HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH

PHẠM HỒNG MINH

PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA Ở TỈNH QUẢNG NINH TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ

TÓM TẮT LUẬN ÁN TIẾN SĨ

NGÀNH: KINH TẾ CHÍNH TRỊ

HÀ NỘI - 2026

Công trình được hoàn thành tại
Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh

***Người hướng dẫn khoa học*: PGS, TS. ĐOÀN XUÂN THỦY**



TS. VŨ NGỌC HOÀNG



Phản biện 1: .....
.....

Phản biện 2: .....
.....

Phản biện 3: .....
.....

Luận án sẽ được bảo vệ trước Hội đồng chấm luận án cấp Học viện họp tại Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh

Vào hồi .... giờ ...., ngày ... tháng ... năm 202...

Có thể tìm hiểu luận án tại Thư viện Quốc gia và Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh

MỞ ĐẦU

1. Lý do lựa chọn đề tài

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế, văn hóa ngày càng trở thành nguồn lực kinh tế quan trọng và là một bộ phận của "sức mạnh mềm" quốc gia. Ở Việt Nam, Đảng và Nhà nước đã xác định công nghiệp văn hóa là một động lực mới của tăng trưởng và phát triển bền vững. Tuy nhiên, việc cụ thể hóa các chủ trương này ở cấp địa phương còn chưa đồng đều, đặt ra yêu cầu nghiên cứu phù hợp với điều kiện cụ thể của từng địa phương.

Về lý luận, nghiên cứu phát triển công nghiệp văn hóa ở cấp tỉnh dưới góc độ Kinh tế chính trị vẫn còn khoảng trống, nhất là trong việc làm rõ mối quan hệ giữa thể chế, huy động và phân bổ nguồn lực, phát triển sản phẩm và chuỗi giá trị, thị trường, hội nhập quốc tế và quan hệ lợi ích giữa các chủ thể. Vì vậy, cần có một khung phân tích làm rõ cơ chế chuyển hóa nguồn lực văn hóa thành giá trị kinh tế - xã hội.

Quảng Ninh có tài nguyên văn hóa phong phú, hạ tầng tương đối đồng bộ và khả năng huy động nguồn lực lớn, nhưng phát triển công nghiệp văn hóa chưa tương xứng với tiềm năng. Đầu tư còn tập trung nhiều vào hạ tầng, bảo tồn và du lịch; các ngành sáng tạo như điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn, thiết kế và truyền thông số còn hạn chế; liên kết chuỗi giá trị, nguồn nhân lực sáng tạo và khả năng tham gia thị trường quốc tế chưa mạnh.

Xuất phát từ những lý do trên, việc lựa chọn đề tài ***"Phát triển công nghiệp văn hóa ở tỉnh Quảng Ninh trong bối cảnh hội nhập quốc tế"*** là cần thiết cả về lý luận và thực tiễn. Nghiên cứu góp phần làm rõ cơ sở lý luận về phát triển công nghiệp văn hóa dưới góc độ Kinh tế chính trị, đồng thời cung cấp luận cứ khoa học cho việc hoạch định và thực thi chính sách phát triển công nghiệp văn hóa ở Quảng Ninh trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

2. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu

2.1. Mục tiêu nghiên cứu:

Luận án làm rõ cơ sở lý luận và thực tiễn về phát triển công nghiệp văn hóa ở cấp tỉnh trong bối cảnh hội nhập quốc tế; đánh giá thực trạng phát triển công nghiệp văn hóa ở tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2016 - 2025; từ đó đề xuất quan điểm và giải pháp phát triển đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu:

Từ mục tiêu nghiên cứu, đề tài luận án thực hiện các nhiệm vụ sau:

- Tổng quan các công trình nghiên cứu có liên quan, xác định những kết

quả đã đạt được và khoảng trống nghiên cứu mà luận án cần tiếp tục làm rõ;

- Làm rõ cơ sở lý luận về phát triển công nghiệp văn hóa ở cấp tỉnh dưới góc độ Kinh tế chính trị; xác định nội dung, tiêu chí, nhân tố ảnh hưởng; nghiên cứu kinh nghiệm một số địa phương trong, ngoài nước về phát triển công nghiệp văn hóa và rút ra bài học cho Quảng Ninh;

- Phân tích, đánh giá thực trạng phát triển công nghiệp văn hóa ở tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2016 - 2025; chỉ ra kết quả, hạn chế, nguyên nhân và bổ sung bằng chứng khảo sát về các nhân tố ảnh hưởng;

- Dự báo xu hướng, xác định quan điểm và đề xuất các giải pháp phát triển công nghiệp văn hóa ở Thành phố Quảng Ninh đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu:

Đối tượng nghiên cứu của luận án là: phát triển công nghiệp văn hóa ở tỉnh Quảng Ninh dưới góc độ Kinh tế chính trị.

3.2. Phạm vi nghiên cứu:

- *Về nội dung:* Luận án nghiên cứu phát triển công nghiệp văn hóa ở tỉnh Quảng Ninh trên các phương diện: thể chế, chính sách và tổ chức thực hiện; huy động, phân bổ và sử dụng nguồn lực; phát triển ngành, sản phẩm và chuỗi giá trị; phát triển thị trường, hiệu quả và hội nhập quốc tế. Trong tổng thể các ngành công nghiệp văn hóa, luận án tập trung phân tích sâu ba ngành có lợi thế và tính đại diện tại Quảng Ninh, gồm: du lịch văn hóa, nghệ thuật biểu diễn và điện ảnh.

- *Về không gian:* Nghiên cứu được thực hiện trên địa bàn tỉnh Quảng Ninh, có liên hệ, so sánh với một số địa phương trong nước và kinh nghiệm quốc tế nhằm rút ra bài học tham khảo phù hợp cho địa phương.

- *Về thời gian:*

Luận án tập trung phân tích thực trạng phát triển công nghiệp văn hóa ở tỉnh Quảng Ninh trong giai đoạn từ 2016 - 2025, gắn với quá trình đẩy mạnh hội nhập quốc tế và triển khai Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa của Việt Nam; các giải pháp được đề xuất có tầm nhìn đến năm 2030, định hướng đến năm 2045.

4. Phương pháp nghiên cứu

Luận án sử dụng phương pháp nghiên cứu của Kinh tế chính trị Mác – Lênin kết hợp với các phương pháp nghiên cứu khoa học hiện đại, gồm:

- Phương pháp luận duy vật biện chứng và duy vật lịch sử: àm rõ mối

quan hệ giữa kinh tế và văn hóa, lực lượng sản xuất và quan hệ sản xuất, phát triển kinh tế với bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa.

- Phương pháp trừu tượng hóa khoa học: xác định nội hàm phát triển công nghiệp văn hóa và làm rõ vai trò của thể chế, các chủ thể, quan hệ lợi ích và cơ chế huy động, phân bổ nguồn lực.

- Phương pháp phân tích, tổng hợp và so sánh: hệ thống hóa cơ sở lý luận, phân tích thực trạng và tham khảo kinh nghiệm trong nước, quốc tế.

- Phương pháp thống kê và xử lý số liệu: Được sử dụng để thu thập, tổng hợp và xử lý các số liệu thứ cấp liên quan đến phát triển công nghiệp văn hóa như số lượng doanh nghiệp, lao động, doanh thu, lượng khách du lịch, hoạt động nghệ thuật biểu diễn và điện ảnh…Thông qua đó, luận án đánh giá xu hướng phát triển, mức độ đóng góp và những vấn đề đặt ra trong phát triển công nghiệp văn hóa của địa phương.

- Phương pháp điều tra khảo sát: Luận án sử dụng phương pháp điều tra bằng bảng hỏi, chọn mẫu phi xác suất có chủ đích, thực hiện trực tiếp và trực tuyến trong tháng 6/2026 tại Quảng Ninh. Đối tượng khảo sát gồm ba nhóm: (i) cán bộ quản lý, cán bộ chuyên môn và đơn vị sự nghiệp; (ii) doanh nghiệp, hộ kinh doanh và đơn vị cung ứng sản phẩm, dịch vụ văn hóa; (iii) chuyên gia, giảng viên, nhà nghiên cứu, nghệ nhân và người sáng tạo. Tổng số 250 phiếu phát ra, thu được 176 phiếu hợp lệ (70,4%). Cỡ mẫu đáp ứng yêu cầu phân tích định lượng với mức ảnh hưởng trung bình theo Cohen (1988).

Nội dung khảo sát tập trung vào năm nhóm nhân tố ảnh hưởng đến phát triển công nghiệp văn hóa: thể chế và quản trị; nguồn lực; năng lực sáng tạo, khoa học - công nghệ và chuyển đổi số; liên kết và hài hòa lợi ích giữa các chủ thể; hội nhập quốc tế. Dữ liệu được đo lường bằng thang Likert 5 mức và xử lý bằng phần mềm SmartPLS 4 theo phương pháp PLS-SEM nhằm đánh giá độ tin cậy, giá trị thang đo và mức độ tác động của các nhân tố. Kết quả được đối chiếu với dữ liệu thứ cấp và phân tích định tính để bổ sung căn cứ đánh giá thực trạng, xác định nguyên nhân và đề xuất giải pháp. Do chọn mẫu có chủ đích, kết quả khảo sát mang tính bổ trợ, không nhằm suy rộng thống kê cho toàn bộ địa phương.

5. Đóng góp mới về khoa học của Luận án

5.1. Đóng góp về lý luận

Thứ nhất, luận án góp phần làm rõ nội hàm phát triển công nghiệp văn hóa ở cấp tỉnh dưới góc độ Kinh tế chính trị, nhấn mạnh quá trình huy động, phân bổ và chuyển hóa nguồn lực văn hóa thành giá trị kinh tế, gắn với bảo tồn

và phát huy giá trị văn hóa trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

Thứ hai, luận án xây dựng khung phân tích phát triển công nghiệp văn hóa ở cấp tỉnh trên bốn phương diện: thể chế, chính sách và tổ chức thực hiện; nguồn lực; ngành, sản phẩm và chuỗi giá trị; thị trường, hiệu quả và hội nhập quốc tế, làm cơ sở xác định các tiêu chí đánh giá và phân tích thực tiễn.

