

TRÍCH YẾU CÁC LUẬN ĐIỂM NGHIÊN CỨU

“KINH TẾ TÂM THẤP KẾT HỢP DU LỊCH VĂN HÓA” TẠO ĐỘNG LỰC TĂNG TRƯỞNG MỚI CHO TIÊU DÙNG VĂN HÓA TRUNG QUỐC*

THẨM ÁNH XUÂN**

Mô hình “Kinh tế tâm thấp kết hợp du lịch văn hóa” là một hình thái kinh tế mới nổi, hình thành từ sự giao thoa giữa lĩnh vực kinh tế tâm thấp (Low-altitude Economy) và ngành du lịch văn hóa tại Trung Quốc. Trong bối cảnh Trung Quốc bước vào giai đoạn phát triển chất lượng cao, việc khai thác tiềm năng của không gian tâm thấp để mở rộng các sản phẩm du lịch văn hóa không chỉ đóng vai trò như một động lực tăng trưởng kinh tế, mà còn góp phần định hình các “điểm” tăng trưởng mới trong tiêu dùng văn hóa.

Bối cảnh xã hội và tầm quan trọng của mô hình “Kinh tế tâm thấp kết hợp du lịch văn hóa”

Trong hơn hai thập niên qua, Trung Quốc đã trải qua những biến chuyển sâu sắc về cấu trúc kinh tế - xã hội. Với tốc độ già hóa dân số nhanh, đô thị hóa mạnh mẽ, và nhu cầu tiêu dùng văn hóa ngày càng gia tăng, việc tìm kiếm các động lực tăng trưởng kinh tế mới trở thành mục tiêu chiến lược cấp bách. Trong bối

cảnh ấy, kinh tế tâm thấp nổi lên như một lĩnh vực đầy tiềm năng. Thuật ngữ “tâm thấp” ở Trung Quốc được hiểu là không gian bay dưới độ cao 1.000m, vốn trước đây bị kiểm soát nghiêm ngặt vì lý do an ninh, quốc phòng. Tuy nhiên, với sự bùng nổ của công nghệ hàng không và nhu cầu du lịch, Chính phủ Trung Quốc đã từng bước nới lỏng các quy định, cho phép khai thác không gian này nhằm thúc đẩy tăng trưởng kinh tế.

Điểm nhấn quan trọng là việc kết hợp kinh tế tâm thấp với ngành du lịch văn hóa, tạo ra hình thái kinh tế lai ghép đầy tính sáng tạo. Mô hình này không chỉ mang lại những trải nghiệm du lịch độc đáo từ góc nhìn trên không, mà còn mở ra khả năng tái cấu trúc mô hình tiêu dùng văn hóa, phù hợp với định hướng phát triển trong Kế hoạch 5 năm lần thứ 14 của Trung Quốc. Trong bối cảnh xã hội ngày càng chuyển dịch từ tiêu dùng vật chất sang tiêu dùng trải nghiệm, sự kết hợp này chính là điểm tăng trưởng mới (new growth pole) của tiêu dùng văn hóa, đồng thời trở thành phương tiện để củng cố vị thế của Trung Quốc trên bản đồ du lịch thế giới.

* Tạp chí Diễn đàn nhân dân, số 9-2025, tr:92-97

** Giáo sư Học viện Khoa học xã hội và nhân văn, Đại học Hàng không vũ trụ Bắc Kinh

Hệ thống chính sách và nền tảng pháp lý

Từ năm 2010, Trung Quốc đã xác định du lịch là ngành kinh tế trụ cột thông qua văn kiện Ý kiến về việc đẩy nhanh phát triển ngành du lịch. Trong các quy hoạch tiếp theo, đặc biệt là Quy hoạch phát triển ngành hàng không phổ thông (giai đoạn 2016-2030) và Kế hoạch 5 năm lần thứ 14, du lịch bay tầm thấp chính thức được đưa vào danh sách các ngành công nghiệp chiến lược mới nổi.

