

PHÂN LOẠI THỐNG KÊ CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA Ở TRUNG QUỐC

ĐÀO ĐỒNG ĐIỆN*

Tóm tắt: Công nghiệp văn hóa ở Trung Quốc là hoạt động rộng lớn bao gồm nhiều lĩnh vực và có ảnh hưởng sâu rộng trong đời sống kinh tế, xã hội. Từ góc độ quản lý nhà nước, việc phân loại thống kê công nghiệp văn hóa vừa là một thách thức vừa là một nhu cầu tất yếu. Bài viết nêu khái quát hoạt động phân loại thống kê công nghiệp văn hóa ở Trung Quốc cả về mặt lý luận khoa học và thực tiễn công tác phân loại thống kê của cơ quan quản lý nhà nước.

Từ khóa: kinh tế tinh thần, sản phẩm tinh thần, công nghiệp văn hóa, phân loại thống kê.

Abstract: The cultural industry in China is an extensive activity encompassing many fields and has a profound influence on economic and social life. From the perspective of state management, the statistical classification of the cultural industry is both a challenge and an essential need. This article provides an overview of the statistical classification of the cultural industry in China, covering both the scientific theory and the practical work of statistical classification by state management agencies.

Keywords: spiritual economy, spiritual products, cultural industry, statistical classification.

1. Đặt vấn đề

Việc giới định khái niệm công nghiệp văn hóa (CNVH) cũng như phân loại thống kê CNVH ở Trung Quốc chịu ảnh hưởng sâu sắc của lý luận kinh tế tinh thần của Lý Hướng Dân. Theo lý luận này, tài sản tinh thần của xã hội gồm 3 loại có quan hệ mật thiết với nhau là sản phẩm tinh thần thuần túy, sản phẩm bán tinh thần và sản phẩm tinh thần phổ thông.

Các sản phẩm tinh thần thuần túy luôn cần được biểu đạt ra bên ngoài thông qua vật mang chứa để có thể sử dụng. Nội dung sáng tạo trải qua công nghiệp chế tạo hàng loạt cuối cùng đã đi vào đời sống thông qua các sản phẩm tiêu dùng. Những sản phẩm này không nhất thiết là sản phẩm văn hóa theo nghĩa thông thường, nhưng bởi chúng chứa đựng nội dung tinh thần nên chúng được gọi là “sản phẩm tinh thần phổ thông”.

Quá trình chuyển hóa từ “sản phẩm tinh thần thuần túy” sang “sản phẩm bán tinh thần” rồi đến “sản phẩm tinh thần phổ thông” là một quá trình tạo giá trị mang tính động. Nó vừa là “công nghiệp hóa nội dung tinh thần”, cũng vừa là “tinh thần hóa hoạt động sản xuất”. Trong quá trình này, CNVH thực hiện cả việc tạo ra giá trị trực tiếp lẫn giá trị gián tiếp. Có thể thấy, vai trò to lớn của CNVH trong việc tạo ra của cải xã hội; mà phạm vi của ngành CNVH có liên quan trên thực tế là rất rộng lớn và hoàn toàn

không chỉ gói gọn trong vài bức tranh hay vài bộ phim như cách hiểu khái niệm văn hóa thông thường.

2. Phân loại cơ bản công nghiệp văn hóa ở Trung Quốc

Cơ cấu sản xuất hàng hóa trong thời đại kinh tế tinh thần

Theo kinh tế học truyền thống, của cải là những sản phẩm đáp ứng nhu cầu vật chất của con người, các hoạt động sản xuất, trao đổi, phân phối và tiêu dùng những sản phẩm đó cấu thành nền kinh tế. Trong nền kinh tế đó, việc tạo ra của cải vật chất là mục tiêu hàng đầu và tài nguyên thiên nhiên là yếu tố quan trọng. Trong thời đại kinh tế tinh thần, tình hình đã khác rất nhiều... Đơn cử câu chuyện về chú chuột Mickey, chỉ từ hình tượng chú chuột nhỏ với đôi tai lớn xuất hiện trong bộ phim hoạt hình *Steamboat Willie* công chiếu năm 1928 tại New York, Walt Disney đã phát triển thành một “đế chế” hùng mạnh với hệ sinh thái CNVH phủ khắp toàn cầu. Năm 2022, tổng tài sản của công ty đạt hơn 203 tỷ USD và doanh thu năm tài chính đạt hơn 82 tỷ USD, xếp thứ 183 trong Fortune Global 500. Mô hình kinh doanh của Walt Disney phản ánh đặc điểm của thời đại kinh tế tinh thần, trong đó, hoạt động sản xuất tập trung vào việc thỏa mãn nhu cầu tinh thần. Nguồn lực quan trọng nhất trong thời đại kinh tế tinh thần không còn là nguồn lực vật chất nữa mà là trí tuệ và sự sáng tạo.