5.2. Đóng góp về thực tiễn

Thứ nhất, luận án bổ sung bằng chứng thực nghiệm về các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển công nghiệp văn hóa ở tỉnh Quảng Ninh, trong đó thể chế và năng lực quản trị có tác động lớn nhất, tiếp đến là hội nhập quốc tế, liên kết và hài hòa lợi ích giữa các chủ thể, khả năng huy động và tiếp cận nguồn lực.

Thứ hai, luận án đề xuất định hướng và các nhóm giải pháp phát triển công nghiệp văn hóa ở Quảng Ninh đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045, tập trung vào hoàn thiện thể chế, nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực, phát triển sản phẩm và chuỗi giá trị, tăng cường liên kết và mở rộng thị trường quốc tế, góp phần cung cấp luận cứ cho hoạch định và thực thi chính sách tại địa phương.

6. Kết cấu của luận án

Ngoài phần Mở đầu, Kết luận, kiến nghị, Danh mục tài liệu tham khảo và Phụ lục, nội dung luận án được chia thành 04 chương:

Chương 1: Tổng quan các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước liên quan đến để tài

Chương 2: Cơ sở lý luận và thực tiễn về phát triển công nghiệp văn hóa trong hội nhập quốc tế

Chương 3: Thực trạng phát triển công nghiệp văn hóa ở tỉnh Quảng Ninh trong bối cảnh hội nhập quốc tế

Chương 4: Quan điểm và giải pháp phát triển công nghiệp văn hóa ở thành phố Quảng Ninh trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

Chương 1
TỔNG QUAN CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU TRONG VÀ NGOÀI NƯỚC LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN

1.1. CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU VỀ LÝ LUẬN PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA

1.1.1. Nhóm các công trình nghiên cứu về bản chất, đặc trưng và giá trị của công nghiệp văn hóa

1.1.2. Nhóm các công trình nghiên cứu về khái niệm và mô hình phát triển công nghiệp văn hóa

1.1.3. Nhóm các công trình nghiên cứu về nội dung phát triển công nghiệp văn hóa

1.1.4. Nhóm các công trình nghiên cứu về thể chế và chính sách phát triển công nghiệp văn hóa

1.2. NHÓM CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU VỀ PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ VÀ CHUYỂN ĐỔI SỐ

Nhóm nghiên cứu này tập trung vào tác động của toàn cầu hóa, chuyển đổi số, thương mại quốc tế và sự phát triển của các nền tảng số đối với sản xuất, phân phối và tiêu dùng sản phẩm văn hóa. Các kết quả cho thấy hội nhập quốc tế vừa mở rộng thị trường, mạng lưới hợp tác, cơ hội đầu tư và lan tỏa sức mạnh mềm, vừa làm gia tăng cạnh tranh, rủi ro lệ thuộc nền tảng, xâm phạm bản quyền và nguy cơ đồng nhất văn hóa. Vì vậy, năng lực thể chế, bảo hộ sở hữu trí tuệ, phát triển nhân lực sáng tạo và xây dựng thương hiệu văn hóa được xem là các điều kiện quan trọng

1.3. NHÓM CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU VỀ PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA Ở TỈNH QUẢNG NINH TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ

Các nghiên cứu liên quan đến Quảng Ninh chủ yếu đề cập đến phát triển du lịch, kinh tế di sản, bảo tồn và phát huy giá trị Vịnh Hạ Long, tổ chức sự kiện, chuyển đổi số du lịch và xây dựng thương hiệu địa phương. Những công trình này cung cấp nhiều dữ liệu thực tiễn có giá trị, nhưng chưa hình thành một khung phân tích đầy đủ về phát triển công nghiệp văn hóa của tỉnh dưới góc độ Kinh tế chính trị, đặc biệt ở các quan hệ về huy động và phân bổ nguồn lực, tổ chức chuỗi giá trị, phân chia lợi ích và khả năng chuyển hóa tài nguyên văn hóa thành giá trị kinh tế mới.

1.4. ĐÁNH GIÁ CHUNG VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA CẦN TIẾP TỤC NGHIÊN CỨU

1.4.1. Đánh giá chung các kết quả nghiên cứu đã công bố

1.4.1.1. Những vấn đề đã thống nhất

Thứ nhất, các nghiên cứu thống nhất công nghiệp văn hóa là lĩnh vực kinh tế đặc thù dựa trên sáng tạo, tri thức, công nghệ và giá trị văn hóa, góp phần thúc đẩy tăng trưởng, tạo việc làm và bảo tồn bản sắc văn hóa.

Thứ hai, các nghiên cứu khẳng định vai trò của thể chế, chính sách, nguồn

lực, công nghệ, thị trường và sự tham gia của Nhà nước, doanh nghiệp, cộng đồng trong phát triển công nghiệp văn hóa.

Thứ ba, hội nhập quốc tế và chuyển đổi số tạo cơ hội mở rộng thị trường, đổi mới hoạt động sáng tạo, sản xuất và phân phối, đồng thời đặt ra thách thức về cạnh tranh, sở hữu trí tuệ và bảo vệ bản sắc văn hóa.

Thứ tư, điều kiện và lợi thế đặc thù của địa phương, nhất là tài nguyên văn hóa, nhân lực, hạ tầng và thị trường, có vai trò quan trọng đối với phát triển công nghiệp văn hóa. Đây là cơ sở để nghiên cứu trường hợp tỉnh Quảng Ninh.

1.4.1.2. Những vấn đề chưa thống nhất

Thứ nhất, phạm vi ngành, nội dung và tiêu chí đánh giá phát triển công nghiệp văn hóa còn khác biệt giữa các nghiên cứu, cần được cụ thể hóa phù hợp với điều kiện cấp tỉnh.

Thứ hai, cơ chế chuyển hóa nguồn lực văn hóa thành giá trị kinh tế, quan hệ lợi ích giữa các chủ thể và sự kết hợp giữa phát triển kinh tế với bảo tồn văn hóa chưa được làm rõ đầy đủ.

Thứ ba, các mô hình phát triển công nghiệp văn hóa chưa được vận dụng thống nhất theo điều kiện địa phương, đặc biệt trong mối quan hệ giữa thể chế, nguồn lực, sản phẩm, chuỗi giá trị và thị trường.

Thứ tư, mức độ tác động của hội nhập quốc tế và chuyển đổi số đến phát triển công nghiệp văn hóa ở cấp tỉnh còn cần được nghiên cứu cụ thể, gắn với năng lực thích ứng và điều kiện thực tiễn địa phương.

1.4.2. Khoảng trống cần tiếp tục nghiên cứu trong luận án

Thứ nhất, về lý thuyết, cách tiếp cận phát triển công nghiệp văn hóa ở cấp tỉnh dưới góc độ Kinh tế chính trị chưa được làm rõ đầy đủ, nhất là quan hệ kinh tế giữa các chủ thể và cơ chế chuyển hóa nguồn lực văn hóa thành giá trị kinh tế. Luận án tập trung hoàn thiện cơ sở lý luận, nội dung và tiêu chí đánh giá.

Thứ hai, về phương pháp nghiên cứu, việc kết hợp phân tích Kinh tế chính trị với đánh giá định lượng các nhân tố ảnh hưởng ở cấp tỉnh còn hạn chế. Luận án kết hợp phương pháp định tính, thống kê, khảo sát và PLS-SEM để bổ sung bằng chứng thực nghiệm.

Thứ ba, về thực tiễn, các nghiên cứu về Quảng Ninh chủ yếu tiếp cận theo từng lĩnh vực, chưa đánh giá toàn diện cơ chế chuyển hóa lợi thế văn hóa thành giá trị kinh tế. Luận án phân tích thực trạng giai đoạn 2016–2025, xác định hạn chế, nguyên nhân và đề xuất giải pháp đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.

Từ những khoảng trống trên, luận án tập trung làm rõ cơ sở lý luận, các nhân tố ảnh hưởng, thực trạng và giải pháp phát triển công nghiệp văn hóa ở tỉnh Quảng Ninh trong bối cảnh hội nhập quốc tế.

Chương 2
CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ

2.1. NHỮNG VẤN ĐỀ CHUNG VỀ PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ

2.1.1. Khái niệm phát triển công nghiệp văn hóa trong bối cảnh hội nhập quốc tế

2.1.1.1. Quá trình nhận thức lý luận về công nghiệp văn hóa và phát triển công nghiệp văn hóa

2.1.1.2. Văn hóa, các chiều giá trị văn hóa và khái niệm công nghiệp văn hóa

Luận án sử dụng khái niệm: *Công nghiệp văn hóa là lĩnh vực kinh tế đặc thù dựa trên nền tảng sáng tạo và khai thác các giá trị văn hóa, trong đó các chủ thể tổ chức hoạt động sáng tạo, sản xuất, phổ biến và phân phối sản phẩm, dịch vụ văn hóa bằng những phương thức và công nghệ phù hợp, gắn với thị trường và quyền sở hữu trí tuệ, nhằm đáp ứng nhu cầu văn hóa của xã hội, tạo lập giá trị kinh tế đồng thời góp phần bảo tồn, phát huy và lan tỏa các giá trị văn hóa.*

2.1.1.3. Khái niệm phát triển công nghiệp văn hóa trong bối cảnh hội nhập quốc tế

Luận án xác định: *Phát triển công nghiệp văn hóa trong bối cảnh hội nhập quốc tế là quá trình mở rộng quy mô, nâng cao chất lượng, hiệu quả và năng lực cạnh tranh của các ngành công nghiệp văn hóa trên cơ sở phát huy sáng tạo, huy động và sử dụng hiệu quả các nguồn lực, phát triển sản phẩm, chuỗi giá trị và thị trường; gắn với sự hoàn thiện thể chế, các quan hệ kinh tế và sự hài hòa lợi ích giữa các chủ thể, chủ động khai thác cơ hội hội nhập quốc tế, đồng thời bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa và hướng tới phát triển bền vững.*

2.1.1.4. Khái niệm phát triển công nghiệp văn hóa ở địa phương cấp tỉnh trong bối cảnh hội nhập quốc tế

Khái niệm trung tâm của luận án: *Phát triển công nghiệp văn hóa ở địa phương cấp tỉnh trong bối cảnh hội nhập quốc tế là quá trình mở rộng quy mô, nâng cao chất lượng, hiệu quả và năng lực cạnh tranh của các ngành công*

nghiệp văn hóa trên cơ sở hoàn thiện thể chế, chính sách và tổ chức thực hiện; huy động, phân bổ và sử dụng hiệu quả các nguồn lực; thúc đẩy sáng tạo, phát triển ngành, sản phẩm và chuỗi giá trị; mở rộng thị trường và nâng cao năng lực hội nhập quốc tế, với sự tham gia, liên kết và hài hòa lợi ích giữa các chủ thể, gắn với bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa đặc thù và phát triển bền vững của địa phương.

