

УДК: 008.2

**КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА КИТАЯ КАК ФАКТОР ПЕРЕХОДА
ПРОМЫШЛЕННОСТИ ОТ КОНЦЕПЦИИ «СДЕЛАНО В КИТАЕ»
К КОНЦЕПЦИИ «СОЗДАНО В КИТАЕ»**

Лю И

*аспирант экономического факультета, Белорусский государственный университет,
г. Минск, Беларусь, e-mail: liuyi0718@foxmail.com*

Научный руководитель: Б. Н. Паньшин

*доктор технических наук, профессор БГУ, экономический факультет, г. Минск,
Беларусь, e-mail: panshin@bsu.by*

Показано, что культура является важнейшим фактором повышения творческой составляющей производства товаров и услуг и продвижения культурных ценностей страны на внутреннем и внешнем рынке путем применения цифровых технологий. Отмечена роль культуры Китая в переходе промышленности от концепции «Сделано в Китае» к концепции «Создано в Китае»

Ключевые слова: культура в Китае; креативная экономика; концепция «Создано в Китае»; цифровизация культуры; рынок культурных услуг.

**CHINA'S CREATIVE ECONOMY AS A FACTOR
IN THE TRANSITION OF INDUSTRY FROM THE CONCEPT
OF «MADE IN CHINA» TOWARDS THE CONCEPT
OF «CREATED IN CHINA»**

Liu Yi

*PhD Student of the Faculty of Economics, Belarusian State University, Belarus,
e-mail: panshin@tut.by*

Supervisor: B. N. Panshin

*Doctor of Technical Sciences, Professor, Faculty of Economics, Belarusian State
University, Minsk, Belarus, e-mail: panshin@tut.by*

It is shown that culture is the most important factor in increasing the creative component of the production of goods and services and promoting the country's cultural values in the domestic and foreign markets through the use of digital technologies. The role

of Chinese culture in the transition of industry from the concept of «Made in China» to the concept of «Created in China» is noted.

Keywords: culture in China; creative economy; «Made in China» concept; digitalization of culture; market for cultural services.

Культура является важнейшей частью цифровой креативной индустрии, основанной на интеллектуальной собственности, науке и технологиях, целью которых является повышение творческой составляющей производства товаров и услуг и продвижение культурных ценностей страны на внутреннем и внешнем рынке путем применения цифровых технологий.

Креативная экономика Китая в настоящее время является одним из ключевых факторов социально-экономического развития Китая обеспечивая рост доходов на внутреннем и внешнем рынке и способствуя переходу от концепции «Сделано в Китае» к концепции «Создано в Китае», что подчеркивает все большее значение творчества и культуры в экономике и обществе. Это движение имеет свою историю: в 2015 году была разработана стратегия «нового движения в производстве» в целях роста высокотехнологичного, инновационного и экологически устойчивого производства, в котором ключевая роль закреплена за креативным сектором; в 2006 году вышла в свет первая «Синяя книга» о креативных индустриях в стране «Отчет о развитии креативных индустрий Китая», что стало официальным началом их дальнейшего развития одновременно с ростом спроса среднего класса на креативные товары и услуги.

Рынок культурных услуг развивается в соответствии с ростом цифровой экономики в направлении все большей индивидуализированности. Число пользователей Интернета в Китае составляет свыше 800 млн человек, а уровень проникновения Интернета около 60 %. Как следствие, с быстрым развитием цифровизации культуры, число пользователей интернет-видео в Китае достигло 760 млн человек, что составляет 88,8 процента от общего числа.

Устойчивый развитие цифровизации культуры не только способствует развитию национальной экономики, но и открывает новые возможности для развития культурной индустрии, обогащает культурную жизнь народа, повышает энтузиазм людей к активному пониманию культуры, способствует распространению культуры и предоставляет большому количеству людей возможность внедрять инновации и начинать бизнес [1]. Цифровизация культуры это новый тип индустрии, который требует подготовки соответствующих специалистов, постоянного привлечения новых талантов и построение инновационного механизма и системы

индустрии цифровизации культуры на основе культурного наследия и цифровых технологий.

Цифровая революция коренным образом изменила способы производства, распространения и доступа к культуре и культурным услугам. Обладая богатыми культурными ресурсами, Китай осуществляет масштабный план оцифровки культурных ценностей и исторического наследия. Министерство культуры Китая осуществляет комплекс мер по содействию инновациям и развитию цифровизации культуры путем снижения налогов предприятий культуры на 15 %, а также предоставления льгот по землепользованию и использованию других ресурсов, способствует скоординированному развитию национальной цифровой культурной экономики. Таким образом, цифровизация культуры может в значительной степени способствовать развитию национальной экономики. Положительная роль индустрии цифровой культуры состоит в удовлетворении культурные потребности в условиях быстрого роста индивидуализации людей. Государство и предприятия должны воспользоваться возможностью интеграции цифровых технологий и культурных индустрий, чтобы постоянно направлять цифровую культурную индустрию для распространения ценностей общества, укрепление доверия людей к государству, а также повысить конкурентоспособность и культурную влияние Китая в мире.

Дальнейшие меры по цифровизации культуры в Китае осуществляются в соответствии с «Общим планом строительства цифрового Китая», принятым 27 февраля 2023 года. Предполагается продолжить развивать сетевую культуру, укреплять предложение высококачественных сетевых культурных продуктов, направлять все виды культурных платформ на создание и производство позитивных продуктов, ориентированных на мобильные устройства в соответствии со стратегией цифровизации культуры: создание национальной системы больших данных в области культуры и формирование базы данных культуры Китая.

Цифровизация культурных достижений Китая сопровождается значительными экономическими эффектами. По данным веб-сайта Statista, доходы китайской компании Tencent от экспорта компьютерных игр ежегодно составляют свыше 32 млн долл., в 2021 году превзошли доходы Sony (18,2 млн долл.) и Apple (15,3 млн долл.). Основная платформа компании Tencent для социальных сетей (WeChat) является второй по популярности в мире после WhatsApp.

Цифровизация тысячелетней культуры Китая ориентирована на длительные сроки, что соответствует основной традиционной ценности китайцев, которая выражается как «терпение, настойчивость и долгосрочная перспектива».

Цифровизация культуры в Китае все более становится одним из ключевых направлений развития цифровой экономики, путем объединения с другими отраслями, прежде всего, с отраслью туризма. В 2020 году Министерство культуры и туризма Китая выпустило «Мнения об углублении «Интернет + туризм» для содействия качественному развитию туризма », в котором предлагается ускорить применение цифровых технологий в туристической отрасли для достижения более высокого качества и эффективности туризма. Политика культурного туризма в Китае направлена на ускорение интеграции культурного туризма, дизайна, цифровых технологий и культурных инноваций. Наиболее широко используются такие цифровые технологии, как Интернет, 3D-оцифровка, AR (дополненная реальность) и VR (виртуальная реальность).

В целом, цифровизация является эффективным подходом к возрождению огромного количества культурного наследия Китая, поскольку цифровые версии произведений искусства являются постоянными, воспроизводимыми и могут быть получены немедленно. По мнению экспертов, это помогает культурному наследию преодолеть географические барьеры и приближает его к зрителям, что способствует развитию их творческих способностей в производстве высококачественных товаров и услуг.

Библиографические ссылки

2. *Логунцова И. В.* Особенности креативной экономики Китая // Журнал «Государственное управление». Электронный вестник (Электронный журнал). 2023. № 98. С. 21–30.