

KINH TẾ DI SẢN TRONG CHIẾN LƯỢC NGOẠI GIAO VĂN HÓA CỦA VIỆT NAM: TỪ BẢO TỒN ĐẾN PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG*

Nguyễn Nam Khánh**

Tóm tắt

Bài viết phân tích sự chuyển dịch trong cách tiếp cận di sản tại Việt Nam, từ bảo tồn thuần túy sang khai thác di sản như một nguồn lực chiến lược cho ngoại giao văn hóa và phát triển bền vững. Trên nền tảng lý thuyết liên ngành kết hợp giữa kinh tế di sản, sức mạnh mềm và các Mục tiêu Phát triển bền vững (SDGs), bài viết khẳng định vai trò ngày càng rõ nét của kinh tế di sản như một trụ cột trong chiến lược phát triển quốc gia và xây dựng thương hiệu quốc gia. Phân tích tập trung vào sự chuyển biến trong tư duy chính sách, khung thể chế và vai trò dẫn dắt của ngành Ngoại giao trong vận động quốc tế, huy động nguồn lực và kết nối đa ngành. Bên cạnh việc làm rõ những kết quả nổi bật, bài viết cũng chỉ ra các thách thức trong cân bằng giữa bảo tồn và phát triển. Trên cơ sở đó, bài viết đề xuất một số định hướng chính sách nhằm phát huy hiệu quả tiềm năng của kinh tế di sản, đóng góp thiết thực cho mục tiêu phát triển bền vững và nâng cao vị thế Việt Nam trong kỷ nguyên mới.

Từ khóa: Kinh tế di sản, ngoại giao văn hóa, sức mạnh mềm, phát triển bền vững, chính sách văn hóa, ngoại giao, Việt Nam.

* Bài viết là sản phẩm của đề tài nghiên cứu cấp Bộ: “Quan hệ Việt Nam và UNESCO từ năm 1976 đến năm 2025”.

** ThS., Cục Ngoại vụ và Ngoại giao văn hóa, Bộ Ngoại giao.

Mở đầu

Trong kỷ nguyên toàn cầu hóa và trước những bất ổn địa chính trị, nhu cầu thúc đẩy hình ảnh và ảnh hưởng quốc gia đã trở thành một xu hướng mới. Trong bối cảnh đó, văn hóa ngày càng được nhìn nhận như nguồn lực chiến lược, một dạng thức sức mạnh mềm. Trong đó, di sản nổi bật như một nguồn tài sản đặc biệt, kết tinh giá trị lịch sử, bản sắc và sáng tạo dân tộc. Tư duy tiếp cận di sản đang chuyển dịch rõ nét từ bảo tồn tĩnh sang khai thác chủ động, xem di sản như nguồn vốn phát triển thay vì chỉ là chi phí bảo tồn. Kinh tế di sản đang chứng minh tiềm năng hiện thực hóa tăng trưởng kinh tế, xây dựng thương hiệu quốc gia và thúc đẩy ngoại giao văn hóa.

Nhiều quốc gia đã thành công trong “vốn hóa” di sản, tạo ra giá trị kinh tế lớn, lan tỏa hình ảnh quốc gia sáng tạo và phát triển bền vững. I-ta-li-a, một cường quốc với hơn 50 di sản được Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa của Liên hợp quốc (UNESCO) công nhận, ghi nhận mức tăng thu nhập bình quân đầu người khoảng 2% và giá trị bất động sản cao cấp tăng 10% trong vòng 5 năm sau khi di sản được vinh danh.¹ Nhật Bản chứng kiến thị trường du lịch di sản đạt 31 tỷ đô-la trong năm 2024, Trung Quốc thu về doanh thu hơn 220 triệu đô-la trong năm 2017 từ sản phẩm sáng tạo tại Bảo tàng Cố cung. Tại Đức, 18 Khu Dự trữ sinh quyển thế giới tạo ra 3,84 tỷ ơ-rô doanh thu và hơn 77.000 việc làm từ du lịch sinh thái.²

¹ Enrico Bertacchini, Franco Revelli, and Roberto Zotti, “The Economic Impact of UNESCO World Heritage: Evidence from Italy,” *Regional Science and Urban Economics*, 1/7/2024, <https://www.siepwweb.it/siepw/wp/en/en/the-economic-impact-of-unesco-world-heritage-evidence-from-italy/>.

² Hubert Job, Lisa Majewski, Manuel Woltering, and Barbara Engels, *Economic Analysis of Visitation in UNESCO Biosphere Reserves: International Standards of Economic Analysis and Their Implementation in the Case of Germany*, BfN-Schriften 696 (Bonn: Federal Agency for Nature Conservation (BfN), 2024), 5.

Kinh tế di sản được nhiều nước trên thế giới khai thác từ lâu, nhưng ở Việt Nam vẫn là khái niệm mới trong giai đoạn định hình. Là quốc gia sở hữu hệ thống di sản phong phú, việc khai thác kinh tế di sản mới chỉ tập trung chủ yếu vào du lịch, chưa được đặt đúng vị trí trong tổng thể chiến lược phát triển và hội nhập quốc tế. Thực tế, Việt Nam đang bước vào giai đoạn chuyển đổi tư duy và chính sách, định vị kinh tế di sản như một trụ cột mới trong chiến lược phát triển bền vững và ngoại giao văn hóa. Tuy nhiên, tiến trình này còn đối mặt với những thách thức về thể chế, nguồn lực và hài hòa lợi ích giữa các bên liên quan.

Bài viết này tiếp cận vấn đề từ góc độ liên ngành, phân tích sự chuyển dịch chính sách, vai trò kiến tạo của ngành Ngoại giao và đề xuất một số hàm ý chính sách nhằm phát huy tối đa tiềm năng của kinh tế di sản trong bối cảnh hội nhập sâu rộng và hướng tới phát triển toàn diện.

