ПРАВИТЕЛЬСТВО ПРИМОРСКОГО КРАЯ

РАСПОРЯЖЕНИЕ

19.11.2026 г. Владивосток № 709-рп

Об утверждении Стратегии развития креативной экономики Приморского края до 2030 года

На основании Устава Приморского края, в целях реализации положений Федерального закона от 08 августа 2024 года № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» и Закона Приморского края от 07 августа 2025 года № 844-КЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Приморском крае», развития в Приморском крае креативных (творческих) индустрий и создания условий для повышения вклада креативных (творческих) индустрий в экономику Приморского края

Утвердить прилагаемую Стратегию развития креативной экономики Приморского края до 2030 года.

Первый вице-губернатор Приморского края –
Председатель Правительства
Приморского края В.Г. Щербина

УТВЕРЖДЕНА

распоряжением
Правительства Приморского края
от 19.11.2026 № 709-рп

СТРАТЕГИЯ
развития креативной экономики Приморского края до 2030 года

I ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Стратегия развития креативной экономики Приморского края до 2030 года (далее — Стратегия) определяет цели, задачи, приоритеты развития и направления государственной поддержки креативных (творческих) индустрий в Приморском крае.

1.2. Стратегия разработана в соответствии с Федеральным законом от 08 августа 2024 года № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации» (далее — Закон о креативных индустриях) и Законом Приморского края от 07 августа 2025 года № 844-КЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Приморском крае», с учетом перечня видов экономической деятельности в сфере креативных (творческих) индустрий на основе Общероссийского классификатора видов экономической деятельности, утвержденного приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 23 апреля 2025 года № 266, и положений Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2021 года № 2613-р, Стратегии развития креативной экономики в Российской Федерации на период до 2036 года, утвержденной распоряжением Правительства Российской Федерации от 08 сентября 2026 года № 2431-р (далее - Стратегия развития креативной экономики в Российской Федерации).

1.3. Понятия, используемые в настоящей Стратегии, применяются в значениях, определенных Законом о креативных индустриях и Стратегией развития креативной экономики в Российской Федерации.

1.4. В соответствии с Законом о креативных индустриях в зависимости от осуществляемой субъектами креативных индустрий экономической деятельности креативные индустрии подразделяются на следующие 4 вида:

1) индустрии, основанные на историко-культурном наследии (включая народные художественные промыслы, ремесла, деятельность галерей, деятельность по представлению обществу музейных предметов и музейных коллекций, производство продукции с использованием изображений музейных предметов, музейных коллекций, зданий музеев и иных объектов культуры и культурного достояния);

2) индустрии, основанные на произведениях литературы и искусства (включая литературные произведения, драматические и музыкально-драматические произведения, хореографические произведения, музыкальные произведения, аудиовизуальные произведения, произведения изобразительного искусства, фотографические произведения и другие произведения), результатах издательской деятельности, результатах исполнительской деятельности (включая исполнения артистов-исполнителей и дирижеров, спектакли, в том числе театральные, цирковые, кукольные, эстрадные и иные театрально-зрелищные представления) и фонограммах;

3) индустрии, основанные на информационно-телекоммуникационных технологиях (включая обработку данных и разработку программного обеспечения, в том числе с использованием технологий виртуальной и дополненной реальности, создание компьютерных игр и видеоигр, деятельность по созданию и распространению информации, рекламную деятельность, деятельность аудиовизуального сервиса, создание и использование иных результатов интеллектуальной деятельности, предназначенных для использования в информационно-телекоммуникационных сетях для распространения в средствах массовой информации), деятельности средств массовой информации, деятельности в сфере связей с общественностью;

4) индустрии, основанные на прикладном творчестве (включая создание и

производство одежды, аксессуаров, декоративно-прикладное и сценографическое искусство, дизайн, архитектуру, гастрономию).

II АНАЛИЗ ТЕКУЩЕГО СОСТОЯНИЯ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ ПРИМОРСКОГО КРАЯ

2.1. Общая характеристика креативных индустрий

2.1.1. Креативные индустрии Приморского края представляют собой самостоятельный сектор экономики, формирующийся под влиянием географических, культурных и экономических особенностей региона.

2.1.2. Специфика креативной экономики Приморского края связана с особенностями территории: положением на тихоокеанском побережье России и близостью к странам Азиатско-Тихоокеанского региона (далее — АТР), морскими биоресурсами, природным и культурным разнообразием. Эти особенности формируют региональную идентичность и содержательную основу территориального бренда Приморского края.

Географическое положение Приморского края одновременно влияет на условия развития креативного бизнеса. Близость к странам АТР расширяет потенциальную географию рынков, тогда как удаленность от основных российских рынков повышает значение транспортных и логистических издержек. Для креативных продуктов и услуг, распространяемых в цифровой форме, влияние расстояния снижается за счет цифровых каналов продвижения и продаж.

2.1.3. Формирование креативных индустрий Приморского края происходило на базе культурных, предпринимательских и общественных инициатив, возникавших прежде всего в городе Владивостоке и постепенно распространявшихся на другие территории Приморского края.

Одними из ранних примеров проектов, получивших известность за пределами региона, стали музыкальный бренд «Мумий Тролль» и созданный в городе Владивостоке интернет-проект Auto.vl.ru, впоследствии получивший развитие под брендом Drom.ru. В 2000-е годы сформировались устойчивые событийные и международные форматы — День тигра и кинофестиваль стран АТР «Меридианы

Тихого», использующие природную идентичность, культурную специфику и географическое положение Приморского края как ресурс формирования узнаваемого образа территории. Одновременно развивались предпринимательские инициативы в муниципальных образованиях Приморского края. В частности, арт-парк «Штыковские пруды» продемонстрировал возможность создания продуктов экономики впечатлений на основе сочетания дизайна, ремесел, событийных форматов и природного потенциала территории.

С 2010-х годов развитие креативной среды продолжили Центр современного искусства «Заря» и проекты, связанные с формированием дальневосточной кухни. Эти инициативы способствовали развитию межотраслевых связей между современным искусством, креативными пространствами, гастрономией, туризмом и локальным производством.

Современная креативная экономика Приморского края опирается на накопленный опыт создания и масштабирования локальных брендов, событийных форматов и межотраслевых проектов. Сформировавшаяся среда создала основу для развития креативных индустрий как самостоятельного сектора экономики края.

2.1.4. По состоянию на 2024 год валовая добавленная стоимость креативных индустрий составляет 36,21 млрд рублей, или 1,88 % валового регионального продукта; совокупная выручка — 74,3 млрд рублей; число субъектов — 4 841; численность занятых — 20,9 тыс. человек.

Динамика доли креативных индустрий в валовом региональном продукте Приморского края в 2020–2024 гг. составляет: 2020 год — 1,76 %, 2021 год — 1,87 %, 2022 год — 1,79 %, 2023 год — 1,64 %, 2024 год — 1,88 %. В абсолютном выражении валовая добавленная стоимость креативных индустрий в 2024 году составила 36,21 млрд рублей.

Вклад креативных индустрий в валовой региональный продукт Приморского края в 2024 году по отраслям характеризуется следующими значениями (млн рублей): разработка программного обеспечения — 12 246; кино — 6 247; гастрономия — 4 459; отдых и развлечения — 2 792; арт-индустрия — 2 309; архитектура — 2 219; реклама и пиар — 1 641; медиа и средства массовой информации (далее - СМИ) — 1 440; музыка — 1 083; дизайн — 733; культурное наследие — 503; исполнительские

искусства — 344; книжное дело — 158; мода — 22; народные художественные промыслы — 14; видеоигры — 0.

2.1.5. Креативные индустрии в значительной степени представлены субъектами малого и среднего предпринимательства. По состоянию на 2024 год в секторе действует 4 841 субъект (юридические лица и индивидуальные предприниматели), осуществляющий деятельность по основным и дополнительным кодам ОКВЭД, отнесенным к креативным индустриям, представленным в приложении № 1 к настоящей Стратегии.

Большинство компаний сектора относится к микропредприятиям и малому бизнесу, что делает развитие креативной экономики важным инструментом роста предпринимательской активности и диверсификации экономики Приморского края. Распределение организаций по видам деятельности отражает текущую отраслевую структуру креативного сектора региона.

2.1.6. Структура креативных индустрий Приморского края по числу организаций в 2024 году (единиц) выглядит следующим образом: реклама и пиар — 1060; разработка программного обеспечения — 845; отдых и развлечения — 630; гастрономия — 587; дизайн — 325; архитектура — 322; медиа и СМИ — 254; исполнительские искусства — 196; книжное дело — 191; кино — 146; культурное наследие — 99; арт-индустрия — 88; мода — 56; музыка — 27; народные художественные промыслы — 11; видеоигры — 4.

2.1.7. Динамика развития креативных индустрий в Приморском крае в последние годы характеризуется умеренным, но устойчивым ростом, при этом развитие носит неравномерный характер. Наибольшая экономическая активность сосредоточена в крупнейших городских центрах, прежде всего во Владивостокской агломерации, где сконцентрированы человеческий капитал, образовательные и культурные ресурсы, а также элементы креативной инфраструктуры. Существенно меньший вклад в формирование креативной экономики вносят другие муниципальные образования Приморского края, что отражает высокий уровень территориальной концентрации сектора.

2.1.8. Анализ текущего состояния креативных индустрий Приморского края выявляет ряд устойчивых структурных особенностей, включая концентрацию

экономической активности в ограниченном числе направлений и муниципальных образований, преобладание микропредприятий и государственного сектора при ограниченной представленности среднего и крупного бизнеса, а также зависимость значительной части креативных проектов от локального спроса.

Указанные особенности свидетельствуют о том, что потенциал креативной экономики Приморского края в настоящее время реализован не в полной мере и требует формирования системного подхода к развитию сектора. Понимание текущего вклада, динамики и структурных характеристик креативных индустрий является основой для дальнейшего анализа их роли в формировании валового регионального продукта, территориального распределения, состояния инфраструктуры поддержки, а также выявления ключевых проблем и ограничений развития.

2.2. Вклад креативных индустрий в экономику Приморского края

2.2.1. Разработка программного обеспечения.

Вклад в ВРП — 12,2 млрд рублей (0,64 % ВРП региона), совокупная выручка — 16,9 млрд рублей (0,36 % общего объема выручки в экономике края). Количество зарегистрированных организаций составляет 845, из них 607 индивидуальных предпринимателей. Занятость составляет 5 639 человек (1,1 % общей занятости в регионе), средняя заработная плата в отрасли — 57,5 тыс. рублей.

Разработка программного обеспечения является крупнейшей креативной индустрией Приморского края по вкладу в ВРП. Индустрия характеризуется высокой добавленной стоимостью и возможностью масштабирования за пределами локального рынка благодаря нематериальному характеру продукта и возможности удаленной работы с заказчиками. Вместе с тем основная часть выручки в IT-секторе креативных индустрий Приморского края формируется за счёт сервисной модели (услуги, внедрение, интеграция), а не за счёт создания собственных продуктовых решений в регионе. Компетенции в сфере разработки программного обеспечения также формируют технологическую основу для развития других креативных индустрий, включая медиа, кино, дизайн, маркетинг и проекты городской среды.

2.2.2. Кино, телевизионные программы и фильмы.

По состоянию на 2024 год вклад киноиндустрии в валовой региональный продукт Приморского края составляет 1,083 млрд рублей (0,06 % ВРП региона). Совокупная выручка отрасли достигает 2,4 млрд рублей (0,05 % общего объема выручки в экономике Приморского края). В секторе зарегистрировано 146 организаций, в том числе 104 индивидуальных предпринимателя. Занятость составляет 474 человека (0,09 % общей занятости в регионе), средняя заработная плата — 55,4 тыс. рублей.

Киноиндустрия объединяет создание, производство, постпроизводство, распространение и демонстрацию аудиовизуального контента и формирует спрос на услуги и компетенции смежных креативных направлений. Развитие индустрии способствует формированию в регионе производственных и технических компетенций в сфере аудиовизуального контента и усиливает межотраслевые связи внутри креативной экономики.

2.2.3. Гастрономия.

По состоянию на 2024 год вклад гастрономии в валовой региональный продукт Приморского края составляет 4,5 млрд рублей (0,23 % ВРП региона). Совокупная выручка отрасли достигает 12,9 млрд рублей (0,28 % общего объема выручки в экономике Приморского края). В секторе зарегистрировано 587 организаций, в том числе 462 индивидуальных предпринимателя. Занятость составляет 2 593 человека (0,5 % общей занятости в экономике края), средняя заработная плата — 93,8 тыс. рублей. Значительная разница между объемом выручки и вкладом в ВРП отражает высокую долю себестоимости и операционных расходов в отрасли.

