

# NGHỊ QUYẾT SỐ 68-NQ/TW VÀ CƠ HỘI PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA Ở VIỆT NAM

PGS, TS. VŨ THỊ PHƯƠNG HẬU

Ngày 4-5-2025, Bộ Chính trị ban hành Nghị quyết số 68-NQ/TW về phát triển kinh tế tư nhân (Nghị quyết số 68-NQ/TW) đánh dấu một bước tiến quan trọng trong tư duy phát triển kinh tế khi đặt khu vực tư nhân vào vị trí trung tâm trong chiến lược tăng trưởng của quốc gia. Với định hướng cụ thể và các mục tiêu dài hạn, Nghị quyết không chỉ khẳng định vai trò thiết yếu của kinh tế tư nhân trong kỷ nguyên phát triển mới mà còn mở rộng cánh cửa cho nhiều lĩnh vực tiềm năng, trong đó có công nghiệp văn hóa - lĩnh vực ngày càng được nhìn nhận như một động lực mới cho nền kinh tế tri thức. Bài viết tập trung phân tích các cơ hội mà Nghị quyết số 68-NQ/TW mang lại cho sự phát triển của công nghiệp văn hóa ở Việt Nam, từ góc nhìn chính sách đến khả năng hiện thực hóa trong bối cảnh hội nhập và chuyển đổi số hiện nay.

## 1. Nghị quyết số 68-NQ/TW về phát triển kinh tế tư nhân - Động lực đột phá để phát triển nền kinh tế quốc gia

Nghị quyết số 68-NQ/TW đã đánh dấu sự đổi mới trong tư duy, nhận thức và hành động của Đảng khi xác định: Kinh tế tư nhân là một động lực quan trọng nhất của nền kinh tế quốc gia, là lực lượng tiên phong thúc đẩy tăng trưởng, tạo việc làm, nâng cao năng suất lao động, năng lực cạnh tranh quốc gia, công nghiệp hóa, hiện đại hóa, tái cấu trúc nền kinh tế theo hướng xanh, tuần hoàn, bền vững; cùng với kinh tế nhà nước, kinh tế tập

thể, kinh tế tư nhân giữ vai trò nòng cốt để xây dựng nền kinh tế độc lập, tự chủ, tự lực, tự cường gắn với hội nhập quốc tế sâu rộng, thực chất, hiệu quả, đưa đất nước thoát khỏi nguy cơ tụt hậu, vươn lên phát triển thịnh vượng<sup>1</sup>. Phát triển kinh tế tư nhân chính là phát huy mọi tiềm năng, thể mạnh, giải phóng sức sản xuất, huy động và sử dụng hiệu quả mọi nguồn lực, nhất là những nguồn lực trong Nhân dân, từ Nhân dân để phát triển đất nước. Nghị quyết đề ra mục tiêu đến năm 2030: Phần đầu có 2 triệu doanh nghiệp hoạt động trong nền kinh tế, 20 doanh nghiệp hoạt động/ngìn dân. Có ít nhất 20 doanh nghiệp lớn tham gia chuỗi

\* Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh

giá trị toàn cầu. Tốc độ tăng trưởng bình quân của kinh tế tư nhân đạt khoảng 10-12%/năm, cao hơn tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế; đóng góp khoảng 55-58% vào tổng sản phẩm quốc nội (GDP), khoảng 35-40% tổng thu ngân sách nhà nước, giải quyết việc làm cho khoảng 84-85% tổng số lao động; năng suất lao động tăng bình quân khoảng 8,5-9,5%/năm. Trình độ, năng lực công nghệ, đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số thuộc nhóm 3 nước đứng đầu Hiệp hội Các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN) và nhóm 5 nước đứng đầu khu vực châu Á<sup>2</sup>. Phấn đấu đến năm 2045, kinh tế tư nhân ở Việt Nam phát triển nhanh, mạnh, bền vững, chủ động tham gia vào chuỗi sản xuất, cung ứng toàn cầu; có năng lực cạnh tranh cao trong khu vực và quốc tế; có ít nhất 3 triệu doanh nghiệp hoạt động trong nền kinh tế; đóng góp khoảng trên 60% GDP<sup>3</sup>. Để đạt được những mục tiêu này, Nghị quyết số 68-NQ/TW nhấn mạnh việc hoàn thiện thể chế kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, tạo môi trường đầu tư minh bạch, bình đẳng giữa các thành phần kinh tế, thúc đẩy đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao. Đồng thời, khuyến khích doanh nghiệp tư nhân đầu tư vào các lĩnh vực có giá trị gia tăng cao như công nghiệp văn hóa, giáo dục, công nghệ cao, góp phần xây dựng một nền kinh tế hiện đại, năng động và hội nhập quốc tế sâu rộng. Nghị quyết số 68-NQ/TW đã đề ra 8 nhóm giải pháp chiến lược để phát triển kinh tế tư nhân, trong đó có đề cập đến phát triển công nghiệp văn hóa: Có giải pháp thúc đẩy doanh nghiệp tư nhân