Cơ sở lý luận và thực tiễn về vai trò của kinh tế di sản trong phát huy ngoại giao văn hóa của quốc gia

Để phân tích toàn diện vai trò của kinh tế di sản trong chiến lược phát triển và đối ngoại của Việt Nam, bài viết sử dụng khung lý thuyết liên ngành, tích hợp ba trụ cột: kinh tế học di sản, thuyết sức mạnh mềm trong quan hệ quốc tế và các nguyên tắc phát triển bền vững. Khung lý thuyết không chỉ cung cấp nền tảng khái niệm, mà còn làm rõ mối quan hệ giữa bảo tồn - phát triển - đối ngoại, qua đó lý giải quá trình chuyển đổi tư duy của Việt Nam từ tiếp cận bảo tồn đơn ngành sang khai thác di sản như nguồn lực đa mục tiêu, vừa thúc đẩy tăng trưởng, vừa nâng tầm vị thế quốc gia, đồng thời đáp ứng các cam kết phát triển bền vững.

Khái niệm kinh tế di sản

Kinh tế di sản (*heritage economics*) là một lĩnh vực nghiên cứu liên ngành, tập trung vào việc quản lý và khai thác các tài sản văn hóa,

lịch sử và thiên nhiên nhằm tạo ra giá trị kinh tế song song với bảo tồn bền vững. Bản chất của lĩnh vực này nằm ở giả định rằng di sản mang lại sự thỏa dụng cho cá nhân và cộng đồng thông qua các giá trị biểu tượng, thẩm mỹ, lịch sử, tâm linh và chính những giá trị này có thể được chuyển hóa thành giá trị kinh tế. Cách tiếp cận này, được khởi xướng bởi các học giả như David Throsby và thể chế tài chính như Ngân hàng Thế giới, đã góp phần định hình lại nhận thức truyền thống về di sản, từ chỗ được xem là gánh nặng chi phí đối với ngân sách nhà nước, di sản ngày nay được nhìn nhận như một loại tài sản có khả năng sinh lợi, một hình thức “vốn văn hóa” đặc biệt phục vụ cho phát triển kinh tế - xã hội.³

Quá trình chuyển hóa này được gọi là “vốn hóa” (*capitalization*) di sản một cách có chủ đích. Theo khung phân tích của Throsby, di sản có thể tồn tại và phát triển qua ba giai đoạn trong chuỗi giá trị. Tài nguyên văn hóa (*cultural resources*) là giai đoạn sơ khởi nhất, bao gồm toàn bộ các di sản vật thể và phi vật thể do các thế hệ trước để lại, song phần lớn chưa được nhận diện, nghiên cứu hoặc đánh giá đầy đủ, là tiềm năng chưa được khai thác. Tài sản văn hóa (*cultural assets*) là khi một tài nguyên được nghiên cứu, đánh giá khoa học và xác lập giá trị, nó trở thành tài sản văn hóa. Giai đoạn này đòi hỏi sự đầu tư đáng kể về tri thức và tài chính để khẳng định giá trị của di sản. Vốn văn hóa (*cultural capital*) là giai đoạn cao nhất khi tài sản văn hóa được tích hợp vào các chuỗi giá trị sản xuất, đặc biệt trong các ngành công nghiệp văn hóa, du lịch, sáng tạo, nhằm tạo ra giá trị gia tăng và các dòng lợi ích kinh tế - xã hội một cách bền vững.

³ David Throsby, “Heritage Economics: A Conceptual Framework,” *The Economics of Uniqueness: Investing in Historic City Cores and Cultural Heritage Assets for Sustainable Development*, Guido Licciardi, Rana Amirtahmasebi (Washington, DC: World Bank Publications, 2012), 47-48.

Việc chuyên hóa từ “tài nguyên” sang “tài sản” và cuối cùng là “vốn” không diễn ra tự phát, mà đòi hỏi đầu tư có hệ thống trên ba phương diện tri thức (nghiên cứu, quy hoạch) - tài chính (bảo tồn, hạ tầng) - thể chế (chính sách, pháp luật, cơ chế quản lý). Đây là mấu chốt để phân biệt giữa quốc gia đơn thuần “sở hữu” di sản và quốc gia thực sự “phát huy” được giá trị của di sản. Việt Nam là quốc gia giàu tiềm năng di sản, cần vượt qua cách tiếp cận sở hữu thuần túy để hướng tới phát huy giá trị - đưa di sản từ “báu vật ngủ yên” thành động lực phát triển bền vững và công cụ nâng cao vị thế quốc gia.

Di sản và sức mạnh mềm

Học giả Joseph Nye đã đưa ra khái niệm “sức mạnh mềm” (*soft power*) để chỉ khả năng một quốc gia gây ảnh hưởng và định hình hành vi của các chủ thể khác thông qua sức hấp dẫn văn hóa, giá trị chính trị và chính sách đối ngoại thay vì sử dụng biện pháp cưỡng chế hoặc vũ lực. Trong đó, văn hóa được xem là một trong những trụ cột quan trọng nhất của sức mạnh mềm và được lan tỏa ra bên ngoài thông qua công cụ then chốt là ngoại giao văn hóa (*cultural diplomacy*).⁴

Di sản với tư cách là biểu tượng cô đọng các giá trị lịch sử và bản sắc dân tộc từ lâu đã đóng vai trò chiến lược trong hoạt động ngoại giao văn hóa. Tuy nhiên, trong bối cảnh hiện nay, di sản không chỉ là “nội dung” để truyền tải thông điệp văn hóa mà còn trở thành “nguồn lực” trong mối quan hệ cộng sinh giữa kinh tế di sản và ngoại giao văn hóa, hình thành nên “vòng xoay ngoại giao - kinh tế” có tính chất tương hỗ và khuếch đại lẫn nhau. Một mặt, hoạt động ngoại giao văn hóa, đặc biệt là việc vận động thành công để một di sản được UNESCO công nhận chính là cú hích mạnh mẽ thúc đẩy quá trình “vốn hóa” di sản. Danh hiệu quốc

⁴ Joseph S. Nye, Jr., *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (New York: PublicAffairs, 2004), 11.

tế không chỉ khẳng định giá trị di sản trên bình diện toàn cầu mà còn đóng vai trò như một công cụ truyền thông và định vị thương hiệu quốc gia. Việc di sản được UNESCO vinh danh giúp thu hút sự chú ý của du khách, nhà đầu tư, cũng như các nguồn tài trợ và hợp tác kỹ thuật, từ đó gia tăng giá trị kinh tế và độ lan tỏa của di sản. Mặt khác, sự phát triển thành công của kinh tế di sản lại cung cấp những “sản phẩm” và “câu chuyện” sống động cho hoạt động ngoại giao văn hóa. Mỗi khu du lịch di sản, lễ hội văn hóa phi vật thể, sản phẩm thủ công truyền thống hay ngành công nghiệp sáng tạo đều là minh chứng cụ thể cho các giá trị quốc gia như sáng tạo, bản sắc, năng lực quản trị và hội nhập văn hóa toàn cầu.