Гастрономия является одной из индустрий, в которых экономическая ценность создается не только за счет услуг общественного питания, но и за счет формирования уникального гастрономического продукта, основанного на локальной идентичности, авторских концепциях, региональных продуктах и культурных особенностях территории.

Конкурентным преимуществом гастрономии Приморского края является сочетание морских биоресурсов, локальной сельскохозяйственной продукции и продуктов тайги с формирующейся современной дальневосточной гастрономической

культурой. Гастрономические продукты, ресторанные концепции и события становятся частью образа региона, туристического предложения и продвижения Приморского края.

Развитие гастрономии формирует межотраслевой эффект, создавая спрос на продукцию локальных производителей, услуги туризма, дизайна, рекламы и связей с общественностью, событийной индустрии, медиа и цифровых сервисов. Тем самым гастрономия выступает связующим элементом между креативной экономикой, индустрией гостеприимства и локальными производственными цепочками.

2.2.4. Отдых и развлечения.

По состоянию на 2024 год вклад сектора отдыха и развлечений в валовой региональный продукт Приморского края составляет 2,3 млрд рублей (0,12 % ВРП региона). Совокупная выручка отрасли достигает 6,4 млрд рублей (0,14 % общего объема выручки в экономике Приморского края). В секторе зарегистрировано 630 организаций, в том числе 448 индивидуальных предпринимателей. Занятость составляет 1 422 человека (0,28 % общей занятости в экономике края), средняя заработная плата — 83,7 тыс. рублей. Значительная разница между объемом выручки и вкладом в ВРП отражает высокую долю операционных расходов и зависимость отрасли от сезонной и событийной выручки.

Индустрия отдыха и развлечений занимает значимое место на внутреннем рынке креативных услуг Приморского края и связана с развитием событийной активности и туристического спроса. Создание развлекательных и событийных продуктов формирует спрос на площадки, техническое обеспечение, продюсерские и другие профессиональные услуги, а также способствует развитию смежных креативных индустрий, включая музыку и исполнительские искусства.

2.2.5. Арт-индустрия.

Вклад арт-индустрии в ВРП Приморского края составляет 157,5 млн рублей (0,008 % ВРП региона), совокупная выручка — 481 млн рублей (0,01 % общего объема выручки в экономике Приморского края). В отрасли зарегистрировано 88 организаций, в том числе 61 индивидуальный предприниматель. Занятость составляет 159 человек (0,03 % общей занятости в экономике края), средняя заработная плата — 55,6 тыс. рублей.

При относительно небольшом текущем экономическом масштабе арт-индустрия играет заметную роль в культурной и креативной среде Приморского края. Ее разавитие опирается на сформированные в регионе художественные и образовательные компетенции, а выставочная, галерейная и событийная деятельность способствует продвижению работ авторов, формированию аудитории и развитию спроса на художественные продукты. Арт-индустрия также участвует в формировании визуального образа и культурной идентичности края.

2.2.6. Архитектура и урбанистика.

По состоянию на 2024 год вклад отрасли в валовой региональный продукт Приморского края составляет 2,2 млрд рублей (0,12 % ВРП региона). Совокупная выручка достигает 7,6 млрд рублей (0,16 % общего объема выручки в экономике Приморского края). В отрасли зарегистрированы 322 организации, в том числе 143 индивидуальных предпринимателя. Занятость составляет 1 468 человек (0,29 % общей занятости в экономике региона), средняя заработная плата — 46 тыс. рублей.

Архитектура и урбанистика влияют на качество городской среды, развитие общественных пространств и редевелопмент территорий Приморского края. Реализация архитектурных и градостроительных проектов формирует спрос на смежные виды деятельности, включая строительство, дизайн и благоустройство, и создает условия для развития туристических и событийных пространств.

2.2.7. Реклама и пиар.

По состоянию на 2024 год вклад отрасли в валовой региональный продукт Приморского края составляет 6,2 млрд рублей (0,32 % ВРП региона). Совокупная выручка достигает 16,8 млрд рублей (0,36 % общего объема выручки в экономике Приморского края). В секторе зарегистрировано 1 060 организаций, в том числе 762 индивидуальных предпринимателя. Занятость составляет 2 535 человек, средняя заработная плата — 93,5 тыс. рублей.

Реклама и пиар являются одной из крупнейших креативных индустрий Приморского края по числу действующих организаций и объему создаваемой добавленной стоимости. Индустрия обеспечивает продвижение товаров и услуг, формирование коммуникаций с потребителями и способствует коммерциализации продуктов других креативных направлений.

2.2.8. Медиа и СМИ.

По состоянию на 2024 год вклад отрасли в валовой региональный продукт Приморского края составляет 1,4 млрд рублей (0,07 % ВРП региона). Совокупная выручка достигает 3,3 млрд рублей (0,07 % общего объема выручки в экономике Приморского края). В секторе зарегистрированы 254 организации, в том числе 99 индивидуальных предпринимателей. Занятость составляет 1 233 человека (0,24 % общей занятости в экономике края), средняя заработная плата — 60,4 тыс. рублей.

Медиа и СМИ обеспечивают создание и распространение информационного контента и формируют спрос на профессиональные услуги, связанные с его производством. Развитие индустрии связано с другими креативными направлениями, включая рекламу, аудиовизуальное производство и издательскую деятельность.

2.2.9. Музыка.

По состоянию на 2024 год вклад музыкальной индустрии в валовой региональный продукт Приморского края составляет 733 млн рублей (0,04 % ВРП региона). Совокупная выручка достигает 1,03 млрд рублей (0,02 % общего объема выручки в экономике Приморского края). В отрасли зарегистрировано 27 организаций, в том числе 23 индивидуальных предпринимателя. Занятость составляет 667 человек (0,13 % общей занятости в экономике региона), средняя заработная плата — 60,5 тыс. рублей.

Музыкальная индустрия функционирует преимущественно в проектной и событийной модели, что формирует неравномерность доходов и зависимость от концертной активности. Небольшое число организаций при сравнительно высокой занятости указывает на концентрацию деятельности в ограниченном числе коллективов, продюсерских и производственных структур. Отрасль интегрирована в событийную экономику региона и влияет на развитие туристической и городской среды.

2.2.10. Дизайн.

По состоянию на 2024 год вклад отрасли в валовой региональный продукт Приморского края составляет 503 млн рублей (0,02 % ВРП региона). Совокупная выручка достигает 1,1 млрд рублей (0,02 % общего объема выручки в экономике Приморского края). В отрасли зарегистрированы 325 организаций, в том числе 298

индивидуальных предпринимателей. Занятость составляет 405 человек (0,08 % общей занятости в экономике региона), средняя заработная плата — 50,8 тыс. рублей.

Рынок дизайна Приморского края представлен преимущественно небольшими компаниями и индивидуальными предпринимателями и ориентирован на работу с региональным бизнесом. Спрос сосредоточен преимущественно на отдельных дизайнерских услугах, тогда как комплексные проекты, объединяющие исследование, разработку концепции и дизайн, пока распространены ограниченно. Индустрия связана с архитектурой, производством, цифровыми технологиями и другими направлениями креативной экономики.

2.2.11. Культурное наследие.

В 2024 году вклад отрасли в валовой региональный продукт Приморского края составил 1,6 млрд рублей (0,09 % ВРП региона). Совокупная выручка — 1,7 млрд рублей (0,04 % от общего объема выручки в экономике Приморского края). В сфере зарегистрировано 99 организаций (в том числе 9 индивидуальных предпринимателей). В отрасли занято 1 555 человек (0,3 % от общей численности занятых в регионе). Средняя заработная плата — 80,8 тыс. рублей.

Сектор характеризуется преобладанием организаций государственной и муниципальной формы собственности. Культурное наследие Приморского края является основой для развития музейных, выставочных, туристических и событийных проектов, позволяя использовать исторические и культурные ресурсы территории при создании креативных продуктов.

2.2.12. Исполнительские искусства.

В 2024 году вклад отрасли в валовой региональный продукт Приморского края составил 2,8 млрд рублей (0,15 % ВРП региона). Совокупная выручка — 2,6 млрд рублей (0,06 % общего объема выручки в экономике Приморского края). В сфере зарегистрированы 196 организаций, в том числе 95 индивидуальных предпринимателей. В отрасли занято 2 247 человек (0,4 % общей численности занятых в регионе). Средняя заработная плата — 68,4 тыс. рублей.

2.2.13. Книжное дело.

Вклад отрасли в валовой региональный продукт Приморского края составил 344 млн рублей (0,02 % ВРП региона). Совокупная выручка — 967,4 млн рублей

(0,02 % от общего объема выручки в экономике Приморского края). В секторе зарегистрирована 191 организация (в том числе 138 индивидуальных предпринимателей). В сфере занято 480 человек (0,09 % от занятости в Приморском крае), средняя заработная плата — 32,9 тыс. рублей.

Особенностью книжного дела в Приморском крае является производство части издательской продукции за пределами региона. Это связано с ограниченными возможностями местной полиграфической базы по отдельным видам продукции, а географическая удаленность края увеличивает сроки и стоимость доставки тиражей.

2.2.14. Мода (включая ювелирное дело).

Вклад отрасли в валовой региональный продукт Приморского края составил 22 млн рублей (0,001 % ВРП региона). Совокупная выручка — 50,4 млн рублей. В секторе зарегистрировано 56 организаций (в том числе 54 индивидуальных предпринимателя). В отрасли занят 41 человек (0,008 % от занятости в Приморском крае), средняя заработная плата — 27 тыс. рублей.

Производственная цепочка модной индустрии в Приморском крае сформирована не полностью: часть материалов, комплектующих и производственных услуг предприниматели получают за пределами региона. Это повышает зависимость отрасли от логистики и ограничивает возможности локального производства.

2.2.15. Народные художественные промыслы и ремесла.

Вклад отрасли в валовой региональный продукт Приморского края составил 14 млн рублей (0,001 % ВРП региона). Совокупная выручка — 33,7 млн рублей. В секторе зарегистрировано 11 индивидуальных предпринимателей. В отрасли занято 4 человека (0,0008 % общей занятости в Приморском крае), средняя заработная плата — 178,5 тыс. рублей.

Народные художественные промыслы и ремесла относятся к небольшим по экономическому масштабу, но значимым для сохранения и современной интерпретации культурной идентичности Приморского края направлениям креативной экономики. Индустрия представлена преимущественно индивидуальным и малым производством и позволяет воплощать локальные образы, традиции и особенности территории в современных креативных продуктах. Тем самым ремесленное предпринимательство связывает культурное наследие территории с

созданием товаров, имеющих культурную и коммерческую ценность.

2.3. Территориальное распределение субъектов креативных индустрий в Приморском крае

2.3.1. Территориальное распределение субъектов креативных индустрий в Приморском крае носит выраженно концентрированный характер.

Основная экономическая активность сектора сосредоточена в крупнейших городских центрах региона и вдоль ключевых транспортных коридоров. Такая конфигурация обусловлена агломерационными эффектами, концентрацией кадровых и образовательных ресурсов, а также доступом к рынкам сбыта.

2.3.2. В регионе выделяются три типа территориальных кластеров развития креативных индустрий, отражающих различия в экономической структуре муниципальных образований и моделях развития локальной экономики:

агломерационный кластер — города Владивосток, Артём, Большой Камень и прилегающие населённые пункты. Данный кластер характеризуется наибольшей концентрацией предприятий, кадрового потенциала, инфраструктуры и экономического вклада креативных индустрий. Развитие креативной экономики здесь формируется преимущественно за счёт профессиональных креативных индустрий, сервисных рынков и масштабируемых предпринимательских проектов;

кластеры-спутники — города Уссурийск и Находка, являющиеся вторыми по значимости центрами концентрации предприятий креативных индустрий и формирующие дополнительный полюс экономической активности за пределами агломерационного ядра. В данных городах креативные индустрии развиваются как часть городской экономики и связаны с культурными, образовательными, медийными и предпринимательскими проектами;

микро-кластеры — города Спасск-Дальний, Дальнереченск и Лесозаводск, где концентрация предприятий связана с дифференцированностью локальной экономики и расположением на федеральной трассе, повышающим связанность с региональным центром и другими регионами Российской Федерации. В данных территориях развитие креативной экономики чаще формируется через инициативы местных сообществ, проекты событийной экономики, туризм, ремёсла и малые

предпринимательские форматы.

2.3.4. По итогам 2024 года наибольший вклад креативных индустрий в валовой муниципальный продукт среди муниципальных образований Приморского края зафиксирован в следующих городских округах: Владивостокский — 22 656 млн рублей; Уссурийский — 2 453 млн рублей; Находкинский — 2 289 млн рублей; Артёмовский — 1 421 млн рублей; Большой Камень — 798 млн рублей.

