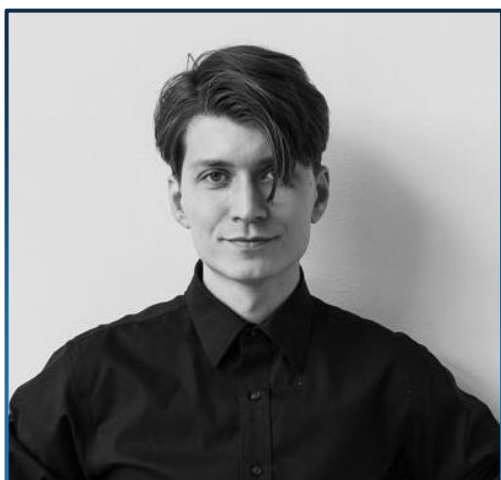
Мода

Структура затрат

Наименование	Этапы	Доля в конечной стоимости изделия, %
	1 Дизайн	15–40
	2 Конструирование	25–30
	3 Пошив*	40–50
	4 Маркетинг, продажи	20–30

*С учетом расходных материалов и их доставки, аренды помещений. Значения могут существенно различаться от вида продукции и модели
Источник: Экспертная оценка

Конкурентные преимущества	Ограничения	Необходимые меры государственной поддержки
<ul style="list-style-type: none"> • Огромный потенциал для реализации творческих идей • Дальний Восток – это центр пересечения культур Европы и Азии и источник вдохновения 	<ul style="list-style-type: none"> • Удаленность от основных центров индустрии моды • Дефицит производств, обеспечивающих качественный пошив изделий • Дефицит кадров 	<ul style="list-style-type: none"> • Программы и инициативы, направленные на выявление и поддержку молодых и талантливых дизайнеров (конкурсы, фестивали, недели моды) • Гранты на участие в региональных, российских и международных показах, в конкурсах и на развитие бренда • Гранты и льготные займы для талантливых дизайнеров на создание авторских коллекций



АЛЕКСАНДР ВАРЛАКОВ

Дизайнер, основатель и креативный директор бренда «AV Limited», г. Владивосток



vk.com/id55006863

«Владивосток – это синтез двух культур Востока и Запада, и здесь я вдохновляюсь архитектурой, женщинами, морем, здесь особый шарм»

- Обладатель премии в области авторской моды на неделе моды «Pacific style Week»
- Призер международного конкурса дизайнеров одежды «Губернский стиль» в г. Воронеже, недели моды в г. Чжэнчжоу (КНР) в 2016 г.
- Финалист международного конкурса молодых дизайнеров «Русский силуэт» в Москве и на Римской неделе моды «Roma Fashion week»
- Победитель международного конкурса дизайнеров одежды аксессуаров «Pisa Fashion Days»

Конкурентные преимущества	Ограничения	Необходимые меры государственной поддержки
<ul style="list-style-type: none"> Свободный рынок (высокий спрос на работу квалифицированных конструкторов в России и мире) Высокий спрос на выкройки, прошедшие промышленное тестирование и готовые для индивидуального массового производства Повышенный спрос на индивидуальный пошив изделий Наличие отработанной технологии создания выкроек, их упаковки и реализации на российском и международном рынках 	<ul style="list-style-type: none"> Высокая стоимость и преимущественно импортное производство специализированного программного обеспечения для конструирования и моделирования одежды Отсутствие в специализированных учреждениях (СУЗах, ВУЗах) современной производственно-технической базы для обучения и практики по конструированию и моделированию одежды Дефицит квалифицированных специалистов (конструкторов, швей-технологов и др.) 	<ul style="list-style-type: none"> Обеспечение специализированных учреждений современным ПО Усиление взаимодействия образовательных учреждений Дальнего Востока с работодателями при осуществлении практической подготовки кадров Программы и инициативы, направленные на выявление и поддержку молодых и талантливых конструкторов (конкурсы, фестивали, недели моды)



ВИКТОРИЯ РАКУСА

Дизайнер, основатель «Vikisews» – конструкторского бюро и бренда авторских лекал по пошиву одежды, г. Хабаровск



vikisews.com

«Готовые выкройки могут сократить расходы для начинающего бизнеса на крой любого изделия в среднем в 500 раз (200–300 руб. вместо 100–120 тыс. руб. за одну модель)»*

