

PHÁT TRIỂN MÔ HÌNH HỢP TÁC CÔNG - TƯ THỂ HỆ MỚI TRONG PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA Ở VIỆT NAM

HOÀNG NGỌC HẢI*

Công nghiệp văn hóa được xác định là ngành kinh tế quan trọng, vừa tạo giá trị gia tăng, vừa là “sức mạnh mềm” của quốc gia, với mục tiêu đóng góp 7% GDP vào năm 2030 và 9% GDP vào năm 2045. Để hiện thực hóa mục tiêu đó, cần huy động mạnh mẽ nguồn lực và sức sáng tạo của khu vực tư nhân thông qua hợp tác công - tư (PPP). Tuy nhiên, mô hình hợp tác công - tư truyền thống vốn được thiết kế cho hạ tầng “cứng” chưa phù hợp với đặc thù của công nghiệp văn hóa, điều này đặt ra yêu cầu xây dựng và thể chế hóa một mô hình hợp tác công - tư “thể hệ mới”. Trên cơ sở phân tích đặc trưng của mô hình, đánh giá thực trạng phát triển công nghiệp văn hóa trong hợp tác công - tư ở Việt Nam, bài viết đề xuất định hướng thể chế hóa nhằm thúc đẩy công nghiệp văn hóa phát triển nhanh, bền vững và giàu bản sắc.

Từ khóa: Công nghiệp văn hóa; hợp tác công - tư thể hệ mới; thể chế hóa; kinh tế sáng tạo; sức mạnh mềm.

Cultural industries are identified as an important economic sector that both generates added value and serves as a source of national “soft power,” with targets of contributing 7% of GDP by 2030 and 9% by 2045. Achieving these goals requires strong resource mobilization and creativity from the private sector through public-private partnerships (PPPs). However, the traditional public-private partnership model, which was designed primarily for “hard” infrastructure, is not well suited to the distinctive characteristics of cultural industries, creating a need to develop and institutionalize a “new-generation” public-private partnership model. Based on an analysis of this model's characteristics and an assessment of the current development of cultural industries and public-private partnerships in Vietnam, the article proposes institutional directions to promote the rapid, sustainable, and distinctive development of cultural industries.

Keywords: Cultural industries; new-generation public-private partnership; institutionalization; creative economy; soft power.

NGÀY NHẬN: 01/7/2026 NGÀY PHẢN BIỆN, ĐÁNH GIÁ: 05/8/2026 NGÀY DUYỆT ĐĂNG: 17/8/2026

Email: haihnhkv1@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.59394/qlnn.368.2026.1595>

1. Đặt vấn đề

Công nghiệp văn hóa là các ngành sản xuất và phân phối sản phẩm, dịch vụ dựa trên sáng tạo và bản quyền, ngày càng được nhìn nhận là một lĩnh vực kinh tế quan

trọng, đồng thời là phương tiện lan tỏa các giá trị, hình ảnh và “sức mạnh mềm” của quốc gia. Nhận thức rõ điều này, Việt Nam

* TS, Học viện Hành chính và Quản trị công

đã có Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 (Quyết định số 2486/QĐ-TTg ngày 14/11/2025 của Thủ tướng Chính phủ) đặt mục tiêu đến năm 2030 các ngành công nghiệp văn hóa đạt tốc độ tăng trưởng bình quân khoảng 10%/năm và đóng góp 7% GDP; tầm nhìn 2045 nâng mức đóng góp lên 9% GDP, trong đó sản phẩm công nghiệp văn hóa số chiếm trên 80%, đưa Việt Nam trở thành quốc gia phát triển về công nghiệp văn hóa, công nghiệp giải trí trong khu vực châu Á. Chiến lược xác định mười ngành chủ chốt: điện ảnh; mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm; nghệ thuật biểu diễn; phần mềm và trò chơi giải trí; quảng cáo; thủ công mỹ nghệ; du lịch văn hóa; thiết kế sáng tạo; truyền hình và phát thanh; xuất bản. Để đạt được những mục tiêu lớn này, nguồn lực và sự năng động của khu vực tư nhân là không thể thiếu.