Trên quan điểm đó của lý luận kinh tế tinh thần, căn cứ quá trình sản xuất, chuyển hóa và sử dụng trí tuệ của con người, hoạt động sản xuất trong thời đại kinh tế tinh thần được chia thành các loại, như ngành công nghiệp sáng tạo, tức là ngành sản xuất sản phẩm tinh thần thuần túy; ngành truyền tải và quảng bá sản phẩm tinh thần thuần túy, tức là quá trình chuyển đổi sản phẩm tinh thần thuần túy thành sản phẩm bán tinh thần; ngành chuyển đổi sản phẩm tinh thần thuần túy thành sản phẩm tinh thần phổ thông; ngành cung cấp tài nguyên vật chất và dịch vụ cho hoạt động sản xuất và các ngành có rất ít nội dung tinh thần, chẳng hạn như nông nghiệp, khai khoáng, vận tải...

Quan điểm phân loại này của lý luận kinh tế tinh thần đã làm đảo lộn tri thức truyền thống về chuỗi sản xuất và cơ cấu công nghiệp, hoàn toàn khác với cách phân loại thống kê truyền thống ở Trung Quốc. Ban đầu nó còn gây băn khoăn và nghi ngờ, nhưng rồi nó đã được thừa nhận bởi khi nhân loại đã bước vào kỷ nguyên kinh tế tinh thần, người ta không thể sử dụng tri thức truyền thống để ứng xử với những hiện tượng kinh tế hoàn toàn mới.

Phân loại công nghiệp văn hóa

Phân loại theo quá trình sản xuất và kinh doanh sản phẩm văn hóa

Dựa trên định nghĩa về CNVH và các ngành liên quan, tính khả thi của công tác phân loại thống kê và dựa trên sự phân công hiện hành cho các cơ quan quản lý nhà nước, cơ cấu CNVH ở Trung Quốc được xây dựng thông qua 3 mắt xích quan trọng là sản xuất, lưu thông và dịch vụ. Từ đó hoạt động sản xuất được phân thành 3 nhóm ngành chủ đạo: sản xuất sản phẩm văn hóa, bao gồm: báo, tạp chí, nhà xuất bản, nhà in, xưởng rửa và in ảnh, hãng phim, công ty sản xuất và lồng tiếng nghe nhìn, công ty phát triển và sản xuất phần mềm, công ty sản xuất chương trình truyền hình, nhà máy sản xuất đồ mỹ nghệ, xưởng thủ công mỹ nghệ...; lưu thông sản phẩm văn hóa, bao gồm: hiệu sách, sạp báo, cửa hàng sản phẩm nghe nhìn và phần mềm, bưu điện, công ty phát hành báo và tạp chí, công ty phát hành phim và sản phẩm âm thanh, cửa hàng đồ cổ, cửa hàng vật phẩm văn hóa, công ty đấu giá...; dịch vụ văn hóa, bao gồm: đoàn biểu diễn nghệ thuật, câu lạc bộ thể thao, nhà hát, rạp chiếu phim, vũ trường, sân vận động, trung tâm trò chơi giải trí, phòng triển lãm nghệ thuật, phòng triển lãm tranh, cơ sở kinh doanh dịch vụ truy cập internet, bảo tàng, vườn bách thảo, đài phát thanh, đài truyền hình, trang web thương mại, công ty du lịch, công ty quảng cáo...