- 1 место в России
- >500 тыс. клиентов из 150 стран мира
- 1 млн подписчиков
- 500+ выкроек на сайте для женщин, мужчин и детей
- 12 новых коллекций в год
- >60 чел. в команде на Дальнем Востоке и в др. регионах РФ

*Затраты без работы дизайнера, тыс. руб. в месяц:

- конструктор: 60–100
- швея/технолог: от 60
- аренда помещения 30–40 м²: от 45
- оборудование: от 50 единовременно
- ПО: 100 (аренда на год)

Конкурентные преимущества	Ограничения	Необходимые меры государственной поддержки
<ul style="list-style-type: none"> Относительно высокий уровень доходов населения в большинстве регионов Дальнего Востока Доступность азиатского рынка сбыта Ориентация на индивидуальный пошив Высокий спрос на продукцию со смыслами (отражающую духовные ценности и уникальность объектов истории, природы, культуры, айдентик кодов (фишек) Дальнего Востока) 	<ul style="list-style-type: none"> Отсутствие мощностей для массового производства Высокая себестоимость производства (логистика, таможенные расходы, аренда, налоги и отчисления) Отсутствие единого склада тканей, ниток, фурнитуры на территории ДФО (весь импорт через Москву) Дефицит квалифицированных специалистов (конструкторов, швей, закройщиков) Низкая мотивация (тяжелый труд, непрестижность, низкая заработная плата) 	<ul style="list-style-type: none"> Обеспечение специализированных учреждений современным оборудованием Усиление взаимодействия образовательных учреждений Дальнего Востока с работодателями при осуществлении практической подготовки кадров Предоставление возможности перевода швей в статус самозанятых Популяризация профессии среди молодежи, демонстрация успешных историй продвижения в модной сфере Использование преференциальных налоговых режимов (ТОР и СПВ) для развития производственных швейных мощностей Программы и инициативы, направленные на выявление и поддержку молодых и талантливых дизайнеров (конкурсы, фестивали, недели моды)



ВАЛЕРИЯ ЖУРАВЛЕВА

Дизайнер, основатель бренда «Туманы», г. Владивосток



t.me/tymani_shop

«Модная индустрия как ребенок, но она научится ходить. Надо начинать с простых вещей»

- Айдентик магазин одежды и аксессуаров с ДНК Владивостока
- Выступала на фестивале «Таврида» в Крыму 2022 г. как модный эксперт из Владивостока
- Мэр Владивостока носит наши толстовки
- Шьем для самых топовых компаний Владивостока
- 20% прирост компании за полгода
- 50% рост товарооборота
- Наш магазин – точка притяжения для туристов региона

Конкурентные преимущества	Ограничения	Необходимые меры государственной поддержки
<ul style="list-style-type: none"> • Относительно высокий уровень доходов населения в большинстве регионов Дальнего Востока • Близость к рынкам сбыта стран Азии • Наличие уникальных природных объектов, которые привлекают туристов – потенциальных потребителей продукции 	<ul style="list-style-type: none"> • Высокая стоимость услуг продвижения • Высокая стоимость транспортировки внутри и за пределы ДФО 	<ul style="list-style-type: none"> • Создание единого регионального или дальневосточного продюсерского центра, направленного на продвижение дальневосточных дизайнеров, брендов внутри страны и за рубежом • Популяризация локальных брендов лидерами мнений (в том числе представителями органов власти, блогерами т. д.) – «Надевать местные бренды – это круто!»



ЕКАТЕРИНА МАЛЬЦЕВА

Создатель и дизайнер бренда одежды «ТЕ(МВ)R», г. Южно-Сахалинск



«Дальневосточная земля дает силы, но сейчас ещё я чувствую огромную поддержку со стороны государства и правительства Сахалинской области»

- ТЕ(МВ)R выпускает продукцию в дроповом формате — в ограниченном количестве
- Использует долговечное, высококачественное, сертифицированное сырье
- Производит линию одежды с сахалинской символикой (шапки, манишки, варежки, шарфы)
- При поддержке экспортного центра Сахалинской области реализует продукцию на внешние рынки
- Член регионального отделения ассоциации «Женщины бизнеса»
- Участница женского саммита в Абу-Даби (март 2023 г.)