Муниципальные образования с наибольшим абсолютным вкладом (прежде всего городской округ Владивосток, а также Уссурийский, Находкинский, Артёмовский городские округа и городской округ Большой Камень) могут рассматриваться в рамках Стратегии как ключевые центры концентрации экономического объема, кадрового потенциала, инфраструктуры и рынков сбыта креативных продуктов. В отношении данных территорий приоритетными являются меры, направленные на масштабирование бизнеса, рост экспортного потенциала, привлечение частных инвестиций и развитие высокотехнологичных сегментов креативных индустрий.

По итогам 2024 года наибольшая доля вклада креативных индустрий в структуре валового муниципального продукта зафиксирована в следующих муниципальных образованиях Приморского края: Шкотовский муниципальный округ — 7,4 %; Михайловский муниципальный округ — 4,7 %; Партизанский городской округ — 4,7 %; Ольгинский муниципальный округ — 4,01 %; городской округа Большой Камень — 3,5 %.

Муниципальные образования с высокой долей вклада креативных индустрий в структуре ВМП рассматриваются как территории перспективной специализации в сфере креативной экономики, где креативные индустрии могут выступать одним из базовых факторов социально-экономического развития. В отношении данных муниципальных образований Стратегия предусматривает точечные меры поддержки, направленные на развитие локальных креативных продуктов, малых форм предпринимательства, культурно-туристических проектов и событийной экономики.

2.3.5. Анализ территориальных особенностей развития креативной экономики также выявил ряд устойчивых ограничений, характерных для большинства муниципальных образований Приморского края. К ним относятся ограниченный

объем локального рынка и платежеспособного спроса, дефицит инфраструктуры для реализации инициатив (общественные пространства, площадки для мероприятий, мастерские и культурные центры), слабая кооперация между предпринимателями, учреждениями культуры и образовательными организациями, а также нехватка управленческих и проектных компетенций для запуска и масштабирования городских инициатив. Во многих муниципалитетах развитие креативных проектов также зависит от активности отдельных лидеров и инициативных групп.

Одновременно фиксируется значительный потенциал развития локальных креативных проектов, основанных на культурной идентичности территорий, природных и туристических ресурсах, ремесленном производстве, гастрономии и событийных форматах.

Указанные выводы подтверждаются результатами регионального проекта развития креативной экономики в муниципальных образованиях Приморского края «Продюсеры территорий», в рамках которого проведено исследование мнений жителей 11 муниципальных образований Приморского края (более 2,2 тыс. респондентов). Проект реализован в 2025 году в формате обучения муниципальных команд, разрабатывавших проекты развития креативной экономики на основе анализа локальных проблем и потенциала территорий.

Таким образом, пространственная структура креативных индустрий Приморского края формируется как многоуровневая система территориальных кластеров: крупнейшие города выступают центрами концентрации бизнеса, кадров и инфраструктуры, тогда как малые и средние муниципальные образования формируют потенциал развития локальных креативных проектов, основанных на культурной идентичности и ресурсах территории. Учитывая данные различия, Стратегия предусматривает дифференцированный подход к поддержке креативной экономики на уровне муниципальных образований Приморского края.

2.4. Инфраструктура поддержки субъектов креативных индустрий в Приморском крае

2.4.1. Развитие креативных индустрий требует формирования инфраструктуры,

обеспечивающей полный цикл создания креативного продукта — от генерации идеи и производства до продвижения, демонстрации и коммерциализации. Инфраструктура поддержки направлена на обеспечение субъектов креативных индустрий ресурсами на всех этапах цикла посредством обеспечения доступа к образовательным программам, профессиональным сообществам, финансовым инструментам, специализированным пространствам и каналам продвижения продукции.

2.4.2. Центр креативных индустрий автономной некоммерческой организации «Центр поддержки предпринимательства Приморского края» осуществляет консультационное сопровождение субъектов креативных индустрий в Приморском крае.

2.4.3. Одним из направлений поддержки в сфере креативных (творческих) индустрий является оказание образовательной поддержки.

Субъектам креативных индустрий обеспечивается организация условий для прохождения обучения по развитию цифровых каналов продаж, выходу на крупнейшие российские маркетплейсы, а действующим продавцам оказывается содействие в размещении и продвижении продукции через региональные витрины на электронных торговых площадках. Предприниматели также могут получить консультационное сопровождение по вопросам обязательной маркировки отдельных категорий товаров, получения действующих федеральных грантов в сфере информационно-коммуникационных технологий. Такая поддержка способствует расширению географии продаж региональной продукции и снижению барьеров при выходе предпринимателей на цифровые рынки.

2.4.4. Одним из ключевых ограничений развития сектора является дефицит специализированных пространств для работы, производства и демонстрации креативных продуктов, а также ограниченные возможности для формирования профессиональных сообществ и кооперации между предпринимателями.

В связи с этим одним из ключевых инфраструктурных направлений развития креативных индустрий является создание специализированных пространств для креативной деятельности — мастерских, студий, репетиционных и выставочных площадок, а также пространств коллективного пользования оборудованием.

Флагманским проектом развития креативной экономики Приморского края является создание креативного кластера в городе Владивостоке, который рассматривается как центр концентрации предпринимателей креативных индустрий, площадка формирования профессиональных сообществ и ключевой инфраструктурный элемент развития креативной экономики региона. Кластер предусматривает размещение креативных компаний, создание производственных и демонстрационных пространств, проведение образовательных и событийных программ и развитие кооперации между участниками отрасли.

Дополнительным инструментом развития инфраструктуры является механизм имущественной поддержки субъектов креативных индустрий, предусматривающий использование объектов государственной собственности для размещения креативных проектов, предоставление помещений и вовлечение неиспользуемых объектов недвижимости в развитие креативной экономики региона.

2.5. Проблемы и ограничения развития креативных индустрий в Приморском крае

2.5.1. За период 2020–2024 лет креативный сектор Приморского края стал более производительным, вырос объем товаров и услуг в расчете на одного занятого. Рост производительности связан с развитием профессиональных компетенций, улучшением организации работы и использованием цифровых инструментов. При этом условия для развития бизнеса в сфере креативных индустрий различаются в зависимости от масштаба компаний и территории, на которой они осуществляют свою деятельность.

В структуре креативной экономики преобладают услуги, тогда как производство креативных товаров развито значительно слабее. Для части предпринимателей это означает зависимость от оборудования, материалов и производственных услуг, доступных за пределами Приморского края, что увеличивает затраты и сроки производства и ограничивает возможность выпуска креативной продукции на территории края.

Развитие креативных индустрий также остается территориально

неравномерным. Бизнес, кадры и инфраструктура сосредоточены преимущественно в крупнейших городских центрах. В большинстве муниципальных образований Приморского края креативная экономика находится на стадии формирования и развивается через отдельные предпринимательские, культурные и общественные инициативы.

2.5.2. Основными ограничениями развития креативных индустрий Приморского края являются:

кадровые ограничения — отток специалистов в крупнейшие федеральные центры и нехватка продюсерских, управленческих и предпринимательских компетенций. Бизнесу нужны специалисты, способные не только создавать креативный продукт, но и выводить его на рынок, организовывать продажи и развивать проект;

ограниченный масштаб регионального рынка — спрос внутри Приморского края не всегда позволяет компаниям достичь необходимого масштаба. Дальнейший рост требует выхода на рынки других регионов России и внешние рынки;

инфраструктурные ограничения — нехватка доступных мастерских, студий, производственных, выставочных и других специализированных площадок, необходимых для создания, демонстрации и продвижения креативных продуктов;

ограничения действующих мер поддержки — отдельные инструменты поддержки субъектов креативных индустрий не в полной мере учитывают особенности креативного бизнеса, в том числе проектный характер деятельности и значительную роль интеллектуальной собственности и других нематериальных активов;

финансовые ограничения — необходимость привлечения частных инвестиций и финансирования для запуска и масштабирования проектов субъектов креативных индустрий, недостаточное использование данными субъектами интеллектуальной собственности как экономического актива;

ограниченная интеграция в федеральные и международные рынки — региональным субъектам креативных индустрий не хватает устойчивых каналов продвижения и продаж за пределами Приморского края, что сдерживает масштабирование бизнеса и повышает его зависимость от локального спроса.

2.5.3. Ограничения развития креативных индустрий Приморского края, изложенные в настоящем разделе, связаны между собой. Ограниченный внутренний рынок требует от компаний расширять географию продаж, однако для этого необходимы квалифицированные команды, конкурентоспособный продукт, инвестиции и эффективные каналы продвижения. Развитие производства, в свою очередь, зависит от доступности оборудования, материалов и специализированной инфраструктуры.

Преодоление ограничений, определенных настоящим разделом, требует комплексного развития кадров, инфраструктуры и предпринимательства, совершенствования мер поддержки, расширения рынков сбыта и укрепления межотраслевой кооперации.

III ПОТЕНЦИАЛ И КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ПРИМОРСКОГО КРАЯ В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

3.1. Межрегиональный и экспортный потенциал

3.1.1. В условиях ограниченного внутреннего рынка важным направлением роста креативных индустрий является расширение географии продаж за пределами Приморского края. Потенциальными рынками являются другие регионы Российской Федерации, в том числе субъекты Дальнего Востока, связанные с Приморским краем транспортными, экономическими и деловыми связями. Развитие межрегиональных продаж позволяет расширять спрос на креативные товары и услуги и создавать условия для масштабирования бизнеса.

Приморский край обладает конкурентными преимуществами для развития внешнеэкономической деятельности креативных индустрий, включая географическую близость к рынкам АТР, развитую транспортно-логистическую инфраструктуру, а также наличие компетенций в сферах цифровых услуг, дизайна, аудиовизуального контента, гастрономии, индустрий отдыха и развлечений. Указанные направления формируют основу экспортного предложения региона и обеспечивают более низкий порог входа на внешние рынки по сравнению с

большинством других субъектов Российской Федерации.

Экспорт продукции креативных индустрий характеризуется высокой долей добавленной стоимости, минимальной зависимостью от транспортных издержек и возможностью дистанционного оказания услуг. Существенная часть экспортных операций осуществляется в нематериальной форме — через предоставление услуг, передачу прав на использование контента, дизайна, программного обеспечения и брендов. Такая специфика определяет особые требования к финансовому, правовому и организационному сопровождению экспортной деятельности.

3.1.2. В 2024 году внешнеэкономическую деятельность в Приморском крае осуществляли около 120 субъектов креативных индустрий. Экспортная активность носила преимущественно проектный характер и реализовывалась в форме отдельных контрактов и заказов без формирования устойчивых экспортных каналов и долгосрочных партнерств. Это указывает на наличие внешнего спроса на креативный продукт Приморского края при отсутствии у большинства компаний выстроенной модели системной работы с зарубежными рынками.

Существенным ограничением развития экспорта является недостаточная адаптация креативного продукта под требования конкретных внешних рынков в части языковой локализации, приведения продукта и его визуального образа, ценового позиционирования и договорных условий в соответствие с ожиданиями зарубежных заказчиков. Отсутствие комплексной экспортной упаковки снижает вероятность перехода разовых экспортных проектов в устойчивые коммерческие контракты.

3.1.3. Отраслевая структура экспорта креативных индустрий Приморского края является диверсифицированной и включает программное обеспечение и цифровые сервисы, дизайн и визуальные коммуникации, моду, аудиовизуальный и мультимедийный контент, гастрономические бренды, а также услуги в сфере отдыха и развлечений. Такая структура снижает зависимость экспортной деятельности от одного направления и создаёт возможность для развития экспорта в нескольких сегментах одновременно, что создает условия для формирования комплексного межиндустриального креативного продукта.

В 2026 году география экспорта креативных индустрий Приморского края

охватывает шесть стран, при этом ключевыми направлениями остаются рынки АТР. Экспорт ориентирован преимущественно на локальные сегменты и отдельных зарубежных заказчиков, что ограничивает масштабы и устойчивость экспортных потоков. Расширение географии экспорта требует целенаправленной работы по выходу на новые рынки и закреплению присутствия субъектов креативных индустрий, осуществляющих деятельность в Приморском крае, в приоритетных странах АТР.

3.1.4. Экспорт способствует повышению устойчивости бизнеса, однако сопровождается соответствующей проблематикой:

1) взаимодействие с иностранными контрагентами требует наличия специальных познаний в области валютного регулирования, налогообложения и международного контрактного права, а также в сфере международного маркетинга, переговоров, контрактного сопровождения и работы с зарубежными заказчиками;

2) нематериальный характер экспортируемого продукта усиливает значение вопросов защиты интеллектуальных прав, и для значительной части субъектов креативных индустрий отсутствие практики регистрации и правового сопровождения интеллектуальной собственности становится сдерживающим фактором выхода на внешние рынки, снижая готовность субъектов к масштабированию экспортной деятельности.