đầu tư mở rộng và phát triển cung ứng dịch vụ y tế, giáo dục chất lượng cao, phát triển công nghiệp văn hóa, công nghiệp giải trí<sup>4</sup>; đa dạng hóa, nâng cao hiệu quả các hình thức hợp tác giữa Nhà nước và khu vực kinh tế tư nhân thông qua các mô hình hợp tác công - tư (PPP), lãnh đạo công - quản trị tư, đầu tư công - quản lý tư, đầu tư tư - sử dụng công, trong các lĩnh vực cơ sở hạ tầng kinh tế, hạ tầng văn hóa - xã hội, công nghệ thông tin, truyền thông trên cơ sở lấy hiệu quả kinh tế - xã hội làm thước đo để lựa chọn<sup>5</sup>.

## **2. Khái quát thành tựu và hạn chế trong phát triển công nghiệp văn hóa ở Việt Nam**

Nhận thức được vai trò ngày càng quan trọng của công nghiệp văn hóa, Việt Nam đã có những bước đi chiến lược trong việc định hướng và hỗ trợ phát triển ngành công nghiệp này. Năm 2016, Chính phủ đã ban hành Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, trong đó xác định 12 lĩnh vực trọng tâm là: Điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn, mỹ thuật, nhiếp ảnh, quảng cáo, thời trang, thiết kế, kiến trúc, phần mềm và các trò chơi điện tử, thủ công mỹ nghệ, du lịch văn hóa, truyền hình và phát thanh<sup>6</sup>. Nhằm cụ thể hóa các mục tiêu đã đề ra trong Chiến lược, ngày 29-8-2024, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Chỉ thị về phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam. Chỉ thị này nhấn mạnh việc nâng cao nhận thức của các cấp, các ngành và toàn xã hội về vai trò của công nghiệp văn hóa trong phát triển kinh tế - xã hội; đồng thời, yêu cầu các địa phương xây dựng kế hoạch hành động cụ thể, gắn với lợi thế văn hóa bản

địa và ứng dụng công nghệ số trong sản xuất, phân phối sản phẩm văn hóa<sup>7</sup>.

Bên cạnh đó, nhiều chính sách liên quan đến chuyển đổi số, phát triển nguồn nhân lực, bảo hộ sở hữu trí tuệ, ưu đãi thuế, hỗ trợ khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực văn hóa cũng đang được triển khai. Một số địa phương như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Huế, Đà Nẵng... đã chủ động xây dựng kế hoạch phát triển công nghiệp văn hóa gắn với lợi thế địa phương, phát triển không gian sáng tạo và các sự kiện văn hóa mang tầm khu vực. Các thành phố Hà Nội, Đà Lạt, Hội An<sup>8</sup> đã lần lượt tham gia vào Mạng lưới các thành phố sáng tạo của Tổ chức Giáo dục Khoa học và Văn hóa của Liên hợp quốc (UNESCO)<sup>9</sup>.

Các ngành công nghiệp văn hóa của Việt Nam bước đầu đã đạt tăng trưởng về đóng góp GDP, việc làm, xuất khẩu văn hóa, số lượng doanh nghiệp và không gian sáng tạo trên cả nước. Theo số liệu thống kê, năm 2018, các ngành công nghiệp văn hóa đã đóng góp 3,61% GDP. Những năm 2020-2021, do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, tốc độ tăng trưởng của các ngành công nghiệp văn hóa sụt giảm. Tuy nhiên, năm 2022, các ngành công nghiệp văn hóa đã có sự phục hồi trở lại với đóng góp ước đạt 4,04% GDP. Giá trị sản xuất của các ngành công nghiệp văn hóa (theo giá hiện hành) bình quân 5 năm giai đoạn 2018-2022 ước đạt 1,059 triệu tỷ đồng (44 tỷ USD). Bình quân 5 năm, tốc độ tăng trưởng về số lượng các cơ sở kinh tế hoạt động trong các ngành công nghiệp văn hóa đạt 7,21%/năm. Năm 2022, số lượng cơ sở kinh tế ước đạt 70.321 cơ sở, thu hút lực lượng lao động trung bình từ