Thực tế cho thấy, phần lớn giá trị của công nghiệp văn hóa được tạo ra bởi doanh nghiệp, nghệ sĩ và cộng đồng sáng tạo, trong khi Nhà nước giữ vai trò kiến tạo môi trường, định hướng và bảo đảm các giá trị văn hóa. Vì vậy, hợp tác công - tư được xác định là một phương thức quan trọng. Tuy nhiên, mô hình hợp tác công - tư truyền thống vốn được thiết kế cho hạ tầng “cứng” như: đường, cầu, cảng... hiện không phù hợp với đặc thù của công nghiệp văn hóa, nơi giá trị nằm ở sự sáng tạo, tài sản trí tuệ và các sản phẩm vô hình.

2. Hợp tác công - tư “thế hệ mới” trong công nghiệp văn hóa

Chủ thể mô hình hợp tác công - tư trong phát triển công nghiệp văn hóa ở Việt Nam là khu vực công và tư - hai nguồn lực hội tụ, nuôi dưỡng cơ chế hợp tác, cùng phát triển nền công nghiệp văn hóa giàu bản sắc dân tộc. Khu vực công cung cấp khung chính sách và pháp lý, hạ tầng văn hóa cùng nguồn tài nguyên di sản. Khu vực tư đóng góp vốn đầu tư, công nghệ và năng lực sáng tạo, sản

xuất nội dung. Sự kết hợp này giúp dự án vừa có định hướng và nền tảng của khu vực công, vừa có động lực thị trường và hiệu quả vận hành của khu vực tư. Đây là điểm khác biệt cốt lõi so với mô hình giao thầu một chiều trước đây. Thay vì Nhà nước đặt hàng, doanh nghiệp chỉ thực hiện.

Công nghiệp văn hóa khác căn bản so với những lĩnh vực mà hợp tác công - tư đang vận hành như giao thông hay năng lượng. Điểm khác biệt đó là: (1) Tài sản chủ yếu là vô hình gồm bản quyền, thương hiệu, ý tưởng và bản sắc, khó định giá và khó thế chấp. (2) Cầu bất định, mang tính đặt cược, rủi ro cao và vòng đời thu hồi vốn dài. (3) Giá trị gốc sinh ra từ sáng tạo và bản sắc, trong đó người sáng tạo và cộng đồng thường yếu thế về vốn và thông tin, do đó, phải chuyển từ cùng đầu tư sang đồng sáng tạo, đưa cộng đồng sáng tạo thành một chủ thể độc lập và bảo vệ quyền tác giả cùng quyền của cộng đồng. Giá trị nằm ở hạ tầng mềm và tài sản sáng tạo hơn là công trình, hạ tầng cứng. (4) Bản chất số nên chi phí biên thấp, có thể nhân bản và mở rộng quy mô toàn cầu. (5) Di sản và tài nguyên văn hóa vừa là hàng hóa công, vừa mang giá trị biểu tượng, dễ tổn hại nếu khai thác cạn kiệt.

Tính thế hệ mới của mô hình chính là kết quả của những yêu cầu trên: đa chủ thể thay vì song phương, đầu tư vào tài sản vô hình và năng lực thay vì công trình, lấy đồng sáng tạo và chia sẻ rủi ro làm cơ chế cốt lõi, vận hành trên nền số và theo đuổi mục tiêu kép là vừa hiệu quả kinh tế, vừa giữ gìn bản sắc. Những đặc thù này khiến mô hình hợp tác công - tư trong công nghiệp văn hóa cần một sự hợp tác linh hoạt hơn nhiều: không chỉ về vốn mà còn về sáng tạo, tài sản trí tuệ, dữ liệu, không gian và thương hiệu.

Khi các cơ chế vận hành đồng bộ, kết quả trực tiếp là một nền công nghiệp văn hóa phát triển thực chất, trải rộng trên nhiều lĩnh vực, như: điện ảnh, thiết kế, du lịch văn hóa

và nội dung số. Sự phát triển của công nghiệp văn hóa tạo ra ba nhóm kết quả gắn kết với nhau. Đó là, giá trị kinh tế thông qua doanh thu, việc làm và đóng góp vào tăng trưởng; sức mạnh mềm nhờ lan tỏa hình ảnh và bản sắc quốc gia; bảo tồn và phát huy di sản theo hướng bền vững, thay vì khai thác cạn kiệt.