3.1.5. В настоящее время около 28 % субъектов креативных индустрий участвуют в кооперационных проектах, включая проекты с экспортной составляющей. Экспортные проекты реализуются через объединение нескольких участников, где одни компании отвечают за создание продукта, другие — за его адаптацию, продвижение, продажи и взаимодействие с зарубежными партнерами. Такой формат позволяет снижать издержки выхода на внешние рынки, но требует развития устойчивых механизмов кооперации.

3.1.6. Контур внешнеэкономической деятельности креативных индустрий включает предпринимателей, органы исполнительной власти, институты поддержки предпринимательства и экспорта, а также инфраструктурные и кластерные площадки. Инструменты государственной поддержки экспорта используют около 8 % субъектов креативных индустрий. Одной из причин является преимущественная ориентация

стандартных инструментов поддержки на товарный экспорт и крупные компании, что снижает их применимость для малого креативного бизнеса и нематериального экспорта.

3.1.7. Экспорт креативных индустрий тесно связан с формированием образа Приморского края на внешних рынках. Для иностранных партнеров значимы не только отдельные продукты и услуги, но и общее позиционирование региона как источника современного, качественного и конкурентоспособного креативного продукта. Недостаточная системная работа по продвижению такого образа снижает эффект от экспортной активности и ограничивает возможности масштабирования.

Для креативных индустрий участие в международных выставках, фестивалях, рынках контента и профессиональных платформах является одним из ключевых каналов выхода на внешние рынки, обеспечивающих формирование деловых связей, заключение контрактов и встраивание компаний в международные профессиональные сети.

3.1.8. Развитие экспорта и внешнеэкономической деятельности креативных индустрий Приморского края предполагает формирование целостной системы поддержки, ориентированной на снижение барьеров выхода на внешние рынки, развитие совместных экспортных проектов, адаптацию финансовых и правовых инструментов под нематериальный характер продукта, повышение уровня компетенций креативного бизнеса в сфере экспортной деятельности благодаря участию в образовательных и акселерационных программах, а также выстраивание понятного и узнаваемого позиционирования региона на международном уровне. Реализация указанных направлений позволит закрепить креативные индустрии в числе устойчивых факторов социально-экономического развития Приморского края.

3.2. Культурно-историческое и природное наследие

3.2.1. Культурная и природная идентичность Приморского края формируется сочетанием морского положения, дальневосточной природы, портовой истории, культурного многообразия и близости к странам АТР. Эти особенности определяют узнаваемый образ Приморского края и одновременно являются ресурсом для

развития креативной экономики — создания региональных брендов, гастрономических продуктов на основе локальных продуктов и дальневосточной кухни, туристических продуктов, произведений искусства, дизайна, аудиовизуального контента и событийных форматов.

3.2.2. Основой для развития продуктов креативных индустрий выступает культурно-историческое наследие края. На территории Приморского края расположены сотни объектов культурного наследия, включая памятники архитектуры и градостроительства, объекты военной и индустриальной истории и элементы нематериального культурного наследия. В Приморском крае действует более 70 музеев и музейных пространств, значительная часть которых уже вовлечена в выставочную, образовательную и событийную деятельность, создавая основу для развития музейных, выставочных и событийных креативных форматов.

Особое значение имеет наследие портового и фортификационного Владивостока, включая объекты Владивостокской крепости, историческую застройку центра города и промышленную архитектуру, которые используются как площадки для фестивалей, выставок, кинопроизводства, фото- и видеоконтента, а также для развития креативного туризма. Практика проведения культурных событий и фестивалей на исторических площадках демонстрирует высокий спрос на продукты, основанные на локальной истории и уникальном пространственном контексте.

Культурное наследие коренных малочисленных народов Приморского края, включая традиционные промыслы, орнаментику, фольклор и гастрономию, формирует потенциал для развития креативных продуктов в сферах дизайна, моды, сувенирной продукции и этнокультурных брендов. Подобные проекты ориентированы как на внутренний рынок, так и на туристическую аудиторию, включая гостей из стран АТР.

Природный потенциал Приморского края включает более 200 особо охраняемых природных территорий, среди которых национальные парки и заповедники, а также объект Всемирного наследия ЮНЕСКО «Центральный Сихотэ-Алинь». Природные ландшафты, морское побережье и биоразнообразие края активно используются как основа для создания аудиовизуального контента, туристических брендов, экологически ориентированного дизайна и медиапродуктов. Примеры

использования природных локаций в кино- и фотопроизводстве подтверждают высокий визуальный и коммерческий потенциал природного наследия Приморского края.

3.2.3. Комплексное использование культурных и природных ресурсов позволяет формировать междисциплинарные креативные продукты на стыке культуры, туризма, дизайна, цифровых технологий и событийной экономики.

Так, событийные форматы, культурные маршруты, фестивали и мультимедийные проекты, основанные на локальной идентичности, обеспечивают рост туристического потока и создают дополнительную добавленную стоимость для креативных индустрий.

3.3. Кадровый потенциал и образование

3.3.1. Кадровое обеспечение является одним из ключевых факторов развития креативной экономики Приморского края. Несмотря на сформированную систему подготовки кадров, регион продолжает испытывать дефицит квалифицированных специалистов по большинству направлений креативных индустрий. Основными вызовами остаются несоответствие подготовки кадров потребностям работодателей, недостаточная практико-ориентированность образовательных программ, ограниченные возможности профессиональной реализации в регионе и отток специалистов.

Подготовка кадров для креативной экономики в Приморском крае осуществляется образовательными организациями высшего и среднего профессионального образования, а также учреждениями дополнительного образования детей. Система подготовки кадров для креативной экономики Приморского края представлена в таблице 1.

Таблица 1

Уровень подготовки	**Образовательные организации**
Высшее образование (профильные образовательные организации)	Дальневосточный государственный институт искусств; филиал Российского государственного института сценических искусств (РГИСИ) во Владивостоке – Приморская Высшая школа музыкального и

Уровень подготовки	Образовательные организации
	театрального искусства
Высшее образование (многопрофильные образовательные организации)	Дальневосточный федеральный университет; Владивостокский государственный университет (далее — ВВГУ); Морской государственный университет имени адмирала Г.И. Невельского
Среднее профессиональное образование (профильные образовательные организации)	колледж креативных индустрий (структурное подразделение КГА ПОУ «Дальневосточный колледж урбанистики, благоустройства и креативных индустрий»); колледж информационных и креативных технологий ВВГУ; Приморский краевой художественный колледж; Приморский краевой колледж искусств (г. Уссурийск); Находкинский музыкальный колледж; филиал Московской государственной академии хореографии во Владивостоке
Среднее профессиональное образование (многопрофильные образовательные организации)	Артемовский колледж сервиса и дизайна; автомобильно-технический колледж; Владивостокский судостроительный колледж
Предпрофессиональная подготовка	детская школа искусств № 1 имени С.С. Прокофьева; хореографическое отделение Детской школы искусств № 6 г. Владивостока; школы креативных индустрий во Владивостоке и Находке.

3.3.2. По программам среднего профессионального образования в 2025/2026 учебном году подготовка по специальностям креативных индустрий осуществляется в 28 образовательных организациях Приморского края, общая численность обучающихся составляет 8 469 человек. По программам высшего образования подготовку проходят 6 695 студентов в четырех образовательных организациях высшего образования.

Наиболее массовыми направлениями подготовки являются гастрономия (более 2,2 тыс. обучающихся) и информационные технологии (более 2,3 тыс. обучающихся). В 2025 году в краевом государственном автономном профессиональном образовательном учреждении (далее – КГА ПОУ) «Региональный технический колледж» выбран профиль «Прикладная урбанистика», объединяющий компетенции и направления подготовки по проектированию и содержанию инженерной инфраструктуры и городскому благоустройству, включая садово-парковое и

ландшафтное строительство. В отделении прикладной урбанистики обучается более 800 студентов.

В 2025 году утверждена программа подготовки кадров для креативной экономики Приморского края на период до 2030 года. В регионе функционирует региональный портал среднего профессионального образования.

3.3.3. Важным этапом развития образовательной инфраструктуры стало создание колледжа креативных индустрий (структурного подразделения КГА ПОУ «Дальневосточный колледж урбанистики, благоустройства и креативных индустрий»), являющегося федеральной пилотной площадкой подготовки кадров для креативной экономики. Подготовка специалистов осуществляется в тесном взаимодействии с работодателями с использованием практико-ориентированного обучения, проектной деятельности и учебно-производственной базы. В 2025 году открыт набор по направлениям «Реклама», «Дизайн», «Анимация и анимационное кино», «Кино- и телепроизводство», а с 2026 года перечень образовательных программ расширен направлениями «Разработка компьютерных игр, дополненной и виртуальной реальности», «Графический дизайнер» и «Музыкальное звукооператорское мастерство».

Колледж информационных и креативных технологий ВВГУ осуществляет подготовку специалистов среднего профессионального образования по востребованным направлениям в сфере информационных технологий, креативных индустрий и индустрии сервиса. В 2026 году в колледже обучается более 1300 студентов.

Подготовка ведется по следующим направлениям: программирование, разработка игр, искусственный интеллект в работе с данными, реклама, дизайн, фото- и видеопроизводство, гостиничные услуги, турагентские и туроператорские услуги, услуги предприятий питания, эстетическая косметология, парикмахерское искусство, изготовление швейных изделий, садово-парковое и ландшафтное строительство. Четыре образовательные программы реализуются в рамках федерального проекта «Профессионалитет», что обеспечивает тесное взаимодействие с работодателями и интеграцию студентов в индустрию в процессе обучения.

Креативные и учебные пространства колледжа включают: лабораторию

«Гостиничный сервис», лабораторию «Проектирование и организация туристско-рекреационной деятельности», лабораторию «Моделирование и виртуализация в области туризма и сферы услуг», лабораторию «Кухни» и лабораторию «Барное дело и искусство бариста», на базе которой работает учебно-практический комплекс «Кофейня 8017».

3.3.4. Несмотря на развитие образовательной инфраструктуры, результаты социологического исследования 2025 года свидетельствуют о наличии системных ограничений развития кадрового потенциала. Половина представителей креативных индустрий отмечает недостаток необходимых профессиональных компетенций, 35 % — отсутствие специализированной подготовки, 31 % — сложности с поиском вакансий, 30 % — отсутствие понимания карьерных траекторий, а 28 % воспринимают работу в креативных индустриях как нестабильную сферу профессиональной деятельности.

Сохраняется разрыв между системой подготовки кадров и потребностями рынка, представленный в таблице 2.

Таблица 2

Креативная индустрия	**Основные кадровые вызовы**
Гастрономия	дефицит поваров и менеджеров предприятий общественного питания, высокая текучесть кадров, сложности удержания специалистов
Архитектура	недостаточная интеграция образования и бизнеса, ограниченные возможности наставничества и практической подготовки
Индустрия программного обеспечения	отток квалифицированных разработчиков вследствие высокой конкуренции за кадры и различий в уровне оплаты труда
Реклама и связи с общественностью	недостаток специалистов в области стратегических коммуникаций, продюсирования и управления проектами
Киноиндустрия	дефицит линейных продюсеров, координаторов съемочного процесса и специалистов постпроизводства
Дизайн	недостаток устойчивых профессиональных команд, ограниченное взаимодействие с производственным сектором и смежными индустриями
Индустрия видеоигр	недостаточная подготовка специалистов по разработке компьютерных игр, геймдизайну, техническому и художественному сопровождению проектов
Медиа	дефицит редакторов, продюсеров и специалистов по производству цифрового медиаконтента

3.3.5. Одним из ключевых вызовов остается отток молодых специалистов в другие регионы Российской Федерации. Основными причинами являются более высокий уровень оплаты труда, наличие крупных работодателей, масштабных проектов и развитой профессиональной инфраструктуры. В результате Приморский край обладает значительным потенциалом подготовки кадров, однако не в полной мере обеспечивает условия для их закрепления и профессиональной самореализации в регионе. Ключевые кадровые вызовы и основные направления развития кадрового потенциала креативных индустрий Приморского края представлены в таблице 3.

Таблица 3

Ключевой вызов	**Основные направления развития**
Дефицит квалифицированных кадров	совершенствование системы подготовки кадров во взаимосвязи с государственной программой Приморского края «Развитие образования Приморского края» и региональной программой подготовки кадров для креативной экономики; развитие практико-ориентированного обучения, учебно-производственных комплексов, наставничества и проектной деятельности; участие работодателей в прогнозировании кадровой потребности и корректировке образовательных программ
Недостаточная информированность молодежи о карьерных возможностях	создание единой системы профессиональной навигации в креативных индустриях, развитие карьерных сервисов, популяризация профессий и возможностей профессиональной реализации
Недостаток практического опыта и современных компетенций	развитие системы стажировок, профессиональной переподготовки, академической мобильности, международного сотрудничества и обмена опытом, расширение взаимодействия образовательных организаций и работодателей. Формирование регионального механизма «единого окна», обеспечивающего сбор заявок работодателей и образовательных организаций, подбор мест практики и стажировок, распределение студентов между субъектами креативных индустрий и сопровождение их практической подготовки
Отток специалистов из региона	создание условий для закрепления специалистов путем развития современной креативной инфраструктуры, реализации крупных отраслевых проектов, поддержки работодателей, привлечения новых компаний и формирования устойчивого спроса на квалифицированные кадры

3.4. Туристический и событийный потенциал

3.4.1. Приморский край обладает значительным туристическим потенциалом. В 2025 году Приморский край посетили более 4 млн человек, из них 402 тыс. человек — иностранные граждане. В Приморский край прибывали туристы из КНР, Австралии, Германии, Канады, Республики Корея, США, Франции, Японии, стран Юго-Восточной Азии, а также гости из других регионов России.