Thực tiễn đã cho thấy hiệu quả của mối quan hệ hai chiều này. Các di sản được UNESCO công nhận như vịnh Hạ Long, Quần thể danh thắng Tràng An hay Phố cổ Hội An không chỉ tạo nên sức hút lớn về du lịch, mang lại doanh thu hàng nghìn tỷ đồng và hàng triệu việc làm, mà còn củng cố hình ảnh Việt Nam năng động, giàu bản sắc và hội nhập. Từ đó, tạo nền tảng thuận lợi cho các hoạt động đối ngoại, xây dựng vị thế và nâng cao uy tín quốc tế.

Di sản và phát triển bền vững

Một trong những thách thức cốt lõi của kinh tế di sản là mâu thuẫn tiềm tàng giữa mục tiêu bảo tồn và phát triển. Việc khai thác kinh tế quá mức có thể dẫn đến thương mại hóa, làm suy giảm các giá trị nguyên bản của di sản, thậm chí phá hủy chính nguồn “vốn văn hóa” mà sự phát triển ấy dựa vào. Ngược lại, nếu bảo tồn theo hướng cực đoan, tách rời khỏi đời sống kinh tế - xã hội, di sản sẽ dần mất đi tính sống động, không mang lại lợi ích thiết thực cho cộng đồng và khó duy trì lâu dài do thiếu nguồn lực đầu tư.

Nhằm dung hòa hai mục tiêu tưởng như đối lập này, UNESCO đã xây dựng khung “Chính sách lồng ghép phát triển bền vững vào các quy

trình của Công ước Di sản thế giới,” được thông qua năm 2015. Văn kiện khẳng định rằng di sản không chỉ tương thích, mà còn có thể trở thành động lực của phát triển bền vững, dựa trên ba trụ cột chính: bền vững môi trường, phát triển xã hội và tăng trưởng kinh tế bao trùm. Theo hướng tiếp cận này, văn hóa và di sản có thể đóng góp trực tiếp hoặc gián tiếp vào nhiều Mục tiêu Phát triển Bền vững (SDGs) của Liên hợp quốc. Đáng chú ý nhất là SDG 11.4 về “Tăng cường nỗ lực bảo vệ và gìn giữ di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới.” Ngoài ra, di sản còn góp phần thúc đẩy SDG 1 (xóa đói giảm nghèo) thông qua tạo sinh kế cho cộng đồng địa phương, SDG 8 (tăng trưởng kinh tế và việc làm bền vững) thông qua phát triển du lịch và dịch vụ liên quan, SDG 11 (xây dựng các thành phố và cộng đồng bền vững) và SDG 16 (thúc đẩy hòa bình) khi di sản trở thành nền tảng cho đối thoại văn hóa và sự hiểu biết lẫn nhau.⁵

Khung chính sách của UNESCO cung cấp một hệ quy chiếu lý luận và thực tiễn nhằm giải quyết mâu thuẫn giữa bảo tồn và phát triển một cách cân bằng. Nó chỉ rõ rằng phát triển không bền vững chẳng hạn như du lịch đại trà gây áp lực môi trường, hay các dự án kinh tế loại trừ cộng đồng sẽ làm tổn hại đến chính nền tảng di sản. Ngược lại, bảo tồn mà không gắn với phát triển kinh tế - xã hội sẽ làm giảm khả năng tái đầu tư và gắn kết cộng đồng, khiến di sản trở nên “đóng băng” trong quá khứ. Vì vậy, phát triển bền vững không phải là một lựa chọn, mà là con đường tất yếu để kinh tế di sản có thể tồn tại và phát triển lâu dài, hài hòa giữa lợi ích kinh tế, trách nhiệm bảo tồn và công bằng xã hội.

Quan hệ Việt Nam - UNESCO

Mối quan hệ giữa Việt Nam và UNESCO đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển và nâng cao giá trị di sản của Việt Nam trên trường

⁵ World Heritage Centre, “World Heritage and Sustainable Development,” UNESCO, <https://whc.unesco.org/en/sustainabledevelopment/>.

quốc tế. Kể từ khi trở thành thành viên chính thức của UNESCO vào năm 1976, ngay sau khi đất nước thống nhất, Việt Nam đã thể hiện mình là một thành viên tích cực, có trách nhiệm và ngày càng chủ động. Mối quan hệ này đã trải qua một quá trình phát triển rõ rệt, từ việc chủ yếu nhận hỗ trợ tài chính và kỹ thuật trong những năm đầu, đến nay Việt Nam đã trở thành đối tác chiến lược, đóng góp tích cực vào các cơ chế và sáng kiến của UNESCO.

Sự trưởng thành của mối quan hệ này được thể hiện qua số lượng và chất lượng các danh hiệu UNESCO mà Việt Nam đạt được. Đến nay, Việt Nam đã có 73 danh hiệu được UNESCO công nhận trên nhiều lĩnh vực, từ Di sản thế giới, Khu dự trữ sinh quyển, Công viên địa chất toàn cầu, đến Di sản tư liệu, Thành phố học tập toàn cầu, Thành phố sáng tạo và Danh nhân Văn hóa thế giới. Đặc biệt, số lượng các danh hiệu di sản gia tăng nhanh trong hai thập niên qua, việc tham gia, làm thành viên của các Công ước UNESCO về Văn hóa và Chương trình trong các lĩnh vực Giáo dục, Khoa học, Thông tin, phản ánh sự thay đổi trong nhận thức và chiến lược của Đảng và Nhà nước về vai trò, vị trí của di sản trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội và hội nhập quốc tế.

