

REGIONAL LINKAGES IN THE DEVELOPMENT OF CULTURAL INDUSTRIES: A PATHWAY TOWARD SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Nguyen Thi Thuc

Thanh Hoa University of Culture, Sports and Tourism

Email: nguyenthithuc@dvttdt.edu.vn

Received: 20/11/2025

Reviewed: 21/11/2025

Revised: 30/11/2025

Accepted: 15/10/2026

Released: 20/10/2026

Cultural industries (CIs) have become an important economic sector, contributing to socio-economic development and national cultural value, yet their development remains fragmented and underutilizes regional linkages. This paper examined the role of regional cooperation in CI development, identified successful domestic and international collaboration models, and proposed initial strategic directions. The findings showed that regional linkages enhance the use of local comparative advantages, stimulate creativity, strengthen competitiveness, and support balanced and sustainable CI development.

Keywords: Regional linkages; cultural industries; sustainable development; cultural policy; intersectoral cooperation.

1. Giới thiệu

CNVH không chỉ là nguồn lực kinh tế mà còn là công cụ chiến lược nâng cao giá trị văn hóa và hình ảnh quốc gia trong bối cảnh chuyển đổi số, hội nhập kinh tế toàn cầu. Việt Nam là một quốc gia có tiềm năng đa dạng về di sản văn hóa, nghệ thuật truyền thống và sáng tạo hiện đại đang đứng trước cơ hội phát triển ngành thành ngành kinh tế mũi nhọn (Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, 2022).

Tuy nhiên, thực tiễn cho thấy, các địa phương phát triển CNVH còn rời rạc, thiếu sự liên kết vùng, dẫn tới lãng phí nguồn lực, cạnh tranh cục bộ và hạn chế hiệu quả sáng tạo. Trong khi đó, các quốc gia phát triển đã chứng minh rằng liên kết vùng là yếu tố then chốt để nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển bền vững CNVH (UNESCO, 2021).

Phân tích vai trò của liên kết vùng, nhận diện mô hình hợp tác hiệu quả, và đề xuất các định hướng chiến lược phù hợp với Việt Nam trong bối cảnh phát triển bền vững là mục tiêu chính của bài viết.

2. Tổng quan nghiên cứu vấn đề

Liên kết vùng luôn là chủ đề thu hút được sự quan tâm của nhiều học giả và nhà quản lý trong và ngoài nước. Nghiên cứu các công trình đi trước về vấn đề liên kết vùng trong lĩnh vực phát triển CNVH nổi lên hai hướng tiếp cận chính: (1) *Một là*, nghiên cứu về vai trò và cơ sở lý luận liên kết vùng, tiêu biểu như Florida (2002, 2019) với lý thuyết về "Lớp người Sáng tạo" và sự phát triển của các "Cụm Sáng tạo" (Creative Clusters) đã chỉ ra rằng sự tập trung và liên kết không gian của các tài năng, doanh nghiệp sáng tạo là động lực then chốt. UNESCO (2013, 2022) nhấn mạnh liên kết vùng như một công cụ để bảo vệ đa dạng văn hóa đồng thời thúc đẩy phát triển kinh tế bền vững thông qua các chuỗi giá trị văn hóa. Trong nước, các công trình của Nguyễn Văn Dân (2014), Trần Ngọc Thêm (2015) đã phân tích đặc trưng văn hóa vùng miền Việt Nam, cung cấp cơ sở để xác định lợi thế so sánh cho liên kết; (2) *Hai là*, Nghiên cứu về mô hình và thực tiễn liên kết, điển hình trên thế giới có mô hình "Hành lang

sáng tạo Âu-Á”, hay các cụm CNVH tại Hàn Quốc, Trung Quốc (Keane, 2007; Kong, 2012), các mô hình chỉ ra bài học về cơ chế điều phối, xây dựng thương hiệu vùng và phát triển hạ tầng chung. Tại Việt Nam, một số công trình gần đây (Vũ Thị Phương Hoa, 2020; Đỗ Văn Trung, 2021) bắt đầu phân tích thử nghiệm liên kết trong các "tour di sản", "tuyến du lịch văn hóa" xuyên tỉnh hoặc sự hợp tác lẻ tẻ giữa các làng nghề, cho thấy tiềm năng và những hạn chế về thể chế, chính sách.

Như vậy, phần lớn các nghiên cứu mới dừng ở mức đánh giá tiềm năng hoặc phân tích đơn lẻ từng lĩnh vực, chưa có nhiều công trình hệ thống hóa một cách đầy đủ các mô hình liên kết vùng khả thi dựa trên đặc thù CNVH Việt Nam, đồng thời đề xuất một khung chiến lược tổng thể từ góc độ quản lý nhà nước và điều phối vùng. Bài viết này kế thừa các kết quả nghiên cứu trên và tập trung lấp đầy khoảng trống đó.

3. Cách tiếp cận và phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng ba cách tiếp cận: (1) *Tiếp cận đa nguồn tài liệu*: khai thác và tổng hợp các công trình nghiên cứu đã công bố thuộc nhiều dạng thức khác nhau (sách, giáo trình, bài báo khoa học, luận văn, luận án, đề tài nghiên cứu, báo cáo của các cơ quan quản lý) có nội dung liên quan đến sự phát triển của CNVH và vấn đề liên kết vùng; (2) *Tiếp cận từ hệ thống văn bản pháp lý*: phân tích hệ thống văn bản quy phạm pháp luật, các chiến lược, chính sách, quy hoạch phát triển ở cấp quốc gia và địa phương để xác định khung khổ pháp lý, định hướng chiến lược cho việc thúc đẩy liên kết vùng trong phát triển CNVH; (3) *Tiếp cận liên ngành* nhằm nhấn mạnh góc nhìn liên ngành, kết hợp hài hòa các yếu tố văn hóa, kinh tế, du lịch và tổ chức không gian để phân tích một cách toàn diện tiềm năng, thực trạng và giải pháp cho liên kết vùng.