khoảng 1,7 triệu đến 2,3 triệu người trong giai đoạn 2018-2022. Tỷ lệ lao động trong các ngành công nghiệp văn hóa ước đạt 3,1% năm 2018; tăng lên 3,41% năm 2019; năm 2020 đạt 3,52%; năm 2021 đạt 4,13%; năm 2022 đạt 4,42%. Giai đoạn 2018-2022, bình quân lực lượng lao động tăng 7,44%/năm. Con số này chưa bao gồm những người đang làm việc độc lập hoặc tự do hay những người làm nghề sáng tạo ở các cơ sở kinh doanh ngoài các ngành công nghiệp văn hóa, do vậy, tổng số nhân lực có thể cao hơn nhiều so với số liệu thống kê<sup>10</sup>. Trên cơ sở những kết quả đạt được, so sánh với các quốc gia khác trên thế giới, Việt Nam được đánh giá là “quốc gia tâm trung về phát triển công nghiệp văn hóa và du lịch phát triển vẫn còn nhiều”<sup>11</sup>.

Tuy đạt được nhiều kết quả trong bước đầu phát triển nhưng các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam cũng bộc lộ khá nhiều hạn chế.

*Trước hết*, thể chế, chính sách phát triển công nghiệp văn hóa còn nhiều bất cập, một số lĩnh vực như nghệ thuật biểu diễn, mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm vẫn phải quản lý bằng nghị định, trong khi các lĩnh vực này lại là những ngành công nghiệp văn hóa quan trọng. Nhận thức của các cấp, các ngành và người dân về vai trò, tầm quan trọng của phát triển công nghiệp văn hóa vẫn còn hạn chế. Công tác thống kê, đánh giá đóng góp của công nghiệp văn hóa chưa được thực hiện tốt, gây khó khăn cho việc đề xuất chính sách phù hợp cho từng ngành. Cho đến nay, Việt Nam vẫn chưa có “bộ chỉ số đo lường” sự phát triển của các ngành công nghiệp văn hóa cũng như đóng góp của ngành này trong

nền kinh tế quốc dân. Nguồn lực tài chính dành cho phát triển công nghiệp văn hóa còn hạn chế. Việt Nam chưa có ngân sách riêng cho lĩnh vực này mà phải trích từ kinh phí thường xuyên. Các quy định về xã hội hóa chưa rõ ràng khiến việc thu hút đầu tư từ khu vực tư nhân mới chỉ tập trung ở một vài lĩnh vực dễ sinh lợi. Việc thu hút các nhà đầu tư lớn vào phát triển công nghiệp văn hóa còn gặp khó khăn, chưa có dự án đầu tư mạnh vào các khu, điểm du lịch văn hóa để hình thành sản phẩm hấp dẫn du khách.

Một trong những hạn chế nổi bật khác là sự thiếu hụt nguồn nhân lực chất lượng cao, đặc biệt là những người có kỹ năng quản lý và kinh doanh chuyên nghiệp trong lĩnh vực văn hóa. Điều này dẫn đến việc vận hành các mô hình tổ chức và kinh doanh mới về các ngành công nghiệp văn hóa gặp nhiều lúng túng và khó khăn.

*Bên cạnh đó*, việc ứng dụng công nghệ số trong ngành công nghiệp văn hóa còn hạn chế. Mặc dù công nghệ số đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển và phân phối sản phẩm văn hóa, nhưng nhiều doanh nghiệp và nghệ sĩ vẫn chưa tận dụng được hết tiềm năng của công nghệ số.

*Ngoài ra*, vấn đề vi phạm bản quyền và sở hữu trí tuệ cũng là một thách thức lớn. Tổ chức Liên minh quốc tế về Tài sản trí tuệ ước tính rằng, Việt Nam nằm trong danh sách những nước vi phạm bản quyền cao nhất thế giới (đứng vị trí thứ 8 năm 2010 và thứ 11 năm 2020)<sup>12</sup>. Ngày 24-4-2024, Đài Truyền hình Việt Nam đã phát một phóng sự về *Vấn đề vi phạm bản quyền ở Việt Nam* với các số

liệu: Việt Nam có 15,5 triệu người thường xuyên truy cập vào web lậu, khiến nước ta lọt vào top 3 khu vực về vi phạm bản quyền và có đến 80% hành vi vi phạm bản quyền đang diễn ra trên các nền tảng số, gây thiệt hại 348 triệu USD (năm 2022), tương đương 7.000 tỷ đồng<sup>13</sup>. Việc thiếu các biện pháp quản lý và bảo vệ bản quyền chặt chẽ đã ảnh hưởng đến sự phát triển của ngành công nghiệp văn hóa.