Мода

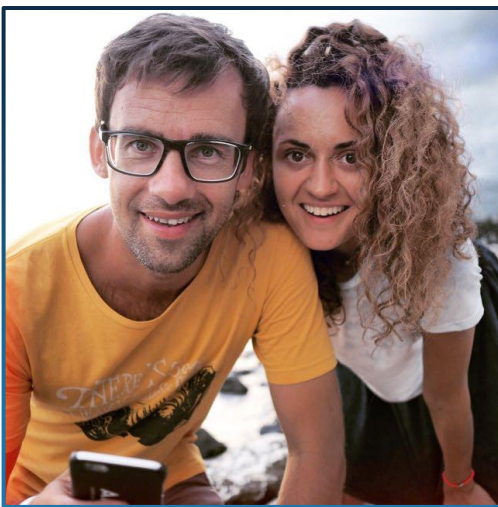


ЗОЯ ЛИПАТНИКОВА

Руководитель объединения молодых дизайнеров, создатель «Cherdak Forever», г. Владивосток

«Я за осмысленное потребление вещей. Перепотребление приводит к обесцениваю труда»

- «Чердак» – это творческая школа, выпускниками которой стали известные дизайнеры, которые работают в России и за рубежом
- Участница Российской недели моды
- Использует уникальные ручные техники, изощренный декор – шрамирование ткани текстовыми посланиями, сложными орнаментами, загадочными шифрами



ТАРАС И ТАТЬЯНА ШАРЫГА

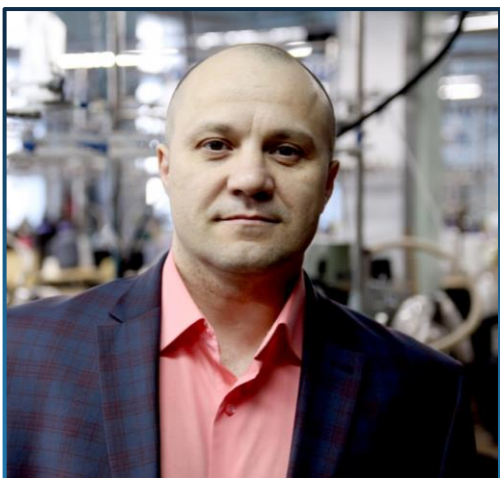
Создатели проекта «БЕРЕГИ КАМЧАТКУ», г. Петропавловск-Камчатский



«Наша цель – поменять формат создания изделий с потребительского на созидательный»

- Концепция сбережения окружающего мира и духовных ценностей и передачи их всем людям
- В 3,5 раза рост объемов производства за последние месяцы
- Стратегия – ориентация на российский и международный рынки, минимизация затрат за счет производства продукции в центральной части страны
- 5% с каждой проданной вещи направляются на природоохранные и благотворительные проекты
- Продукция стала визитной карточкой полуострова Камчатка и центром притяжения туристов
- Только экологичные материалы
- Все цвета коллекций подбираются из природной палитры – закаты, оттенки океана или цвета ландшафтов

Мода



МАКСИМ САТУНКИН

Управляющий фабрики
«Сигнальная», г. Биробиджан



«Замысел, положенный в основание кластера, – единое пространство, где резиденты взаимно усиливают друг друга, работают в синергии и реализуют себя»





- 23,7 тыс. м² – общая площадь
- 14,3 тыс. м² – площадь помещений
- 70% помещений – в аренде
- 18% – свободные площади
- 8% – креативная сфера
- 25% – легкая промышленность
- Цель бренда – вернуть ЕАО статус региона-центра легкой промышленности Дальнего Востока России



Кино и анимация

Кино

Структура затрат

Наименование	Этапы	Доля в конечной стоимости изделия, %*
	1 Сценарий	<5
	2 Съемка	35-40
	3 Монтаж	30-35
	4 Маркетинг, продажи	30-40

*Без учета стоимости доставки и комплектующих. Значения могут существенно различаться от типа продукции



Кино

Республика Саха (Якутия)

1 место регионального кинопроизводства Дальнего Востока
95 фильмов с 2011 г.