Sử dụng phương pháp tổng hợp, thống kê, phân tích và hệ thống hóa các tài liệu, số liệu đã có để làm rõ cơ sở lý luận và thực tiễn của vấn đề nghiên cứu. Trên cơ sở thông tin thu thập được, bài viết tiến hành phân tích, đánh giá để chứng minh vai trò, sự cần thiết và các điều kiện thúc đẩy liên kết vùng, từ đó đề xuất hướng đi bền vững cho sự phát triển CNVH.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Khái niệm liên kết vùng

Liên kết vùng là một khái niệm dùng trong nghiên cứu phát triển kinh tế - xã hội và quản lý lãnh thổ, chỉ sự hợp tác có chủ đích, cùng có lợi giữa các địa phương (tỉnh, thành phố, tiểu vùng) trong một không gian địa lý liên kề hoặc có mối liên hệ chặt chẽ về kinh tế, văn hóa, xã hội và sinh thái. Porter (1998) định nghĩa rằng: *“Liên kết vùng chỉ quá trình hợp tác giữa các địa phương trong cùng một khu vực nhằm khai thác lợi thế so sánh, chia sẻ nguồn lực và phát huy tiềm năng phát triển chung”*.

Có thể thấy, bản chất của liên kết vùng là việc vượt qua ranh giới hành chính để tối ưu hóa việc sử dụng các nguồn lực (tự nhiên, con người, hạ tầng, vốn) và giải quyết các vấn đề chung, nhằm tạo ra sức mạnh tổng hợp và thúc đẩy sự phát triển đồng bộ, bền vững cho toàn vùng. Liên kết vùng dựa trên nguyên tắc cùng tham gia, cùng hưởng lợi và được duy trì bởi các quy định và cơ chế phối hợp cụ thể do các bên/địa phương thống nhất đặt ra.

Khái niệm được cụ thể hóa và mang tính chuyên ngành hơn khi đặt trong bối cảnh phát triển CNVH, đó là: *“Quá trình các địa phương trong một vùng hợp tác để xây dựng, khai thác và phát huy giá trị của tài nguyên văn hóa (di sản, nghề thủ công, lễ hội, sản phẩm sáng tạo...); liên kết để tạo ra chuỗi giá trị trong sản xuất, phân phối và tiêu thụ sản phẩm văn hóa (từ ý tưởng, sáng tạo đến thị trường); phối hợp trong quy hoạch không gian phát triển, xây dựng thương hiệu vùng, phát triển sản phẩm du lịch văn hóa chung, chia sẻ hạ tầng, thị trường; là cơ chế để giải quyết các thách thức chung như bảo tồn di sản, đào tạo nguồn nhân lực, thu hút đầu tư, và mở rộng không gian sáng tạo”*. Như vậy, liên kết vùng trong phát triển CNVH không chỉ là sự cộng gộp đơn thuần mà là sự tích hợp có chiến lược các nguồn lực văn hóa rời rạc của từng địa phương thành một hệ sinh thái văn hóa - kinh tế liên hoàn, tạo ra lợi thế cạnh tranh và giá trị gia tăng bền vững cho cả vùng.

4.2. Vai trò của liên kết vùng trong công nghiệp văn hóa

Liên kết vùng trong CNVH không chỉ là một chiến lược hợp tác thông thường mà là một phương thức tái cấu trúc không gian sáng tạo, tạo ra một hệ sinh thái liên hoàn, hỗ trợ lẫn nhau, từ đó tăng thêm giá trị và sức ảnh hưởng của từng địa phương riêng lẻ. Vai trò được thể hiện trên các phương diện cụ thể:

Tăng cường hiệu quả các nguồn lực: Liên kết vùng xóa bỏ tư duy “pháo đài” và sự phân mảnh nguồn lực giữa các địa phương. Thay vì mỗi địa phương đầu tư một bảo tàng công nghệ cao, một trung tâm biểu diễn hay một nhà hát lớn, thì các vùng/địa phương có thể cùng đầu tư, sở hữu và khai thác chung. Điều này tối ưu hóa nguồn vốn đầu tư, nâng cao hệ số sử dụng, đồng thời tạo ra các thiết chế văn hóa có quy mô và tiêu chuẩn khu vực. Liên kết vùng còn cho phép hình thành thị trường lao động sáng tạo linh hoạt, khi đó các chuyên gia (đạo diễn, nhà thiết kế, kỹ thuật viên, quản lý dự án) có thể di chuyển và làm việc xuyên suốt trong vùng, giải quyết tình trạng “thừa - thiếu” cục bộ. Các chương trình đào tạo, trao đổi kinh nghiệm cũng được tổ chức chung, nâng cao chất lượng đồng đều. Đồng thời, rào cản về thị trường và kênh phân phối bị xóa mờ bởi sự chia sẻ linh hoạt, hiệu quả, tối ưu nhờ các thỏa thuận hợp tác. Một sản phẩm văn hóa (phim, chương trình biểu diễn, triển lãm...) được sản xuất tại địa phương A có thể dễ dàng lưu diễn, giới thiệu tại mạng lưới các điểm đến trong vùng của địa phương B, C... Điều này mở rộng thị trường, gia tăng doanh thu và giảm đáng kể chi phí tiếp cận khách hàng mới.