*Hơn nữa*, hạ tầng cơ sở vật chất phục vụ cho ngành công nghiệp văn hóa như nhà hát, rạp chiếu phim, trung tâm biểu diễn vẫn chưa được đầu tư đồng bộ và hiện đại. Điều này làm hạn chế khả năng tổ chức các sự kiện văn hóa quy mô lớn và ảnh hưởng đến trải nghiệm của khán giả. Phần lớn các ngành công nghiệp văn hóa ở Việt Nam, từ điện ảnh, âm nhạc đến thiết kế, mỹ thuật đương đại... vẫn thiếu các trung tâm sản xuất hiện đại, studio chuyên nghiệp, không gian trình diễn và thử nghiệm sáng tạo đạt chuẩn quốc tế. Nhiều thành phố lớn như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh vẫn chưa hình thành rõ nét các “cụm công nghiệp văn hóa” hay “trung tâm sáng tạo” có khả năng kết nối nghệ sĩ - doanh nghiệp - công chúng. Cả nước hiện có khoảng 200 không gian sáng tạo<sup>14</sup> hoạt động theo mô hình bán chuyên, quy mô nhỏ, gần như không có sự liên kết và thiếu bền vững.

Như vậy, để đạt mục tiêu công nghiệp văn hóa đóng góp 7% GDP vào năm 2030 như đã đề ra trong Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030, rất cần một “cú hích” về thể chế, chính sách - điều mà Nghị quyết số 68-NQ/TW có thể mang lại.

### 3. Cơ hội từ Nghị quyết số 68-NQ/TW đối với phát triển công nghiệp văn hóa của Việt Nam

*Một là, tạo hành lang pháp lý cởi mở và bình đẳng.*

Trong thực tế, hệ thống pháp luật dành cho công nghiệp văn hóa ở Việt Nam vẫn còn khá rời rạc và thiếu tính hệ thống. Các quy định liên quan nằm rải rác ở nhiều luật khác nhau như: Luật Di sản văn hóa, Luật Điện ảnh, Luật Báo chí, Luật Quảng cáo..., nhưng lại chưa bao phủ được toàn diện các lĩnh vực đang phát triển mạnh như: Trò chơi điện tử, biểu diễn nghệ thuật hiện đại hay các “mô hình nội dung số” mới nổi. Ngay cả trong những lĩnh vực đã có luật điều chỉnh, như điện ảnh hay quảng cáo, quá trình triển khai vẫn thường xuyên vướng mắc - đặc biệt là khâu kiểm duyệt, cấp phép, gây không ít phiền hà cho các tổ chức, doanh nghiệp hoạt động trong ngành. Trong bối cảnh đó, Nghị quyết số 68-NQ/TW có thể xem là một bước ngoặt đáng chú ý khi đặt mục tiêu rõ ràng về việc tạo lập hành lang pháp lý thông thoáng, minh bạch và ổn định lâu dài cho khu vực kinh tế tư nhân. Với công nghiệp văn hóa - nơi mà quyền sở hữu trí tuệ là yếu tố sống còn - thì việc Nhà nước cam kết đảm bảo quyền tài sản, quyền cạnh tranh bình đẳng và quyền tự do kinh doanh là một tín hiệu tích cực rất đáng kỳ vọng. Đặc biệt, tinh thần “xóa bỏ cơ chế xin - cho”, “giảm tiền kiểm, tăng hậu kiểm” mà Nghị quyết số 68-NQ/TW đưa ra là một chuyển biến tư duy rõ rệt, có thể giúp ngành văn hóa sáng tạo bớt bị bó buộc trong thủ tục hành chính cứng nhắc, đề cao trách nhiệm

của các chủ thể sáng tạo, chủ thể kinh doanh. Bên cạnh đó, việc thúc đẩy cơ chế ưu tiên cho doanh nghiệp nhỏ và khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực công nghệ cao - nơi mà phần lớn các doanh nghiệp công nghiệp văn hóa đang hoạt động - sẽ mở ra thêm dư địa để đổi mới và bứt phá. Tuy nhiên, về lâu dài, việc xây dựng Bộ luật Công nghiệp văn hóa (hoặc Luật Công nghiệp văn hóa và sáng tạo) có thể là cần thiết để đồng bộ hóa hệ thống pháp lý theo tinh thần của Nghị quyết số 68-NQ/TW.