Phân loại theo quá trình sản xuất và tiêu dùng giá trị sản phẩm, dịch vụ văn hóa

Dựa trên việc sản xuất và tiêu thụ giá trị sản phẩm, dịch vụ văn hóa, CNVH có thể được chia thành 2 nhóm chính: sản xuất hàng hóa văn hóa gồm sản xuất nội dung văn hóa và lao động văn hóa; tiêu dùng sản phẩm, dịch vụ văn hóa gồm tiêu thụ sản phẩm văn hóa và sử dụng dịch vụ văn hóa. Như vậy, CNVH được chia thành 4 nhóm sau: nhóm sản xuất sản phẩm văn hóa, bao gồm: sách, báo, tạp chí, sản phẩm nghe nhìn, phần mềm, mỹ thuật, cổ vật, tem thư, hoa, thú cưng và sản phẩm giải trí; nhóm dịch vụ văn hóa, bao gồm: biểu diễn, giải trí, triển lãm, du lịch, hình ảnh, phim, phát thanh và truyền hình, internet, giáo dục, tư vấn, quảng cáo và thiết kế; nhóm sản xuất nội dung văn hóa, bao gồm: cung cấp tài nguyên thiên nhiên, nguồn lực nhân văn, tài nguyên văn hóa, sở hữu trí tuệ, nhân tài văn hóa và vốn văn hóa; nhóm lao động văn hóa, bao gồm: lao động sáng tạo, đào tạo cơ bản và lao động chân tay có liên quan.

3. Xây dựng và điều chỉnh hệ thống phân loại thống kê CNVH

Về “Phân loại công nghiệp văn hóa và các ngành liên quan 2004”

Để có cơ sở quản lý CNVH, Cục Thống kê quốc gia Trung Quốc đã nghiên cứu, xây dựng tiêu chuẩn và hệ thống phân loại thống kê CNVH. Năm 2004, dựa trên tiêu chuẩn “Phân loại các ngành kinh tế quốc dân - GB/T 4754-2002”, Cục Thống kê quốc gia Trung Quốc đã ban hành tài liệu “Phân loại CNVH và các ngành liên quan 2004” (Phân loại 2004). Theo “Phân loại 2004”, CNVH và các ngành liên quan được hiểu là tập hợp các hoạt động cung cấp cho công chúng các sản phẩm và dịch vụ văn hóa, giải trí cũng như các hoạt động có liên quan trực tiếp đến những hoạt động này. Cụ thể hơn, phạm vi của CNVH và các ngành liên quan bao gồm:

Một là, chủ thể của CNVH. Đó là các hoạt động cung cấp sản phẩm văn hóa, như sách, sản phẩm nghe nhìn... dịch vụ truyền bá văn hóa (phát thanh, truyền hình, biểu diễn nghệ thuật, bảo tàng... và các hoạt động văn hóa - giải trí, nghỉ dưỡng, như dịch vụ tham quan khu du lịch, hoạt động giải trí trong nhà, hoạt động thể thao - giải trí dưỡng sinh...

Hai là, thành phần bổ sung của CNVH. Đó là các hoạt động sản xuất và bán các vật phẩm văn hóa, thiết bị có liên quan trực tiếp đến sản phẩm văn hóa, dịch vụ truyền bá văn hóa, dịch vụ văn hóa - giải trí, cũng như sản xuất và bán các sản phẩm văn hóa liên quan khác, như hàng thủ công mỹ nghệ...

Tại các Hội nghị Trung ương 5 và 6 - khóa XVII (2010, 2011), Đảng Cộng sản Trung Quốc đã đề xuất mục tiêu chiến lược là thúc đẩy CNVH trở thành ngành trụ cột của nền kinh tế quốc dân, biến CNVH thành điểm tựa then chốt cho việc điều chỉnh cơ cấu kinh tế và là điểm trọng tâm để chuyển đổi mô hình phát triển kinh tế. Bên cạnh đó, các tiêu chuẩn quốc tế liên quan đến thống kê văn hóa cũng không ngừng được hoàn thiện, như “Khung thống kê văn hóa của UNESCO năm 2009” (2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics), sau đây gọi tắt là “FCS 2009”, “Phân loại tiêu chuẩn quốc tế về ngành kinh tế” (International Standard Industrial Classification of All Economic Activities), “Phân loại chuẩn sản phẩm” (Central Product Classification), “Hệ thống mô tả và mã hóa hàng hóa” (Harmonized Commodity Description and Coding System), “Phân loại chuẩn quốc tế về nghề nghiệp” (International Standard Classification of Occupations)... Thực tiễn này đã đặt ra những yêu cầu mới cho việc phân loại thống kê CNVH ở Trung Quốc.