Thúc đẩy sáng tạo và đổi mới: Đối với phát triển CNVH thì đây là vai trò cốt lõi, biến liên kết vùng thành một “vườn ươm” cho những ý tưởng đột phá. Mỗi vùng miền có những sắc thái, di sản và kỹ thuật truyền thống riêng (như nghề, âm nhạc, ẩm thực, các loại hình nghệ thuật...). Liên kết vùng tạo ra không gian cho sự gặp gỡ, đối thoại và kết hợp giữa các dòng chảy văn hóa. Ví dụ, một nhà thiết kế thời trang đương đại từ đô thị có thể hợp tác với nghệ nhân dệt thổ cẩm của một cộng đồng dân tộc thiểu số vùng cao, tạo ra các bộ sưu tập độc đáo, mang hơi thở toàn cầu nhưng vẫn đậm bản sắc địa phương; Thúc đẩy sự tập trung không gian của các doanh nghiệp, tổ chức sáng tạo (studio, startup công nghệ, agency truyền thông) có liên quan. Sự gắn gũi địa lý này thúc đẩy trao đổi ý tưởng phi chính thức, hợp tác ngẫu nhiên và tạo ra hiệu ứng cộng hưởng, như mô hình Silicon Valley cho công nghệ hay các thành phố sáng tạo ở châu Âu cho văn hóa. Cuối cùng, thể loại và phương thức biểu đạt cũng có nhiều đổi mới bởi sự kết hợp giữa công nghệ số từ các trung tâm đô thị với nội dung văn hóa đặc sắc từ các vùng miền tạo ra các sản phẩm văn hóa số mới lạ: thực tế ảo (VR) tham quan di sản, ứng dụng tương tác về truyền thuyết dân gian, nghệ thuật trình diễn đa phương tiện... Liên kết vùng tạo điều kiện cho các thử nghiệm đa ngành này.

Phát triển bền vững và cân bằng: Liên kết vùng là chìa khóa để CNVH không chỉ phát triển mạnh mẽ mà còn bao trùm và công bằng. Thay vì chỉ tập trung đầu tư vào một vài trung tâm lớn, liên kết vùng cho phép phân bổ các dự án, hoạt động văn hóa một cách có hệ thống trên một không gian rộng hơn. Các địa phương có tiềm năng nhưng ít nguồn lực (vùng sâu, vùng xa, miền núi) được kết nối vào chuỗi giá trị, trở thành “kho tàng” nguyên liệu sáng tạo, điểm đến du lịch văn hóa, hoặc cơ sở sản xuất thủ công, từ đó hưởng lợi kinh tế. Nhiều di sản văn hóa phi vật thể (lễ hội, nghề thủ công) đang đứng trước nguy cơ mai một do thiếu động lực kinh tế, thì liên kết vùng đưa các di sản này vào chuỗi sản xuất của CNVH, biến chúng thành tài nguyên có giá trị. Điều này vừa tạo sinh kế cho cộng đồng gốc, vừa tạo động lực mạnh mẽ cho thế hệ trẻ học hỏi, gìn giữ và phát huy. Thông qua cơ chế liên kết, các thỏa thuận hợp tác và chia sẻ lợi nhuận rõ ràng, lợi ích từ các sản phẩm văn hóa chung (du lịch xuyên vùng, sản phẩm thương mại) được phân bổ minh bạch hơn cho tất cả các bên tham gia, từ cộng đồng địa phương, doanh nghiệp đến chính quyền các cấp.

Nâng cao năng lực cạnh tranh: Trong bối cảnh toàn cầu hóa, sức cạnh tranh của một sản phẩm/tổ chức văn hóa đơn lẻ là rất hạn chế. Liên kết vùng tạo ra sức mạnh tập thể. Một vùng liên kết thành công có thể xây dựng và quảng bá một thương hiệu văn hóa thống nhất,

manh mẽ. Ví dụ, thương hiệu "Vùng đất Di sản Miền Trung" hay "Hành lang sáng tạo Đồng bằng sông Cửu Long" sẽ có sức hút và độ tin cậy lớn hơn rất nhiều so với từng địa phương riêng lẻ. Thương hiệu này trở thành tài sản chung, thu hút sự chú ý của truyền thông, nhà đầu tư và khách du lịch, tăng sức hấp dẫn đầu tư và du lịch khi có một hệ sinh thái liên quan, đa dạng với cơ sở hạ tầng được kết nối, thị trường rộng lớn và nguồn nhân lực dồi dào là điểm đến lý tưởng cho các nhà đầu tư trong và ngoài nước. Du khách cũng bị thu hút bởi các tour, tuyến du lịch văn hóa xuyên vùng với trải nghiệm phong phú, độc đáo, kéo dài thời gian lưu trú và gia tăng chi tiêu. Vị thế đàm phán và hội nhập cũng được nâng cao khi có một khối liên kết vùng mạnh, có tiếng nói chung và năng lực tổ chức lớn trong đàm phán với các đối tác quốc tế, tham gia vào các liên kết vùng xuyên quốc gia, hoặc ứng cử vào các mạng lưới thành phố sáng tạo của UNESCO.