Интерес к Приморскому краю объясняется уникальной природой, архитектурой и культурой, сочетающей европейские и азиатские черты. Также росту туристического потока способствует насыщенная событийная программа. По данным автономной некоммерческой организации «Туристско-информационный центр Приморского края», в 2025 году около 30 % посетителей региональных мероприятий — гости Приморского края.

В 2025 году работа по развитию туристического потенциала региона охватила 184 мероприятия, включая их организацию и участие в них. В общее число входит 51 мероприятие гастрономической направленности, в том числе фестивали, мастер-классы и презентации. Приморский край занимает заметные позиции по проведению гастрономических фестивалей. Характерной чертой региональных мероприятий является популяризация местных ингредиентов: гребешка, корюшки, камбалы, краба, клубники, томатов и меда.

Фестиваль минтая «О!Мега Вкус» прошел с 19 мая по 11 июня 2025 года. В проекте приняли участие 40 кафе и ресторанов Приморского края, шеф-повара приготовили более 30 тыс. блюд из минтая. Мероприятия фестиваля посетили более 200 тыс. человек из Приморского края и Москвы.

3.4.2. Дальнейшему росту туристического и событийного потенциала региона будет способствовать включение креативных элементов в туристическую сферу. Это позволит создавать новые уникальные продукты и услуги, в том числе гастрономические и событийные маршруты, программы посещения локальных производств и иные форматы туристических впечатлений, а также пространства для взаимодействия участников различных творческих направлений.

3.4.3. Вместе с тем потенциал туристического потока используется не в полной

мере. Для дальнейшего развития потенциала необходимо увеличить количество регулярных межрегиональных и международных событий, не ограничиваясь гастрономической тематикой. В периоды высокого спроса отмечается недостаток гостиниц, сетевых отелей и иных средств размещения. Гости также указывают на необходимость повышения качества услуг и расширения вариантов отдыха. Увеличение номерного фонда требует реализации инвестиционных проектов по созданию средств размещения. Участие креативных предпринимателей связано с разработкой архитектурных и дизайнерских решений для туристических объектов, созданием событийных программ и новых форматов отдыха, продвижением туристических продуктов.

IV ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ РАЗВИТИЯ

4.1. Стратегическая цель

К 2030 году увеличить валовую добавленную стоимость креативных индустрий Приморского края с 36,21 млрд рублей до 55,93 млрд рублей в текущих ценах за счет роста выручки, прежде всего в сегменте креативных услуг, расширения межрегиональных продаж и продаж на рынках стран АТР, а также повышения конкурентоспособности базовых отраслей края посредством внедрения креативных и цифровых решений.

4.2. Ключевые задачи

4.2.1. Обеспечить рост вклада креативных индустрий в диверсификацию экономики Приморского края за счёт увеличения их доли в валовом региональном продукте, развития высокотехнологичных и экспортноориентированных креативных производств.

4.2.2. Сформировать устойчивую региональную экосистему креативной экономики, включающую взаимосвязанные элементы человеческого капитала, предпринимательства, инфраструктуры, финансовых и нефинансовых мер поддержки, а также механизмов кооперации.

4.2.3. Обеспечить развитие человеческого капитала креативной экономики Приморского края, включая подготовку, привлечение и удержание кадров, поддержку креативного предпринимательства, самозанятости и проектной занятости. Предусмотреть координацию практической подготовки и стажировок студентов у субъектов креативных индустрий по принципу «единого окна», а также развитие целевого обучения с последующим трудоустройством в регионе.

4.2.4. Создать и развить креативную инфраструктуру, обеспечивающую полный жизненный цикл создания, производства, продвижения и коммерциализации креативных продуктов и услуг.

4.2.5. Обеспечить рост межрегиональной и международной конкурентоспособности креативных индустрий Приморского края, включая развитие экспорта креативных товаров и услуг, международной кооперации и присутствия на рынках АТР.

4.2.6. Использовать потенциал креативных индустрий для развития территорий и укрепления идентичности Приморского края, превращая его культурные, природные и территориальные особенности в современные креативные продукты, туристические и событийные форматы, региональные бренды и проекты городской среды.

4.3. Показатели, мониторинг и оценка реализации Стратегии

4.3.1. Мониторинг реализации Стратегии осуществляется на основе системы показателей, позволяющей оценивать экономический вклад, структурные изменения и устойчивость сектора, а также результативность мер государственной поддержки. Оценка проводится по следующим ключевым параметрам: вклад креативных индустрий в валовой региональный продукт (далее – ВРП), динамика выручки, занятость и выручка в расчете на одного занятого, доля частного сектора в выручке и мерах поддержки, экспорт и импорт креативных услуг, коэффициенты выживаемости предприятий.

4.3.2. Ключевые показатели эффективности:

1) вклад креативных индустрий в ВРП - оценивается динамика доли креативных

индустрий в ВРП Приморского края (в процентах), а также валовой добавленной стоимости, формируемой в креативных индустриях. Показатель используется как интегральный индикатор достижения стратегической цели по увеличению роли креативной экономики в диверсификации региональной экономики;

2) динамика выручки субъектов креативных индустрий - отслеживаются совокупная выручка субъектов креативных индустрий и темпы ее роста в процентах к предыдущему периоду. Показатель применяется для оценки роста рынка и коммерциализации креативных продуктов и услуг. При наличии данных динамика разделяется на рост за счет внутреннего спроса, межрегиональных и экспортных продаж;

3) занятость и выручка в расчете на одного занятого:

численность занятых в креативных индустриях (в том числе работающих по найму, индивидуальных предпринимателей и самозанятых);

доля занятых в креативных индустриях в общей занятости региона;

выручка в расчете на одного занятого (рублей на человека), а также ее динамика;

4) доля частного сектора в выручке и субсидиях:

доля выручки, формируемой частными организациями и предпринимателями, в совокупной выручке креативных индустрий (в процентах);

доля частного сектора в объеме предоставляемых субсидий и иных мер поддержки (в процентах).

Показатель используется для контроля баланса между развитием частных креативных компаний и деятельностью учреждений государственного и муниципального сектора, а также для оценки ориентации поддержки на рыночный сегмент и масштабируемые бизнес-модели;

5) экспорт и импорт креативных услуг - оценка международной и межрегиональной конкурентоспособности проводится по динамике:

экспорта креативных услуг (стоимость и объем, при наличии официальных данных);

импорта креативных услуг;

соотношения экспорта и импорта.

Дополнительно фиксируются доля субъектов креативных индустрий, осуществляющих экспортные и международные продажи, и доля компаний, использующих инструменты поддержки экспорта. Этот блок показателей отражает способность региона интегрироваться в рынки АТР и снижать зависимость от внешнего импорта креативных услуг;

6) коэффициенты выживаемости предприятий - устойчивость предпринимательского сегмента оценивается через коэффициенты выживаемости (доля субъектов креативных индустрий, продолжающих деятельность спустя один, три и пять лет после регистрации). Показатель применяется для выявления системных барьеров, а также для оценки эффективности мер по снижению предпринимательских рисков и повышению устойчивости бизнес-моделей;

7) развитие целевого обучения для креативных индустрий - отслеживается количество действующих договоров о целевом обучении по профилям креативных индустрий, предусматривающих последующее трудоустройство в Приморском крае. Дополнительно учитывается число работодателей, участвующих в целевом обучении. Показатели характеризуют готовность работодателей участвовать в подготовке кадров и обеспечивать их трудоустройство.

4.3.3. Координацию реализации и мониторинга Стратегии осуществляет министерство экономического развития Приморского края во взаимодействии с органами исполнительной власти Приморского края, ответственными за содействие развитию соответствующих креативных индустрий, определенными постановлением Правительства Приморского края от 01 декабря 2025 года № 876-пп.

V ПРИОРИТЕТЫ, РИСКИ И МЕХАНИЗМЫ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ

5.2. Приоритеты, барьеры и факторы роста

5.2.1. По итогам анализа в соответствии с установленными критериями

определены приоритетные креативные индустрии Приморского края, сгруппированные по двум контурам развития.

К первому контуру отнесены индустрии с потенциалом быстрого роста — программное обеспечение (1,55 балла), киноиндустрия (1,575 балла), архитектура и урбанистика (1,75 балла). Эти направления характеризуются возможностью наращивания выручки в горизонте трех — пяти лет, сервисной моделью, масштабируемостью на межрегиональные и внешние рынки, а также наличием подтвержденного спроса.

Ко второму контуру отнесены индустрии с высоким долгосрочным потенциалом — гастрономия (2,4 балла), отдых и развлечения (1,875 балла) и арт-индустрия (1,55 балла). Несмотря на более высокие интегральные оценки, их развитие требует формирования кадровой и инфраструктурной базы, а также устойчивого внутреннего спроса; рост обеспечивается преимущественно за счет внутреннего рынка в горизонте до 2030 года.

5.2.2. Стратегические ориентиры, потенциал масштабирования и необходимые меры поддержки в разрезе приоритетных индустрий:

5.2.2.1. Программное обеспечение.

Одним из ключевых направлений роста отрасли является переход к продуктовой модели и развитие экспорта программных продуктов и цифровых сервисов. Географическое положение города Владивостока и Приморского края формирует предпосылки для развития технологического взаимодействия со странами АТР. При развитии продуктовой модели компании Приморского края получают возможность масштабировать программные решения, включая решения на основе технологий искусственного интеллекта и обработки больших данных, на межрегиональные и международные рынки. Это позволит увеличить совокупную выручку сектора и расширить присутствие региональных разработчиков на внешних рынках. Развитие экспортного потенциала предполагает формирование компаний, способных создавать конкурентоспособные программные продукты и цифровые платформы, а также создание условий для продвижения региональных решений и участия в межрегиональных и международных технологических проектах.

Развитие индустрии разработки программного обеспечения требует

формирования системных мер поддержки технологического предпринимательства. К приоритетным направлениям относятся развитие взаимодействия образовательных организаций и компаний-разработчиков через практико-ориентированную подготовку специалистов и программы стажировок, включая подготовку кадров в области искусственного интеллекта и анализа данных; создание региональной платформы технологических задач для бизнеса и органов государственной власти; развитие инфраструктуры разработки программного обеспечения (вычислительные мощности, центры обработки данных, высокоскоростные каналы связи); а также реализация акселерационных программ для продуктовых команд. Дополнительное значение имеет развитие профессионального сообщества разработчиков через отраслевые мероприятия, хакатоны и профессиональные объединения, а также поддержка продвижения успешных региональных программных продуктов и решений на основе технологий искусственного интеллекта. Реализация указанных мер позволит сформировать в Приморском крае устойчивую предпринимательскую среду и стимулировать развитие конкурентоспособного сектора разработки программного обеспечения;

5.2.2.2. Киноиндустрия.

Киноиндустрия, наряду с разработкой программного обеспечения, формирует ядро потенциального роста креативной экономики Приморского края. Одним из ключевых направлений развития отрасли является формирование полноциклового кинопроизводства и расширение присутствия на межрегиональных и международных рынках. Географическое положение города Владивостока и Приморского края создает условия для развития кинопродукции и формирования устойчивых партнерств со странами АТР.

Ключевым условием развития отрасли является формирование замкнутого производственно-экономического цикла, обеспечивающего воспроизводимость проектов: подготовка кадров, производство, дистрибуция и монетизация контента. В текущих условиях развитие отрасли ограничено дефицитом финансовых инструментов, производственной инфраструктуры и продюсерских компетенций, а также недостаточной развитостью механизмов дистрибуции и возврата инвестиций. Дополнительными ограничениями выступают высокая логистическая стоимость

производства, ограниченный пул локальных специалистов и риски закрепления региона в роли сервисной площадки без формирования собственной продуктовой базы.

Развитие экспортного потенциала отрасли предполагает создание конкурентоспособного аудиовизуального контента и интеграцию региональных компаний в международный индустриальный контур через копродукцию, участие в фестивальных и рыночных форматах, а также развитие контрактных механизмов сотрудничества. Дополнительным эффектом является продвижение территории и формирование устойчивого культурного бренда региона.