80+ наград на российских и международных кинопремиях
№1 в номинации «Креативный регион» Национальной премии в области креативных индустрий «Russian Creative Awards-2022»

Конкурентные преимущества	Ограничения	Необходимые меры поддержки
<ul style="list-style-type: none"> Системный подход к развитию кинематографии в регионе: <ul style="list-style-type: none"> - Наличие региональной концепции развития индустрии кино, анимации и другого цифрового контента - Первая площадка TOP для креативных индустрий – «Квартал Труда» - АНО «Фонд Цифрового Контента» - Система ДВ – кинорибейтов - Национальная премия «Чыпчаал» - Дальневосточная кинокомиссия Местное кино в приоритете в республиканском прокате Спрос со стороны жителей на фильмы на якутском языке Близость жанра кинолент к азиатскому рынку, что может найти отклик среди населения Южной Кореи, Японии, Китая, а также отдельных стран СНГ 	<ul style="list-style-type: none"> Недостаток специалистов для создания полного цикла производства Сложные климатические условия съемок В соответствии с федеральным законодательством региональные органы власти не уполномочены оказывать поддержку кинематографии В конкурсах Департамента кинематографии и цифрового развития и Фонда кино отсутствуют квоты для регионов 	<ul style="list-style-type: none"> Внесение изменений в ФЗ от 22.08.1996 № 126-ФЗ «О государственной поддержке кинематографии Российской Федерации», определяющий полномочие региональных органов исполнительной власти осуществлять поддержку кинематографии Оказание системной финансовой поддержки кинопроизводства



АЛЕКСЕЙ РОМАНОВ

Кинорежиссер, сценарист, художественный руководитель Государственной национальной кинокомпании «Сахафильм», г. Якутск



«Наши режиссёры сразу никому не стали подражать. Делали фильмы на своём личном опыте, на основе якутской культуры, традиций, истории, литературы, то есть на том материале, на котором они воспитывались»

- Первый профессиональный кинорежиссер Якутии
- Член Гильдии кинорежиссеров России
- Стоял у истоков создания киностудии в Якутии
- В 1990 г. создал Творческое объединение «Северфильм», а затем добился создания Государственной национальной кинокомпании «Сахафильм»
- Автор фильмов: «Срединный мир», «Мааппа», «Сааскы кэм» («Весенняя пора. Детство, которое мы не знали»).
- В 2005 г. создал Кинопродюсерский центр «Арктик Синема»
- Как председатель Союза кинематографистов провел большую работу по подготовке и обучению кадров для национальной кинематографии
- Председатель Дальневосточной кинокомиссии

Кино

Республика Бурятия

2 место по производству кинофильмов в ДФО

20 компаний зарегистрированы в сфере производства кинофильмов и телевизионных программ

Конкурентные преимущества	Ограничения	Необходимые меры поддержки
<ul style="list-style-type: none"> Наличие уникального природного объекта (озера Байкал), привлекающего туристов и кинокомпаний из других регионов России Ориентация как на этническое, так и на массовое кинопроизводство Производство полнометражных художественных фильмов и сериалов Высокий мультипликативный эффект кинопроизводства в регионе: <ul style="list-style-type: none"> - создание новых рабочих мест - развитие инфраструктуры киноиндустрии - развитие смежных отраслей экономики, таких как услуги, общепит, торговля, индустрия гостеприимства 	<ul style="list-style-type: none"> Дефицит профессиональных кадров Недостаточная техническая база: сложности в аренде кинооборудования Отсутствие киностудии Отсутствие единой системы проката региональных фильмов Нестабильность доходов работников киноиндустрии Низкая оплата труда 	<ul style="list-style-type: none"> Создание региональной киностудии, оснащенной по международным стандартам Поддержка (субсидирование / гранты) местных кинопроизводителей Содействие в показе фильмов местных кинопроизводителей на российских кинофестивалях / кинопрокате Оказание поддержки в постоянном финансировании работы сценаристов