Liên kết vùng trong CNVH không đơn thuần là sự cộng tổng của các địa phương, mà là phép nhân tạo ra giá trị mới. Nó chuyển hóa những lợi thế so sánh riêng lẻ (di sản, con người, vị trí) thành lợi thế cạnh tranh tổng hợp của cả vùng, biến văn hóa từ một lĩnh vực mang tính biểu tượng trở thành một ngành kinh tế động lực, có tính lan tỏa cao, góp phần vào phát triển kinh tế - xã hội một cách bền vững và cân bằng

4.3. Kinh nghiệm quốc tế về liên kết vùng trong công nghiệp văn hóa

Trên thế giới có nhiều mô hình phát triển CNVH thành công dựa trên việc nghiên cứu và hình thành các mô hình liên kết. Châu Âu được xem là hình mẫu tiên phong trong việc thúc đẩy liên kết vùng dựa trên văn hóa và sáng tạo. Liên minh châu Âu (EU) đã chủ trương xây dựng "Mạng lưới các Vùng Sáng tạo" (Creative Regions Network), một nền tảng hợp tác xuyên biên giới giữa các vùng lãnh thổ có thể mạnh khác nhau. Với cơ chế hợp tác là, các vùng trong mạng lưới không chỉ chia sẻ thông tin mà còn cùng nhau phát triển dự án, chuyển giao công nghệ (đặc biệt là số hóa di sản), trao đổi kinh nghiệm quản lý và tổ chức các chương trình xúc tiến thương mại chung. Ví dụ chương trình "Thủ đô Văn hóa châu Âu" là minh chứng rõ nét, khi một thành phố được chọn sẽ hợp tác với các thành phố và vùng lân cận để tạo ra một chuỗi sự kiện văn hóa quy mô lớn, lan tỏa lợi ích kinh tế - du lịch ra toàn vùng. Mô hình này đã giúp các vùng nhỏ, có nguồn lực hạn chế, tăng cường năng lực cạnh tranh trên bình diện quốc tế thông qua việc xây dựng thương hiệu vùng mạnh. Đồng thời thúc đẩy du lịch văn hóa theo tuyến, bảo tồn di sản một cách sống động và tạo ra việc làm cho cộng đồng địa phương (KEA European Affairs, 2018). Bài học cốt lõi là sự hợp tác dựa trên "sự bổ sung" thay vì "sự tương đồng", giúp tạo ra một bức tranh văn hóa đa dạng và hấp dẫn hơn.

Hàn Quốc cũng là một quốc gia có ngành CNVH phát triển với mô hình liên kết vùng có định hướng chiến lược rõ ràng nhằm phục vụ mục tiêu xuất khẩu văn hóa (Hallyu). Trong đó, mô hình "Cụm CNVH" (Cultural Industry Cluster) là điểm nhấn. Chính phủ Hàn Quốc đã chủ động quy hoạch và đầu tư phát triển các cụm CNVH chuyên biệt tại các vùng khác nhau. Chẳng hạn, Seoul tập trung vào truyền thông, giải trí và game; Busan mạnh về điện ảnh và liên hoan phim quốc tế; Gangwon-do phát triển văn hóa kết hợp du lịch nghỉ dưỡng, một phim trường cũng có thể trở thành điểm du lịch nổi tiếng bởi sự liên kết mô hình giữa điện ảnh - du lịch, điển hình như trường quay Daejanggeum Park (ở Yangju, Gyeonggi-do, Hàn Quốc). Đây là một bối cảnh phim trường rộng lớn được xây dựng đặc biệt cho phim Nàng Dae Jang Geum, mô phỏng cung điện và các khu phố cổ Triều Tiên. Mặc dù lựa chọn phát triển theo hướng chuyên biệt, những giữa các vùng đã tạo ra được chuỗi liên kết thông suốt, hiệu quả. Các vùng này không hoạt động biệt lập mà liên kết chặt chẽ để tạo ra một chuỗi giá trị khép kín. Quy trình từ ý tưởng, đào tạo nhân lực chất lượng cao (tại các học viện ở Seoul), sản xuất nội dung (có thể quay phim tại phim trường ở Busan), đến marketing và phân phối ra quốc tế được phối hợp nhịp nhàng. Sự liên kết giúp giảm chi phí, tối ưu hóa chuyên môn hóa và tạo ra sức mạnh tổng hợp cho ngành CNVH quốc gia (Kim, 2022).

Từ kinh nghiệm quốc tế, Việt Nam có thể rút ra một số bài học để thúc đẩy liên kết vùng trong phát triển CNVH, đó là:

- Chuyển từ tư duy hành chính sang tư duy kinh tế - sáng tạo: Cần xây dựng các mạng lưới sáng tạo liên vùng dựa trên sự tương đồng hoặc bổ sung về tài nguyên văn hóa, thay vì chỉ giới hạn trong địa giới tỉnh, thành. Các mạng lưới này cần có ban điều phối chung, chiến lược phát triển chung và quỹ hỗ trợ chung.

- Thiết lập cơ chế phối hợp giữa các cấp hiệu quả: Cần tăng cường vai trò điều phối của chính quyền trung ương trong việc hoạch định chính sách khung, xây dựng hành lang pháp lý thuận lợi và phân bổ nguồn lực ban đầu. Trao quyền chủ động và tạo cơ chế khuyến khích cho các địa phương tự nguyện hợp tác, tránh tình trạng cạnh tranh nội bộ, trùng lặp đầu tư dẫn đến lãng phí nguồn lực.

- Phát triển sản phẩm và thương hiệu vùng đặc thù: Mỗi vùng liên kết cần khai thác và kết hợp các giá trị văn hóa đặc sắc, độc đáo của từng địa phương để tạo ra các sản phẩm, tuyến du lịch và thương hiệu vùng có tính phân biệt cao. Ví dụ, một "Con đường Di sản Miền Trung" hay "Vùng sáng tạo Đồng bằng sông Cửu Long". Những sản phẩm này phải hướng tới chuẩn mực quốc tế để có sức cạnh tranh và thu hút thị trường toàn cầu.

- Đầu tư vào hạ tầng kết nối và nguồn nhân lực: Liên kết vùng chỉ hiệu quả khi có hạ tầng giao thông, viễn thông và kỹ thuật số tốt. Bên cạnh đó, cần có chương trình đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao (nghệ nhân, nhà quản lý văn hóa, doanh nhân sáng tạo) cho toàn vùng, thay vì từng địa phương tự đào tạo một cách manh mún.