Развитие киноиндустрии требует реализации системного комплекса мер поддержки, направленного на формирование полноцикловой модели отрасли. К ключевым направлениям относятся развитие финансовых инструментов, включая проработку создания регионального фонда кино и механизмов рибейтов; формирование производственной инфраструктуры (павильоны, оборудование, сервисные мощности); развитие кадрового контура на основе практико-ориентированной подготовки и стажировок; создание эффективных механизмов дистрибуции и коммерциализации контента. Реализация указанных мер позволит обеспечить переход к устойчивому производству проектов, рост экономических показателей отрасли и закрепление Приморского края в качестве центра кинопроизводства на направлении АТР.

Архитектура и урбанистика являются одной из приоритетных креативных индустрий Приморского края благодаря потенциалу повышения качества городской среды и общественных пространств. Индустрия включает архитектурное проектирование, дизайн среды, ландшафтный дизайн, проектирование благоустройства и брендинг территорий. Ее развитие связано с реализацией мастер-планов и проектов преобразования городской среды и не ограничивается деятельностью застройщиков.

Развитие отрасли сдерживается недостаточным количеством крупных и долгосрочных заказчиков, коротким горизонтом проектирования, длительными административными процедурами, особенно при работе с объектами культурного наследия, разрывом между образовательными организациями и профессиональным

сообществом, дефицитом наставничества и опорных архитектурных бюро, а также слабой локальной кооперацией производителей элементов городской среды, что увеличивает стоимость реализации проектов.

Приоритетными направлениями развития являются архитектурные конкурсы и конкурсы проектов городской среды, дизайн среды, ландшафтный дизайн, проектирование благоустройства и брендинг территорий. Необходимо обеспечивать участие местных проектных команд в реализации мастер-планов и проектов благоустройства, развивать взаимодействие образовательных организаций и работодателей, практическую подготовку и наставничество, кооперацию участников отрасли, а также снижать административные барьеры при реализации архитектурных и урбанистических проектов;

5.2.2.3. Гастрономия, отдых и развлечения.

Ключевым ориентиром развития гастроиндустрии и индустрии отдыха и развлечений Приморского края является формирование интегрированной экономики впечатлений, в которой гастрономия, рекреация, событийная индустрия и туристический сервис работают как единая система. Приоритетными направлениями выступают формирование и продвижение бренда «Дальневосточная кухня», создание постоянных точек притяжения (рыбный рынок Владивостока, культурно-развлекательные парки, конгрессно-событийные площадки), развитие гастрономического кластера и сети гастрономических маршрутов по муниципальным образованиям. Одновременно ключевой задачей становится развитие продуктовой цепочки «локальный продукт — переработка — общественное питание и гостиничный бизнес — гастрономическое впечатление», включая инфраструктуру хранения, переработки и логистики морских биоресурсов и фермерской продукции, а также создание единой цифровой платформы туриста, объединяющей маршруты, бронирование, оплату и афишу событий.

Экспортный и международный потенциал отрасли связан прежде всего с развитием гастрономического и событийного туризма, а также продвижением региональных гастрономических продуктов на рынках стран АТР.

Стратегическим ориентиром является укрепление позиции Приморского края как одного из центров современной дальневосточной гастрономии и точки

продвижения региональных гастрономических продуктов на российский и международные рынки.

Географическая близость к Китаю, Республике Корея и Японии создает возможность для развития специализированных продуктов, гастрономических маршрутов и событий, ориентированных на иностранную аудиторию. Необходимыми условиями являются развитие мультиязычных сервисов, адаптация гастрономического продукта к требованиям целевых рынков и продвижение Приморского края на международных профессиональных площадках.

Развитие отрасли требует комплексной системы государственной поддержки, направленной на устранение инфраструктурных и институциональных ограничений. Приоритетными мерами являются создание единого окна поддержки для предприятий гастроиндустрии и индустрии отдыха, формирование отраслевой ассоциации, субсидирование инфраструктуры хранения и переработки локального продукта, поддержка создания круглогодичных туристических объектов и гастрономических пространств, а также развитие рекреационных кластеров в муниципалитетах. Дополнительное значение имеет поддержка цифровизации отрасли (единое туристическое приложение, цифровая афиша, системы бронирования и аналитики спроса), программы подготовки кадров в сфере гастрономии и реализация единой маркетинговой платформы продвижения региона как территории гастрономии и экономики впечатлений;

5.2.2.4. Арт-индустрия.

Ключевым направлением развития арт-индустрии Приморского края является формирование устойчивого сектора изобразительного искусства как части креативной экономики региона. Приоритетами выступают создание и развитие инфраструктуры производства, демонстрации и реализации художественных проектов (галереи, выставочные пространства, мастерские, арт-кластеры), формирование регулярного календаря культурных событий (выставки, ярмарки, фестивали современного искусства), а также развитие институциональной среды отрасли. Важным направлением является формирование прозрачных механизмов оборота произведений искусства (договорные практики, экспертная оценка, сопровождение сделок), а также развитие профессиональных компетенций в сфере

кураторства, арт-менеджмента, продюсирования выставочных проектов и продвижения художников.

Экспортный потенциал арт-индустрии Приморского края связан с продвижением региональных художников и культурных проектов на рынках стран АТР. Владивосток может выступать площадкой международного культурного взаимодействия России и стран АТР за счет проведения международных выставок, фестивалей, резиденций и профессиональных программ обмена. Дополнительным направлением является развитие культурного туризма через формирование календаря крупных художественных событий, публичных арт-объектов и выставочных маршрутов, ориентированных на внутреннюю и международную аудиторию.

Развитие арт-индустрии требует формирования системных мер государственной поддержки. Приоритетными направлениями являются создание координационного механизма развития отрасли, поддержка инфраструктурных проектов (арт-кластеры, мастерские, выставочные пространства), а также запуск площадок реализации произведений искусства, включая художественные ярмарки и выставочные продажи. Важное значение имеет развитие кадрового потенциала отрасли (образовательные программы в сфере арт-менеджмента и кураторства), стимулирование спроса на произведения искусства со стороны бизнеса и институций, создание цифровых инструментов продвижения художников (каталоги, онлайн-платформы), а также поддержка участия региональных авторов и проектов в федеральных и международных культурных мероприятиях.

5.2.3. Развитие приоритетных креативных индустрий сдерживается рядом системных ограничений, повторяющихся в разных сегментах:

1) дефицит человеческого капитала и управленческих компетенций: нехватка продюсеров, арт- и проектных менеджеров, специалистов по коммерциализации, маркетингу и продвижению, а также отток квалифицированных кадров в регионы с более высокой оплатой труда;

2) сохраняется недостаточность инфраструктуры полного цикла: ограниченное число доступных площадок и пространств, в том числе малых и средних, соответствующих требованиям безопасности и оснащенности, недостаток производственных и складских помещений, а также слабая связь креативных

индустрий с промышленными и сервисными цепочками региона;

3) рост ограничивает несистемность продвижения и событийной повестки: отсутствие долгосрочного календаря и стратегии коммуникаций снижает регулярность контакта с аудиторией и потенциал монетизации;

4) существенным барьером остаются ограниченная емкость внутреннего рынка и недостаточный опыт заказчиков в оценке качества сложных креативных и цифровых услуг, что снижает готовность платить и затрудняет масштабирование;

5) на ряде направлений креативных индустрий сохраняются внешние ограничения международной кооперации, что требует переориентации на рынки АТР и адаптации продуктов к новым требованиям.

5.2.4. Ключевыми факторами развития креативных индустрий в Приморском крае являются:

1) геоэкономическое положение и ориентация на АТР, позволяющие формировать новые экспортные ниши и выстраивать международные партнерства при условии адаптации продуктов и усиления маркетинговой и экспортной подготовки предложений;

2) сильные ресурсные и культурные основания: уникальные морепродукты и локальная гастрономическая идентичность создают предпосылки для развития гастроэкономики как элемента туристической привлекательности и событийного туризма;

3) высокая вовлеченность молодежи в цифровые профессии и потенциал сектора информационных технологий, в том числе возможность удаленной работы и конкурентоспособность услуг по соотношению цены и качества;

4) наличие образовательной и творческой базы в сфере искусства, позволяющей развивать арт-индустрию при усилении рыночных ролей (арт-менеджмент, кураторство, продюсирование) и расширении институциональной поддержки;

5) высокий спрос на качественные форматы отдыха и развлечений, который при развитии инфраструктуры и кооперации способен стать устойчивым источником доходов и вовлечения аудитории.

5.2.5. Особенности развития приоритетных креативных индустрий Приморского края приведены в приложении № 2 к настоящей Стратегии.

5.2.6. Помимо приоритетных креативных индустрий, в структуре креативной экономики Приморского края выделяется ряд индустрий, обладающих существенным экономическим потенциалом и способных обеспечить рост выручки, занятости и бюджетного эффекта при адресной политике и корректной настройке инструментов поддержки:

1) реклама и пиар — индустрия с выраженным мультипликативным эффектом для всей креативной экономики, напрямую повышающая коммерциализацию и продажи в смежных секторах (гастрономия, мода, туризм, медиа, события, культурные продукты);

2) мода и дизайн — индустрии, которые обеспечивают производство конкурентоспособных продуктов, формирование брендов, развитие товарных направлений, экспортные и межрегиональные продажи, а также повышают добавленную стоимость в промышленности, торговле и сфере услуг;

3) культурное наследие — индустрия обладает устойчивым экономическим потенциалом прежде всего как основа туристических продуктов и событийной экономики, ее развитие обеспечивает рост спроса на услуги экскурсионного, музейного, выставочного, событийного и креативного сервиса, повышая капитализацию территорий и качество городской среды;

4) видеоигры и игровые цифровые продукты — индустрии, которые обладают высоким потенциалом масштабирования, так как относятся к цифровым рынкам с высокой добавленной стоимостью и возможностью продаж за пределами региона.

5.2.7. Меры поддержки субъектов креативных индустрий должны учитывать особенности отдельных креативных индустрий, их экономику и основные ограничения развития.

Для приоритетных креативных индустрий поддержка должна быть ориентирована на ускоренное масштабирование, развитие продуктовых моделей и внешних рынков. Для индустрий, указанных в пункте 5.2.6 настоящей Стратегии, поддержка должна быть направлена прежде всего на преодоление инвестиционных и инфраструктурных ограничений, расширение рынков сбыта, коммерциализацию креативных продуктов и повышение эффективности бизнеса.

5.2.8. Для целей реализации настоящей Стратегии подлежат разработке и

утверждению проекты развития приоритетных креативных индустрий, которые определят цели, показатели, мероприятия, сроки реализации, ответственных исполнителей и ресурсное обеспечение.

VI ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ

6.1. Социально-экономические эффекты

6.1.1. Реализация Стратегии ориентирована на достижение измеримых социально-экономических эффектов, выражающихся в росте вклада креативных индустрий в региональную экономику, расширении занятости, повышении производительности труда, усилении предпринимательской активности и укреплении качества городской среды и привлекательности территорий.

6.1.2. Экономический эффект и вклад в диверсификацию экономики.

К 2030 году ожидается существенное укрепление роли креативных индустрий в экономике Приморского края:

валовая добавленная стоимость сектора возрастет до 55,93 млрд рублей, что означает рост более чем в 1,5 раза относительно уровня 2024 года;

доля креативных индустрий в ВРП увеличится с 1,88 % до 2,02 %, что отражает укрепление роли сектора в структуре региональной экономики;

совокупная выручка сектора возрастет с 74,3 млрд рублей до 115,84 млрд рублей, то есть более чем в 1,5 раза относительно 2024 года.

6.1.3. Влияние на занятость и доходы населения.

Креативные индустрии выступают источником занятости, особенно для молодежи, и проектных форм труда. Прогноз предполагает:

численность занятых в секторе возрастет с 20,9 тыс. до 31,26 тыс. человек, или примерно в 1,5 раза к уровню 2024 года;

рост занятости будет сопровождаться повышением эффективности сектора: опережающая динамика выручки относительно численности занятых обеспечивает увеличение выручки в расчете на одного занятого.

6.1.4. Выручка в расчете на одного занятого.

К 2030 году ожидается увеличение выручки в расчете на одного занятого на

4,3 % относительно 2024 года. Это означает, что рост сектора обеспечивается не только расширением занятости, но и повышением эффективности бизнес-моделей, цифровизацией и выходом на внешние рынки.

6.1.5. Предпринимательская активность.

Развитие креативной экономики предполагает рост числа устойчивых субъектов предпринимательства и увеличение их вклада в экономику. Прогноз предусматривает рост числа субъектов малого и среднего предпринимательства с 4 841 до 5 930 единиц, или на 22,5 % к уровню 2024 года.

Эффект выражается в расширении налоговой базы, росте конкуренции и увеличении предложения креативных товаров и услуг внутри региона и на внешних рынках.