*Hai là, thu hút đầu tư tư nhân vào lĩnh vực văn hóa - sáng tạo.*

Nghị quyết số 68-NQ/TW khuyến khích doanh nghiệp tư nhân đầu tư vào các ngành có giá trị gia tăng cao, trong đó có công nghiệp văn hóa và sáng tạo. Chính sách tín dụng ưu đãi, miễn giảm thuế, tiếp cận đất đai sẽ tạo đòn bẩy cho doanh nghiệp đầu tư vào phim ảnh, trò chơi điện tử, nghệ thuật biểu diễn, festival và dịch vụ giải trí chất lượng cao. Đặc biệt, Nghị quyết số 68-NQ/TW nhấn mạnh vai trò của mô hình đầu tư theo phương thức PPP trong phát triển hạ tầng văn hóa, coi đây là chìa khóa để khơi thông nguồn lực xã hội hóa. Luật Đầu tư theo phương thức đối tác công - tư (năm 2020) quy định, chỉ có 5 lĩnh vực được áp dụng hình thức đầu tư theo phương thức PPP, trong đó không có lĩnh vực văn hóa. Điều này gây trở ngại lớn trong thu hút đầu tư tư nhân tham gia vào phát triển công nghiệp văn hóa. Tại Diễn đàn Văn hóa (năm 2022) do Quốc hội chủ trì với chủ đề: *Thể chế, chính sách và nguồn lực cho phát triển văn hóa*, đã có một số đại biểu bày tỏ sự băn khoăn, trăn trở về vấn

đề này<sup>15</sup>. Thực tế, nguồn ngân sách nhà nước phân bổ cho lĩnh vực văn hóa nói chung, công nghiệp văn hóa nói riêng rất eo hẹp. Nếu không huy động nguồn lực từ các thành phần kinh tế khác, đặc biệt là kinh tế tư nhân thì rất khó để có các thiết chế văn hóa, các không gian văn hóa hiện đại. Việc liên kết giữa Nhà nước và doanh nghiệp trong xây dựng và vận hành các công trình như rạp chiếu phim, trung tâm sáng tạo, nhà hát, không gian nghệ thuật công cộng... không chỉ góp phần lấp đầy khoảng trống hạ tầng văn hóa hiện nay, mà còn nâng cao chất lượng phục vụ đời sống tinh thần của người dân, thúc đẩy du lịch văn hóa và phát triển “kinh tế ban đêm”. Nghị quyết số 68-NQ/TW đã nêu rõ, yêu cầu đa dạng hóa, nâng cao hiệu quả các hình thức hợp tác giữa Nhà nước và khu vực kinh tế tư nhân<sup>16</sup>, trong đó khuyến khích các mô hình như: Đầu tư công - quản lý tư, đầu tư tư - phục vụ công và lãnh đạo công - vận hành tư. Nếu Nghị quyết số 68-NQ/TW đi vào cuộc sống thì những mô hình này sẽ mở ra không gian linh hoạt, năng động, kết hợp được sức mạnh điều tiết của Nhà nước với tính sáng tạo và hiệu quả của khu vực tư nhân, từ đó thúc đẩy công nghiệp văn hóa trở thành ngành kinh tế mũi nhọn trong thời kỳ mới. Triển khai mô hình PPP trong lĩnh vực văn hóa là rất cần thiết nhưng có một thực tế là, đa phần doanh nghiệp văn hóa ở Việt Nam là nhỏ và siêu nhỏ, không đáp ứng được các tiêu chí để tham gia PPP. Vì thế, nếu không có cơ chế đặc thù cho công nghiệp văn hóa, sẽ rất khó thu hút được các nhà “đầu tư tư” dài hạn.

*Ba là, thúc đẩy chuyển đổi số và hội nhập quốc tế.*

Bối cảnh chuyển đổi số đã và đang tác động mạnh mẽ đến mọi lĩnh vực của đời sống xã hội. Nghị quyết số 68-NQ/TW cũng xác định chuyển đổi số là một trong những trụ cột chiến lược trong tiến trình phát triển kinh tế. Hơn bất kỳ một lĩnh vực nào khác, công nghiệp văn hóa được xem là lĩnh vực có khả năng tận dụng vượt trội lợi thế này. Với đặc thù dựa trên sự sáng tạo, nội dung và trải nghiệm của người dùng, công nghiệp văn hóa là một trong những ngành chịu tác động mạnh mẽ nhất từ cuộc cách mạng số; đồng thời, cũng có cơ hội lớn nhất để vươn ra toàn cầu thông qua các nền tảng kỹ thuật số. Nghị quyết đã nhấn mạnh vai trò then chốt của chuyển đổi số không chỉ trong việc nâng cao năng suất và hiệu quả kinh doanh, mà còn trong việc tạo ra môi trường mới để lan tỏa giá trị văn hóa Việt.