4.4. Thực trạng liên kết vùng trong công nghiệp văn hóa Việt Nam

4.4.1. Tiềm năng và cơ hội

Việt Nam sở hữu một nền tảng tài nguyên văn hóa vô cùng phong phú và đặc sắc, được phân bổ theo những vùng miền rõ rệt, tạo thành những "cụm di sản" sống động và có tính bổ trợ cao. Đây chính là "nguyên liệu thô" quý giá và độc đáo cho sự phát triển của CNVH, đồng thời mở ra cơ hội lớn cho việc hình thành các chuỗi giá trị liên vùng.

- *Sự đa dạng văn hóa vùng miền - nền tảng cho sự liên kết đặc thù*

Sự khác biệt và bổ trợ giữa các vùng tạo ra một "bản đồ văn hóa" với thể mạnh riêng, là cơ sở tự nhiên cho các liên kết cộng sinh. Nếu vùng đồng bằng sông Hồng và trung du Bắc Bộ là trung tâm của văn hóa lúa nước với mật độ dày đặc các di tích lịch sử, lễ hội dân gian đặc sắc (Hội Gióng, Hội Lim, Ca trù, Quan họ...) và các làng nghề truyền thống tinh xảo (gốm Bát Tràng, lụa Vạn Phúc, đồng Ngũ Xã), hội đủ tiềm năng để có thể trở thành "vùng sản xuất nội dung gốc" và "xưởng thủ công mỹ nghệ cao cấp", cung cấp nguyên liệu sáng tạo và sản phẩm đặc trưng cho cả nước. Thì, vùng Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung là nơi giao thoa độc đáo giữa văn hóa Chăm Pa cổ đại, văn hóa cung đình Huế và văn hóa dân gian, với nhiều di sản thế giới (Cố đô Huế, Nhã nhạc, Mỹ Sơn). Vùng này có tiềm năng trở thành "trung tâm trải nghiệm di sản tổng hợp" và "vùng sáng tạo dựa trên di sản kiến trúc, âm nhạc cung đình", thu hút các dự án điện ảnh, thời trang lấy cảm hứng từ lịch sử. Vùng Tây Nguyên mang đậm bản sắc không gian văn hóa Cồng chiêng (di sản thế giới), với các sử thi, lễ hội và kiến trúc nhà Rông độc đáo. Đây là "kho tàng nguyên liệu sáng tạo" cho âm nhạc đương đại, nghệ thuật trình diễn, thiết kế thủ công từ chất liệu tự nhiên, và là điểm đến du lịch trải nghiệm văn hóa bản địa sâu sắc. Nằm cực Nam tổ quốc, vùng Đồng bằng sông Cửu Long mang đặc trưng văn hóa sông nước miệt vườn với di sản thế giới Đờn ca tài tử, ẩm thực phong phú, chợ nổi và các làng nghề sinh thái. Vùng này có thể mạnh trở thành "trung tâm sản xuất nội dung giải trí đương đại" (phim ảnh, gameshow, âm nhạc pop mang âm hưởng dân gian), "vùng ẩm thực đặc sản" và du lịch sinh thái văn hóa. Sự phân bố này tạo điều kiện lý tưởng để xây dựng các tour/tuyến du lịch văn hóa xuyên vùng (ví dụ: con đường di sản; hành trình từ di sản cung đình Huế đến không gian cồng chiêng Tây Nguyên, rồi xuôi về miền sông nước Nam Bộ), các bộ sưu tập sản phẩm văn hóa đa dạng (thời trang kết hợp hoa văn Chăm Pa, thổ cẩm Tây Nguyên với thiết kế hiện đại), và các liên hoan, chương trình giao lưu nghệ thuật đặc sắc, từ đó vẽ nên một "bức tranh tổng thể" sống động và hấp dẫn về văn hóa Việt Nam.

- Sự hình thành các cực tăng trưởng và mạng lưới "Hub and Spoke"

Cùng với sự phát triển nhanh của nền kinh tế, các đô thị lớn đang dần định hình vai trò là những "cực sáng tạo" và "động lực kết nối" trong hệ sinh thái CNVH. Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh là hai trung tâm sáng tạo chính, tập trung phần lớn các doanh nghiệp sáng tạo (quảng cáo, thiết kế, thời trang, điện ảnh, công nghệ), các cơ sở đào tạo nghệ thuật hàng đầu, cơ sở hạ tầng văn hóa hiện đại (bảo tàng, nhà hát, phòng tranh, studio) và thị trường tiêu thụ lớn. Hai thành phố này có tiềm năng đảm nhận vai trò "trung tâm R&D, thiết kế ý tưởng, sản xuất hậu kỳ, marketing và phân phối" cho các sản phẩm văn hóa của cả nước. Các đô thị động lực khu vực như Đà Nẵng, Huế, Hội An, Nha Trang, Cần Thơ đang nổi lên như những "trung tâm văn hóa - du lịch - sự kiện" quan trọng, đồng thời đóng vai trò "cầu nối", có khả năng tổ chức, giới thiệu và thương mại hóa sản phẩm văn hóa đặc trưng của vùng và vùng lân cận, đồng thời thu hút các sự kiện, festival quy mô. Từ đó, một mô hình mạng lưới "Hub and Spoke" (Trung tâm và Nhánh) đang manh nha hình thành: Các Hub (Trung tâm - Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh): cung cấp vốn đầu tư, công nghệ cao, nguồn nhân lực sáng tạo chất lượng cao, dịch vụ chuyên nghiệp (tư vấn, pháp lý, truyền thông) và kết nối thị trường quốc tế; Các Spoke (Nhánh - các địa phương, vùng nguyên liệu): đóng vai trò là "vùng nguyên liệu di sản", "xưởng sản xuất thủ công" gắn với cộng đồng, và "điểm đến trải nghiệm văn hóa đặc thù". Mỗi liên kết này cho phép khai thác tối ưu lợi thế so sánh của từng vùng.