В совокупности прогнозные значения развития креативных индустрий до 2030 года показывают, что Стратегия создает условия для устойчивого экономического роста сектора, расширения предпринимательства и повышения качества жизни на территориях края, при одновременном усилении бюджетной отдачи и управляемости.

6.2. Территориальные эффекты

6.2.1. Развитие креативных индустрий рассматривается как один из инструментов пространственного развития Приморского края, обеспечивающий рост экономической активности территорий, диверсификацию локальной экономики и повышение качества городской среды.

6.2.2. Пространственная структура креативной экономики региона характеризуется концентрацией предприятий и экономического вклада во Владивостокской агломерации и формированием спутниковых центров активности в крупнейших городах края. Развитие сектора связано с транспортной связностью территорий, доступностью рынков и включенностью предприятий в межрегиональные и международные цепочки создания стоимости.

6.2.3. Развитие креативных индустрий формирует следующие территориальные эффекты:

формирование многофункциональной городской среды за счет интеграции

креативных функций — производства, сервиса, демонстрации продукта и событийной активности — в общественно-деловые, туристические и прибрежные территории;

вовлечение в хозяйственный оборот неиспользуемых или утративших назначение объектов недвижимости и промышленных территорий через создание креативных кластеров, мастерских, студий и пространств коллективного пользования;

развитие локальной экономики услуг, событийной активности и туристической привлекательности территорий, формирование новых общественных и культурных «точек притяжения»;

снижение территориальных дисбалансов за счёт развития вторичных центров креативной активности в крупных городах края и точечного формирования креативных проектов в малых городах;

укрепление архитектурно-пространственной идентичности городов и муниципальных образований на основе локальных культурных и креативных особенностей.

6.2.4. Для достижения указанных в пункте 6.2.3 настоящей Стратегии эффектов развитие креативной экономики интегрируется в систему территориального планирования и градостроительной политики региона, в связи с чем предусматривается:

учет размещения объектов креативной экономики и креативной инфраструктуры в документах территориального планирования Приморского края и муниципальных образований;

создание градостроительных условий для размещения креативных мастерских, студий, малых производств и пространств демонстрации продукта в правилах землепользования и застройки;

интеграция креативных функций в проекты планировки территорий и проекты комплексного развития территорий;

использование креативных индустрий как одного из направлений функционального наполнения проектов реновации застроенных и промышленных территорий;

учет креативных и культурных функций при проектировании общественных пространств — набережных, площадей, пешеходных зон — как элементов городской активности;

синхронизация мероприятий по развитию креативной экономики с мастер-планами городов и развитием опорных населённых пунктов;

развитие муниципальной компетенции «продюсирования территории», обеспечивающей координацию проектов городской экономики, событийной политики и работы с локальными сообществами.

6.3. Репутационные и международные эффекты реализации Стратегии

6.3.1. Ожидаемые репутационные эффекты:

формирование бренда «Креативный хаб Дальнего Востока»: позиционирование Приморского края как центра производства креативного контента и усиление образа Владивостока как современного инновационного города будут способствовать повышению узнаваемости региона;

укрепление образа устойчивого и самодостаточного региона: развитие экспортно ориентированных креативных продуктов, технологических решений и системной поддержки сектора будет способствовать позиционированию Приморского края как одного из центров креативной экономики России;

повышение привлекательности региона для талантов и креативных сообществ: развитие отраслевых кластеров, экспортных проектов и профессионального сотрудничества со странами АТР расширит возможность для профессиональной реализации молодых специалистов, самостоятельных профессионалов и студий, а также повысит привлекательность региона для жизни, работы и туризма;

рост медийной видимости через фестивали и контент: участие в международных цепочках создания и распространения контента с фокусом на страны Южной и Юго-Восточной Азии будет способствовать представленности региона в зарубежных средствах массовой информации, на фестивалях и цифровых платформах.

6.3.2. Ожидаемые международные эффекты:

расширение экспорта услуг в страны Азии: развитие механизмов сопровождения экспорта при участии институтов поддержки, формирование партнерств и рамочных контрактов позволит наращивать экспорт нематериальных креативных продуктов и услуг. Предприниматели региона уже имеют опыт работы со странами Южной и Юго-Восточной Азии и готовы к межрегиональной кооперации. Для сопровождения выхода на рынки АТР предусматривается механизм «единого окна», обеспечивающий консультации по требованиям зарубежных рынков, налогообложению и организации продаж, языковое сопровождение и содействие в поиске партнеров. Этот механизм также обеспечивает подбор международных стажировок и сопровождение участия в них представителей креативных индустрий;

расширение межрегиональных и международных цепочек создания креативного продукта: формирование условий для привлечения компаний из других субъектов Российской Федерации и иностранных компаний, включая стимулирование регистрации и ведения бизнеса на территории Приморского края с использованием предусмотренных законодательством преференциальных режимов, будет способствовать расширению налоговой базы и развитию деловых связей со странами АТР;

интеграция в международные цифровые и профессиональные платформы: создание устойчивых деловых связей и каналов продаж позволит поддерживать экспортную активность и расширять доступ к рынкам стран Азии.

Благодаря географической близости к странам Азии Приморский край может стать одним из основных каналов продвижения российских креативных продуктов на азиатские рынки. Развитие международных продюсерских и сервисных компетенций будет способствовать увеличению экспорта услуг.

6.3.3. Для граждан основным результатом реализации Стратегии должно стать повышение качества жизни и получение экономических выгод от инвестиций в человеческий капитал и творческий труд.

Приложение № 1
к Стратегии развития
креативной экономики
Приморского края
до 2030 года

ПЕРЕЧЕНЬ
видов экономической деятельности в сфере креативных (творческих) индустрий на основе Общероссийского классификатора видов экономической деятельности

Код по ОКВЭД 2	Наименование вида экономической деятельности по ОКВЭД 2
Народные художественные промыслы и ремесла	
32.99.8	Производство изделий народных художественных промыслов
Арт-индустрия	
47.78.5	Деятельность коммерческих художественных галерей, торговля розничная произведениями искусства в коммерческих художественных галереях
74.20	Деятельность в области фотографии
90.03.2	Деятельность художников
90.03.9	Деятельность в области художественного творчества прочая
Культурное наследие	
91.01	Деятельность библиотек и архивов
91.02	Деятельность музеев
91.03	Деятельность по охране исторических мест и зданий, памятников культуры
Отдых и развлечения	
79.90.22	Деятельность самостоятельных экскурсоводов и гидов по предоставлению экскурсионных туристических услуг
82.30	Деятельность по организации конференций и выставок
93.29	Деятельность по организации отдыха и развлечений прочая
Мода (включая ювелирное дело)	
13.30.5	Нанесение рисунка на текстильные изделия и готовую одежду
13.92.2	Пошив готовых текстильных изделий по индивидуальному заказу населения, кроме одежды
13.99.4	Изготовление прочих текстильных изделий по индивидуальному заказу населения, не включенных в другие группировки
14.11.2	Пошив одежды из кожи по индивидуальному заказу населения
14.13.3	Пошив и вязание прочей верхней одежды по индивидуальному заказу населения
14.14.4	Пошив нательного белья по индивидуальному заказу населения
14.19.5	Пошив и вязание прочей одежды и аксессуаров одежды, головных уборов по индивидуальному заказу населения
14.20.2	Пошив меховых изделий по индивидуальному заказу населения
14.31.2	Изготовление вязаных и трикотажных чулочно-носочных изделий по индивидуальному заказу населения
14.39.2	Изготовление прочих вязаных и трикотажных изделий, не включенных в другие группировки по индивидуальному заказу населения
15.20.5	Пошив обуви и различных дополнений к обуви по индивидуальному заказу населения
32.12.6	Изготовление ювелирных изделий и аналогичных изделий по индивидуальному заказу населения
32.13	Производство бижутерии и подобных товаров
Книжное дело	
58.11	Издание книг

Код по ОКВЭД 2	Наименование вида экономической деятельности по ОКВЭД 2
58.19	Виды издательской деятельности прочие
74.30	Деятельность по письменному и устному переводу
18.13	Изготовление печатных форм и подготовительная деятельность
Исполнительские искусства	
90.04	Деятельность учреждений культуры и искусства
85.41.2	Образование в области культуры
32.20	Производство музыкальных инструментов
Кино, телевизионные программы и фильмы	
59.11	Производство кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ
59.12	Деятельность монтажно-компоновочная в области производства кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ
59.13	Деятельность по распространению кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ
59.14	Деятельность в области демонстрации кинофильмов
Программное обеспечение	
62.01	Разработка компьютерного программного обеспечения
Видеоигры	
58.21	Издание компьютерных игр
Медиа и СМИ	
58.13	Издание газет
58.14	Издание журналов и периодических изданий
60.10	Деятельность в области радиовещания
60.20	Деятельность в области телевизионного вещания
63.12	Деятельность web-порталов
63.91	Деятельность информационных агентств
Реклама и пиар	
70.21	Деятельность в сфере связей с общественностью
73.11	Деятельность рекламных агентств
Дизайн	
74.10	Деятельность специализированная в области дизайна
32.40	Производство игр и игрушек
Архитектура и урбанистика	
71.11	Деятельность в области архитектуры
Гастрономия	
56.10.1	Деятельность ресторанов и кафе с полным ресторанным обслуживанием, кафетериев, ресторанов быстрого питания и самообслуживания
Музыка	
59.20	Деятельность в области звукозаписи и издания музыкальных произведений
90.03.1	Деятельность композиторов

Приложение № 2
к Стратегии развития
креативной экономики
Приморского края
до 2030 года

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ
приоритетных креативных индустрий Приморского края

1. Гастрономия			
Этапы	**Существующие барьеры**	**Факторы роста**	**Возможности масштабирования**
Создание продукта или контента	подготовка кадров для индустрии (повара, кондитеры, официанты, бармены) осуществляется исключительно в рамках программ среднего профессионального образования. Сбои городских инфраструктурных сервисов (электричество, водоснабжение). Высокая себестоимость сырья из-за протяженных логистических цепочек поставок морепродуктов при формальной территориальной близости	доступ к уникальным морепродуктам (краб, гребешок, асцидия, минтай) как устойчивое конкурентное преимущество. Сформированный узнаваемый гастрономический код региона, повышающий привлекательность продукта. Консультационные и информационные меры поддержки по количеству сопоставимы с финансовыми, образовательными и имущественными: предприниматели доводят обращение до получения финансирования, обучения или помещений, что отражает активность представителей индустрии	проработка возможности открытия программ высшего образования по направлениям поварского и кондитерского дела, ресторанного менеджмента. Развитие кадрового потенциала через партнерства со школами и университетами (короткие образовательные модули, практики, экскурсии на производство). Обеспечение базовой устойчивости городских сервисов. Развитие обеспечивающей инфраструктуры, включая создание реестра доступных помещений под склады и производство. Формирование прямых каналов поставок и локальной логистики для снижения себестоимости
Продвижение	низкая регулярность коммуникаций с целевой аудиторией из-за отсутствия долгосрочной событийной стратегии и единого календаря мероприятий	событийная фестивальная программа: проведение на территории региона российских и международных гастрофестивалей	институционализация событийной повестки: единый календарь и долгосрочная стратегия мероприятий при участии администрации. Создание коллабораций со смежными индустриями, например, гастро-ужины по мотивам выставок

Продажа и монетизация (распространение)	локальный чек ограничен из-за низкой платежеспособности местного населения	расширение целевой аудитории за счет ориентации на туристический поток. Наличие устойчивого спроса на локальную кухню со стороны туристов	встраивание гастрономии в туристические продукты и маршруты для повышения конверсии потока в покупки. Создание гастрономического кластера и гастромаркетов
2. Программное обеспечение			
Этапы	**Существующие барьеры**	**Факторы роста**	**Возможности масштабирования**
Создание продукта или контента	слабое взаимодействие со смежными индустриями (дизайн, компьютерная графика, производство контента). Отток абитуриентов: часть выпускников школ выбирает поступление в образовательные организации центральных регионов, что снижает локальную базу будущих специалистов. Отток квалифицированных кадров: различия в оплате труда и более привлекательные условия в центральных регионах и за рубежом ведут к миграции действующих специалистов	сравнительно высокая представленность программ подготовки специалистов для индустрии, сопоставимых по качеству с программами столичных городов. Привлекательность сферы информационных технологий для трудоустройства молодежи. Формирование конкурентной среды и повышение притока проектов и кадров за счет роста числа успешных локальных проектов. Возможность удаленной работы. Консультационные и информационные меры поддержки по количеству сопоставимы с финансовыми, образовательными и инновационными: предприниматели доводят обращение до получения финансирования, обучения или экспертизы, что отражает активность представителей индустрии	формирование пакета комплексных услуг совместно со смежными индустриями. Формирование и запуск специальных образовательных программ для иностранных студентов, совмещенных с сервисом сопровождения, включая помощь в оформлении документов, продолжении обучения, подборе жилья и дальнейшем поиске работы. Формирование кадрового резерва и повышение привлекательности региональных образовательных организаций. Оказание информационно-консультационной поддержки претендентам на получение действующих грантов и иных мер поддержки в сфере информационных технологий, включая программы Минцифры России, Российского фонда развития информационных технологий и Фонда «Сколково»
Продвижение	«невидимость» сильных компаний: часть игроков работает на столичных клиентов и не позиционирует себя как региональный приморский продукт. Индустрия ПО не распознаётся как часть креативного сектора	многоканальная стратегия продвижения: развитие бренда, участие в межрегиональных и международных событиях, выход на федеральные платформы	формирование публичного образа Приморского края как развивающегося центра информационных технологий: создание базы лучших проектов и команд, системное присутствие представителей региона на профильных площадках и мероприятиях. Стимулирование крупных игроков к регулярному указанию связи продуктов с Приморским краем. Создание корпоративного акселератора, предусматривающего поиск крупных