2.1.2. Đặc điểm của phát triển công nghiệp văn hóa trong bối cảnh hội nhập quốc tế

Thứ nhất, phát triển công nghiệp văn hóa có tính sáng tạo cao; *Thứ hai,* phát triển công nghiệp văn hóa gắn với khoa học công nghệ và quyền sở hữu trí tuệ; *Thứ ba,* phát triển công nghiệp văn hóa mang đồng thời giá trị kinh tế và văn hóa - xã hội; *Thứ tư*, phát triển công nghiệp văn hóa chịu sự chi phối của các quy luật kinh tế thị trường và vai trò điều tiết của Nhà nước; *Thứ năm*, phát triển công nghiệp văn hóa có tính mở và chịu tác động mạnh của hội nhập quốc tế.

2.1.3. Vai trò của phát triển công nghiệp văn hóa trong bối cảnh hội nhập quốc tế

Phát triển công nghiệp văn hóa góp phần tạo động lực tăng trưởng mới, mở rộng việc làm, thúc đẩy dịch vụ và đổi mới sáng tạo; đồng thời hỗ trợ bảo tồn, tái tạo và lan tỏa các giá trị văn hóa. Ở phương diện đối ngoại, sản phẩm và hình ảnh văn hóa là công cụ quan trọng để gia tăng sức mạnh mềm, nâng cao vị thế và khả năng kết nối của quốc gia, địa phương trong mạng lưới quốc tế.

2.1.4. Cơ hội và thách thức của hội nhập quốc tế đối với phát triển công nghiệp văn hóa

Hội nhập quốc tế tạo điều kiện mở rộng thị trường, thu hút đầu tư, tiếp cận công nghệ và kinh nghiệm quản trị, phát triển đồng sản xuất và đưa sản phẩm văn hóa địa phương vào chuỗi giá trị rộng hơn. Tuy nhiên, hội nhập cũng đặt ra thách thức về cạnh tranh với sản phẩm ngoại nhập, nguy cơ thương mại hóa cực đoan, xâm phạm sở hữu trí tuệ, chênh lệch năng lực số và sự phụ thuộc vào nền tảng quốc tế. Điều này đòi hỏi địa phương phải chủ động nâng cao năng lực thể chế, chất lượng nguồn lực và khả năng tổ chức thị trường.

2.2. NỘI DUNG, TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ, CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ

2.2.1. Nội dung phát triển công nghiệp văn hóa trong bối cảnh hội nhập quốc tế

2.2.1.1. Hoàn thiện thể chế, chính sách và tổ chức thực hiện phát triển công nghiệp văn hóa

Hoàn thiện thể chế, chính sách và tổ chức thực hiện nhằm tạo môi trường thuận lợi cho phát triển công nghiệp văn hóa, điều tiết quan hệ kinh tế và hài hòa lợi ích giữa các chủ thể. *Về thể chế*, hoàn thiện khung pháp lý, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, phân định trách nhiệm và tăng cường phối hợp liên ngành. *Về chính sách*, khuyến khích đầu tư, sáng tạo, huy động nguồn lực xã hội, thúc đẩy chuyển đổi số và hội nhập quốc tế gắn với bảo tồn giá trị văn hóa. *Về tổ chức thực hiện*, cụ thể hóa chính sách thành chương trình, kế hoạch phù hợp với lợi thế địa phương; xác định rõ trách nhiệm các chủ thể và ưu tiên nguồn lực cho những lĩnh vực trọng điểm..

2.2.1.2. Huy động, phân bổ và sử dụng các nguồn lực phát triển công nghiệp văn hóa

Nguồn lực phát triển công nghiệp văn hóa bao gồm nhân lực sáng tạo, vốn, tài nguyên văn hóa, kết cấu hạ tầng, công nghệ và các điều kiện hỗ trợ. Vấn đề không chỉ là huy động được nhiều nguồn lực mà quan trọng hơn là phân bổ, kết hợp và sử dụng chúng hiệu quả. Nguồn nhân lực cần được đào tạo gắn với sáng tạo, kỹ năng số và nhu cầu thị trường; nguồn vốn cần được đa dạng hóa giữa ngân sách nhà nước và các nguồn lực xã hội; tài nguyên văn hóa phải được khai thác gắn với bảo tồn và lợi ích cộng đồng; hạ tầng vật chất, hạ tầng số và công nghệ cần phục vụ trực tiếp cho sáng tạo, sản xuất và phân phối sản phẩm. Đồng thời, cần hình thành hệ sinh thái sáng tạo để tăng cường kết nối giữa người sáng tạo, doanh nghiệp, nhà đầu tư, cơ sở đào tạo và cơ quan quản lý.

2.2.1.3. Phát triển các ngành, sản phẩm và chuỗi giá trị công nghiệp văn hóa

Phát triển các ngành, sản phẩm và chuỗi giá trị là khâu trực tiếp chuyển hóa tài nguyên văn hóa, lao động sáng tạo, vốn và công nghệ thành giá trị kinh tế và văn hóa - xã hội. Trước hết, cần lựa chọn những ngành có tiềm năng và lợi thế để ưu tiên phát triển, tránh đầu tư dàn trải. Sản phẩm và dịch vụ công nghiệp văn hóa phải dựa trên các giá trị đặc trưng, đồng thời tăng cường đổi mới sáng tạo, ứng dụng công nghệ và nâng cao chất lượng, bản sắc. Phát triển chuỗi giá trị đòi hỏi tăng cường liên kết từ sáng tạo, sản xuất đến quảng bá, phân phối và tiêu dùng; đồng thời thúc đẩy liên kết với du lịch, thương mại, truyền thông, công nghệ và dịch vụ. Quan hệ lợi ích giữa doanh nghiệp, người sáng tạo, nghệ nhân và cộng đồng cần được xử lý hài hòa để duy trì động lực và bảo đảm phát triển bền vững.

2.2.1.4. Phát triển thị trường và nâng cao năng lực hội nhập quốc tế của công nghiệp văn hóa

Phát triển thị trường là điều kiện để sản phẩm công nghiệp văn hóa thực

hiện giá trị, mở rộng tiêu thụ và tạo nguồn lực tái đầu tư. Đối với thị trường trong nước, cần đa dạng hóa sản phẩm, phát triển hệ thống phân phối hiện đại và kênh số, nâng cao năng lực thụ hưởng văn hóa của công chúng và tăng cường bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ. Đối với thị trường quốc tế, cần xác định sản phẩm và thị trường mục tiêu, xây dựng thương hiệu, đẩy mạnh xúc tiến, hợp tác sản xuất, tham gia các mạng lưới sáng tạo và chuỗi giá trị khu vực, quốc tế. Đồng thời, Nhà nước cần tạo môi trường cạnh tranh thuận lợi và hỗ trợ hội nhập; doanh nghiệp nâng cao năng lực quản trị, thương hiệu và phân phối; người sáng tạo thích ứng với thị trường nhưng vẫn giữ gìn bản sắc và giá trị văn hóa của sản phẩm.

2.2.2. Tiêu chí đánh giá phát triển công nghiệp văn hóa trong bối cảnh hội nhập quốc tế

Các tiêu chí giúp phản ánh mức độ phù hợp của nguồn nhân lực với yêu cầu thực tiễn, đồng thời là cơ sở quan trọng để xây dựng kế hoạch tuyển dụng, bao gồm:

2.2.2.1. Nhóm tiêu chí về thể chế, chính sách và tổ chức thực hiện phát triển công nghiệp văn hóa: Đánh giá mức độ cụ thể hóa chủ trương thành chương trình, kế hoạch và chính sách; tính đồng bộ, phù hợp của hệ thống chính sách; mức độ phân công, phối hợp giữa các cơ quan và hiệu quả tổ chức thực hiện ở địa phương.

2.2.2.2. Nhóm tiêu chí về huy động, phân bổ và sử dụng các nguồn lực phát triển công nghiệp văn hóa: Đánh giá quy mô, cơ cấu, chất lượng và hiệu quả sử dụng nguồn nhân lực, vốn, tài nguyên văn hóa, hạ tầng và công nghệ; đồng thời xem xét khả năng liên kết các nguồn lực và chủ thể trong hệ sinh thái sáng tạo.

2.2.2.3. Nhóm tiêu chí về phát triển các ngành, sản phẩm và chuỗi giá trị công nghiệp văn hóa: Đánh giá quy mô và cơ cấu ngành; số lượng, chất lượng, tính sáng tạo và khả năng thương mại hóa sản phẩm; mức độ hình thành, liên kết các khâu trong chuỗi giá trị và kết quả tạo doanh thu, việc làm, thu nhập.