Việc Việt Nam được tín nhiệm bầu vào các cơ quan điều hành quan trọng của UNESCO, gần đây nhất là Ủy ban Di sản thế giới nhiệm kỳ 2023-2027, không chỉ là thành công về mặt ngoại giao, mà còn khẳng định vị thế và năng lực của Việt Nam trong việc tham gia định hình các chuẩn mực và chính sách toàn cầu về di sản. Hợp tác chặt chẽ và hiệu quả với UNESCO đã tạo ra “bộ phóng” giúp các di sản của Việt Nam được “vốn hóa”, nâng cao giá trị thương hiệu và mở ra cơ hội phát triển mới.

Chính sách và thực tiễn kinh tế di sản tại Việt Nam

Việt Nam trải qua một quá trình chuyển đổi mạnh mẽ trong chính sách, thể chế và thực tiễn về kinh tế di sản. Từ một quốc gia chủ yếu chú

trọng vào bảo tồn, Việt Nam đang dần chuyển mình để nhìn nhận di sản không chỉ là một tài sản văn hóa, mà còn là nguồn lực kinh tế và công cụ của sức mạnh mềm. Quá trình này diễn ra trên cả ba cấp độ: được thúc đẩy bởi quan hệ quốc tế, được định hình thể chế qua các văn bản pháp luật và chiến lược, chính sách quốc gia, đồng thời được chứng minh qua những kết quả kinh tế - xã hội cụ thể tại các địa phương.

Chuyển dịch trong tư duy chính sách và thể chế

Quá trình hoạch định chính sách di sản tại Việt Nam đã chứng kiến sự chuyển dịch quan trọng từ tư duy “bảo tồn tĩnh” sang “bảo tồn động.” Trong giai đoạn đầu, các chính sách tiêu biểu như Luật Di sản văn hóa năm 2001 (sửa đổi và bổ sung năm 2009), đã chủ động tiếp thu tinh thần và nội dung của Công ước UNESCO 1972 về Bảo vệ Di sản thế giới ngay trong quá trình Việt Nam đàm phán gia nhập, tập trung vào khoanh vùng, bảo vệ, kiểm kê và xếp hạng di tích, ngăn chặn xuống cấp và thất thoát di sản, coi di sản như đối tượng cần được bảo vệ, tách biệt khỏi hoạt động phát triển kinh tế.⁶

Một bước ngoặt trong tư duy diễn ra khi quan điểm của Đảng nhấn mạnh vai trò của văn hóa không chỉ là nền tảng tinh thần, mà còn là “động lực” và “nguồn lực nội sinh” cho sự phát triển. Nghị quyết số 33-NQ/TW của Ban Chấp hành Trung ương khóa XI (2014) lần đầu tiên đưa ra yêu cầu phát triển công nghiệp văn hóa gắn với xây dựng thị trường văn hóa, đồng thời nhấn mạnh việc “giải quyết hài hòa giữa bảo tồn và phát triển kinh tế - xã hội.” Tư duy này tiếp tục được thể chế hóa thông qua các văn bản chiến lược quốc gia, như “Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến

⁶ Nguyễn Hồng Diên, “Kinh tế di sản trong bối cảnh hội nhập quốc tế của Việt Nam hiện nay,” *Kỷ yếu Hội thảo khoa học, Phát triển kinh tế di sản ở tỉnh Quảng Ninh: Từ nhận thức, tư duy đến tổ chức thực hiện* (Quảng Ninh: Tỉnh ủy Quảng Ninh, Hội đồng Lý luận Trung ương, Bộ Biên tập Tạp chí Cộng sản, 2024), 15.

năm 2030” và “Chiến lược Ngoại giao văn hóa đến năm 2030,” chính thức định vị di sản là một phần quan trọng của nền kinh tế quốc dân và nội dung ưu tiên trong công tác đối ngoại.

Việc Quốc hội thông qua Luật Di sản văn hóa (sửa đổi, 2024) với nhiều điểm mới là một cột mốc quan trọng, giải quyết vấn đề thực tiễn, làm rõ các hình thức sở hữu di sản, tạo cơ sở cho việc huy động nguồn lực xã hội, thúc đẩy hợp tác công tư (PPP) và xã hội hóa, cho phép các dự án phát triển hài hòa trong khu vực di sản; trao quyền quản lý, bảo tồn và phát huy di sản cho chính quyền sở tại. Ngoài ra, Quốc hội cũng ban hành Nghị quyết số 162/2024/QH15 ngày 27/11/2024, phê duyệt Chương trình mục tiêu quốc gia phát triển văn hóa giai đoạn 2025-2035 với nguồn ngân sách hơn 122.000 tỷ đồng, tạo thêm động lực thể chế để bổ sung các khung khổ pháp lý về di sản. Những bước tiến trên khẳng định rằng di sản không chỉ để bảo tồn mà còn là tài sản chiến lược, nguồn lực đặc biệt cho phát triển kinh tế - xã hội, du lịch bền vững và công nghiệp văn hóa trong thời kỳ hội nhập quốc tế.

Tác động của kinh tế di sản tại Việt Nam

Nhờ sự chuyển dịch mạnh mẽ trong tư duy và chính sách, kinh tế di sản tại Việt Nam đang từng bước khẳng định vai trò như một động lực tăng trưởng đa ngành. Giá trị kinh tế của di sản không còn giới hạn trong lĩnh vực du lịch, mà đang dần hình thành mô hình “kinh tế di sản toàn diện”, nơi nhiều nguồn lực cùng hội tụ và tạo ra các chuỗi giá trị lan tỏa.