Như vậy, hợp tác công - tư thể hệ mới trong công nghiệp văn hóa có thể được hiểu là mô hình hợp tác mở rộng cả về phạm vi, chủ thể và phương thức so với hợp tác công - tư truyền thống. Theo đó, đặc trưng cơ bản của mô hình này là:

Thứ nhất, mở rộng từ hạ tầng “cứng” sang hạ tầng “mềm” và tài sản sáng tạo. Đối tượng hợp tác không chỉ là các thiết chế văn hóa vật chất mà còn là không gian sáng tạo, nền tảng số, dữ liệu văn hóa, di sản và tài sản trí tuệ. Cộng đồng sáng tạo là nguồn gốc của tài sản sáng tạo. Đi liền với đó là yêu cầu kỹ thuật: phải định giá và hạch toán được tài sản vô hình; phải làm rõ quyền sở hữu đối với tài sản sáng tạo hình thành trong quá trình hợp tác.

Thứ hai, chuyển từ cùng đầu tư sang đồng sáng tạo. Hợp tác không dừng ở việc chia sẻ vốn để xây dựng công trình mà còn mở rộng sang đồng sáng tạo sản phẩm, đồng khai thác tài sản trí tuệ và cùng phát triển thương hiệu. Đây là điểm khác biệt căn bản: giá trị được tạo ra trong quá trình hợp tác chứ không chỉ ở tài sản ban đầu. Đây là một bước tiến về chất, không chỉ về mức độ tham gia mà “cùng đầu tư” và “đồng sáng tạo” là hai logic hợp tác khác nhau.

Thứ ba, mở rộng chủ thể tham gia vào mô hình “công - tư - cộng đồng sáng tạo”. Bên cạnh Nhà nước và doanh nghiệp, mô hình mới coi trọng vai trò của nghệ sĩ, nhà sáng tạo, các hội nghề nghiệp và cộng đồng. Đây là sự vận dụng và mở rộng mô hình liên kết “ba nhà”: Nhà nước - doanh nghiệp - cộng đồng sáng tạo. Trong đó, sức sáng tạo

của cá nhân và cộng đồng là tài nguyên cốt lõi. Trong kỷ nguyên số, mô hình này còn được mở rộng để phản ánh vai trò ngày càng lớn của các nền tảng số toàn cầu.

Thứ tư, đa dạng và linh hoạt về các công cụ tài chính trong hợp tác công - tư thể hệ mới. Mô hình mới sử dụng tài chính hỗn hợp: kết hợp vốn ngân sách, vốn tư nhân, quỹ đầu tư văn hóa, tài trợ, bảo trợ và các ưu đãi. Nhà nước đóng vai trò “vốn môi” và chia sẻ rủi ro để khơi thông dòng vốn tư nhân vào lĩnh vực vốn nhiều rủi ro này.

Thứ năm, gắn với chuyển đổi số. Sản phẩm công nghiệp văn hóa số được định hướng chiếm tỷ trọng lớn, do đó, hợp tác công - tư thể hệ mới gắn liền với nền tảng số, dữ liệu, thương mại điện tử và phân phối nội dung số, nơi tư nhân thường dẫn dắt về công nghệ. Chuyển đổi số không phải là yếu tố đứng bên cạnh mà là trực xuyên suốt khiến mô hình hợp tác công - tư trong công nghiệp văn hóa trở nên khả thi và hiệu quả. Trên thực tế, phần lớn các cấu phần của cơ chế hợp tác đều vận hành trên nền tảng số.

Tài nguyên công, như: di sản, dữ liệu, không gian văn hóa kết hợp với công nghệ và nội dung tư nhân trên các nền tảng dùng chung như: kho lưu trữ số, sàn phân phối, hệ thống vé và bảo tàng số. Đây chính là cấu phần nền tảng số dùng chung trong mô hình. Dữ liệu trở thành nguồn lực dùng chung. Dữ liệu về khán giả và thị trường được chuẩn hóa và chia sẻ chéo giúp cá nhân hóa sản phẩm, định hướng sáng tạo và phân bổ nguồn lực chính xác hơn. Công nghệ số giúp định giá, bảo vệ và giao dịch tài sản trí tuệ. Quản lý bản quyền số và các công cụ xác thực giúp tài sản vô hình như bản quyền, thương hiệu trở nên minh bạch, có thể định giá và dùng làm tài sản bảo đảm, qua đó, gỡ đúng nút thắt thể chấp ở phần trước.