- Làn sóng công nghệ số - chất xúc tác phá vỡ rào cản địa lý

Chuyển đổi số đang trở thành yếu tố đột phá, tạo ra những cơ hội chưa từng có cho liên kết vùng trong CNVH:

Nền tảng số phá tan giới hạn phân phối: Các sàn thương mại điện tử (Shopee, Tiki), mạng xã hội (Facebook, TikTok, Instagram) và nền tảng giải trí số (Netflix, Spotify, YouTube) cho phép sản phẩm văn hóa (âm nhạc, phim, đồ thủ công, sách điện tử) từ mọi ngõ ngách của đất nước có thể tiếp cận trực tiếp đến người tiêu dùng toàn quốc và toàn cầu một cách nhanh chóng và chi phí hợp lý.

Công cụ sáng tạo số trao quyền cho địa phương: Công nghệ in 3D, phần mềm thiết kế đồ họa, thiết bị sản xuất âm nhạc và phim kỹ thuật số giá cả phải chăng giúp giảm đáng kể rào cản gia nhập. Nghệ nhân, nghệ sĩ ở vùng sâu, vùng xa có thể tự sản xuất, số hóa tác phẩm và hợp tác từ xa với các chuyên gia ở trung tâm để nâng cao chất lượng, gia tăng giá trị cho sản phẩm truyền thống.

Số hóa di sản mở ra không gian sáng tạo vô tận: Việc số hóa tư liệu, xây dựng bảo tàng ảo, phục dựng di tích bằng thực tế ảo (VR)/thực tế tăng cường (AR) không chỉ giúp bảo tồn và phổ biến di sản một cách sống động mà còn tạo ra nguyên liệu số cho vô số sản phẩm CNVH mới: phim hoạt hình, game giáo dục lịch sử, bộ sưu tập NFT nghệ thuật, trải nghiệm du lịch ảo... Điều này cho phép các vùng giàu di sản nhưng hạn chế về cơ sở vật chất vẫn có thể "xuất khẩu" trải nghiệm văn hóa của mình ra thế giới.

Có thể thấy, tiềm năng liên kết vùng trong CNVH Việt Nam là rất lớn, dựa trên ba trụ cột chính: (1) Sự đa dạng và bổ trợ tự nhiên của các vùng văn hóa; (2) Sự hình thành các cực tăng trưởng và mạng lưới đô thị động lực; và (3) Sự hỗ trợ đắc lực của công nghệ số, giúp kết nối, nâng cấp và phổ biến giá trị văn hóa vượt khỏi mọi rào cản địa lý truyền thống. Đây chính là cơ sở để xây dựng một nền CNVH có bản sắc, có tính liên kết cao và khả năng cạnh tranh vững chắc

4.4.2. Hạn chế và thách thức

Bên cạnh tiềm năng và cơ hội, thực trạng liên kết vùng trong CNVH ở Việt Nam cũng bộc lộ những hạn chế:

- Tư duy và cơ chế phối hợp chưa đồng bộ

Đây được xem là rào cản lớn nhất mang tính hệ thống. Nhiều địa phương giữ tư duy cục bộ, vẫn coi di sản, tài nguyên văn hóa là "tài sản riêng", muốn giữ độc quyền khai thác. Dẫn đến tình trạng cạnh tranh nội bộ (cùng tổ chức các lễ hội giống nhau, xây dựng các sản phẩm

trùng lặp) thay vì hợp tác để tạo ra sản phẩm đặc thù, bổ sung cho nhau. Khung pháp lý và cơ chế điều phối vùng còn thiếu, chưa có cơ quan điều phối vùng (Regional Cultural Council) có đủ thẩm quyền và nguồn lực để xây dựng chiến lược chung, phân công nhiệm vụ và giải quyết các xung đột lợi ích. Các hiệp định, thỏa thuận hợp tác giữa các tỉnh thường mang tính hình thức, thiếu cơ chế giám sát và chia sẻ lợi ích rõ ràng. Quy hoạch phát triển văn hóa, du lịch chủ yếu được lập theo địa giới hành chính tỉnh/thành phố, ít có sự phối hợp với các tỉnh lân cận để tạo thành các "hành lang", "vùng" hay "tuyến" văn hóa thống nhất.

- Nguồn lực phân bổ không đồng đều và thiếu hụt

Sự chênh lệch về nguồn lực làm suy yếu khả năng liên kết công bằng. Các địa phương có ngân sách hạn hẹp (đặc biệt là miền núi, vùng sâu vùng xa) không đủ kinh phí để đầu tư bảo tồn di sản, xây dựng hạ tầng văn hóa cơ bản, hoặc tham gia vào các dự án liên kết đòi hỏi đối ứng vốn. Họ thường ở thế yếu trong quan hệ hợp tác. Nhân lực chất lượng cao (quản lý dự án văn hóa, marketing du lịch, doanh nhân sáng tạo, đạo diễn, nhà thiết kế) tập trung quá nhiều ở Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh. Các địa phương khác thiếu trầm trọng đội ngũ này để có thể chủ động đề xuất ý tưởng, xây dựng dự án và đàm phán hợp tác bình đẳng. Bên cạnh đó, mặc dù hạ tầng giao thông được cải thiện, nhưng hạ tầng "mềm" cho liên kết lại yếu: thiếu trung tâm hội nghị, không gian biểu diễn đa năng đạt chuẩn khu vực; hệ thống thông tin, cơ sở dữ liệu về di sản, nghệ nhân, sản phẩm văn hóa của các địa phương chưa được kết nối và chia sẻ.