Trong lĩnh vực du lịch, các di sản đang trở thành điểm đến hấp dẫn, thu hút lượng lớn du khách trong và ngoài nước. Năm 2024, Việt Nam đón khoảng 17,5 triệu lượt khách quốc tế, với tổng thu từ du lịch đạt 840 nghìn tỷ đồng; trong đó, các điểm đến gắn với di sản đóng vai trò chủ lực. Quần thể danh thắng Tràng An, với mô hình du lịch cộng đồng đặc sắc, đã thu hút gần 7,7 triệu lượt khách trong 10 tháng đầu năm

2024, mang về doanh thu khoảng 9.000 tỷ đồng và tạo sinh kế bền vững cho hàng nghìn người dân, đặc biệt là phụ nữ và trẻ em gái. Vịnh Hạ Long - Quần đảo Cát Bà tiếp tục khẳng định là một thương hiệu quốc tế, đón khoảng 10,6 triệu lượt khách đến thành phố Hạ Long, với tổng doanh thu lên tới 23.320 tỷ đồng, đồng thời tạo ra hàng chục nghìn việc làm trong các ngành dịch vụ liên quan. Quần thể di tích Cố đô Huế cũng ghi nhận nguồn thu đáng kể hơn 422 tỷ đồng tiền vé tham quan trong năm 2024 và tác động lan tỏa đến các lễ hội, ngành thủ công truyền thống cũng như ẩm thực cung đình.⁷

Tuy nhiên, để hiểu một cách đầy đủ về đóng góp của kinh tế di sản, cần vượt ra khỏi khuôn khổ du lịch để nhận diện những dòng lợi ích khác mà danh hiệu và công tác bảo tồn di sản mang lại. Một lĩnh vực tiêu biểu là Chi trả dịch vụ môi trường rừng (PFES) - một cơ chế tài chính cho phép các đối tượng hưởng lợi từ dịch vụ môi trường (như thủy điện, du lịch) đóng góp một phần doanh thu trở lại cho việc bảo vệ rừng. Chính sách PFES, được triển khai toàn quốc từ năm 2011, đã tạo ra một nguồn tài chính bền vững ngoài ngân sách nhà nước, mang lại hàng nghìn tỷ đồng mỗi năm. Các khu di sản thiên nhiên và khu dự trữ sinh quyển với diện tích rừng lớn, giá trị sinh thái cao là những đối tượng hưởng lợi rõ rệt. Vườn Quốc gia Cát Tiên thu về hàng chục tỷ đồng mỗi năm thông qua cơ chế PFES, một phần trong đó được tái đầu tư cho bảo tồn di sản. Cơ chế này không chỉ tạo nguồn thu bền vững mà còn góp phần nâng cao thu nhập và sinh kế cho cộng đồng sống phụ thuộc vào rừng.⁸

⁷ Xuân Trường, “2024 - Năm khởi sắc của du lịch Việt Nam,” *Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch*, 1/1/2025, <https://bvhttdl.gov.vn/2024-nam-khoi-sac-cua-du-lich-viet-nam-20250102081702859.htm>.

⁸ Tran Thi Thu Ha, “Sustainable finance strategy of Cat Tien National Park for the period 2021-2030,” Report to UNIQUE for the GIZ/MARD Programme on Conservation and Sustainable Use of Forest Biodiversity & Ecosystem Services in Viet Nam, 11/2021, 15.

Thị trường tín chỉ các-bon là một lĩnh vực mới nổi có nhiều tiềm năng. Trước cam kết đạt mức phát thải ròng bằng 0 vào năm 2050, Việt Nam đang xây dựng thị trường các-bon nội địa, dự kiến vận hành từ năm 2028 sau giai đoạn thí điểm 2025-2027. Việc bán thành công 10,3 triệu tín chỉ các-bon rừng cho Ngân hàng Thế giới với giá trị 51,5 triệu đô-la (tương đương 1.346 tỷ đồng) trong năm 2023 cho thấy tiềm năng kinh tế rõ rệt của lĩnh vực này. Các khu di sản có rừng giàu trữ lượng như Vườn Quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng hay Khu Dự trữ sinh quyển Tây Nghệ An là những “bể chứa các-bon” quy mô lớn, có khả năng tạo ra hàng triệu tín chỉ cho thị trường trong nước và quốc tế, mở ra một nguồn tài chính dài hạn cho công tác bảo tồn và phát triển sinh kế xanh.⁹

Bên cạnh đó, di sản còn góp phần kích thích tiêu dùng và phát triển sản phẩm địa phương thông qua các chương trình như OCOP (One Commune One Product - mỗi xã một sản phẩm), Nhãn Di sản, hay Nhãn Sinh quyển. Nhờ thương hiệu và lượng khách du lịch lớn, các khu di sản trở thành “thị trường tại chỗ” lý tưởng để tiêu thụ sản phẩm địa phương. Sự gắn kết giữa sản phẩm OCOP và câu chuyện văn hóa - địa danh không chỉ nâng cao giá trị thương mại, mà còn gia tăng trải nghiệm văn hóa cho du khách. Tại Quảng Ninh, các hội chợ OCOP gắn với di sản đã trở thành sự kiện kinh tế - văn hóa thường niên, với doanh thu hàng chục tỷ đồng mỗi kỳ, khẳng định sức tiêu thụ mạnh mẽ của sản phẩm có nguồn gốc xuất xứ từ các Khu di sản.

Vì vậy, tác động kinh tế của di sản tại Việt Nam cần được nhìn dưới lăng kính đa chiều, không chỉ như điểm đến du lịch, mà còn là nền tảng cho phát triển xanh, kích thích sản xuất - tiêu dùng địa phương và nâng cao bảo tồn bền vững.

⁹ Vũ Thành, Hải Chung, “Tiềm năng kinh doanh tín chỉ carbon rừng,” *Báo Nhân Dân*, 3/11/2023, <https://nhandan.vn/tiem-nang-kinh-doanh-tin-chi-cac-bon-rung-post-780816.html>.

Thách thức trong phát triển kinh tế di sản tại Việt Nam

Bên cạnh những thành tựu đáng ghi nhận, quá trình phát triển kinh tế di sản tại Việt Nam cũng đối mặt với nhiều thách thức. Nếu không được giải quyết một cách khoa học và hài hòa, những vấn đề này không chỉ cản trở việc khai thác hiệu quả tiềm năng của di sản, mà còn có nguy cơ làm suy giảm giá trị lâu dài của chính các di sản đó.

Thách thức nổi bật nhất là mâu thuẫn giữa “bảo tồn” và “phát triển”. Dù ngay từ đầu chính sách hướng đến sự cân bằng, nhưng thực tiễn tại nhiều khu di sản vẫn ghi nhận tình trạng thương mại hóa dẫn đến quá tải du lịch và phá vỡ cảnh quan. Việc không kiểm soát chặt chẽ xây dựng cơ sở lưu trú, nhà hàng và dịch vụ ở một số nơi không chỉ làm biến dạng yếu tố nguyên gốc mà còn đe dọa tính chân thực và toàn vẹn của di sản. Áp lực ngày càng gia tăng từ lượng du khách cũng gây ra những hệ lụy môi trường như ô nhiễm, rác thải và các công trình kiến trúc bị xuống cấp.