**ДИНА
ПОДПРУГИНА-ЗАМАЛИЕВА**

Директор «Байкал Кино» режиссёр,
руководитель представительства
Союза кинематографистов России,
г. Улан-Удэ



www.baikalkino.com

«Уникальная природа Байкала может стать точкой притяжения для съемок кино и туристов со всего мира»

- Популярные фильмы: «Решала» и «Эластико»
- По заказу телеканала ТНТ снят сериал «Маньячелло», доступен в мобильном приложении PREMIER
- Сериал «Афера» снят по бурятскому сценарию, доступен на платформе МТС КИОН
- Сотрудничают с российскими компаниями «Russian World Video», «World&Media», «ТВ-3», «Pinery», «Централ Партнершип» и другими

Кино

Чукотский автономный округ

2 компании зарегистрированы в сфере производства кинофильмов и телевизионных программ
Проводится ежегодный Арктический международный кинофестиваль «Золотой ворон» (в 2023 г. участники из Ирана, Казахстана и Китая)

Конкурентные преимущества	Ограничения	Необходимые меры поддержки
<ul style="list-style-type: none"> Наличие последних хранителей традиций коренных малочисленных народов Севера (КМНС) (оленеводов) Высокий мультипликативный эффект кинопроизводства в регионе: обеспечение стабильной занятости, воссоздание традиционных ремесел и быта, создание новых образовательно-туристических объектов Уникальная природа 	<ul style="list-style-type: none"> Разрушение традиций КМНС и их семей (дети в период обучения живут в интернатах) Высокая стоимость затрат на кинопроизводство Отсутствие киносъёмочной техники и высокая стоимость аренды и транспортировки Короткий период проведения капитального строительства объектов для кинопроизводства 	<ul style="list-style-type: none"> Системный подход к развитию отрасли в регионе Предоставление субсидий на создание технической базы кинопроизводства (приобретение комплектов съёмочной и осветительной техники) Оказание содействия развитию традиций КМНС Оказание поддержки кинопроизводства Проведение фестивалей, конкурсов, открытие киностудий, киношкол



«Жизнь на краю земли всегда особая, а когда за спиной стоят предки, ты не можешь взять и опустить руки»

- Член Союза кинематографистов России
- Фильм «Книга тундры» получил премию «Ника» как лучший документальный фильм
- Фильм «Книга моря» признан лучшим не игровым фильмом Минкультом России
- Основная тема творчества – судьба северных народов

АЛЕКСЕЙ ВАХРУШЕВ

Режиссёр, сценарист,
продюсер, г. Анадырь



Кино

Хабаровский край

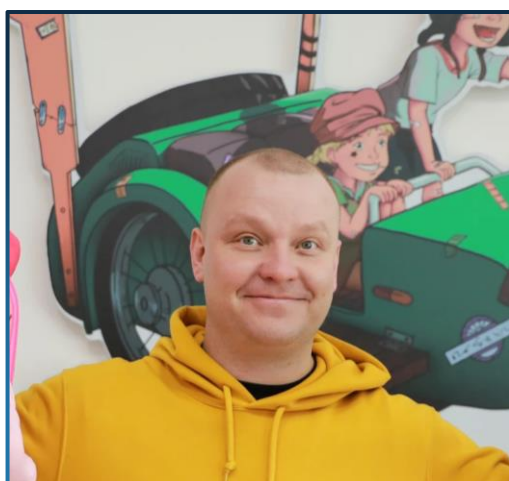
1 место по анимационной продукции в ДФО

Подписан меморандум о развитии производства анимационных фильмов на территории Хабаровского края

Создана в 2021 г. общественная организация «Развитие анимационного искусства»

Создан «Анимационный кластер Хабаровского края» – победитель первого конкурса Президентского фонда культурных инициатив

Конкурентные преимущества	Ограничения	Необходимые меры поддержки
<ul style="list-style-type: none"> Уникальная природа и история Дальнего Востока Наличие креативной команды, способной быстро реализовывать проекты Интерес со стороны азиатского рынка 	<ul style="list-style-type: none"> Дефицит профессиональных кадров Недостаточная техническая база 	<ul style="list-style-type: none"> Разработка системного подхода к развитию отрасли в регионе Содействие в показе анимационной продукции в местных кинотеатрах, а также выходе на международные рынки Субсидирование организации и проведения региональных фестивалей анимационного кино



«Дальневосточники – смелые люди. Живем там, где ничего не приспособлено. Наше золото – не природные ресурсы, а люди!»