Về “Phân loại công nghiệp văn hóa và các ngành liên quan 2012”

Để thích ứng với hoàn cảnh mới và những thay đổi trong quá trình phát triển của CNVH, Cục Thống kê quốc gia Trung Quốc đã điều chỉnh “Phân loại 2004” và ban hành “Phân loại CNVH và các ngành liên quan 2012” (phân loại 2012).

Dưới đây là những nội dung trọng tâm đã được điều chỉnh.

Một là, điều chỉnh định nghĩa “CNVH và các ngành liên quan”. “Phân loại 2012” xác định “CNVH và các ngành liên quan” là tập hợp các hoạt động sản xuất sản phẩm văn hóa và sản phẩm liên quan đến văn hóa để cung cấp cho toàn xã hội. Theo đó, CNVH và các ngành liên quan bao gồm bốn nhóm: Hoạt động sản xuất sản phẩm văn hóa; Hoạt động sản xuất hỗ trợ cho việc sản xuất sản phẩm văn hóa; Hoạt động sản xuất vật phẩm văn hóa; Hoạt động sản xuất thiết bị chuyên dụng cho văn hóa. Trong đó, hoạt động sản xuất sản phẩm văn hóa là chủ thể của CNVH và các ngành liên quan, còn ba nội dung còn lại là thành phần hỗ trợ.

Hai là, về sự phân định giữa đơn vị phục vụ công ích và đơn vị kinh doanh. Khi xây dựng “Phân loại 2004”, do cải cách thể chế văn hóa ở Trung Quốc mới bắt đầu nên chưa có sự phân biệt rõ ràng giữa đơn vị công ích và đơn vị kinh doanh. Nhưng khi cải cách thể chế văn hóa đã đạt được những tiến triển quan trọng, tiêu chí có hay không sử dụng chế độ kế toán doanh nghiệp được áp dụng để phân loại, thì đa số ngành đã

có thể được xác định rõ là mang tính công ích hay kinh doanh. Trong “Phân loại 2012”, phạm vi của “CNVH và các ngành liên quan” bao gồm cả đơn vị sản xuất mang tính kinh doanh và các đơn vị sản xuất mang tính phục vụ công ích, các đơn vị phục vụ công ích được gọi là đơn vị “sự nghiệp văn hóa”. Phạm vi này cơ bản phù hợp với quy định của “FCS 2009”.

Nhìn chung, so với “Phân loại 2004”, “Phân loại 2012” đã bổ sung các nội dung chính sau: Hoạt động sáng tạo văn hóa, bao gồm các dịch vụ thiết kế kiến trúc (tức thiết kế công trình kiến trúc dân dụng) và các dịch vụ thiết kế chuyên nghiệp (như thiết kế thời trang, thiết kế bao bì và trang trí,...); Các hình thái mới của CNVH, bao gồm sản xuất hoạt hình số và thiết kế, sản xuất trò chơi trong dịch vụ nội dung số, dịch vụ viễn thông giá trị gia tăng (phần thuộc lĩnh vực văn hóa) trong các dịch vụ viễn thông khác; Dịch vụ thiết kế phần mềm, bao gồm phát triển phần mềm đa phương tiện và phần mềm trò chơi - hoạt hình; Hoạt động sản xuất các sản phẩm đặc biệt mang nội hàm văn hóa, chủ yếu là sản xuất pháo hoa, pháo nổ, sản xuất và kinh doanh đồ trang sức, đồ kim hoàn và các sản phẩm liên quan, sản xuất đồ gốm mỹ nghệ...; Các hạng mục khác, bao gồm đào tạo văn hóa nghệ thuật, in ấn và các dịch vụ liên quan đến in và đóng sách vở, sản xuất thiết bị chiếu phim, trình chiếu và bán buôn thiết bị chiếu sáng sân khấu... Đồng thời, “Phân loại 2012” cũng loại bỏ một số nội dung gồm: dịch vụ lễ hành, hoạt động giải trí - thể thao thư giãn, sản xuất mô hình và dụng cụ dạy học, sản xuất dụng cụ văn phòng, sản xuất các loại máy móc văn phòng và hoạt động xổ số.