2.2.2.4. Nhóm tiêu chí về phát triển thị trường, hiệu quả và hội nhập quốc tế của công nghiệp văn hóa: Đánh giá quy mô thị trường, kênh phân phối, thương hiệu và sức cạnh tranh; hiệu quả kinh tế - xã hội thông qua doanh thu, việc làm, thu nhập và đóng góp kinh tế; đồng thời xem xét khả năng mở rộng thị trường và tham gia các hoạt động, mạng lưới quốc tế.

2.2.3. Các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển công nghiệp văn hóa ở địa bàn cấp tỉnh trong bối cảnh hội nhập quốc tế

2.2.3.1. Các nhân tố thuộc môi trường bên ngoài: (1) Xu thế toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế; (2) Sự phát triển của khoa học - công nghệ và chuyển đổi số; (3) Thể chế, chủ trương, chính sách của Trung ương và định hướng phát triển vùng; (4) Cạnh tranh và liên kết giữa các địa phương, vùng và thị trường.

2.2.3.2. Các nhân tố thuộc năng lực nội tại của địa phương:

(1) Chất lượng thể chế và năng lực quản trị của địa phương; (2) Khả năng huy động và tiếp cận các nguồn lực phát triển công nghiệp văn hóa; (3) Năng lực sáng tạo, khoa học - công nghệ và chuyển đổi số; (4) Mức độ liên kết giữa các chủ thể và khả năng hài hòa lợi ích; (5) Khả năng khai thác cơ hội từ hội nhập quốc tế.

2.3. KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA Ở MỘT SỐ ĐỊA PHƯƠNG QUỐC TẾ, TRONG NƯỚC VÀ BÀI HỌC CHO TỈNH QUẢNG NINH

2.3.1. Kinh nghiệm của một số thành phố trên thế giới

Luận án nghiên cứu kinh nghiệm phát triển công nghiệp văn hóa của Sydney (Australia) và Hàng Châu (Trung Quốc), tập trung vào các khía cạnh: (1) Lựa chọn ngành công nghiệp văn hóa mũi nhọn dựa trên lợi thế so sánh; (2) Hoàn thiện chính sách và cơ chế hỗ trợ; (3) Khai thác tài nguyên, bản sắc văn hóa gắn với sáng tạo và công nghệ; (4) Phát triển các cụm, không gian và hệ sinh thái sáng tạo; (5) Phát triển nguồn nhân lực và mở rộng thị trường, hội nhập quốc tế.

2.3.2. Kinh nghiệm của một số địa phương trong nước

Luận án nghiên cứu kinh nghiệm của Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh và Đà Nẵng, tập trung vào: (1) Phát huy lợi thế di sản, bản sắc và nguồn lực văn hóa địa phương; (2) Xác định lĩnh vực công nghiệp văn hóa trọng tâm; (3) Phát triển không gian và hệ sinh thái sáng tạo; (4) Tăng cường ứng dụng công nghệ và liên kết với du lịch, dịch vụ; (5) Tổ chức sự kiện, xây dựng thương hiệu và mở rộng thị trường cho sản phẩm công nghiệp văn hóa.

2.3.3. Bài học cho tỉnh Quảng Ninh về phát triển công nghiệp văn hóa trong bối cảnh hội nhập quốc tế

Thứ nhất, xác định chiến lược phát triển tập trung, lựa chọn lĩnh vực mũi nhọn dựa trên lợi thế so sánh*; Thứ hai,* hoàn thiện thể chế, chính sách và cơ chế hỗ trợ phát triển công nghiệp văn hóa*; Thứ ba,* chuyển hóa tài nguyên văn hóa thành sản phẩm có giá trị thông qua sáng tạo và công nghệ*; Thứ tư,* phát triển

hệ sinh thái sáng tạo và tăng cường liên kết giữa các chủ thể*; Thứ năm,* phát triển nguồn nhân lực sáng tạo gắn với nhu cầu thực tiễn*; Thứ sáu*, xây dựng thương hiệu văn hóa địa phương và chủ động hội nhập quốc tế.

Chương 3
THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA TỈNH QUẢNG NINH TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ

3.1. KHÁI QUÁT ĐIỀU KIỆN VÀ LỢI THẾ PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA Ở TỈNH QUẢNG NINH

3.1.1. Đặc điểm kinh tế - xã hội và vị thế liên kết hội nhập tác động đến phát triển công nghiệp văn hóa

Quảng Ninh có vị trí địa lý chiến lược, hạ tầng giao thông hiện đại, quy mô kinh tế lớn, tốc độ tăng trưởng cao và môi trường đầu tư thuận lợi. Quá trình đô thị hóa, thu nhập dân cư tăng và mức độ hội nhập quốc tế sâu rộng tạo điều kiện mở rộng thị trường, thu hút đầu tư, khách du lịch và kết nối với các trung tâm kinh tế - sáng tạo trong nước, quốc tế.

3.1.2. Tài nguyên văn hóa và lợi thế phát triển công nghiệp văn hóa

Quảng Ninh sở hữu nguồn tài nguyên văn hóa phong phú và đặc sắc, nổi bật với Vịnh Hạ Long, hệ thống di tích, lễ hội, di sản phi vật thể, văn hóa biển đảo và văn hóa công nhân mỏ. Đây là nguồn lực quan trọng để phát triển du lịch văn hóa, điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn, thủ công mỹ nghệ, sản phẩm số và kinh tế di sản, tạo lợi thế cạnh tranh riêng cho công nghiệp văn hóa của tỉnh.

3.2. THỰC TRẠNG THỰC HIỆN NỘI DUNG PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA Ở TỈNH QUẢNG NINH GIAI ĐOẠN 2016 -2025

3.2.1. Thực trạng hoàn thiện thể chế, chính sách và tổ chức thực hiện phát triển công nghiệp văn hóa

3.2.1.1. Cụ thể hóa chủ trương chiến lược và hoàn thiện chính sách phát triển công nghiệp văn hóa

Giai đoạn 2016 - 2025, Quảng Ninh từng bước cụ thể hóa các chủ trương của Trung ương về phát triển văn hóa và công nghiệp văn hóa thành các nghị quyết, kế hoạch, chương trình và cơ chế chính sách của tỉnh. Từ chỗ chủ yếu lồng ghép công nghiệp văn hóa trong chính sách văn hóa, du lịch và dịch vụ, từ năm 2022 - 2025 định hướng phát triển ngày càng rõ nét hơn, tạo cơ sở cho huy động nguồn lực, phát triển sản phẩm, liên kết văn hóa với du lịch và mở rộng sự tham gia của doanh nghiệp, các chủ thể xã hội.

3.2.1.2. Tổ chức thực hiện, phân công, phối hợp và thực thi chính sách

Cơ chế tổ chức thực hiện từng bước chuyển từ lồng ghép trong quản lý văn hóa, du lịch sang phân công trách nhiệm rõ hơn giữa Tỉnh ủy, UBND tỉnh, các sở, ngành và địa phương; đồng thời tăng cường phối hợp liên ngành, kiểm tra, theo dõi và điều chỉnh trong quá trình thực hiện. Vai trò của doanh nghiệp, cộng đồng và các chủ thể xã hội cũng ngày càng được chú trọng. Tuy nhiên, cơ chế phối hợp giữa các lĩnh vực và mức độ tham gia thực chất của khu vực ngoài nhà nước vẫn cần tiếp tục hoàn thiện.

3.2.2. Thực trạng huy động, phân bổ và sử dụng các nguồn lực cho phát triển công nghiệp văn hóa

3.2.2.1. Nguồn nhân lực sáng tạo

Nguồn nhân lực công nghiệp văn hóa của Quảng Ninh gồm cán bộ quản lý, viên chức, văn nghệ sĩ, nghệ nhân, lao động trong doanh nghiệp và các chủ thể sáng tạo. Năm 2024, khu vực văn hóa và du lịch có 1.208 người, trong đó 61,3% có trình độ đại học, 27,9% thạc sĩ và 3,39% tiến sĩ. Tuy nhiên, tỷ lệ lao động có trình độ ngoại ngữ từ trung cấp trở lên chỉ khoảng 9,9%, trình độ tin học từ trung cấp trở lên khoảng 4,8%, cho thấy nguồn nhân lực sáng tạo vẫn còn hạn chế về kỹ năng số và khả năng hội nhập quốc tế.

3.2.2.2. Nguồn lực tài chính

Nguồn lực tài chính được huy động từ ngân sách nhà nước, xã hội hóa, doanh nghiệp và các nguồn vốn gắn với văn hóa, du lịch và dịch vụ. Giai đoạn 2016–2020, ngân sách tỉnh đầu tư cho văn hóa đạt khoảng 1.967 tỷ đồng; giai đoạn 2022–2025, nguồn vốn tu bổ, tôn tạo di tích đạt khoảng 1.997 tỷ đồng. Đặc biệt, từ năm 2016 đến nay, khu vực ngoài nhà nước đã đầu tư trên 500 công trình văn hóa, thể thao với tổng kinh phí hơn 10.000 tỷ đồng. Tuy vậy, vốn dành riêng cho sáng tạo nội dung, điện ảnh, truyền thông số và nghệ thuật ứng dụng vẫn còn hạn chế.

3.2.2.3. Nguồn lực tài nguyên văn hóa

Quảng Ninh có nguồn tài nguyên văn hóa phong phú và ngày càng được nâng tầm. Giai đoạn 2016–2025, tổng số di tích tăng từ 600 lên 641, di tích quốc gia đặc biệt từ 6 lên 8, di tích cấp quốc gia từ 50 lên 56, di tích cấp tỉnh từ 85 lên 101; số di sản văn hóa phi vật thể quốc gia tăng từ 7 lên 12 và số di sản thế giới UNESCO tăng từ 1 lên 2. Đây là lợi thế đặc thù cho phát triển du lịch văn hóa, nghệ thuật biểu diễn và các sản phẩm sáng tạo, song khả năng chuyển hóa tài nguyên thành sản phẩm có giá trị gia tăng cao vẫn chưa tương xứng với tiềm năng.