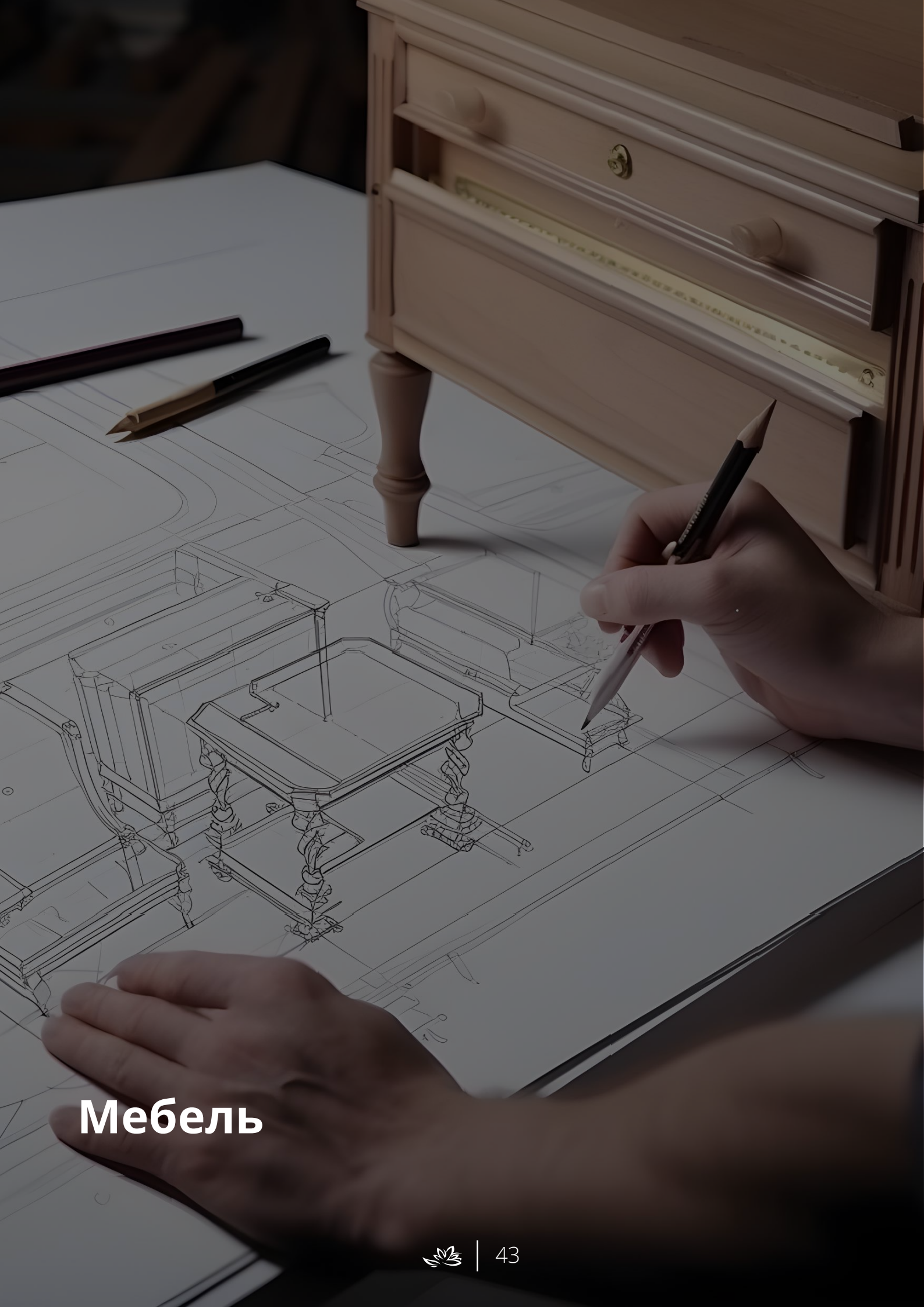
- «Мечталёт» – первая анимационная студия на Дальнем Востоке России
- Первый мультсериал «Спина к спине» представлен на одной из самых крупных площадок Китая – сервисе Tencent
- Топ-6 мультсериалов по общему рейтингу на ТК «Мульт»
- >80 млн просмотров на YouTube
- I-й Международный фестиваль анимационного кино «Анимур» и самый восточный мульт-фестиваль в России