Cụ thể, việc ứng dụng công nghệ số và phát triển hạ tầng dữ liệu cho phép các nhà sản xuất phim, âm nhạc, trò chơi điện tử và nghệ thuật truyền thống đưa sản phẩm lên các nền tảng toàn cầu như: Netflix, Spotify, YouTube, TikTok... Điều này không chỉ giúp các sản phẩm và dịch vụ văn hóa của Việt Nam tiếp cận hàng triệu người dùng quốc tế mà còn mở ra cơ hội xuất khẩu. Khách du lịch quốc tế biết đến Hạ Long (Quảng Ninh), Tràng An (Ninh Bình), Phong Nha (Quảng Bình) nhiều hơn sau khi xem phim *Kong: Đảo Đầu lâu* chiếu trên Netflix. Nguyễn Văn Tài - Giám đốc Công ty VietSense Travel cho biết: Lượng khách trong nước và quốc tế đặt tour đi Hạ Long, Tràng An, Phong

Nha tại VietSense Travel tăng khoảng 30% sau khi phim *Kong: Đảo Đầu lâu* công chiếu. Nhiều hãng lữ hành khác như Saigontourist, TransViet, Hanoitourist, Vietrantour ghi nhận lượng khách đăng ký du lịch 3 địa danh này cũng tăng đáng kể. Khách đến Hạ Long tăng khoảng 30-40%, tuyến Ninh Bình, Quảng Bình ước tăng 20-30%. Nguyên nhân một phần do đây là các tuyến điểm truyền thống đang vào mùa du lịch và một phần do sức nóng của phim *Kong: Đảo Đầu lâu*<sup>17</sup>. Gần đây, nhiều khách du lịch trong và ngoài nước rất muốn đến để trải nghiệm văn hóa Bắc Ninh sau khi xem MV Bắc Bling của ca sĩ Hòa Minzy<sup>18</sup>. Điều này cho thấy, thay vì chỉ phục vụ thị trường nội địa vốn còn hạn chế về quy mô chi tiêu, các sản phẩm văn hóa Việt Nam có thể vượt qua rào cản địa lý, ngôn ngữ và định kiến thị hiếu để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu.

Hơn nữa, chuyển đổi số thúc đẩy sự hình thành các mô hình kinh doanh mới như: Kinh tế sáng tạo số, metaverse (không gian ảo 3D), livestream (phát sóng trực tiếp nội dung video qua internet) thương mại - vốn đang tạo ra giá trị lớn trong các nền kinh tế phát triển. Nghị quyết số 68-NQ/TW đã tạo ra hành lang chính sách cho việc số hóa tài nguyên văn hóa, bảo vệ bản quyền số, xây dựng hạ tầng số cho ngành công nghiệp văn hóa, từ đó giúp các doanh nghiệp và nghệ sĩ yên tâm đầu tư, đổi mới và hội nhập. Việc hỗ trợ công nghệ, đào tạo kỹ năng số và thúc đẩy sáng tạo nội dung gắn với bản sắc văn hóa dân tộc cũng là một bước đi chiến lược nhằm phát triển các ngành công nghiệp văn hóa

trong kỷ nguyên số. Tuy nhiên, cũng cần lưu ý, chính sách chuyển đổi số chỉ thành công khi các đơn vị văn hóa (nhất là các đơn vị công lập) sẵn sàng chủ động, tích cực tham gia đổi mới mô hình kinh doanh, và các chính sách hỗ trợ tài chính được thực thi. Có như vậy mới có thể tận dụng tối ưu những thời cơ mà bối cảnh chuyển đổi số mang lại, tạo động lực nội sinh để phát triển các ngành công nghiệp văn hóa.

*Bốn là, nâng cấp nguồn nhân lực và khởi nghiệp sáng tạo.*

Trong mọi quá trình phát triển, điểm khởi nguồn và đích đến phải là con người, bắt đầu từ con người và vì con người. Con người cũng là chủ thể quyết định sự thành bại của quá trình phát triển đó. Nghị quyết số 68-NQ/TW thể hiện tầm nhìn chiến lược khi nhấn mạnh vai trò của nguồn nhân lực chất lượng cao và khởi nghiệp sáng tạo như hai động lực cốt lõi thúc đẩy sự phát triển của kinh tế tư nhân. Công nghiệp văn hóa vốn là lĩnh vực dựa vào chất xám. Sáng tạo cá nhân và năng lực đổi mới không thể phát triển nếu thiếu một lực lượng lao động được đào tạo bài bản, giàu năng lực sáng tạo, am hiểu công nghệ và có tư duy toàn cầu. Nghị quyết đặt ra yêu cầu nâng cấp toàn diện về kỹ năng cho lực lượng lao động trong nền kinh tế số, chú trọng đào tạo liên ngành, kết nối giữa nghệ thuật - công nghệ - kinh doanh, từ đó tạo ra những “công dân sáng tạo” có khả năng thích ứng nhanh với môi trường số hóa và hội nhập quốc tế.