Bước ngoặt đáng chú ý diễn ra trong giai đoạn 2023-2024 khi Trung Quốc ban hành Quy định tạm thời về quản lý tàu bay không người lái, phản ánh xu hướng chuyển dịch từ quản lý tập trung nghiêm ngặt sang cơ chế phân cấp linh hoạt hơn. Sự thay đổi này tạo điều kiện cho các doanh nghiệp tham gia thị trường, mở ra hành lang pháp lý cần thiết để phát triển kinh tế tầm thấp một cách quy củ và bền vững. Chính sách này cũng mang lại luồng sinh khí mới cho ngành du lịch và định hình tiền đề pháp lý cho việc tích hợp sâu hơn các hoạt động du lịch với không gian tầm thấp, vốn là “vùng cấm” của các hoạt động dân dụng.

Những đặc điểm nổi bật của mô hình “Kinh tế tầm thấp kết hợp du lịch văn hóa”

Trước hết, việc mở cửa vùng trời đã thay đổi hoàn toàn cục diện khai thác tầm thấp. Trong nhiều thập kỷ, không phận thấp ở Trung Quốc bị kiểm soát nghiêm ngặt, nhưng chính sách gần đây đã chuyển hướng sang “mở cửa phân cấp”, tạo điều kiện cho các địa phương chủ động triển khai các dự án du lịch bay, giảm thiểu đáng kể thủ tục hành chính. Những thí điểm tại Hải Nam, Quý Châu đã cho thấy sức bật rõ rệt từ cơ chế này.

Thứ hai, Trung Quốc đã xây dựng một hệ thống quản lý tinh vi nhờ vào sự kết hợp của radar, giám sát điện tử, công nghệ số (dữ liệu lớn) và trí tuệ nhân tạo. Điều này không chỉ bảo đảm an toàn bay mà còn tối ưu hóa vận hành luồng khách du lịch, mở ra trải nghiệm cá nhân hóa và linh hoạt hơn cho du khách.

Thứ ba, đổi mới công nghệ thiết bị. Trước đây, các thiết bị bay tầm thấp như trực thăng, khinh khí cầu hay phương tiện bay không người lái (UAV) thường mang tính chất cao cấp, chi phí cao. Hiện nay, với sự phát triển của các công nghệ như eVTOL (phương tiện bay cất hạ cánh thẳng đứng bằng điện), Trung Quốc đang từng bước phổ cập hóa các phương tiện này, giảm thiểu chi phí vận hành và mở ra khả năng thương mại hóa rộng rãi.

Trong lĩnh vực du lịch, mô hình này đặc biệt chú trọng nâng cao trải nghiệm du lịch. Du lịch bay không chỉ dừng lại ở góc nhìn từ trên cao, mà còn được tích hợp các công nghệ như thực tế ảo (AR), quay phim 360 độ, cho phép du khách tham gia vào những trải nghiệm tương tác độc đáo với không gian văn hóa, lịch sử và thiên nhiên. Điều này mở ra những hình thức tiêu dùng văn hóa hoàn toàn mới, không thể có được từ các sản phẩm du lịch truyền thống.

Thứ tư, mô hình này được thiết kế theo hướng tích hợp chuỗi ngành. Không chỉ đơn thuần là ngành du lịch mà còn liên kết chặt chẽ với các ngành khác như khách sạn, thương mại điện tử, logistics..., tạo ra chuỗi giá trị đa ngành, đa tầng, tăng cường sức lan tỏa kinh tế.

Thứ năm, nâng cấp trải nghiệm văn hóa từ “truyền thống” lên “hội nhập và đổi mới”. Mô hình “Du lịch văn hóa tầm thấp” kết hợp một

cách khéo léo tinh hoa văn hóa địa phương với công nghệ bay tầm thấp, từ đó xây dựng một loạt sản phẩm du lịch giàu bản sắc. Lấy trải nghiệm bay làm cầu nối, mô hình này còn vận dụng công nghệ số để khai thác và thể hiện nội hàm văn hóa địa phương.