Như vậy, chuyển đổi số vừa là điều kiện nền tảng gồm hạ tầng, dữ liệu và công cụ quản trị minh bạch, vừa là động lực mở rộng

thị trường, hạ chi phí và tạo ngành mới. Đi kèm là yêu cầu về thể chế số, bảo vệ bản quyền trên môi trường số, an toàn dữ liệu, chuẩn kết nối liên thông và kỹ năng số cho cả đội ngũ công và tư nhân.

3. Thực trạng phát triển công nghiệp văn hóa và hợp tác công - tư trong phát triển công nghiệp văn hóa ở Việt Nam

3.1. Thực trạng phát triển công nghiệp văn hóa

Công nghiệp văn hóa Việt Nam đã đạt những bước tiến đáng kể và đang chuyển từ “tiềm năng mềm” thành nguồn lực kinh tế thực sự. Mức đóng góp của công nghiệp văn hóa vào nền kinh tế liên tục gia tăng. Giai đoạn 2018 - 2020, mười hai ngành công nghiệp văn hóa đóng góp doanh thu khoảng 8,08 tỷ USD, tương đương 3,61% GDP; năm 2021 đạt 3,92% GDP và năm 2022 tăng lên 4,04% GDP. Giá trị sản xuất của các ngành này giai đoạn 2018 - 2022 ước đạt khoảng 1,059 triệu tỷ đồng, tương đương 44 tỷ USD (Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, 26/11/2024). Hai năm 2024 và 2025 chứng kiến nhiều chuyển động tích cực trong phát triển công nghiệp văn hóa. Năm 2024 ghi nhận Lễ hội Thiết kế sáng tạo Hà Nội, các concert “Anh trai vượt ngàn chông gai”, “Anh trai say hi”, chương trình Jazz quốc tế Nha Trang, cùng thành công của các phim như “Đào, phở và piano” và “Lật mặt”. Năm 2025, các concert tiếp nối như “Em xinh say hi” và “Anh trai say hi” mùa hai mang về doanh thu lớn; di sản được khai thác thành nguồn lực thu hút du lịch và điện ảnh xuất hiện nhiều phim trăm tỷ.

Lĩnh vực ẩm thực và du lịch văn hóa cũng nổi bật, với 181 cơ sở tại Việt Nam được Michelin Guide 2025 tuyển chọn, trong đó Hà Nội có 63 nhà hàng được vinh danh. Du lịch văn hóa đang được xác định là mũi nhọn dẫn dắt cả nhóm ngành. Về lực lượng tham gia, riêng năm 2022, có khoảng 70.321 cơ sở kinh tế hoạt động liên quan đến công nghiệp

văn hóa, thu hút khoảng 2,3 triệu lao động, với tốc độ tăng số cơ sở khoảng 7,21% mỗi năm. Lực lượng lao động trong các ngành này chiếm khoảng 4,42% tổng lực lượng lao động của nền kinh tế (Đoàn Mạnh Cường, 20/5/2025). Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đánh giá Việt Nam đã trở thành quốc gia tầm trung trong phát triển công nghiệp văn hóa và vẫn còn nhiều dư địa để phát triển. So với mục tiêu 7% GDP, con số khoảng 4% cho thấy, khoảng cách vẫn còn lớn (Linh Anh, 12/8/2026). Quan trọng hơn là sự thay đổi trong nhận thức: văn hóa không chỉ để thưởng thức mà còn để đầu tư, kinh doanh và xuất khẩu; giá trị kinh tế của văn hóa ngày càng được “lượng hóa” thông qua tỷ lệ đóng góp vào GDP, doanh thu, số doanh nghiệp, số việc làm và khả năng thu hút đầu tư.