- Chuỗi giá trị văn hóa đứt gãy và manh mún

CNVH Việt Nam chưa hình thành được các chuỗi giá trị liên vùng hoàn chỉnh, biểu hiện rõ nét nhất chính là khâu sáng tạo và sản xuất thường diễn ra một cách tự phát, nhỏ lẻ, thiếu sự định hướng và kết nối với thị trường rộng lớn hơn. Sản phẩm thủ công mỹ nghệ ở nhiều nơi vẫn mang tính thô sơ, chưa được thiết kế lại cho phù hợp với thị hiếu đương đại. Ở khâu phân phối và tiêu thụ thiếu các kênh phân phối chuyên nghiệp kết nối sản phẩm văn hóa đặc thù của các vùng với hệ thống cửa hàng, khách sạn, sân bay tại các trung tâm du lịch lớn. Việc xây dựng thương hiệu tập thể cho sản phẩm vùng miền còn rất hạn chế. Tiềm năng tổng hợp lãng phí bởi mỗi địa phương thường chỉ khai thác một vài yếu tố riêng lẻ (di tích, lễ hội) mà chưa biết cách đóng gói tổng thể cùng với các dịch vụ bổ trợ (âm thực, lưu trú, mua sắm, trải nghiệm) và liên kết với các điểm đến lân cận để tạo thành một "sản phẩm du lịch văn hóa" hoàn chỉnh, có sức cạnh tranh.

Có thể khẳng định, Việt Nam có tiềm năng vô cùng lớn cho liên kết vùng trong CNVH, dựa trên nền tảng văn hóa phong phú và làn sóng công nghệ. Tuy nhiên, tiềm năng này đang bị kìm hãm nghiêm trọng bởi tư duy quản lý chưa toàn diện, thiếu cơ chế phối hợp hiệu quả, sự chênh lệch nguồn lực và chuỗi giá trị chưa hình thành. Thách thức then chốt là chuyển từ tư duy "quản lý theo địa giới" sang tư duy "phát triển theo không gian văn hóa - kinh tế", đồng thời xây dựng được các thể chế và cơ chế đủ mạnh để biến tiềm năng thành hiện thực.

5. Thảo luận

Liên kết vùng trong phát triển CNVH không còn là lựa chọn mà là yêu cầu tất yếu để tối ưu hóa nguồn lực, nâng cao sức cạnh tranh và tạo dựng bản sắc văn hóa Việt Nam thống nhất trong đa dạng.

Thực tiễn cho thấy sự phát triển CNVH hiện nay còn phân mảnh, manh mún, mỗi địa phương thường khai thác tài nguyên văn hóa một cách riêng lẻ, dẫn đến trùng lặp, thiếu chiều sâu và hiệu quả kinh tế chưa cao. Mâu thuẫn lớn nhất nằm ở tư duy địa phương cục bộ, cơ chế phối hợp liên vùng lỏng lẻo, và thiếu một "kiến trúc sư trưởng" định hướng liên kết dựa trên lợi thế so sánh của từng vùng.

Để hiện thực hóa tiềm năng và biến thực trạng liên kết còn lỏng lẻo thành một hệ sinh thái CNVH mạnh mẽ, Việt Nam cần triển khai đồng bộ một hệ thống giải pháp liên kết vùng chiến lược và sáng tạo.

Một là, hoạch định chiến lược liên vùng thống nhất: Cần xây dựng "Quy hoạch không gian phát triển CNVH liên vùng", trong đó định rõ vai trò chuyên môn hóa của từng khu vực: Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh là hai "cực sáng tạo và phân phối"; Miền Trung là "vành đai di sản và trải nghiệm"; Tây Nguyên, Tây Bắc là "vùng nguyên liệu văn hóa bản địa"; Đồng bằng sông Cửu Long là "vùng sáng tạo đương đại và ẩm thực".

Hai là, thiết lập cơ chế điều phối hiệu lực: Thành lập Ban Chỉ đạo hoặc Ủy ban Liên vùng về CNVH (ví dụ: Ủy ban liên kết vùng đồng bằng sông Hồng, Ủy ban Trục di sản Miền Trung....) với quyền hạn và nguồn lực cụ thể để thực thi các dự án chung. Đồng thời, khuyến khích hình thành các mạng lưới hợp tác tư nhân giữa doanh nghiệp, hợp tác xã và nghệ nhân xuyên tỉnh.

Ba là, xây dựng hạ tầng kết nối vật chất và số: Phát triển các "tour/tuyến sản phẩm văn hóa xuyên vùng" (Ví dụ: Hành trình Di sản từ Huế - Phố cổ Hội An - Thánh địa Mỹ Sơn; Tuyến ẩm thực Nam Bộ...); Đầu tư xây dựng nền tảng số hóa di sản chung của vùng và sàn giao dịch sản phẩm văn hóa liên vùng để kết nối cung - cầu và quảng bá tập thể.

Bốn là, thúc đẩy hợp tác công - tư (PPP) trong các dự án lõi: Khuyến khích PPP trong xây dựng trung tâm sáng tạo vùng, bảo tàng tư nhân, công viên văn hóa chủ đề. Thành lập Quỹ đầu tư mạo hiểm văn hóa vùng để hỗ trợ tài chính cho các startup có ý tưởng kết nối tài nguyên đa địa phương.

Năm là, phát triển nguồn nhân lực với tư duy liên vùng: Đào tạo đội ngũ quản lý, doanh nhân văn hóa am hiểu đặc thù nhiều vùng miền. Tổ chức các chương trình thực tập, trao đổi nghệ sĩ, nghệ nhân giữa các địa phương.