Một số thách thức hiện hữu

Mặc dù có tiềm năng rất lớn song mô hình này vẫn phải đối diện với hàng loạt thách thức phức tạp. *Trước hết*, thủ tục vận hành vẫn còn nhiều bất cập, đặc biệt trong phê duyệt bay không phận thấp cho các tuyến xuyên tỉnh. *Hai là*, hạ tầng hàng không phổ thông còn bất cập, phân bố không đồng đều, tập trung chủ yếu ở khu vực miền Đông, trong khi khu vực miền Tây và miền núi - vốn có tiềm năng du lịch phong phú - lại thiếu hụt nghiêm trọng cơ sở vật chất thiết yếu. *Ba là*, mô hình sản phẩm còn đơn điệu. Hiện nay, phần lớn các dịch vụ du lịch bay chỉ dừng lại ở việc tham quan từ trên cao, thiếu sự kết hợp sâu với tài nguyên văn hóa, ẩm thực, lịch sử, khiến khả năng kéo dài lưu trú và kích thích tiêu dùng văn hóa bị hạn chế. *Bốn là*, chi phí dịch vụ vẫn ở mức cao, dao động từ vài nghìn đến hàng chục nghìn nhân dân tệ, vượt xa khả năng chi tiêu của đại đa số du khách, làm hạn chế khả năng đưa loại hình du lịch này trở thành sản phẩm đại chúng. *Năm là*, nhận thức tiêu dùng còn thấp. Không ít người dân coi du lịch bay là đặc quyền của giới thượng lưu, trong khi công tác truyền thông, marketing còn chưa đủ mạnh để thay đổi định kiến xã hội. *Cuối cùng*, thiếu hụt nhân lực chuyên ngành. Các vị trí từ phi công, kỹ thuật viên bảo trì đến các nhà quản trị am hiểu cả hàng không lẫn du lịch đều khó tuyển dụng,

ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng dịch vụ và khả năng mở rộng quy mô ngành.

Giải pháp chiến lược

Trước những rào cản trên, Nhà nước Trung Quốc và các cấp có thẩm quyền cần thực hiện đồng bộ những giải pháp chiến lược sau: *Một là*, đơn giản hóa thủ tục phê duyệt bay không phận thấp bằng việc xây dựng nền tảng điện tử thống nhất, giảm thiểu thủ tục hành chính, rút ngắn thời gian phê duyệt, đồng thời nâng cao tính minh bạch và khả năng giám sát. *Hai là*, đầu tư mạnh mẽ vào “hạ tầng cứng” như sân bay nhỏ, bãi đỗ, trung tâm bảo dưỡng, cùng với nâng cao chất lượng dịch vụ mềm sẽ là nền tảng quan trọng để hiện thực hóa tiềm năng của du lịch không phận thấp. *Ba là*, đổi mới mô hình kinh doanh, phát triển các sản phẩm tích hợp “bay thấp kết hợp trải nghiệm mặt đất”, tạo ra các tour du lịch trọn gói gắn liền với các yếu tố văn hóa, lịch sử, thiên nhiên bản địa. *Bốn là*, xây dựng hệ sinh thái sản phẩm đa tầng, đa giá, tạo ra các sản phẩm phù hợp với từng phân khúc khách hàng, để du lịch tầm thấp không còn là đặc quyền của tầng lớp thượng lưu. *Năm là*, triển khai đẩy mạnh truyền thông, marketing số. Các nền tảng mạng xã hội, video ngắn, KOLs cần được tận dụng để lan tỏa giá trị, phá bỏ định kiến xã hội và tạo dựng nhận thức mới về tiềm năng du lịch bay tầm thấp. *Sáu là*, phát triển nguồn nhân lực chuyên ngành là chìa khóa then chốt. Việc thiết lập các chương trình đào tạo bài bản, chuẩn hóa tiêu chí và chứng nhận nghề nghiệp, xây dựng chính sách đãi ngộ hấp dẫn là điều kiện tiên quyết để bảo đảm chất lượng và sự phát triển bền vững cho ngành du lịch văn hóa chất lượng cao ■

NHƯ MAI tóm lược và giới thiệu