Bên cạnh đó còn tồn tại những hạn chế về nguồn lực và thể chế. Ngân sách nhà nước dành cho bảo tồn và tu bổ di sản còn hạn hẹp so với nhu cầu thực tế. Trong khi đó, cơ chế huy động nguồn lực xã hội hóa vẫn chưa thực sự hiệu quả dù đã được nhấn mạnh trong nhiều chính sách, do vướng mắc thể chế và thiếu các khuyến khích cụ thể. Cơ sở hạ tầng, dịch vụ, nguồn nhân lực tại nhiều điểm di sản, đặc biệt ở vùng sâu, vùng xa, chưa đồng bộ và thiếu chuyên nghiệp. Đồng thời, hệ thống pháp luật vẫn tồn tại sự chông chéo giữa các luật chuyên ngành (di sản, du lịch, đất đai, đầu tư), gây khó khăn cho các nhà đầu tư và các bên liên quan.

Vai trò của ngành Ngoại giao trong phát triển kinh tế di sản

Trong bối cảnh Việt Nam đẩy mạnh hội nhập quốc tế và xác định di sản là một nguồn lực chiến lược, vai trò của ngành Ngoại giao đã có sự chuyển biến sâu sắc, đặc biệt khi Bộ Ngoại giao là cơ quan thường

trực của Ủy ban Quốc gia UNESCO Việt Nam. Từ vị trí truyền thống là “người giới thiệu và quảng bá”, ngành Ngoại giao đã dần đảm nhận vai trò “kiến tạo”, “dẫn dắt” và “xúc tác” trong việc phát huy giá trị di sản theo hướng bền vững. Đặc biệt, ngành Ngoại giao ngày càng tham gia chủ động vào việc tạo dựng giá trị mới cho di sản, kết nối nguồn lực trong và ngoài nước, hỗ trợ địa phương trong nâng cao năng lực thể chế, xây dựng thương hiệu và thu hút đầu tư phát triển. Đây là sự phát triển tất yếu, phản ánh đóng góp ngày càng thực chất của ngoại giao văn hóa vào chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của đất nước.

Ngoại giao đã thể hiện vai trò “kiến trúc sư chính sách”, tham gia định hình tư duy chiến lược quốc gia về kinh tế di sản. Thay vì chỉ thực thi chính sách đối ngoại, Bộ Ngoại giao đã chủ động tham mưu lồng ghép nội dung kinh tế di sản vào các chiến lược phát triển ở cấp quốc gia và địa phương. Thông qua việc nghiên cứu, tiếp thu và chia sẻ kinh nghiệm quốc tế, ngành Ngoại giao đóng góp quan trọng giúp định hình các chính sách đổi mới, chuyển từ tư duy “bảo tồn tĩnh” sang “bảo tồn động”, đồng thời thúc đẩy việc tích hợp các yếu tố phát triển bền vững, kinh tế tuần hoàn, chuyển đổi số và sáng tạo văn hóa vào công tác quản trị di sản. Những đóng góp này giúp chính sách di sản của Việt Nam vừa phù hợp với thực tiễn trong nước, vừa tiệm cận với các chuẩn mực và khuyến nghị toàn cầu, đặc biệt là hệ thống công ước của UNESCO.

Trên các diễn đàn song phương và đa phương, ngành Ngoại giao đã phát huy hiệu quả vai trò “vận động quốc tế”. Việc vận động ghi danh di sản từ chỗ là mang tính kỹ thuật đơn thuần đã trở thành những chiến dịch ngoại giao bài bản, gắn với chiến lược nâng cao vị thế quốc gia. Thành công của việc chuyển các hồ sơ như Công viên địa chất toàn cầu Lạng Sơn hay Di sản thế giới Quần thể danh thắng Yên Tử - Vĩnh Nghiêm - Côn Sơn - Kiếp Bạc từ khuyến nghị “không ghi danh” sang được ghi danh là minh chứng cho năng lực vận động, đàm phán và xây dựng đồng

thuận của ngoại giao Việt Nam. Những kết quả này không chỉ mang lại danh hiệu cho địa phương, mà còn góp phần gia tăng uy tín chính trị, sức hấp dẫn thương hiệu quốc gia và khả năng cạnh tranh trên trường quốc tế.

Ngoại giao cũng đóng vai trò quan trọng trong “kết nối nguồn lực và đối tác” chuyên gia, huy động tri thức và hỗ trợ quốc tế phục vụ cho bảo tồn và phát triển di sản. Thông qua kênh hợp tác với UNESCO, Hội đồng quốc tế về Di tích và di chỉ (ICOMOS), Liên minh Bảo tồn thiên nhiên quốc tế (IUCN) và nhiều tổ chức quốc tế khác, Bộ Ngoại giao đã hỗ trợ và tư vấn cho các địa phương từ việc xây dựng hồ sơ, phục dựng di tích cho đến thiết kế mô hình quản trị bền vững. Ví dụ điển hình là sự phối hợp với chuyên gia ICOMOS trong dự án phục dựng Điện Kính Thiên tại Hoàng thành Thăng Long, hay hỗ trợ cho hồ sơ đề cử quần thể di tích Yên Tử. Đồng thời, ngành Ngoại giao đã thúc đẩy hợp tác với các quốc gia như Ấn Độ, Pháp, I-ta-li-a, Nhật Bản, và vận động các tập đoàn lớn trong nước tham gia bảo tồn, qua đó hình thành những mô hình hợp tác công - tư hiệu quả, giảm gánh nặng ngân sách và tăng cường tính bền vững trong quản lý di sản.