Sáu là, hoàn thiện hệ thống chính sách và thể chế hỗ trợ: Sửa đổi cơ chế tài chính, ngân sách để khuyến khích và tạo điều kiện cho các dự án liên tỉnh. Xây dựng bộ tiêu chí và cơ chế đánh giá, khen thưởng đối với các tập thể, cá nhân có đóng góp hiệu quả vào liên kết vùng.

6. Kết luận

Liên kết vùng không chỉ là một giải pháp chiến thuật mà chính là chìa khóa chiến lược cho sự phát triển bền vững của CNVH Việt Nam. Trên một nền tảng văn hóa vùng miền đa dạng và đặc sắc hiếm có, liên kết vùng chính là cơ chế để chuyển hóa tiềm năng tĩnh thành động lực phát triển kinh tế - xã hội mạnh mẽ. Nó cho phép chúng ta khai thác tối đa lợi thế đặc thù của từng vùng để tạo nên một tổng thể cạnh tranh và hấp dẫn hơn, vừa thúc đẩy đổi mới sáng tạo, vừa bảo tồn và tôn vinh di sản một cách sống động.

Đề hiện thực hóa điều này, cần một sự chuyển dịch căn bản từ tư duy "cát cứ" sang tư duy "cộng sinh", lấy bản sắc chung của quốc gia làm linh hồn và lợi ích kinh tế bền vững làm động lực. Sự thành công phụ thuộc vào khả năng vẽ nên một "bản đồ chiến lược chung" - nơi các địa phương cùng ngồi lại, cùng cam kết hành động đồng bộ để xây dựng một mạng lưới hợp tác liên vùng bền chặt. Mạng lưới ấy phải được vận hành bởi một thể chế chính sách đồng bộ, được nuôi dưỡng bởi hạ tầng kết nối hiện đại và được dẫn dắt bởi nguồn nhân lực sáng tạo với tầm nhìn xuyên vùng.

Chỉ khi đó, CNVH Việt Nam mới thực sự trỗi dậy, không chỉ như một ngành kinh tế mũi nhọn đóng góp vào tăng trưởng, mà còn như một sức mạnh mềm văn hóa quan trọng, giúp định vị hình ảnh một Việt Nam năng động, sáng tạo, giàu bản sắc nhưng không ngừng hội nhập trên bản đồ toàn cầu. Con đường liên kết vùng chính là lộ trình tất yếu để khai phóng trọn vẹn tiềm năng ấy, tạo ra sức bật mạnh mẽ cho nền kinh tế sáng tạo và góp phần kiến tạo một tương lai phát triển bền vững cho đất nước.

Tài liệu tham khảo**Tài liệu trong nước**

- [1]. Chính phủ (2025), *Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*, (Quyết định số 2486/QĐ-TTg ngày 14/11/2025).
- [2]. Nguyễn Văn Dân (2014), *Văn hóa và Phát triển: Tiếp cận từ góc độ công nghiệp văn hóa*. Nxb Khoa học Xã hội.
- [3]. Vũ Thị Phương Hoa (2020), “Phát triển du lịch di sản gắn với công nghiệp văn hóa ở Việt Nam: Thực trạng và giải pháp”, *Tạp chí Khoa học Xã hội Việt Nam*, số 7.
- [4]. Đỗ Văn Trung (2021), *Liên kết phát triển các làng nghề truyền thống trong bối cảnh công nghiệp hóa, đô thị hóa ở đồng bằng sông Hồng*, Nxb Chính trị Quốc gia Sự thật.
- [5]. Trần Ngọc Thêm (Chủ biên, 2015), *Văn hóa vùng và phân vùng văn hóa ở Việt Nam*, Nxb Đại học Quốc gia TP.HCM.

Tài liệu nước ngoài

- [6]. Florida, R (2019), *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books.
- [7]. KEA European Affairs (2018), *The Impact of Culture on Creativity: EU Creative Regions Network*. Brussels: KEA European Affairs.
- [8]. Kim, S. H (2022), *Cultural Industry Cluster in Korea: Linking Regions for Global Competitiveness*. Seoul: KOCCA Press.
- [9]. Porter, M. E (1998), *Clusters and the New Economics of Competition*. Harvard Business Review, 76(6), 77-90.
- [10]. UNESCO (2021), *Culture in the Sustainable Development Goals: A Guide for Policy Makers*. Paris: UNESCO Publishing

LIÊN KẾT VÙNG TRONG PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA - HƯỚNG ĐI CHO SỰ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

Nguyễn Thị Thục

Trường Đại học Văn hóa, Thể thao và Du lịch Thanh Hóa

Email: nguyenthithuc@dvttdt.edu.vn

Ngày nhận bài: 20/11/2025

Ngày phản biện: 21/11/2025

Ngày tác giả sửa: 30/11/2025

Ngày duyệt đăng: 15/01/2026

Ngày phát hành: 20/01/2026

Công nghiệp văn hóa (CNVH) đang trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, đóng góp quan trọng vào phát triển kinh tế - xã hội và nâng cao giá trị văn hóa quốc gia. Tuy nhiên, phát triển CNVH còn phân tán, chưa tận dụng hiệu quả tiềm năng liên kết vùng. Bài viết hướng đến phân tích vai trò của liên kết vùng trong phát triển CNVH, nhận diện các mô hình hợp tác thành công trong và ngoài nước, bước đầu đề xuất các định hướng chiến lược phát triển. Kết quả nghiên cứu cho thấy, liên kết vùng không chỉ giúp khai thác lợi thế so sánh từng địa phương, mà còn thúc đẩy sáng tạo, nâng cao năng lực cạnh tranh, đồng thời bảo đảm sự phát triển cân bằng, bền vững của ngành CNVH.

Từ khóa: Liên kết vùng; Công nghiệp văn hóa; Phát triển bền vững; Chính sách văn hóa; Hợp tác liên ngành.