Bảng 3.7. Hệ thống di tích và di sản văn hóa tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2016 – 2025

Hạng mục	Đầu kỳ (2016)	Cuối kỳ (2025)	Gia tăng
Tổng số di tích	600	641	41
Di tích quốc gia đặc biệt	6	8	2
Di tích cấp quốc gia	50	56	6
Di tích cấp tỉnh	85	101	16
Di sản thế giới UNESCO	1	2	1
Di sản văn hóa phi vật thể quốc gia	7	12	5

Nguồn: Tổng hợp từ Dự thảo Đề án CNVH tỉnh Quảng Ninh (11/2025); TTXVN (10/2023)

3.2.2.4. Kết cấu hạ tầng, công nghệ và các điều kiện hỗ trợ sử dụng nguồn lực

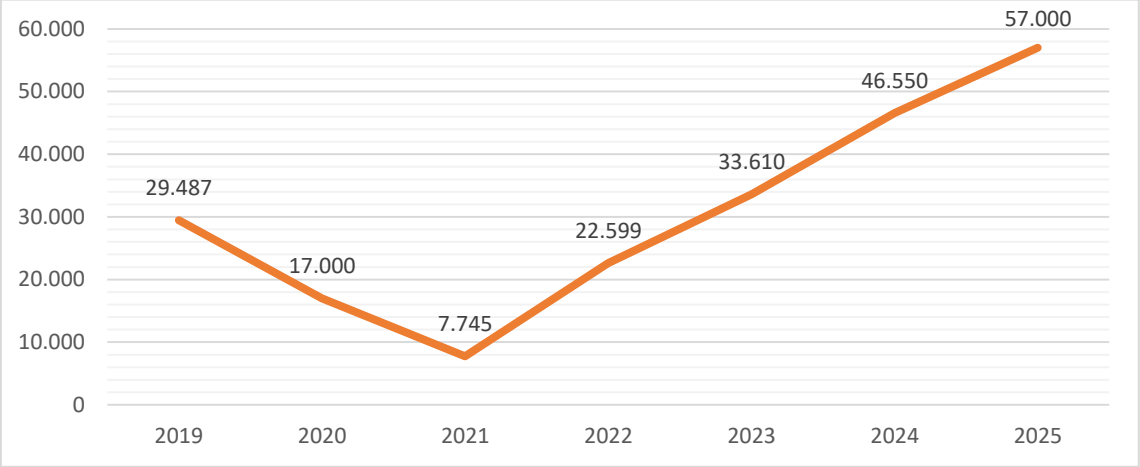
Hạ tầng văn hóa, du lịch và hạ tầng số của Quảng Ninh được đầu tư khá đồng bộ. Từ năm 2016 đến nay, khu vực ngoài nhà nước đã đầu tư trên 500 công trình văn hóa, thể thao; năm 2024 toàn tỉnh có 1.633 cơ sở lưu trú với 36.718 phòng. Về hạ tầng số, 100% khu, điểm du lịch đã gắn mã QR, tỉnh cập nhật 7 cơ sở dữ liệu chuyên ngành du lịch và đến năm 2025 tiếp tục xây dựng 4 cơ sở dữ liệu ngành, 3 nền tảng số dùng riêng. Tuy nhiên, hạ tầng chuyên biệt cho sản xuất công nghiệp văn hóa và hệ sinh thái sáng tạo vẫn đang trong quá trình hình thành.

3.2.3. Thực trạng phát triển các ngành, sản phẩm và chuỗi giá trị công nghiệp văn hóa

3.2.3.1. Thực trạng phát triển các ngành công nghiệp văn hóa

Giai đoạn 2016 - 2025, các ngành công nghiệp văn hóa ở Quảng Ninh từng bước được hình thành và mở rộng trên cơ sở khai thác di sản, cảnh quan, lao động sáng tạo và nhu cầu tiêu dùng văn hóa. Hoạt động công nghiệp văn hóa hiện diện ở nhiều lĩnh vực như nghệ thuật biểu diễn, điện ảnh, quảng cáo, mỹ thuật, nhiếp ảnh, triển lãm, phát thanh – truyền hình, xuất bản, thủ công mỹ nghệ và các hoạt động gắn với du lịch. Trong đó, luận án tập trung phân tích sâu ba lĩnh vực có tính đại diện là du lịch văn hóa, nghệ thuật biểu diễn và điện ảnh. Tổng thu từ khách du lịch tăng từ 29.487 tỷ đồng năm 2019 lên khoảng 57.000 tỷ đồng năm 2025; doanh thu sáng tác, nghệ thuật và giải trí tăng từ 1,5 tỷ đồng năm 2019 lên gần 16 tỷ đồng năm 2023; doanh thu điện ảnh, sản xuất chương trình truyền hình và ghi âm tăng từ 3,9 tỷ đồng lên khoảng 25,2 tỷ đồng. Tuy nhiên, mức độ phát triển giữa các ngành còn không đồng đều và tỉnh chưa hình thành hệ thống chỉ tiêu thống kê riêng, liên tục cho toàn bộ các ngành công nghiệp văn hóa.

Đơn vị: tỷ đồng



Biểu đồ 3.1. Tổng thu từ khách du lịch tỉnh Quảng Ninh giai đoạn 2019 – 2025

Nguồn: Tổng hợp từ Báo cáo kết quả thực hiện nhiệm vụ ngành Du lịch Quảng Ninh các năm 2019 - 2025.

3.2.3.2. Thực trạng phát triển sản phẩm và dịch vụ công nghiệp văn hóa

Sản phẩm và dịch vụ công nghiệp văn hóa của Quảng Ninh ngày càng đa dạng, trong đó nổi bật là các sản phẩm gắn với di sản và du lịch văn hóa, nghệ thuật biểu diễn – sự kiện, điện ảnh – truyền thông, văn hóa cộng đồng và các hình thức trải nghiệm số. Không gian sản phẩm được mở rộng từ Hạ Long sang Bái Tử Long, Yên Tử, Đông Triều, Vân Đồn, Cô Tô, Bình Liêu, Tiên Yên, Ba Chẽ, Hải Hà và Móng Cái. Năm 2024, tỉnh xác định 67 sản phẩm du lịch mới, trong đó 41 sản phẩm đã đưa vào khai thác, chiếm 61,2%; đồng thời tổ chức trên 150 chương trình, sự kiện và hoạt động kích cầu. Đến năm 2025, hoạt động biểu diễn tiếp tục mở rộng với 48 chương trình được chấp thuận, 172 doanh nghiệp, hộ kinh doanh tham gia tổ chức, thu hút gần 68.000 lượt người dân và du khách. Việc cung ứng sản phẩm trên môi trường số cũng được mở rộng với 100% khu, điểm du lịch gắn mã QR, cùng các cơ sở dữ liệu và nền tảng số phục vụ quảng bá, giới thiệu và tiếp cận sản phẩm. Tuy nhiên, nhiều sản phẩm vẫn chủ yếu dựa vào khai thác tài nguyên và dịch vụ du lịch, hàm lượng sáng tạo và khả năng tạo giá trị gia tăng cao chưa thật sự rõ nét.

3.2.3.3. Thực trạng hình thành và phát triển chuỗi giá trị công nghiệp văn hóa

Cùng với sự mở rộng của các ngành và sản phẩm, Quảng Ninh đã bước đầu hình thành các chuỗi giá trị công nghiệp văn hóa gắn với du lịch di sản, nghệ thuật biểu diễn – sự kiện, điện ảnh và sản phẩm văn hóa cộng đồng. Trong chuỗi du lịch văn hóa, tài nguyên, di sản và cộng đồng được kết nối với doanh nghiệp lữ hành,

cơ sở lưu trú, vận chuyển, ẩm thực, vui chơi, mua sắm và truyền thông; đến năm 2025 tỉnh có 198 doanh nghiệp lữ hành và 2.898 hướng dẫn viên. Chương trình kích cầu du lịch năm 2024 thu hút hơn 300 doanh nghiệp tham gia, cho thấy mức độ liên kết thị trường ngày càng rõ. Trong nghệ thuật biểu diễn, chuỗi giá trị được mở rộng từ sáng tác, dàn dựng, tổ chức sự kiện đến phân phối vé, truyền thông và các dịch vụ lưu trú, ăn uống, mua sắm. Đối với điện ảnh, Quảng Ninh có lợi thế về bối cảnh và quảng bá điểm đến nhưng phần lớn các dự án lớn vẫn do các đoàn phim, doanh nghiệp ngoài tỉnh thực hiện; địa phương chủ yếu tham gia ở khâu cung cấp bối cảnh, hỗ trợ dịch vụ và xúc tiến. Nhìn chung, chuỗi giá trị đã hình thành nhưng còn phân tán, liên kết giữa các khâu chưa thật bền vững và các khâu sáng tạo, sản xuất có giá trị gia tăng cao vẫn còn hạn chế.