			индустриальных партнеров, с постоянно действующей выставочной площадкой
Продажа и монетизация (распространение)	недооценка сложных услуг из-за недостаточного опыта локальной аудитории в оценке различий между профессиональными и любительскими решениями	высокие показатели экспорта услуг, включая выход на всероссийский и международный рынки, благодаря конкурентоспособному соотношению цены и качества и нематериальному характеру продукта	просветительские и демонстрационные форматы для локального рынка (показы проектов, открытые лекции, демонстрационные дни), повышающие опыт аудитории в оценке качества услуг

3. Арт-индустрия

Этапы	Существующие барьеры	Факторы роста	Возможности масштабирования
Создание продукта или контента	высокие издержки производства: высокая стоимость материалов, подрядчиков и подготовки экспозиции. Нехватка специализированных кадров (арт-продюсеры, кураторы с рыночной экспертизой), в том числе из-за отсутствия соответствующих программ подготовки в регионе. Значимая доля активности в индустрии основана на личной вовлеченности и социальных мотивах отдельных специалистов	наличие качественных образовательных программ, обеспечивающих воспроизводство кадров (художественное творчество). Получение федеральной поддержки. Консультационные и информационные меры поддержки по количеству сопоставимы с финансовыми, образовательными и имущественными: предприниматели доводят обращение до получения финансирования, обучения или помещений, что отражает активность представителей индустрии	переход от обучения, ориентированного преимущественно на ремесленные навыки, к подготовке, учитывающей требования рынка и продукта: включение в образовательные программы дисциплин по арт-менеджменту и развитие стажировок в партнерстве с бизнесом. Проработка создания школы искусств на принципах государственно-частного партнерства с кампусом для учащихся из других стран и регионов и качественной общественной инфраструктурой. Проработка создания проектного офиса Президентского фонда культурных инициатив (ПФКИ), в том числе для оказания информационно-консультационной поддержки претендентам на получение грантов. Проработка грантовой поддержки преподавателей для получения дополнительных компетенций в сфере арт-менеджмента и кураторства в регионах Дальнего Востока

Продвижение	низкий символический статус художника и слабость культурных институций сдерживают формирование аудитории; развитие спроса в значительной степени обеспечивают галереи и художники. Снижение видимости авторов из-за дефицита издательской и медийной поддержки, включая упоминания в печатных изданиях и профильных журналах. Низкая регулярность коммуникаций с целевой аудиторией из-за отсутствия долгосрочной событийной стратегии и единого календаря мероприятий	участие в международных арт-ярмарках и творческие коллаборации с международными специалистами. Зрелые участники самостоятельно создают инфраструктуру продвижения: фестивали, недели дизайна и искусства, публичные программы как регулярные информационные поводы. Встраивание в профессиональные сети и регулярная межрегиональная ярмарочная активность	усиление межрегиональных связей при участии государства как способ расширения рынка. Институционализация событийной повестки: единый календарь и долгосрочная стратегия мероприятий при участии администрации
Продажа и монетизация (распространение)	низкая устойчивость базового трафика посетителей при переходе к постоянной работе и платному входу. Ограничения монетизации из-за организационно-правового статуса и режимов поддержки. Сужение международных связей с Европой после 2022 года как потеря каналов продаж и партнерств	спрос со стороны высокодоходной аудитории и ориентация на неё для стабилизации доходов. Высокие показатели экспорта услуг (выход на азиатский рынок) за счет востребованности российского искусства в Китае благодаря историческим связям и высокому уровню академической школы, а также адаптации к рынку (выбор работ, соответствующих эстетическим предпочтениям азиатских покупателей). Успешная модель позиционирования искусства как инвестиции и роли галереи как гаранта цены	физическое присутствие в крупных городах (Москва, Санкт-Петербург) как ответ на концентрацию спроса (коллекционеров). Переориентация международной активности и поиск новых форматов взаимодействия. Оказание консультационной поддержки в международной коммерциализации существующих творческих продуктов

4. Отдых и развлечения			
Этапы	**Существующие барьеры**	**Факторы роста**	**Возможности масштабирования**
Создание продукта или контента	дефицит малых и средних площадок с базовым оборудованием и требованиями безопасности. Высокие постоянные издержки на инфраструктуру. Недостаток продюсерских команд «под ключ». Нехватка специализированных кадров (продюсеры), в том числе из-за отсутствия соответствующих программ подготовки в регионе	консультационные и информационные меры поддержки по количеству сопоставимы с финансовыми, образовательными и имущественными: предприниматели доводят обращение до получения финансирования, обучения или помещений, что отражает активность представителей индустрии. Гибридная модель команды (ядро + подрядчики) как эффективный способ обеспечивать производство	создание программ дополнительного профессионального образования, направленных на подготовку специалистов в сфере управления событиями (ивент-менеджмента) и продюсирования. Создание базы подрядчиков. Развитие сети малых и средних площадок со стандартным оснащением
Продвижение	устойчивая культура соперничества в сфере, что ограничивает кросс-продвижения и партнерства	локальные сообщества и «сарафанное радио» как устойчивый канал коммуникации. Высокая результативность продвижения в социальных сетях, обеспечивающего измеримость и оценку конверсии	систематизация кросс-продвижения (партнерские пакеты, обмен аудиториями). Координация календаря событий для снижения конкуренции за одну и ту же аудиторию
Продажа и монетизация (распространение)	зависимость выручки от сезонности, например, погодных условий, и транспортной доступности	включение туристов в целевую аудиторию событий за счет развития туристического потенциала региона	расширение географии продаж через событийный туризм. Консультационная поддержка коммерциализации существующих творческих продуктов, включая создание франшиз, перевод и адаптацию зарекомендовавших себя произведений

5. Кино, телевизионные программы и фильмы			
Этапы	**Существующие барьеры**	**Факторы роста**	**Возможности масштабирования**
Создание продукта или контента	высокая инвестиционная чувствительность: ограничение роста связано прежде всего с доступом к капиталу и производственной инфраструктуре (а не со спросом). Фрагментарность и недостаточность совместной инфраструктуры (технические мощности, оборудование, производственные сервисы) ограничивают масштабирование	индустрия относится к ядру потенциального роста: при наличии инфраструктуры и капитала способна быстро наращивать выручку за счёт проектной модели. Высокая добавленная стоимость и возможность привлечения заказов из других регионов и стран (при развитии каналов продаж)	развитие совместной инфраструктуры (производственные и постпроизводственные мощности) как базы для увеличения объема проектов. Запуск механизмов копродукции и кооперации, включая совместные проекты и распределение рисков. Инвестиционные и квазиинвестиционные инструменты поддержки: льготные займы, гарантии, софинансирование оборудования и инфраструктуры
Продвижение	ограниченность локального рынка и высокая конкуренция за внимание аудитории без устойчивых каналов продвижения. Недостаток системных механизмов продвижения услуг и проектов на внешние рынки	сервисная модель оказания услуг производства и постпроизводства позволяет продвигаться через межкорпоративные заказы (B2B) и партнерства. Сформированная база локальных компетенций и возможность встраивания в межрегиональные и международные цепочки	формирование «витрины сервисов» региона: портфолио команд, пакеты услуг и стандарты качества. Регулярные межкорпоративные презентации и пилотные проекты с заказчиками из других регионов Российской Федерации. Партнерские каналы продвижения на рынки стран АТР через копродукцию, дистрибуцию и агентские сети
Продажа и монетизация (распространение)	без расширения географии продаж рост выручки упирается в емкость внутреннего рынка. Высокая зависимость монетизации проектов от наличия инфраструктуры и стабильного потока заказов	переход к внешним рынкам, межрегиональным и международным, повышает потенциал монетизации. Сервисные услуги — монтаж, постпроизводство и коммерческое производство контента — обеспечивают более предсказуемую выручку и повторные заказы	закрепление двух — трех устойчивых каналов заказов (агентства, производственные компании, бренды, площадки электронной торговли). Формирование пакетов сервисов и применение системы ключевых показателей эффективности при предоставлении поддержки для проектов и контрактов. Локализация и адаптация продуктов и контента к требованиям внешних рынков, в том числе стран АТР, как условие роста продаж

6. Архитектура и урбанистика

Этапы	Существующие барьеры	Факторы роста	Возможности масштабирования
Создание продукта или контента	длительные межведомственные согласования и дополнительные административные сложности при работе с объектами культурного наследия. Разрыв между образовательными организациями и бизнесом, нехватка наставничества и проектных команд с постоянной загрузкой в сфере архитектуры, дизайна среды и благоустройства. Монополизация рынка малых архитектурных форм и слабая локальная производственная кооперация повышают стоимость проектов	архитектура и урбанистика обеспечивают значимый вклад в креативную экономику региона, включая создание проектов городской среды и общественных пространств. Стабильный спрос и институциональная поддержка позволяют индустрии аккумулировать значительные инвестиционные ресурсы. Наличие в ДВФУ программы высшего образования по направлению «Архитектура» и подготовка специалистов по прикладной урбанистике в колледжах обеспечивают кадровую базу индустрии	развитие наставничества и проектных практик студентов вузов и колледжей на базе архитектурных бюро и команд, работающих с дизайном среды, ландшафтным дизайном и благоустройством. Формирование проектных команд по архитектуре, дизайну среды, ландшафтному дизайну и брендингу территорий во взаимодействии со специалистами компьютерной графики, информационных технологий и производства контента. Развитие локальной кооперации с производителями малых архитектурных форм и другими участниками производственной цепочки для снижения стоимости реализации проектов
Продвижение	слабое взаимодействие со смежными индустриями — дизайном, компьютерной графикой и производством контента — ограничивает формирование и продвижение комплексных услуг. Закрытость отдельных профессиональных сообществ, высокий уровень внутренней конкуренции и недоверия затрудняют обмен опытом и совместное продвижение. Высокая цена репутационной ошибки на небольшом региональном рынке	реализация проектов благоустройства, дизайна среды и общественных пространств формирует портфель наглядных региональных кейсов. Профессиональные мероприятия и межотраслевые коллаборации повышают видимость участников креативных индустрий и расширяют деловые связи	регулярная демонстрация реализованных архитектурных и урбанистических проектов, включая ландшафтный дизайн, благоустройство и брендинг территорий, на профильных площадках. Совместное продвижение проектов городской среды и территориальных брендов с представителями дизайна, информационных технологий, медиа и других смежных индустрий. Участие в профильных мероприятиях и бизнес-миссиях для расширения сети заказчиков в регионах Дальневосточного федерального округа

Продажа и монетизация (распространение)	недостаток долгосрочных заказов на проектирование общественных пространств, благоустройство, ландшафтный дизайн и брендинг территорий; короткие горизонты проектирования. Слабая локальная производственная кооперация повышает стоимость реализации и ограничивает маржинальность проектов. Высокая зависимость части рынка от государственного финансирования и ограниченная готовность участников к межотраслевой кооперации	спрос на архитектурные и урбанистические решения связан с повышением качества городской среды, проектами благоустройства и развитием общественных пространств. Утвержденные до 2030 года долгосрочные планы комплексного социально-экономического развития (мастер-планы) Владивостока, Находки, Уссурийска, Арсеньева и Большого Камня предусматривают реализацию инфраструктурных и градостроительных мероприятий. Высокий уровень инвестиций в индустрию создает основу для развития проектных и инженерных компетенций	формирование долгосрочного портфеля заказов на архитектурные и урбанистические решения, дизайн среды, благоустройство и брендинг территорий при реализации мастер-планов городов края. Формирование комплексных услуг по предпроектным исследованиям, архитектурному проектированию, дизайну среды, ландшафтному дизайну, проектированию благоустройства, брендингу территорий и авторскому надзору. Расширение географии заказов за счёт продвижения проектных и консультационных услуг на рынках регионов ДФО