Với vai trò điều phối chính sách đối ngoại toàn diện, ngành Ngoại giao đã giúp “đào tạo, lan tỏa và hỗ trợ địa phương”, gắn kết hoạt động ngoại giao với chiến lược phát triển di sản. Các chương trình như “Tuần/Ngày Việt Nam ở nước ngoài”, “Meet Korea” (Gặp gỡ Hàn Quốc), “Meet Japan” (Gặp gỡ Nhật Bản) được tổ chức thành công trong thời gian qua đã trở thành nền tảng để quảng bá trực tiếp các sản phẩm văn hóa, lễ hội, làng nghề và sản phẩm OCOP ra quốc tế. Bên cạnh đó, thông qua việc phối hợp tổ chức các khóa đào tạo, hội thảo chuyên đề với UNESCO và các đối tác quốc tế, ngành Ngoại giao còn góp phần nâng cao năng lực cho đội ngũ cán bộ địa phương từ quản lý di sản, phát triển sản phẩm, đến kỹ năng hội nhập quốc tế. Nhờ đó, mỗi địa phương có di sản ngày càng có đủ năng lực trở thành “đại sứ văn hóa” của Việt Nam trên thế giới.

Hàm ý chính sách và định hướng tương lai

Để hiện thực hóa tiềm năng to lớn của kinh tế di sản và đưa lĩnh vực này trở thành một động lực tăng trưởng bền vững đồng thời là trụ cột của sức mạnh mềm quốc gia, Việt Nam cần áp dụng cách tiếp cận chiến lược, đồng bộ và hiệu quả hơn. Phân tích cho thấy bên cạnh các cơ hội là những thách thức phức tạp, đòi hỏi những giải pháp chính sách đột phá và mang tầm nhìn dài hạn.

Về thể chế và tài chính, dù Luật Di sản văn hóa (sửa đổi 2024) đã tạo bước đột phá thể chế, việc triển khai thực tế vẫn đòi hỏi hoàn thiện hệ thống văn bản dưới luật, nhất là các Nghị định về hợp tác công - tư, chia sẻ lợi ích, và quy trình đầu tư tại khu vực di sản. Song song, cần rà soát đồng bộ các luật liên quan (Luật Du lịch, Luật Đầu tư, Luật Đất đai...) để gỡ bỏ xung đột và chồng chéo. Các chính sách ưu đãi cụ thể như giảm thuế, hỗ trợ tín dụng và quy hoạch đất đai cần được thiết kế để thu hút đầu tư vào các lĩnh vực kinh tế gắn với di sản như du lịch sinh thái, công nghiệp sáng tạo, nông nghiệp hữu cơ tại vùng đệm di sản.

Công nghệ và chuyển đổi số được dự báo và kì vọng sẽ là công cụ đột phá giúp nâng cao hiệu quả bảo tồn, quảng bá và khai thác giá trị di sản. Việt Nam cần đầu tư xây dựng nền tảng số quốc gia về di sản, như bản đồ Hệ thống thông tin địa lý (GIS), bảo tàng ảo 3D, ứng dụng công nghệ thực tế tăng cường/ thực tế ảo (AR/VR) và cơ sở dữ liệu mở phục vụ nghiên cứu cũng như du lịch. Bên cạnh đó, cần khuyến khích khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa số từ trò chơi, phim ảnh đến thiết kế, thời trang với chất liệu lấy từ di sản.

Về ngoại giao và hợp tác quốc tế, trước tiên, cần xác lập kinh tế di sản là một nội dung ưu tiên trong Chiến lược Ngoại giao Văn hóa giai đoạn mới. Việc quảng bá di sản cần vượt khỏi mô hình giới thiệu giá trị văn hóa - lịch sử đơn thuần, để gắn kết chặt chẽ với chiến lược xây dựng thương hiệu quốc gia một cách chuyên nghiệp và đồng bộ, tích hợp hình

ảnh, biểu tượng di sản vào các sản phẩm ngoại giao từ vật phẩm, ấn phẩm đến bài phát biểu của lãnh đạo. Cần nghiên cứu lập chương trình tổng thể quảng bá quốc tế về “Kinh tế di sản Việt Nam” (Viet Nam heritage economy), với sự phối hợp liên ngành giữa bộ, các địa phương và doanh nghiệp lớn, tích hợp quảng bá di sản với các ngành có tiềm năng xuất khẩu và thu hút đầu tư như du lịch cao cấp, thủ công mỹ nghệ và nông sản đặc trưng vùng di sản.

Việt Nam cần chủ động lồng ghép mục tiêu phát huy giá trị di sản vào các chương trình hợp tác song phương và đa phương. Việc vận động tài trợ từ các nguồn Hỗ trợ phát triển chính thức (ODA), Đối tác công tư (PPP), Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp (CSR) cho công tác bảo tồn cần được đẩy mạnh. Cần phối hợp với Tổ chức UNESCO, Chương trình Phát triển Liên hợp quốc (UNDP), Chương trình Môi trường Liên hợp quốc (UNEP), Cơ quan Hợp tác Quốc tế Nhật Bản (JICA), Tổ chức Hợp tác Quốc tế Đức (GIZ)... nhân rộng thí điểm các mô hình “Di sản tạo sinh kế” (Heritage for livelihoods) tại các Khu Di sản thế giới, Khu dự trữ sinh quyển, Công viên địa chất toàn cầu nhằm xây dựng chuỗi giá trị bền vững cho cộng đồng địa phương. Bên cạnh đó, cần khuyến khích các địa phương có di sản được UNESCO ghi danh xây dựng mô hình “Ngoại giao di sản”, đóng vai trò như một công cụ vận động đầu tư, thiết lập quan hệ kết nghĩa quốc tế và phát triển giao lưu văn hóa.

Về tầm nhìn dài hạn, Việt Nam không chỉ tập trung vào việc phát triển các di sản trong nước, mà cần hướng tới mục tiêu trở thành một trung tâm khu vực về kết nối và sáng kiến di sản. Điều này có thể hiện thực hóa thông qua vai trò chủ động trong các cơ chế ASEAN và Tiểu vùng Mê Công, khởi xướng các diễn đàn, hội thảo thường niên về kinh tế di sản do Việt Nam đăng cai.