3.2.4. Thực trạng phát triển thị trường và nâng cao năng lực hội nhập quốc tế của công nghiệp văn hóa

3.2.4.1. Thực trạng phát triển thị trường công nghiệp văn hóa trong nước

Giai đoạn 2016–2025, thị trường công nghiệp văn hóa của Quảng Ninh phát triển khá năng động, gắn chặt với du lịch, dịch vụ, kinh tế đêm và quá trình đô thị hóa. Năm 2024, chi tiêu bình quân đầu người cho các hoạt động văn hóa, thể thao và du lịch đạt khoảng 2,3 triệu đồng/người/năm, tăng 2,5 lần so với năm 2016; tỷ lệ dân số đô thị đạt 69,7%, tạo nền tảng mở rộng nhu cầu tiêu dùng các sản phẩm văn hóa, giải trí và trải nghiệm. Hệ thống cung ứng cũng ngày càng đa dạng với hơn 1.200 doanh nghiệp và cơ sở kinh doanh dịch vụ văn hóa – giải trí – nghệ thuật, trong đó khoảng 60% tập trung tại Hạ Long, cùng 19 đơn vị biểu diễn chuyên nghiệp và bán chuyên. Tuy nhiên, thị trường vẫn mang tính mùa vụ rõ nét, với hơn 70% hoạt động kinh doanh dịch vụ văn hóa – du lịch tập trung vào mùa cao điểm, hệ thống phân phối sản phẩm sáng tạo còn hạn chế và liên kết giữa Nhà nước, doanh nghiệp, nghệ sĩ chưa thật sự hiệu quả.

3.2.4.2. Thực trạng mở rộng thị trường và hội nhập quốc tế của công nghiệp văn hóa

Quảng Ninh từng bước mở rộng thị trường công nghiệp văn hóa ra quốc tế dựa trên lợi thế cửa khẩu, sân bay, hạ tầng du lịch và hệ thống di sản. Đến năm 2024, sân bay Vân Đồn đã mở 8 đường bay quốc tế, cửa khẩu Móng Cái duy trì kim ngạch xuất nhập khẩu trên 6 tỷ USD/năm, tạo điều kiện thuận lợi cho giao lưu, du lịch và tiêu thụ sản phẩm văn hóa. Tỉnh đã mở rộng hợp tác với nhiều địa phương, đối tác quốc tế trong các lĩnh vực du lịch, nghệ thuật biểu diễn, điện ảnh và bảo tồn di sản; đồng thời sử dụng các sự kiện, liên hoan phim, triển lãm và hoạt động quảng bá quốc tế để nâng cao nhận diện thương hiệu. Năm 2024, doanh thu

xuất khẩu trực tiếp từ dịch vụ văn hóa – du lịch được ước tính trên 430 triệu USD, tăng hơn 60% so với năm 2019. Tuy nhiên, thị trường quốc tế vẫn còn hạn chế về quy mô và chiều sâu; sản phẩm xuất khẩu còn phân tán, thương hiệu quốc tế chưa mạnh, bảo hộ sở hữu trí tuệ và nhân lực am hiểu thị trường quốc tế còn yếu, trong khi hợp tác quốc tế chủ yếu mới dừng ở giao lưu, chưa hình thành rõ các chuỗi giá trị văn hóa xuyên biên giới.

3.3. KẾT QUẢ KHẢO SÁT CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA Ở TỈNH QUẢNG NINH TRONG HỘI NHẬP QUỐC TẾ

3.3.1. Khái quát khảo sát và độ tin cậy của thang đo

Khảo sát được thực hiện nhằm bổ sung bằng chứng thực nghiệm cho phân tích thực trạng, tập trung vào 5 nhóm nhân tố: chất lượng thể chế và năng lực quản trị (TH); khả năng huy động và tiếp cận nguồn lực (NL); năng lực sáng tạo, khoa học – công nghệ và chuyển đổi số (CN); liên kết giữa các chủ thể và hài hòa lợi ích (LK); khả năng khai thác cơ hội từ hội nhập quốc tế (HN). Tổng số 176 phiếu hợp lệ được xử lý bằng SmartPLS 4. Kết quả cho thấy Cronbach’s Alpha đạt 0,792 - 0,881, CR đạt 0,857 - 0,913 và AVE đạt 0,547 -0,679, cho thấy các thang đo bảo đảm độ tin cậy và giá trị hội tụ để tiếp tục phân tích mô hình.

3.3.2. Kết quả khảo sát về các nhân tố đến phát triển công nghiệp văn hóa ở tỉnh Quảng Ninh

Kết quả PLS-SEM cho thấy 4/5 nhân tố có tác động cùng chiều và có ý nghĩa thống kê đến phát triển công nghiệp văn hóa. Trong đó, chất lượng thể chế và năng lực quản trị có tác động mạnh nhất ($\beta = 0,263$; $p < 0,001$), tiếp đến là khả năng khai thác cơ hội từ hội nhập quốc tế ($\beta = 0,242$), liên kết giữa các chủ thể và hài hòa lợi ích ($\beta = 0,227$) và khả năng huy động, tiếp cận nguồn lực ($\beta = 0,220$), đều có $p < 0,001$. Riêng nhân tố năng lực sáng tạo, khoa học – công nghệ và chuyển đổi số có $\beta = 0,076$, $p = 0,198$ nên chưa cho thấy tác động trực tiếp có ý nghĩa thống kê. Kết quả này cho thấy phát triển công nghiệp văn hóa ở Quảng Ninh phụ thuộc trước hết vào chất lượng thể chế, năng lực phối hợp, khả năng huy động nguồn lực và khai thác cơ hội hội nhập; còn sáng tạo và công nghệ chỉ có thể chuyển hóa thành kết quả rõ hơn khi được đặt trong các điều kiện thể chế và liên kết phù hợp.

3.4. ĐÁNH GIÁ THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA TỈNH QUẢNG NINH GIAI ĐOẠN 2016 - 2025

3.4.1. Những kết quả đạt được

Thứ nhất, thể chế, chính sách và tổ chức thực hiện phát triển công nghiệp văn hóa từng bước được hoàn thiện. Nhận thức về công nghiệp văn hóa chuyển

biến rõ hơn, nhất là từ năm 2023; cơ chế tổ chức thực hiện từng bước chuyển từ phân tán sang phối hợp liên ngành, liên cấp; vai trò của doanh nghiệp và các chủ thể xã hội ngày càng được mở rộng. Đến năm 2024, toàn tỉnh có hơn 1.200 doanh nghiệp và cơ sở kinh doanh dịch vụ văn hóa – giải trí – nghệ thuật; doanh thu nghệ thuật biểu diễn tăng từ 1,5 tỷ đồng năm 2019 lên gần 16 tỷ đồng năm 2023, trong khi tổng thu du lịch năm 2025 đạt khoảng 57.000 tỷ đồng.

Thứ hai, nguồn lực được huy động đa dạng, năng lực cạnh tranh từng bước được cải thiện. Từ năm 2016, khu vực ngoài nhà nước đã đầu tư trên 500 công trình văn hóa, thể thao với tổng kinh phí hơn 10.000 tỷ đồng. Nguồn tài nguyên văn hóa tiếp tục được bảo tồn và nâng tầm, với 8 di tích quốc gia đặc biệt, 12 di sản văn hóa phi vật thể quốc gia và 2 di sản thế giới; đồng thời hạ tầng văn hóa, du lịch, giao thông và hạ tầng số được đầu tư tương đối đồng bộ.

Thứ ba, các ngành và sản phẩm công nghiệp văn hóa từng bước phát triển theo hướng đa dạng hơn. Du lịch văn hóa trở thành lĩnh vực có quy mô lớn nhất, năm 2025 đạt khoảng 21,28 triệu lượt khách và 57.000 tỷ đồng tổng thu; nghệ thuật biểu diễn ngày càng gắn với thị trường, du lịch và kinh tế sự kiện; doanh thu điện ảnh, sản xuất chương trình truyền hình và ghi âm tăng từ khoảng 3,9 tỷ đồng năm 2019 lên 25,2 tỷ đồng năm 2023.

Thứ tư, các mối liên kết trong chuỗi giá trị công nghiệp văn hóa bước đầu được hình thành. Liên kết đã xuất hiện tương đối rõ trong du lịch văn hóa, nghệ thuật biểu diễn, điện ảnh và sản phẩm văn hóa cộng đồng, từ khâu khai thác tài nguyên, sáng tạo, tổ chức sản xuất đến quảng bá, phân phối và tiêu dùng. Vai trò của doanh nghiệp, nghệ nhân, hộ dân, hợp tác xã và các chủ thể trung gian ngày càng rõ hơn; riêng năm 2025 Quảng Ninh có 198 doanh nghiệp lữ hành hoạt động trên địa bàn.

Thứ năm, thị trường được mở rộng, năng lực hội nhập và hiệu quả kinh tế – xã hội từng bước được nâng lên. Năm 2024, tỉnh xác định 67 sản phẩm du lịch mới, trong đó 41 sản phẩm đã đưa vào khai thác; không gian thị trường được mở rộng thông qua khách quốc tế, xúc tiến điện ảnh, sự kiện và quảng bá thương hiệu. Đồng thời, nguồn thu từ du lịch và di sản được tái đầu tư cho bảo tồn; giai đoạn 2022 - 2025, gần 3.000 tỷ đồng được dành để tu bổ, tôn tạo hơn 120 di tích trọng điểm.

3.4.2. Những hạn chế và nguyên nhân

3.4.2.1. Hạn chế

Thứ nhất, thể chế, chính sách và tổ chức thực hiện chưa thật sự đồng bộ. Một số cơ chế hỗ trợ đầu tư, huy động vốn, phát triển doanh nghiệp sáng tạo và

phối hợp liên ngành còn bất cập; khoảng cách giữa chính sách và thực thi vẫn tồn tại, nhất là đối với các lĩnh vực sáng tạo nội dung, điện ảnh, truyền thông số và nghệ thuật ứng dụng.

Thứ hai, nguồn lực được huy động khá lớn nhưng cơ cấu phân bổ, chất lượng và khả năng chuyển hóa thành năng lực sáng tạo còn hạn chế. Vốn đầu tư vẫn thiên về hạ tầng, bảo tồn và du lịch; nhân lực sáng tạo, ngoại ngữ và kỹ năng số còn thiếu, trong đó chỉ khoảng 9,9% lao động có trình độ ngoại ngữ từ trung cấp trở lên và 4,8% có trình độ tin học từ trung cấp trở lên. Tài nguyên văn hóa phong phú nhưng chưa được chuyển hóa mạnh thành sản phẩm sáng tạo có giá trị gia tăng cao.