Ở cấp địa phương, nhiều nơi đã vào cuộc mạnh mẽ. Hà Nội tham gia mạng lưới các thành phố sáng tạo của UNESCO, đặt mục tiêu công nghiệp văn hóa đóng góp khoảng 8% GRDP vào năm 2030 và 10% vào năm 2045; ẩm thực và du lịch văn hóa của Thủ đô được quốc tế ghi nhận; nhiều cơ sở được Michelin Guide vinh danh. TP. Hồ Chí Minh lựa chọn 8 ngành công nghiệp văn hóa ưu tiên (điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn, mỹ thuật, nhiếp ảnh, triển lãm, quảng cáo, du lịch văn hóa và thời trang), phấn đấu năm 2025, đạt tốc độ tăng trưởng bình quân khoảng 14%/năm, doanh thu đóng góp khoảng 5,7% GRDP của Thành phố; dự kiến tổng doanh thu đóng góp vào tăng trưởng kinh tế - xã hội của Thành phố khoảng 148.000 tỷ đồng (Trung Sơn, 04/7/2024).

Tuy nhiên, phát triển công nghiệp văn hóa ở Việt Nam thời gian qua có những hạn chế và điểm nghẽn. Nguồn lực đầu tư cho các ngành công nghiệp văn hóa còn dàn trải, chưa có trọng tâm, trọng điểm. Giá trị từ kho tàng văn hóa đồ sộ vẫn chưa được chuyển hóa tương xứng thành giá trị kinh tế. Khoảng cách giữa giá trị truyền thống và ngôn ngữ

tiếp nhận của công chúng trẻ đòi hỏi người làm nghề tìm được ngôn ngữ sáng tạo phù hợp để thu hẹp khoảng cách này. Ngoài ra, thể chế và bảo hộ bản quyền chưa hoàn thiện, khó định giá và thể chấp tài sản vô hình, thiếu liên kết chuỗi giá trị giữa các ngành, hạ tầng và nhân lực sáng tạo còn yếu, dòng vốn tư nhân vào lĩnh vực nhiều rủi ro này vẫn còn dè dặt.

Nhìn chung, công nghiệp văn hóa Việt Nam đang ở giai đoạn chuyển từ nhận thức sang hành động. Thách thức cốt lõi của giai đoạn tới là biến khung chính sách mới thành những kết quả thực chất, trong đó hợp tác công - tư, chuyển đổi số và phát triển nguồn nhân lực sáng tạo là những đòn bẩy then chốt.

3.2. Thực trạng hợp tác công - tư trong lĩnh vực văn hóa

Phần lớn các concert, sự kiện, không gian sáng tạo, sản phẩm điện ảnh, trò chơi, thời trang thành công đều do doanh nghiệp tư nhân tổ chức, đầu tư và vận hành. Nhà nước tham gia ở vai trò tạo môi trường, cấp phép, hỗ trợ quảng bá và cung cấp thiết chế, không gian công cộng. Đây thực chất là những hình thức hợp tác công - tư thể hệ mới đang mạnh mẽ hình thành trên thực tế.

Trên thực tế, việc triển khai hợp tác công - tư trong lĩnh vực văn hóa thời gian qua gặp nhiều rào cản về khuôn khổ pháp lý và cơ chế tài chính, phần lớn sự tham gia của tư nhân đến nay diễn ra dưới hình thức xã hội hóa, tài trợ và đầu tư riêng lẻ, chứ chưa phải là các hợp đồng đối tác công - tư đúng nghĩa với cơ chế chia sẻ rủi ro và lợi ích rõ ràng.

Luật Đầu tư theo phương thức đối tác công tư năm 2020 chỉ quy định 5 lĩnh vực được áp dụng PPP, trong đó không có lĩnh vực văn hóa. Khoảng trống này được tháo gỡ trước hết ở cấp địa phương thông qua các cơ chế đặc thù. Nghị quyết số 98/2023/QH15 ngày 24/6/2023 của Quốc hội về cơ chế đặc thù cho TP. Hồ Chí Minh đã tạo ra cơ chế

mới nhằm huy động đầu tư tư nhân cho các dự án văn hóa. Tiếp đó, *Luật Thủ đô* năm 2026 cho phép Hà Nội áp dụng PPP đối với các dự án văn hóa và thể thao; Đà Nẵng và Nghệ An cũng được áp dụng PPP trong lĩnh vực này theo các nghị quyết đặc thù năm 2024. Quan trọng hơn, ở cấp toàn quốc, *Luật sửa đổi về PPP* năm 2024 đã xóa bỏ hạn chế về lĩnh vực đầu tư và mức đầu tư tối thiểu, nâng tỷ lệ vốn nhà nước có thể lên cao hơn 50% và tiếp tục áp dụng hợp đồng BT (Như Trung, 24/12/2024).