ИЛЬЯ КУЗНЕЦОВ

Директор анимационной студии «Мечталёт», г. Хабаровск




www.mechtalet.com



Мебель

Мебель

Структура затрат

Наименование	Этапы	Доля в конечной стоимости изделия, %*
	1 Дизайн	35–40
	2 Изготовление	50–60
	3 Маркетинг, продажи	15–20

*Без учета сырья, расходных материалов и их доставки, значения могут существенно различаться от вида продукции и модели
Источник: экспертная оценка

Конкурентные преимущества	Ограничения	Необходимые меры поддержки
<ul style="list-style-type: none"> • Дальний Восток – источник вдохновения и перекресток европейской и азиатской культур • Отсутствие конкуренции у производителей современных дизайн-проектов (спрос превышает предложение) • Высокая квалификация специалистов в сфере дизайна, возможность работы дистанционно • Размещение в месте строительства (дизайнерский надзор) 	<ul style="list-style-type: none"> • Слабый уровень компетенций в сфере современного коммерческого дизайна в производстве мебели на Дальнем Востоке • Совмещение функций разработки дизайна с производством • Дефицит квалифицированных кадров 	<ul style="list-style-type: none"> • Разработка и внедрение практикоориентированных программ по развитию компетенций в сфере коммерческого дизайна в образовательных учреждениях Дальнего Востока



АЛЕКСЕЙ ЛАПТЕВ

Руководитель «LPTV DESIGN»
 Дизайнер архитектурный, мебельный,
 интерьерный, г. Владивосток



«Дизайнеры создают эмоции и в разы увеличивают стоимость изделия.

Работа дизайнера – это 10% творчества и 90% труда. Дизайн регулирует вектор потребителя»

- <20 лет создания успешных дизайнерских проектов
- Реализованные проекты – визитные карточки городов. Рестораны во Владивостоке (Zuma, «Миллионка», «Супра», «Токио море»), в Хабаровске («Эхо»)
- Цель – сделать пространство красивым

Конкурентные преимущества	Ограничения	Необходимые меры поддержки
<ul style="list-style-type: none"> • Дальний Восток – это лесные богатства • Отсутствие конкурирующих крупных производств 	<ul style="list-style-type: none"> • Недостаточная развитость лесопильной промышленности • Долгие поставки качественных материалов из других регионов России • Дефицит инженерно-технических кадров • Отсутствие практико-ориентированных программ в вузах для работы на современных предприятиях • Низкий спрос на деревянную мебель среди населения • Высокая себестоимость производства (логистика, таможенные расходы, аренда, налоги и отчисления) • Низкая мотивация (тяжелый труд, непрестижность, низкая заработная плата) • Дизайн продукции определяют заказчики 	<ul style="list-style-type: none"> • Усиление взаимодействия образовательных учреждений Дальнего Востока с работодателями при подготовке инженерно-технических кадров • Разработка механизма поддержки предприятий, осуществляющих производство продукции • Льготные условия приобретения земельных участков для занятых производством компаний

ЮРИЙ ДОЛГИХ

Генеральный директор
«Мебельного комбината Фома»,
г. Биробиджан



www.foma.su

“Дальний Восток – это масштаб. География наших поставок от о. Итуруп до Урала»

- «Мебельный комбинат Фома» – крупнейший производитель мебели на Дальнем Востоке
- 12.000 м² – площадь производственных помещений и складов
- Комбинат оснащен самым современным оборудованием, в том числе с числовым программным управлением
- 190 работников
- Свидетельство – «100 лучших товаров России»
- Торговые представительства в нескольких регионах Дальнего Востока (Камчатском, Хабаровском и Приморском краях; Амурской, Магаданской и Сахалинской области)