Thứ ba, sự phát triển giữa các ngành còn mất cân đối, sản phẩm và chuỗi giá trị chưa tương xứng với tiềm năng. Công nghiệp văn hóa còn phụ thuộc nhiều vào du lịch và khai thác di sản; điện ảnh, thiết kế, mỹ thuật, nội dung số và các ngành sáng tạo hiện đại còn nhỏ. Trong 67 sản phẩm du lịch mới năm 2024, mới có 41 sản phẩm được đưa vào khai thác; liên kết giữa các khâu sáng tạo – sản xuất – quảng bá – phân phối – tiêu dùng còn chưa chặt chẽ.

Thứ tư, thị trường và hội nhập quốc tế đã mở rộng nhưng còn hạn chế về chiều sâu và sức cạnh tranh. Thị trường vẫn phụ thuộc nhiều vào du lịch và mang tính mùa vụ; thương hiệu công nghiệp văn hóa chủ yếu dựa vào Hạ Long, Yên Tử và thương hiệu du lịch. Xuất khẩu sản phẩm sáng tạo, đồng sản xuất, thu hút FDI vào công nghiệp văn hóa và tham gia chuỗi giá trị xuyên biên giới còn hạn chế; hệ sinh thái sáng tạo và các thiết chế hỗ trợ trung gian chưa hoàn chỉnh.

3.4.2.2. Nguyên nhân của hạn chế

Một là, nhận thức và tư duy phát triển công nghiệp văn hóa chưa thật đầy đủ; thể chế và chính sách ở cả Trung ương và địa phương vẫn trong quá trình hoàn thiện, nhất là về thị trường văn hóa, sở hữu trí tuệ, hợp tác công – tư và công nghiệp sáng tạo.

Hai là, chất lượng nguồn nhân lực chưa đáp ứng đầy đủ yêu cầu hội nhập và chuyển đổi số; thiếu nhân lực chất lượng cao trong điện ảnh, thiết kế, truyền thông số, nội dung số và tổ chức sự kiện; liên kết giữa cơ sở đào tạo, doanh nghiệp và thị trường còn lỏng lẻo.

Ba là, năng lực chuyển hóa tài nguyên văn hóa thành sản phẩm có giá trị gia tăng cao còn hạn chế; văn hóa công nhân mỏ, văn hóa biển đảo, nghệ thuật dân gian và nhiều giá trị cộng đồng chưa được khai thác mạnh thành sản phẩm sáng tạo có khả năng cạnh tranh.

Bốn là, kết cấu hạ tầng và hệ sinh thái sáng tạo phát triển chưa đồng đều; các không gian sáng tạo, trung tâm hỗ trợ doanh nghiệp và cụm công nghiệp văn hóa mới ở giai đoạn đầu, chưa tạo được mạng lưới liên kết rộng.

Năm là, quy mô và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp công nghiệp văn hóa còn hạn chế; phần lớn là doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ, năng lực tài chính và đầu tư đổi mới sáng tạo chưa cao, liên kết với du lịch, truyền thông và thương mại điện tử chưa sâu.

Sáu là, hội nhập quốc tế, chuyển đổi số và cạnh tranh từ sản phẩm văn hóa ngoại nhập tạo sức ép ngày càng lớn; trong khi năng lực sáng tạo nội dung số, ứng dụng công nghệ và mở rộng thị trường quốc tế của nhiều chủ thể địa phương còn hạn chế, cùng với tác động gián đoạn của COVID-19 trong giai đoạn 2020–2021.

Chương 4
QUAN ĐIỂM VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA Ở THÀNH PHỐ QUẢNG NINH TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ

4.1. DỰ BÁO XU HƯỚNG VÀ QUAN ĐIỂM PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂ HÓA Ở THÀNH PHỐ QUẢNG NINH ĐẾN NĂM 2030, TẦM NHÌN ĐẾN 2045

4.1.1. Dự báo xu hướng phát triển công nghiệp văn hóa đến năm 2030

4.1.1.1. Bối cảnh quốc tế và trong nước tác động đến phát triển công nghiệp văn hóa

Trên thế giới, công nghiệp văn hóa ngày càng gắn với kinh tế tri thức, kinh tế sáng tạo và cạnh tranh sức mạnh mềm; AI, Big Data, blockchain, VR/AR và các nền tảng số đang làm thay đổi toàn bộ quá trình sáng tạo, sản xuất, phân phối và tiêu dùng sản phẩm văn hóa. Ở Việt Nam, vai trò kinh tế của văn hóa ngày càng được khẳng định; Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa đến năm 2030, tầm nhìn 2045 đặt mục tiêu đóng góp khoảng 7% GDP vào năm 2030. Cùng với quy mô dân số trên 100 triệu người, tầng lớp trung lưu gia tăng và mức độ tiếp cận công nghệ số cao, đây là những điều kiện thuận lợi để mở rộng thị trường và hình thành hệ sinh thái công nghiệp văn hóa hiện đại.

4.1.1.2. Dự báo các xu hướng phát triển chủ đạo của công nghiệp văn hóa

Dự báo bốn xu hướng chủ đạo phát triển công nghiệp văn hóa ở Quảng Ninh: (1) chuyển sang kinh tế trải nghiệm, đa dạng hóa sản phẩm văn hóa có giá trị gia tăng cao; (2) đẩy mạnh chuyển đổi số, ứng dụng công nghệ trong sáng tạo và phân phối sản phẩm; (3) phát triển sản phẩm văn hóa cá nhân hóa

gắn với tăng trưởng xanh và bền vững; (4) hình thành các cụm công nghiệp văn hóa, tăng cường liên kết vùng và tham gia chuỗi giá trị quốc tế.

4.1.2. Quan điểm phát triển công nghiệp văn hóa ở tỉnh Quảng Ninh đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045

Thứ nhất, phát triển công nghiệp văn hóa phải đặt trong tổng thể chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh, lấy hoàn thiện thể chế và nâng cao năng lực tổ chức thực hiện làm điều kiện nền tảng.

Thứ hai, phát triển công nghiệp văn hóa phải dựa trên huy động, phân bổ và sử dụng hiệu quả các nguồn lực, trong đó con người sáng tạo và tài nguyên văn hóa là những nguồn lực có ý nghĩa đặc biệt.

Thứ ba, phát triển công nghiệp văn hóa phải lấy sáng tạo làm động lực, đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ và chuyển đổi số để nâng cao năng lực sản xuất, chất lượng sản phẩm và giá trị gia tăng.

Thứ tư, phát triển công nghiệp văn hóa phải gắn với tăng cường liên kết giữa các chủ thể, hoàn thiện chuỗi giá trị và bảo đảm hài hòa lợi ích giữa Nhà nước, doanh nghiệp, người sáng tạo và cộng đồng.

Thứ năm, phát triển công nghiệp văn hóa phải lấy thị trường làm động lực, chủ động khai thác cơ hội từ hội nhập quốc tế đồng thời bảo tồn bản sắc và nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm văn hóa Quảng Ninh.

4.2. GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂ HÓA Ở THÀNH PHỐ QUẢNG NINH TRONG BỐI CẢNH HỘI NHẬP QUỐC TẾ

4.2.1. Hoàn thiện thể chế, chính sách và nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước về công nghiệp văn hóa

(1) Xây dựng và hoàn thiện khung chính sách đặc thù cho phát triển công nghiệp văn hóa tại Quảng Ninh, trong đó nghiên cứu mở rộng cơ chế hợp tác công – tư đối với các dự án văn hóa – sáng tạo; (2) Ban hành cơ chế ưu đãi về đất đai, tín dụng, thuế và hỗ trợ khởi nghiệp đối với doanh nghiệp, dự án công nghiệp văn hóa; (3) Nghiên cứu hình thành Quỹ Phát triển công nghiệp văn hóa của tỉnh nhằm hỗ trợ các dự án sáng tạo có tiềm năng; (4) Tăng cường bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, hỗ trợ đăng ký bản quyền và xử lý vi phạm, nhất là trên môi trường số; (5) Xây dựng cơ chế phối hợp liên ngành trong phát triển công nghiệp văn hóa, bảo đảm gắn kết giữa văn hóa, du lịch, đầu tư, khoa học – công nghệ, thương mại và giáo dục; (6) Xây dựng hệ thống chỉ tiêu thống kê, cơ sở dữ liệu và cơ chế đánh giá định kỳ về công nghiệp văn hóa; (7) Nâng cao năng lực đội ngũ cán bộ quản lý theo hướng am hiểu kinh tế sáng tạo, quản trị dự án, sở hữu trí tuệ và hội nhập quốc tế.

4.2.2. Phát triển và nâng cao chất lượng nguồn lực cho công nghiệp văn hóa

(1) Đa dạng hóa nguồn vốn đầu tư, phát huy vai trò dẫn dắt của đầu tư công đồng thời mở rộng huy động vốn từ doanh nghiệp và xã hội; (2) Điều chỉnh cơ cấu phân bổ vốn theo hướng tăng nguồn lực cho sáng tạo nội dung, điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn, thiết kế, sản phẩm văn hóa số và các lĩnh vực có giá trị gia tăng cao; (3) Cải thiện khả năng tiếp cận vốn của doanh nghiệp, người sáng tạo và các dự án khởi nghiệp văn hóa; (4) Tăng cường thu hút đầu tư ngoài tỉnh và FDI gắn với công nghệ, quản trị, mạng lưới phân phối và thị trường quốc tế; (5) Nâng cao hiệu quả sử dụng và giám sát nguồn lực tài chính trên cơ sở sản phẩm, doanh thu, việc làm và hiệu quả xã hội; (6) Phát triển nguồn nhân lực sáng tạo theo nhu cầu thị trường, chú trọng kỹ năng số, ngoại ngữ, quản trị nội dung, sở hữu trí tuệ và năng lực hội nhập; (7) Đa dạng hóa hình thức đào tạo, bồi dưỡng, thu hút và phát triển lực lượng sáng tạo kế cận; (8) Tăng cường liên kết giữa cơ sở đào tạo, doanh nghiệp và thị trường lao động thông qua đặt hàng đào tạo, thực tập, dự án thực tế và cơ chế phản hồi thường xuyên từ doanh nghiệp.