Ngày 14/11/2025, Thủ tướng Chính phủ ký Quyết định số 2486/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045. Bộ Chính trị ban hành Nghị quyết số 80-NQ/TW ngày 30/6/2026 về phát triển văn hóa, đặt yêu cầu chi tối thiểu 2% tổng ngân sách nhà nước cho văn hóa và chọn ngày 24/11 làm Ngày Văn hóa Việt Nam; đồng thời, đặt mục tiêu hình thành 5 - 10 thương hiệu quốc gia về công nghiệp văn hóa. Cùng với đó là Chương trình mục tiêu quốc gia về phát triển văn hóa giai đoạn 2025 - 2035 với nguồn lực lớn, mục tiêu đóng góp 8% GDP vào năm 2035 và việc Quốc hội thông qua *Luật Di sản văn hóa* (sửa đổi) nhằm hoàn thiện hành lang pháp lý. Như vậy, cánh cửa pháp lý cho hợp tác công - tư trong lĩnh vực văn hóa về cơ bản mới được mở.

Trong khi chờ pháp lý hoàn thiện, hợp tác thực tế chủ yếu diễn ra theo con đường xã hội hóa. Tư nhân tài trợ và tổ chức các sự kiện, lễ hội, chương trình nghệ thuật, ví dụ như Liên hoan Âm nhạc Quốc tế TP. Hồ Chí Minh HOZO năm 2024 góp phần quảng bá thương hiệu và định hình ngành công nghiệp văn hóa của Thành phố. Tư nhân cũng đầu tư mạnh vào các lĩnh vực có khả năng sinh lời như: giải trí, concert và du lịch văn hóa. Tuy nhiên, ở chiều ngược lại, nhiều công trình và dự án văn hóa của Nhà nước lại đình trệ vì thiếu vốn; nhiều dự án văn hóa đã được quy

hoạch nhưng chưa thể triển khai do thiếu nguồn lực tài chính. Khoảng cách giữa nhu cầu đầu tư công và khả năng ngân sách chính là dư địa mà hợp tác công - tư cần lấp đầy.

Ngoài việc pháp lý mới được mở và còn thiếu hướng dẫn cụ thể, thực trạng hợp tác công - tư trong lĩnh vực văn hóa vẫn còn vướng mắc ở nhiều điểm. Cơ chế tài chính chưa rõ ràng, đặc biệt là cách định giá và đưa tài sản văn hóa, tài sản vô hình vào hợp tác. Năng lực quản trị và vận hành các thiết chế văn hóa theo cơ chế hợp tác vẫn còn nhiều bất cập. Phát triển còn manh mún, thiếu liên kết vùng và thiếu các trung tâm động lực. Nhiều hoạt động mang tính tự phát, chưa được quy hoạch và kết nối thành một hệ sinh thái đủ lớn để cạnh tranh trong khu vực.

4. Định hướng thể chế hóa mô hình hợp tác công - tư thế hệ mới trong phát triển công nghiệp văn hóa ở Việt Nam

Thứ nhất, hoàn thiện khung pháp lý đặc thù cho hợp tác công - tư trong phát triển công nghiệp văn hóa. Trên cơ sở Luật PPP đã mở rộng phạm vi và việc nghiên cứu xây dựng Luật Công nghiệp văn hóa, cần ban hành các quy định cụ thể hóa cho lĩnh vực văn hóa: xác định rõ các hình thức hợp tác, như nhượng quyền vận hành thiết chế, không gian sáng tạo, đặt hàng sáng tạo, hợp tác khai thác tài sản trí tuệ,... quy trình, quyền và nghĩa vụ của các bên, cơ chế chia sẻ rủi ro, phân chia lợi ích phù hợp với đặc thù của kinh tế sáng tạo.