Về “Phân loại công nghiệp văn hóa và các ngành liên quan 2018”

“Phân loại CNVH và các ngành liên quan 2018” (Phân loại 2018) được ban hành nhằm thích ứng với các hình thái mới của CNVH, đồng thời đáp ứng nhu cầu của cải cách thể chế văn hóa và quy hoạch phát triển văn hóa ở Trung Quốc. “Phân loại 2018” giữ nguyên các định nghĩa và nguyên tắc phân loại vốn có, đồng thời bổ sung các tiêu loại phù hợp với định nghĩa “CNVH và các ngành liên quan”, trọng tâm là điều chỉnh phương pháp phân loại và cơ cấu loại hình. Lần sửa đổi này đã điều chỉnh từ 10 loại lớn và 50 loại vừa xuống còn 9 loại lớn và 43 loại vừa và bổ sung mã số phân loại, chia CNVH và các ngành liên quan thành 3 cấp, thiết lập tên gọi tương ứng cho từng loại.

Các phương pháp chủ yếu được sử dụng để điều chỉnh gồm: Gộp nhiều loại nhỏ thành một loại lớn. Chẳng hạn, gộp 4 loại vừa là “dịch vụ tin tức”, “dịch vụ thông tin báo chí”, “dịch vụ thông tin phát thanh

- truyền hình”, “dịch vụ thông tin internet” thành một loại lớn là “dịch vụ thông tin báo chí - truyền thông”. Bổ sung loại mới: chẳng hạn, bổ sung loại lớn là “đầu tư và vận hành văn hóa” gồm hai loại vừa là “đầu tư và quản lý tài sản” và “quản lý vận hành”. Đổi tên loại: chẳng hạn, đổi “dịch vụ nghỉ dưỡng giải trí văn hóa (trọng tâm là nghỉ dưỡng) thành “dịch vụ giải trí nghỉ dưỡng văn hóa” (trọng tâm là giải trí); Sắp xếp lại thành phần các loại lớn. Chẳng hạn, chuyển 6 loại vừa là “phát hành xuất bản phẩm”, “truyền dẫn chương trình phát thanh - truyền hình”, “phát hành và trình chiếu phát thanh - điện ảnh”, “biểu diễn nghệ thuật”, “đấu giá và môi giới tác phẩm nghệ thuật”, “kinh doanh hàng thủ công mỹ nghệ” vào loại lớn “kênh truyền bá văn hóa”.

Để đảm bảo đặc trưng văn hóa của hệ thống phân loại, “Phân loại 2018” tiếp tục không đưa vào phân loại các hoạt động sản xuất thuộc nông nghiệp, khai khoáng, xây dựng, quản lý hành chính, thể thao, nghiên cứu khoa học tự nhiên, giáo dục quốc dân, dịch vụ ăn uống, tài chính, sửa chữa... và các hoạt động tôn giáo. Đối với những hoạt động sản xuất tuy có một phần liên quan đến văn hóa, nhưng đã hình thành hệ thống hoàn chỉnh riêng thì cũng không đưa vào phân loại.