4.2.3. Nâng cao năng lực chuyển hóa tài nguyên văn hóa thành sản phẩm công nghiệp văn hóa có giá trị gia tăng cao

(1) Tăng cường kiểm kê, số hóa và xây dựng cơ sở dữ liệu, bản đồ tài nguyên văn hóa phục vụ quản lý, sáng tạo và đầu tư; (2) Xây dựng nhận diện văn hóa Quảng Ninh trên cơ sở các giá trị đặc trưng như Vịnh Hạ Long, văn hóa công nhân mỏ, văn hóa biển đảo, biên giới và văn hóa các dân tộc; (3) Hoàn thiện cơ chế chia sẻ lợi ích giữa Nhà nước, doanh nghiệp, cộng đồng và các chủ thể nắm giữ di sản; (4) Phát triển các sản phẩm nghệ thuật, điện ảnh, âm nhạc và nội dung sáng tạo dựa trên chất liệu văn hóa địa phương; (5) Đổi mới sản phẩm làng nghề, thủ công mỹ nghệ gắn với thiết kế, thương hiệu và nhu cầu thị trường; (6) Phát triển sản phẩm du lịch văn hóa theo hướng tăng hàm lượng trải nghiệm, tương tác và giá trị gia tăng; (7) Phát triển kinh tế đêm gắn với nghệ thuật, ẩm thực, thủ công, quà tặng và bản sắc địa phương; (8) Đa dạng hóa các sản phẩm văn hóa có khả năng khai thác quanh năm, giảm tính mùa vụ và tăng liên kết với lữ hành, lưu trú, thương mại và nền tảng số.

4.2.4. Phát triển hạ tầng, hệ sinh thái sáng tạo và thúc đẩy chuyển đổi số trong công nghiệp văn hóa

(1) Đầu tư phát triển các thiết chế văn hóa đa năng, hiện đại và thông minh, có khả năng tổ chức các sự kiện, chương trình nghệ thuật và sản phẩm công nghệ

cao; (2) Phát triển mạng lưới không gian sáng tạo, tận dụng các công trình công nghiệp, khu vực mỏ đã phục hồi và các không gian đô thị phù hợp; (3) Hoàn thiện hạ tầng giao thông, viễn thông và dịch vụ kết nối các điểm di sản, trung tâm sáng tạo và thị trường; (4) Xây dựng các cơ chế ươm tạo, hỗ trợ doanh nghiệp và nhóm sáng tạo về mô hình kinh doanh, sở hữu trí tuệ, thương hiệu, vốn và tiếp cận thị trường; (5) Tăng cường liên kết giữa doanh nghiệp, cơ sở đào tạo, nghệ sĩ, chuyên gia công nghệ và các tổ chức trung gian nhằm hình thành hệ sinh thái sáng tạo; (6) Xây dựng nền tảng số văn hóa Quảng Ninh, tích hợp cơ sở dữ liệu, bảo tàng số, thư viện số và các kênh phân phối sản phẩm sáng tạo; (7) Đẩy mạnh thương mại điện tử văn hóa và khả năng phân phối sản phẩm trên các nền tảng số trong nước, quốc tế; (8) Phát triển các sản phẩm VR/AR, trải nghiệm di sản số và mở rộng tiêu dùng văn hóa số trong cộng đồng.

4.2.5. Mở rộng thị trường, tăng cường hội nhập quốc tế và xây dựng thương hiệu văn hóa Quảng Ninh

(1) Xây dựng chiến lược phát triển đồng thời thị trường trong nước và quốc tế, chú trọng giảm tính mùa vụ và mở rộng tiêu dùng văn hóa quanh năm; (2) Xác định các thị trường xuất khẩu văn hóa trọng điểm, trước hết là Đông Bắc Á và ASEAN, đồng thời hỗ trợ doanh nghiệp, nghệ nhân tham gia các hội chợ, sự kiện và nền tảng thương mại điện tử quốc tế; (3) Chuyển từ giao lưu văn hóa đơn thuần sang hợp tác sản xuất, đồng sản xuất và thiết kế chung với các đối tác quốc tế; (4) Tăng cường tham gia các mạng lưới sáng tạo quốc tế, trong đó nghiên cứu lộ trình đưa Hạ Long tham gia Mạng lưới các Thành phố Sáng tạo của UNESCO; (5) Khai thác lợi thế Móng Cái, Vân Đồn và hệ thống hạ tầng cửa khẩu, cảng biển, hàng không để phát triển giao thương và xuất khẩu sản phẩm văn hóa; (6) Xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu văn hóa Quảng Ninh dựa trên các giá trị cốt lõi của di sản, bản sắc và sáng tạo; (7) Nâng tầm Carnaval Hạ Long, các festival, liên hoan và sự kiện quốc tế thành các điểm nhấn thương hiệu; (8) Đẩy mạnh ngoại giao số, truyền thông đa ngôn ngữ, hợp tác với các đại sứ văn hóa, KOLs quốc tế và từng bước chuyên nghiệp hóa hoạt động quản trị thương hiệu văn hóa của tỉnh.

KẾT LUẬN

Phát triển công nghiệp văn hóa là quá trình huy động và kết hợp các nguồn lực văn hóa, con người, vốn, khoa học công nghệ và thị trường để tạo ra các sản phẩm, dịch vụ có giá trị kinh tế – xã hội, đồng thời bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa. Trong bối cảnh hội nhập quốc tế, công nghiệp văn hóa ngày càng trở

thành động lực tăng trưởng mới, góp phần mở rộng thị trường, nâng cao năng lực cạnh tranh và phát huy sức mạnh mềm của địa phương.

Về lý luận, luận án đã làm rõ nội hàm phát triển công nghiệp văn hóa ở cấp tỉnh dưới góc độ Kinh tế chính trị; xác định bốn nội dung chủ yếu gồm: thể chế, chính sách và tổ chức thực hiện; huy động, phân bổ và sử dụng nguồn lực; phát triển ngành, sản phẩm và chuỗi giá trị; phát triển thị trường, hiệu quả và hội nhập quốc tế. Đồng thời, luận án xác định năm nhóm nhân tố ảnh hưởng gồm thể chế và quản trị; nguồn lực; sáng tạo, khoa học – công nghệ và chuyển đổi số; liên kết giữa các chủ thể; khả năng khai thác cơ hội hội nhập quốc tế.

Về thực tiễn, Quảng Ninh có nhiều lợi thế về di sản, bản sắc văn hóa, vị trí cửa ngõ quốc tế, hạ tầng và thị trường du lịch. Giai đoạn 2016 - 2025, công nghiệp văn hóa của tỉnh đã có chuyển biến về chính sách, nguồn lực, sản phẩm và thị trường; trong đó du lịch văn hóa phát triển nổi bật, nghệ thuật biểu diễn và điện ảnh từng bước được mở rộng. Tuy nhiên, vẫn còn những hạn chế về tính đồng bộ của thể chế, cơ cấu và hiệu quả sử dụng nguồn lực, khả năng tạo sản phẩm có giá trị gia tăng cao, liên kết chuỗi giá trị và chiều sâu hội nhập quốc tế. Kết quả PLS-SEM cho thấy thể chế và quản trị, khai thác cơ hội hội nhập, liên kết giữa các chủ thể và nguồn lực là những nhân tố có tác động trực tiếp có ý nghĩa đến kết quả phát triển công nghiệp văn hóa của tỉnh. Trên cơ sở đó, luận án xác định phát triển công nghiệp văn hóa Quảng Ninh cần gắn bảo tồn văn hóa với tạo giá trị kinh tế, phát huy vai trò kiến tạo của Nhà nước và vai trò của doanh nghiệp, người sáng tạo, cộng đồng; đẩy mạnh khoa học - công nghệ, chuyển đổi số; mở rộng thị trường và chủ động hội nhập quốc tế. Các giải pháp tập trung vào hoàn thiện thể chế; phát triển nguồn lực; nâng cao năng lực chuyển hóa tài nguyên văn hóa thành sản phẩm có giá trị gia tăng cao; phát triển hạ tầng, hệ sinh thái sáng tạo và chuyển đổi số; mở rộng thị trường, hội nhập quốc tế và xây dựng thương hiệu văn hóa Quảng Ninh.

Tóm lại, phát triển công nghiệp văn hóa là hướng đi chiến lược phù hợp với lợi thế và định hướng phát triển của Quảng Ninh, góp phần đưa văn hóa trở thành nguồn lực nội sinh trực tiếp cho tăng trưởng kinh tế - xã hội, phát triển bền vững và hội nhập quốc tế ./.

DANH MỤC CÁC CÔNG CỦA TÁC GIẢ
LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN

1. Phạm Hồng Minh (2026), "Phát triển công nghiệp văn hóa ở thủ đô Hà Nội: Một số đề xuất trong thời gian tới", Tạp chí Nghiên cứu tài chính kế toán Kỳ 2 tháng 3 (số 308) - 2026
2. Phạm Hồng Minh (2026), "Phát triển công nghiệp văn hóa ở Việt Nam hiện nay", Tạp chí Kinh tế - Tài chính Kỳ 3 - Tháng 02/2026 (15)
3. Phạm Hồng Minh (2026), "Phát triển công nghiệp văn hóa ở tỉnh Quảng Ninh hiện nay", Tạp chí Kinh tế - Tài chính Kỳ 1 – Tháng 1/2026 (229)