Thứ hai, thiết lập cơ chế khai thác tài sản công và các thiết chế văn hóa. Xây dựng cơ chế minh bạch cho phép khu vực tư nhân tham gia vận hành, khai thác các bảo tàng, nhà hát, trung tâm văn hóa, di sản theo hướng đối tác công - tư, bảo đảm vừa phát huy giá trị kinh tế vừa giữ gìn giá trị văn hóa và quyền tiếp cận của công chúng.

Thứ ba, đa dạng hóa và thể chế hóa các công cụ tài chính. Hình thành và vận hành các quỹ đầu tư, quỹ phát triển công nghiệp

văn hóa; thể chế hóa cơ chế tài chính hỗn hợp với vốn môi và chia sẻ rủi ro của Nhà nước; ban hành các ưu đãi cụ thể về thuế, tín dụng, đất đai cho dự án công nghiệp văn hóa; tăng mức đầu tư ngân sách cho văn hóa theo định hướng tối thiểu 2% tổng chi ngân sách.

Thứ tư, hoàn thiện cơ chế bảo hộ và định giá tài sản trí tuệ. Vì tài sản trí tuệ là giá trị cốt lõi, cần hoàn thiện quy định về bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, về định giá và việc sử dụng tài sản trí tuệ làm phần góp vốn trong hợp tác công - tư, qua đó, tạo cơ sở pháp lý để các bên yên tâm hợp tác và đầu tư.

Thứ năm, phát triển hạ tầng sáng tạo và hệ sinh thái. Thể chế hóa cơ chế phát triển các không gian sáng tạo, trung tâm công nghiệp văn hóa, các cụm, khu công nghiệp văn hóa theo phương thức đối tác công - tư; gắn với quy hoạch địa phương sau sắp xếp và liên kết vùng, hình thành các trung tâm kết nối tạo động lực phát triển cho cả vùng; phát huy vai trò “đầu tàu” của Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh và các thành phố Sáng tạo.

Thứ sáu, gắn với chuyển đổi số và phát triển năng lực số cho nguồn nhân lực. Có cơ chế thúc đẩy hợp tác công - tư trong phát triển nền tảng số, dữ liệu và phân phối nội dung số; đào tạo nguồn nhân lực vừa sáng tạo, vừa có năng lực kinh doanh và quản trị dự án văn hóa; phát huy vai trò của các hội nghề nghiệp và cộng đồng sáng tạo.

Thứ bảy, bảo đảm sự hài hòa giữa giá trị kinh tế và giá trị văn hóa. Trong mọi hình thức hợp tác, cần bảo đảm không thương mại hóa thái quá, giữ gìn bản sắc và giá trị văn hóa dân tộc; đồng thời, phát huy vai trò của sức mạnh mềm quốc gia. Đây là nguyên tắc xuyên suốt, phân biệt hợp tác công - tư trong văn hóa với các lĩnh vực thuần kinh tế.

5. Kết luận

Công nghiệp văn hóa là lĩnh vực giàu tiềm năng, vừa đóng góp vào tăng trưởng kinh tế, vừa bồi đắp sức mạnh mềm của quốc gia. Để hiện thực hóa mục tiêu đóng góp 7% GDP vào

năm 2030 và 9% GDP vào năm 2045 (Thủ tướng Chính phủ, 2025), việc huy động nguồn lực và sức sáng tạo của tư nhân thông qua hợp tác công - tư là điều tất yếu. Song, do đặc thù của kinh tế sáng tạo, mô hình hợp tác công - tư truyền thống cần được nâng cấp thành một mô hình hợp tác công - tư thể hệ mới, mở rộng về đối tượng: tài sản sáng tạo, trí tuệ, dữ liệu; về chủ thể: thêm cộng đồng sáng tạo, về phương thức: đồng sáng tạo; về công cụ tài chính: tài chính hỗn hợp. Quan trọng hơn, mô hình mới chỉ có thể phát huy hiệu quả khi được thể chế hóa đồng bộ: từ khung pháp lý đặc thù, cơ chế khai thác thiết chế và tài sản công, công cụ tài chính, bảo hộ tài sản trí tuệ, đến hạ tầng sáng tạo, chuyển đổi số và nhân lực. Khi Nhà nước thực sự kiến tạo và đồng hành, còn khu vực tư nhân và cộng đồng sáng tạo được trao cơ hội và bảo đảm quyền lợi, hợp tác công - tư thể hệ mới sẽ trở thành đòn bẩy thúc đẩy công nghiệp văn hóa Việt Nam phát triển nhanh, bền vững và giàu bản sắc ■