Đặc biệt, Nghị quyết số 68-NQ/TW đề cao tinh thần khởi nghiệp sáng tạo, xem đây

là “mạch sống” của nền kinh tế tư nhân hiện đại. Trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa, điều này đồng nghĩa với việc khuyến khích các startup phát triển nền tảng phân phối nội dung số, sản xuất trò chơi điện tử, tổ chức sự kiện trực tuyến, thiết kế thời trang, xây dựng không gian văn hóa số... Các mô hình kinh doanh mới này đòi hỏi phải có môi trường chính sách linh hoạt, hỗ trợ khởi nghiệp không chỉ ở vốn và thuế, mà còn ở hạ tầng sáng tạo, bảo vệ sở hữu trí tuệ, kết nối thị trường và đặc biệt là khả năng tiếp cận chuỗi cung ứng toàn cầu.

Nghị quyết số 68-NQ/TW cũng mở ra cơ hội hợp tác giữa Nhà nước - doanh nghiệp - trường học - viện nghiên cứu nhằm hình thành hệ sinh thái sáng tạo toàn diện. Thông qua các trung tâm đổi mới sáng tạo, các không gian làm việc chung (co-working spaces), vườn ươm khởi nghiệp trong lĩnh vực văn hóa - nghệ thuật, Việt Nam có thể nuôi dưỡng và phát triển “thể hệ doanh nhân sáng tạo mới”, có khả năng vừa bảo tồn giá trị văn hóa truyền thống, vừa đưa những giá trị ấy chuyển hóa thành sản phẩm có sức sống và sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

*Năm là, năng động hóa thị trường sản phẩm và dịch vụ văn hóa, đáp ứng nhu cầu đa dạng của công chúng.*

Trong những năm gần đây, khu vực tư nhân đã góp phần làm sôi động thị trường công nghiệp văn hóa với nhiều sản phẩm gây tiếng vang lớn, tiêu biểu như các bộ phim: *Bố già*, *Nhà bà Nữ* của Trấn Thành, loạt phim *Lật mặt* của Lý Hải, *Địa đạo* của Bùi Thạc Chuyên, hay các chương trình âm nhạc như

*Anh trai vượt ngàn chông gai*, *Anh trai say hi...* Những sản phẩm này không chỉ thu hút hàng triệu lượt khán giả mà còn thể hiện rõ sự nhạy bén trong việc nắm bắt tâm lý công chúng, xu hướng tiêu dùng mới và khả năng thích ứng linh hoạt với thị trường văn hóa ngày càng đa dạng. Tuy nhiên, thực tế cho thấy, số lượng sản phẩm có chất lượng cao, đáp ứng tốt nhu cầu của đại chúng vẫn còn hạn chế so với tiềm năng của thị trường.

Trong bối cảnh đó, Nghị quyết số 68-NQ/TW sẽ tạo động lực và khung khổ thuận lợi để khu vực tư nhân gia nhập sâu hơn vào lĩnh vực công nghiệp văn hóa. Với tư duy kinh tế sắc bén và nguồn lực ngày càng lớn mạnh, các doanh nghiệp tư nhân không chỉ đầu tư vào nội dung và công nghệ mà còn chú trọng nghiên cứu thị trường, hành vi tiêu dùng, cũng như áp dụng các chiến lược marketing văn hóa - nghệ thuật hiện đại. Điều này giúp nâng cao tính chuyên nghiệp trong toàn bộ chuỗi giá trị sáng tạo - sản xuất - phân phối sản phẩm và dịch vụ văn hóa.

Sự năng động, linh hoạt và đổi mới không ngừng của khu vực tư nhân hứa hẹn sẽ tạo ra làn gió mới cho thị trường công nghiệp văn hóa - nơi sản phẩm không chỉ có giá trị nghệ thuật mà còn mang tính kinh tế rõ nét, vừa thỏa mãn nhu cầu tinh thần phong phú của công chúng, vừa khẳng định vị thế cạnh tranh trên cả thị trường trong nước lẫn quốc tế.