Cuối cùng nhưng không kém phần quan trọng, yếu tố con người cần được ưu tiên đầu tư. Cần xây dựng các chương trình đào tạo chuyên

ngành như “Ngoại giao di sản” hoặc “Quản trị kinh tế di sản” tại các cơ sở đào tạo chuyên sâu như Học viện Ngoại giao, cũng như tích hợp vào chương trình bồi dưỡng cho cán bộ ngoại giao, văn hóa - du lịch ở trung ương và địa phương về ngoại ngữ, truyền thông quốc tế, kỹ năng đàm phán và quản trị di sản theo chuẩn mực toàn cầu, hình thành một mạng lưới cán bộ chuyên trách về kinh tế di sản trong nước và tại các cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài. Cùng với đó, cần phát huy vai trò của các “đại sứ di sản” là những nghệ sĩ, học giả, doanh nhân trong nước và cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài có uy tín để lan tỏa câu chuyện di sản Việt Nam tới công chúng quốc tế một cách thuyết phục và giàu cảm xúc.

Kết luận

Kinh tế di sản không còn chỉ là một khái niệm học thuật hay một lĩnh vực hoạt động riêng biệt, mà là hướng tiếp cận mới ngày càng quan trọng trong chiến lược phát triển bền vững và chính sách đối ngoại của Việt Nam. Sự chuyển đổi tư duy từ cách tiếp cận “bảo tồn tĩnh” sang “bảo tồn động” đã mở ra nhiều cơ hội mới để chuyển hóa kho tàng di sản phong phú của dân tộc thành tài sản phát triển và nguồn lực kinh tế - xã hội có giá trị. Để phát huy tối đa giá trị này, cần một khung chính sách đồng bộ, sự tham gia tích cực của Bộ Ngoại giao và các cơ quan liên quan, cũng như hợp tác chặt chẽ với UNESCO và cộng đồng quốc tế.

Kinh tế di sản có vai trò kép, vừa là động lực tăng trưởng kinh tế theo hướng bao trùm, sáng tạo và gắn với bản sắc, vừa là công cụ hiệu quả trong ngoại giao văn hóa, góp phần định vị hình ảnh quốc gia, gia tăng sức mạnh mềm và củng cố vị thế của Việt Nam trên trường quốc tế. Trong tiến trình đó, ngành Ngoại giao không chỉ giữ vai trò truyền thống là người quảng bá, mà đang thể hiện vai trò kiến tạo, xúc tác và kết nối, tham gia trực tiếp vào quá trình “vốn hóa” giá trị di sản, đồng thời lồng ghép các chuẩn mực toàn cầu vào hệ thống thể chế và chính sách quốc gia.

Tuy nhiên, chặng đường từ tiềm năng đến hiện thực vẫn còn có nhiều rào cản. Để phát huy tối đa và bền vững giá trị của kinh tế di sản, Việt Nam cần có cách tiếp cận chiến lược, tổng thể và liên ngành, tập trung vào hoàn thiện thể chế và hành lang pháp lý để giải quyết các mâu thuẫn giữa bảo tồn và phát triển, giữa các nhóm lợi ích; thúc đẩy chuyển đổi số và đầu tư phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao; và đặt người dân, cộng đồng vào trung tâm của mọi chiến lược, đảm bảo sự tham gia thực chất và phân phối công bằng lợi ích từ di sản. Trong quá trình này, ngành Ngoại giao sẽ tiếp tục giữ vai trò then chốt, không chỉ là cầu nối với thế giới, mà còn là tác nhân thúc đẩy sự thay đổi từ bên trong. Việc ngoại giao tiếp tục phát huy vai trò dẫn dắt, gắn kết đa ngành và đưa kinh tế di sản vào dòng chảy phát triển toàn cầu sẽ là đóng góp thiết thực, cụ thể vào mục tiêu hiện thực hóa khát vọng xây dựng quốc gia hùng cường, giàu bản sắc và phát triển bền vững trong kỷ nguyên mới, kỷ nguyên vươn mình của dân tộc./.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. Cục Ngoại vụ và Ngoại giao văn hóa. “Phát huy vai trò của Bộ Ngoại giao trong hỗ trợ địa phương, người dân thông qua kinh tế di sản.” Hội nghị Sơ kết công tác 6 tháng đầu năm và phương hướng cuối năm 2025. Hà Nội, 2025.
2. Nguyễn Hồng Diên, “Kinh tế di sản trong bối cảnh hội nhập quốc tế của Việt Nam hiện nay,” Kỷ yếu Hội thảo khoa học: *Phát triển kinh tế di sản ở tỉnh Quảng Ninh: Từ nhận thức, tư duy đến tổ chức thực hiện* (Quảng Ninh: Tỉnh ủy Quảng Ninh, Hội đồng Lý luận Trung ương, Bộ Biên tập Tạp chí Cộng sản, 2024).

3. Nguyễn Thị Phương Châm, Hoàng Cẩm. “Di sản văn hóa và sự phát triển bền vững, nhân văn ở Việt Nam hiện nay.” *Tạp chí Cộng sản* 993 (2022): 64-71.

Tiếng Anh

4. British Council. *Soft Power and Cultural Heritage Protection*, Arlington, VA: Schar School of Policy and Government, George Mason University, 2021.
5. Bui Dai Dung, Nguyen Thi Vinh Ha, and Nguyen Thi Hoa Hanh. “Heritage Economics and Heritage Benefit Optimization.” *International Journal of Economics, Business and Management Research*, no. 4 (2020).
6. Frey, Bruno S., and Benno Torgler. “Explaining the World Heritage List: An Empirical Study.” *CESifo Working Paper*, 2006.
7. Liu Chunhua. “Soft Power Diplomacy: The Role of Cultural Influence in Shaping International Relations.” *International Journal of Open Publication and Exploration (IJOPE)* 3, no. 2 (2015).
8. Nye, Joseph S. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: PublicAffairs, 2004.
9. Throsby, David. “Heritage Economics: A Conceptual Framework.” In *The Economics of Uniqueness: Investing in Historic City Cores and Cultural Heritage Assets for Sustainable Development*, edited by Guido Licciardi and Rana Amirtahmasebi, 45-75. Washington, DC: World Bank Publications, 2012.
10. Tran Thi Thu Ha. “Sustainable Finance Strategy of Cat Tien National Park for the Period 2021-2030.” Report to UNIQUE for the GIZ /MARD Programme on Conservation and Sustainable Use of Forest Biodiversity & Ecosystem Services in Viet Nam. 11/2021.