Источник: экспертная оценка

Конкурентные преимущества	Ограничения	Необходимые меры поддержки
<ul style="list-style-type: none"> • Относительно высокий уровень доходов населения в большинстве регионов Дальнего Востока • Близость к рынкам сбыта стран Азии • Наличие конкуренции на рынке качественной продукции 	<ul style="list-style-type: none"> • Высокая стоимость услуг продвижения • Высокая стоимость транспортировки внутри и за пределы ДФО 	<ul style="list-style-type: none"> • Оказание поддержки в виде консалтинговых услуг, проведения маркетинговых исследований и содействия в сбыте продукции • Брендирование и продвижение продукции на внутренних и внешних рынках



«Женский бизнес – это продумать все до мелочей. Мы делаем качественно и с душой!»

- 9 лет работы предприятия
- <1900 довольных клиентов компании
- Собственное мебельное производство в г. Хабаровске
- Команда специалистов высокой квалификации
- Используются новейшие технологии и природные материалы

ЕКАТЕРИНА МАЛОВА

Директор мебельной компании «Малина-мебель», г. Хабаровск



mebelmalina.ru

Контакты

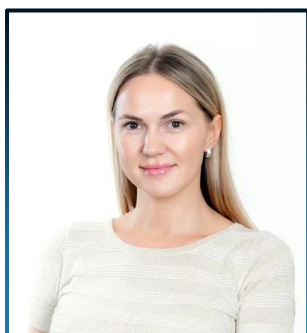


Ли Елена Львовна

Руководитель направления
«Качество жизни и человеческий потенциал»

✉ e.lee@vostokgosplan.ru

☎ +7 (495) 120-20-05 доб. 065

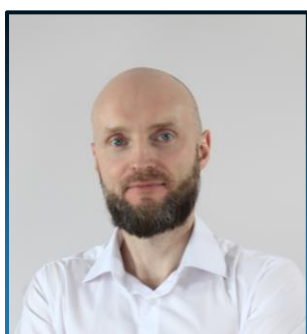


Андреева Анна Викторовна

Ведущий аналитик

✉ a.andreeva@vostokgosplan.ru

☎ +7 (4212) 51-69-09 доб. 026



Асанов Александр Николаевич

Ведущий эксперт-аналитик направления
«Качество жизни и человеческий потенциал»

✉ a.asanov@vostokgosplan.ru

☎ +7 (495) 120-20-05 доб. 058



Донец Марина Андреевна

Старший аналитик сектора
«Моделирование социально-демографических процессов»

✉ donets@vostokgosplan.ru

☎ +7 (4212) 51-69-09 доб. 038



ВОСТОЧНЫЙ ЦЕНТР
ГОСУДАРСТВЕННОГО
ПЛАНИРОВАНИЯ

Креативные индустрии Дальнего Востока, вклад в экономику, ограничения и возможности развития

Хабаровск

+7 (495) 120-20-05

info@vostokgosplan.ru

ул. Льва Толстого, 8

Москва

+7 (495) 120-20-05

filial@vostokgosplan.ru

Новый Арбат, 19, оф. 2204



Веб-сайт



Телеграм



Федеральное автономное научное учреждение «Восточный центр государственного планирования» (ФАНУ «Востокгосплан») является подведомственным учреждением Министерства Российской Федерации по развитию Дальнего Востока и Арктики, выполняющим научно-исследовательские и экспертно-аналитические работы в области социально-экономического развития Дальневосточного федерального округа и Арктической зоны Российской Федерации.

Настоящее сообщение содержит исключительно информацию общего характера. ФАНУ «Востокгосплан» не предоставляет посредством данного сообщения каких-либо консультаций или услуг профессионального характера. Прежде чем принять какое-либо решение или предпринять какие-либо действия, которые могут отразиться на вашем финансовом положении или состоянии дел, проконсультируйтесь с квалифицированным специалистом. ФАНУ «Востокгосплан» не несет ответственности за какие-либо убытки, понесенные любым лицом, использующим настоящую публикацию.