Nghị quyết số 68-NQ/TW là bước ngoặt quan trọng không chỉ trong định hình nền kinh tế Việt Nam hiện đại, mà còn là cơ hội quý giá để công nghiệp văn hóa - một lĩnh vực “kinh tế mềm” nhưng đầy tiềm năng - cất

cánh. Với định hướng lấy khu vực kinh tế tư nhân làm động lực phát triển, Nghị quyết số 68-NQ/TW đã đưa ra hàng loạt giải pháp mang tính nền tảng như: Cải thiện môi trường đầu tư, thúc đẩy chuyển đổi số, nâng cấp nguồn nhân lực và khuyến khích mô hình PPP. Những chính sách này không chỉ trực tiếp ứng phó với các “điểm nghẽn” đang kìm hãm sự phát triển của công nghiệp văn hóa, mà còn tạo hành lang pháp lý và điều kiện thực tiễn để ngành này vươn lên thành một trụ cột kinh tế mới.

Vì vậy, có thể khẳng định, Nghị quyết số 68-NQ/TW không chỉ đóng vai trò định

hướng mà còn là “công cụ” can thiệp cụ thể, thiết thực giúp ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam vượt qua thách thức, bứt phá trong thời đại số và hội nhập toàn cầu. Điều cần kíp hiện nay là, Nghị quyết số 68-NQ/TW cần nhanh chóng được thể chế hóa thành hệ thống pháp luật, những chính sách, chương trình cụ thể để đáp ứng yêu cầu cấp bách của thực tiễn. Chúng ta có thể kỳ vọng, với tầm nhìn từ Nghị quyết số 68-NQ/TW, công nghiệp văn hóa sẽ không chỉ là tấm gương phản chiếu bản sắc dân tộc, mà còn là mũi nhọn kinh tế mới của quốc gia trong kỷ nguyên phát triển mới ■

<sup>1,2,3,4,5,16</sup> Xem: Ban Chấp hành Trung ương, *Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 4-5-2025 về phát triển kinh tế tư nhân*.

<sup>6</sup> Xem: Thủ tướng Chính phủ, *Quyết định số 1755/QĐ-TTg ngày 8-9-2016 về phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*.

<sup>7</sup> Xem: Thủ tướng Chính phủ, *Chi thị số 30/CT-TTg ngày 29-8-2024 về phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam*.

<sup>8</sup> Xem: *Việt Nam có 3 thành phố trong nhóm Mạng lưới các thành phố sáng tạo của UNESCO*, <https://infographics.vn/viet-nam-co-3-thanh-pho-trong-mang-luoi-cac-thanh-pho-sang-tao-cua-unesco/209204.vna>

<sup>9</sup> Hà Nội là thành phố thứ 246 tham gia vào Mạng lưới các thành phố sáng tạo của UNESCO năm 2019 ở lĩnh vực thiết kế; Đà Lạt tham gia vào Mạng lưới các thành phố sáng tạo của UNESCO năm 2023 ở lĩnh vực âm nhạc; Hội An tham gia vào Mạng lưới các thành phố sáng tạo của UNESCO năm 2023 ở hạng mục thủ công và nghệ thuật dân gian.

<sup>10</sup> Xem: Viện Văn hóa Nghệ thuật quốc gia Việt Nam, *Báo cáo tổng hợp Đề án Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*, Hà Nội, 2024, tr.23-24.

<sup>11</sup> UNESCO, *Ký yếu Hội nghị quốc tế: Vai trò và đóng góp của phong trào UNESCO đối với công nghiệp văn hóa*, Hạ Long, ngày 5-8-2024, tr.17.

<sup>12,14</sup> Xem: Nguyễn Thị Thu Phương (Chủ biên), *Định vị các ngành công nghiệp văn hóa trong phát triển bền vững ở Việt Nam*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội, 2023, tr.100, 97.

<sup>13</sup> Xem: *Vi phạm bản quyền trên mạng tại Việt Nam vẫn đang ở mức cao*, <https://vtv.vn>, ngày 24-4-2024.

<sup>15</sup> Xem: Ủy ban Văn hóa, Giáo dục của Quốc hội; Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh; Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch; Tỉnh Bắc Ninh, *Hội thảo văn hóa 2022: Thể chế, chính sách và nguồn lực cho phát triển văn hóa*, quyển I, Bắc Ninh, tháng 12-2022, tr.144, 145, 237.

<sup>17</sup> Xem: Hồ Hạ, *Quảng bá du lịch nhìn từ hiệu ứng phim “Kong: Skull Island”*: Đã chậm, lại thiếu chuyên nghiệp, <https://kinhtedothi.vn>, ngày 9-5-2025.

<sup>18</sup> Xem: Việt Thanh, *Du lịch Bắc Ninh hút khách*, <https://vietnamtourism.gov.vn>, ngày 31-3-2025.