Tài liệu tham khảo:

- Bộ Chính trị (2024). *Nghị quyết số 57-NQ/TW ngày 22/12/2024 về đột phá phát triển khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số quốc gia*.
- Bộ Chính trị (2025). *Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 04/5/2025 về phát triển kinh tế tư nhân*.
- Bộ Chính trị (2026). *Nghị quyết số 79-NQ/TW ngày 06/01/2026 về phát triển kinh tế nhà nước*.
- Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (26/11/2024). *Tạo sự đột phá để phát triển các ngành công nghiệp văn hóa*. <https://bvhttdl.gov.vn/tao-su-dot-pha-de-phat-trien-cac-nganh-cong-nghiep-van-hoa-20241126155333204.htm>
- Chính phủ (2025a). *Nghị định số 180/2025/NĐ-CP ngày 01/7/2025 quy định cơ chế và ưu đãi đối với quan hệ đối tác công tư trong lĩnh vực khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số*.
- Chính phủ (2025b). *Nghị định số 243/2025/NĐ-CP ngày 11/9/2025 quy định chi tiết một số điều của Luật Đầu tư theo phương thức đối tác công tư*.
- Chính phủ (2025c). *Nghị định số 312/2025/NĐ-CP ngày 06/12/2025 quy định cơ chế quản lý tài chính dự án đầu tư theo phương thức đối tác công tư và cơ chế thanh toán, quyết toán đối với dự án áp dụng loại hợp đồng BT*.
- Đoàn Mạnh Cường (20/5/2025). *Biến công nghiệp văn hóa trở thành động lực phát triển hoạt động du lịch*. <https://vietnam-tourism.gov.vn/post/56480>
- Lê, T. T. (30/7/2025). *Giải pháp hoàn thiện khung pháp lý để thu hút vốn tư nhân vào các dự án hạ tầng giao thông theo phương thức đối tác công - tư (PPP) tại Việt Nam*. *Tạp chí Quản lý nhà nước*. <https://www.quanlynhanuoc.vn/2025/07/23/giai-phap-hoan-thien-khung-phap-ly-de-thu-hut-von-tu-nhan-vao-cac-du-an-ha-tang-giao-thong-theo-phuong-thuc-doi-tac-cong-tu-ppp-tai-viet-nam/>
- Lê, Q. (2025). *Đối thoại cấp cao PPP: Hoàn thiện khung pháp lý và mở rộng hợp tác công - tư*. *Tạp chí Thị trường tài chính tiền tệ*. <https://thitruongtaichinhiente.vn/doi-thoi-cap-cao-ppp-hoan-thien-khung-phap-ly-va-mo-rong-hop-tac-cong-tu-74037.html>
- Linh Anh (12/8/2026). *Gỡ điểm nghẽn thể chế, thúc đẩy công nghiệp văn hóa*. <https://bvhttdl.gov.vn/go-diem-nghen-the-che-thuc-day-cong-nghiep-van-hoa.htm>
- Như Trung (24/12/2024). *Động lực mới để khơi thông nguồn lực đầu tư*. <https://www.tinnhanhchungkhoan.vn/dong-luc-moi-de-khoi-thong-nguon-luc-dau-tu-post360522.html>
- Quốc hội (2020, 2025). *Luật Đầu tư theo phương thức đối tác công - tư năm 2020 (sửa đổi, bổ sung năm 2025)*.
- Thủ tướng Chính phủ (2021). *Quyết định số 1909/QĐ-TTg ngày 12/11/2021 phê duyệt Chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2030*.
- Thủ tướng Chính phủ (2025). *Quyết định số 2486/QĐ-TTg ngày 14/11/2025 phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*.
- Trung Sơn (04/7/2024). *Dự kiến 8 ngành công nghiệp văn hóa đóng góp 148.000 tỉ đồng cho TP. Hồ Chí Minh*. <https://tuoitre.vn/phun-uonline/du-kien-8-nganh-cong-nghiep-van-hoa-dong-gop-148-000-ti-dong-cho-tp-hcm-1101522527.htm>