4. Lời kết

Phân loại thống kê CNVH ở Trung Quốc chịu ảnh hưởng sâu sắc của lý luận kinh tế tinh thần. Hệ thống phân loại thống kê CNVH của Trung Quốc bắt đầu được xây dựng từ năm 2004, được sửa đổi, hoàn thiện vào các năm 2012 và 2018, hình thành nên tiêu chuẩn phân loại thống kê CNVH và các ngành liên quan phù hợp với “CSF 2009” của UNESCO. Theo đó, CNVH và các ngành liên quan bao gồm 4 mảng chính là hoạt động sản xuất sản phẩm văn hóa, hoạt động sản xuất hỗ trợ cho sản xuất sản phẩm văn hóa,

hoạt động sản xuất vật phẩm văn hóa và hoạt động sản xuất thiết bị chuyên dụng văn hóa. Căn cứ vào tình hình thực tiễn và yêu cầu của công tác phân loại thống kê, tiêu chuẩn phân loại thống kê CNVH và các ngành liên quan được rà soát và điều chỉnh hằng năm. Nhìn chung cho đến nay, các phiên bản 2004, 2012 và 2018 vẫn là những phiên bản chính, phản ánh quan điểm khoa học cốt lõi về phân loại thống kê CNVH ở Trung Quốc ■

Đ.Đ.Đ

Tài liệu tham khảo

1. 李向民 (Lý Hướng Dân), *精神经济学 (Kinh tế học tinh thần)*, 北京, 新华出版社, (Bắc Kinh, Nxb Tân Hoa), 1999.
2. 李向民 (Lý Hướng Dân), *中国文化产业史 (Lịch sử công nghiệp văn hóa Trung Quốc)*, 长沙, 湖南文艺出版社 (Trường Sa, Nxb Văn nghệ Hồ Nam), 2006.
3. 李向民 (Lý Hướng Dân), *中国美术经济史 (Lịch sử kinh tế mỹ thuật Trung Quốc)*, 北京, 人民出版社, (Bắc Kinh, Nxb Nhân dân), 2013.
4. 李向民, 王晨 (Lý Hướng Dân, Vương Thần), *文化产业管理概论, (第2版) (Khái luận quản lý công nghiệp văn hóa)*, 北京, 清华大学出版社, (Phiên bản thứ 2, Bắc Kinh, Nxb Đại học Thanh Hoa), 2022.
5. 张晓明, 王家新, 章建刚 (Trương Hiểu Minh, Vương Gia Tân, Chương Kiến Cương), *文化蓝皮书: 中国文化产业报告 (2012-2013) (Sách xanh văn hóa: Báo cáo phát triển ngành công nghiệp văn hóa Trung Quốc 2012-2013)*, 北京: 社会科学文献出版, (Bắc Kinh, Nxb Khoa học Xã hội Văn hiến), 2013.
6. 中国国家统计局 (Cục Thống kê quốc gia Trung Quốc), *文化及相关产业分类 2004, 2012, 2018, (Phân loại công nghiệp văn hóa và các ngành liên quan 2004, 2012, 2018)*.
Ngày Tòa soạn nhận bài: 15-8-2025; Ngày phân biên, đánh giá, sửa chữa: 19-9-2025; Ngày duyệt đăng: 26-9-2025.

- BAN NGHIÊN CỨU LÝ LUẬN: TRƯỞNG BAN: TS Nguyễn Liên Hương; PHÓ TRƯỞNG BAN: Nguyễn Thị Hồng Vân; BIÊN TẬP VIÊN: TS Uông Thị Mai Hương, Ths Nguyễn Thị Lớn, Quảng Hùng Mạnh, Phạm Thị Xuân Hương, Nguyễn Linh Giang, Tel: 024.35131304.
- TRƯỞNG BAN VĂN HÓA, THỂ THAO: Ths Nguyễn Đức Bình.
- TRƯỞNG BAN TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ: Phạm Văn Chính. Tel: 024.35131307.
- TRƯỞNG BAN TRỊ SỰ: Vũ Thùy Linh, Tel: 024.35111780; BỘ PHẬN QUẢNG CÁO, PHÁT HÀNH: 024.38510447.
- THƯỜNG TRÚ TẠI TP.HCM: 170 Nguyễn Đình Chiểu, phường Xuân Hòa, Tel: 0907400535.
- TRÌNH BÀY: Linh Giang - Hồng Hân.

ẤN PHẨM ĐƯỢC PHÁT HÀNH QUA MẠNG LƯỚI BƯU ĐIỆN VIỆT NAM
MÃ ẤN PHẨM: C118; HOTLINE: 1800.585855