

Du lịch - Công nghiệp văn hóa: Cặp đôi chiến lược cho kinh tế Ninh Bình

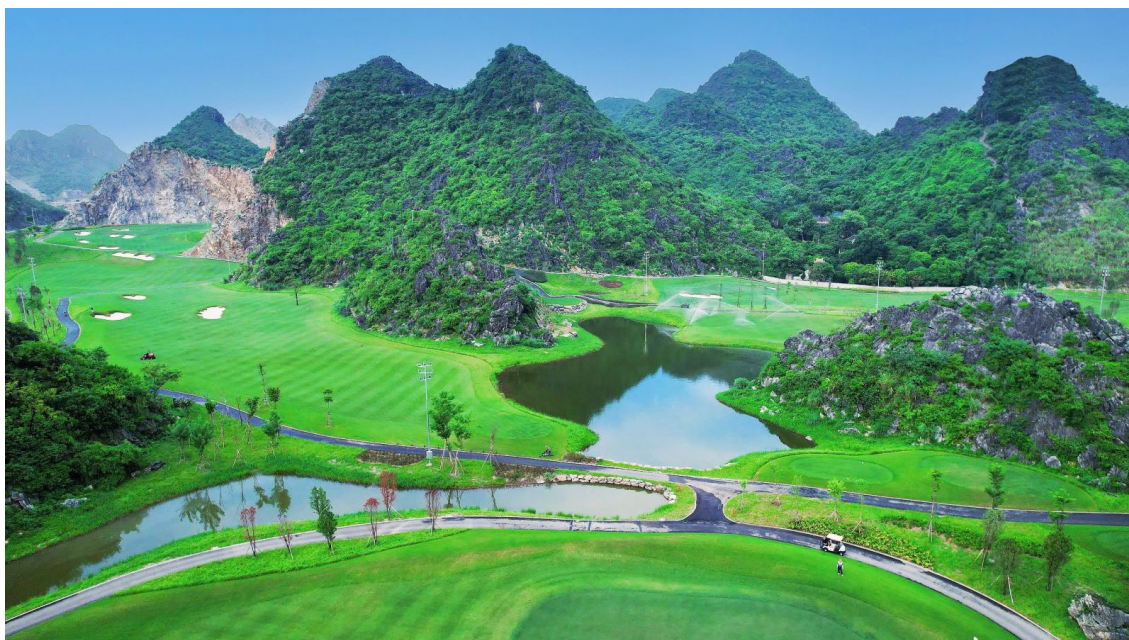
16:00 02/10/2025

Giám đốc Sở Du lịch Ninh Bình, ông Bùi Văn Mạnh nhấn mạnh: “Phát triển du lịch và công nghiệp văn hoá trở thành cụm ngành kinh tế mũi nhọn chính là giải pháp tạo dựng thương hiệu du lịch Ninh Bình trong bối cảnh hội nhập”.



Chùa Hổ Sơn hay còn gọi là Hổ Linh Tự tọa lạc ở phía nam sườn núi Hổ, xã Liên Minh - nơi đây theo sử sách Công chúa Huyền Trân về lập am thờ Phật

Những năm qua, du lịch Ninh Bình đã ghi nhận nhiều thành tựu nổi bật, khẳng định vị thế là ngành kinh tế động lực quan trọng của tỉnh. Hạ tầng du lịch ngày càng hoàn thiện với hệ thống giao thông thuận lợi, cơ sở lưu trú đa dạng, nhiều khách sạn, khu nghỉ dưỡng, nhà hàng và trung tâm đón tiếp du khách đạt chuẩn quốc tế.



Hai sân golf của Ninh Bình là Trang An Golf & Resort và Legend Country Club được vinh danh trong hạng mục Top 10 Sân golf phục vụ khách du lịch tốt nhất

Nhờ đó, lượng khách du lịch đến Ninh Bình liên tục tăng mạnh. Năm 2024, vùng tam giác du lịch Ninh Bình – Nam Định – Hà Nam đón hơn 15 triệu lượt khách, trong đó gần 1,7 triệu khách quốc tế, doanh thu trên 13.000 tỷ đồng. Chỉ riêng 8 tháng đầu năm 2025, Ninh Bình đã đón hơn 15 triệu lượt khách (trong đó hơn 1,4 triệu khách quốc tế), doanh thu trên 14.000 tỷ đồng – những con số ấn tượng, cho thấy thương hiệu du lịch Ninh Bình ngày càng lan tỏa.

Đặc biệt, Ninh Bình thường xuyên nằm trong top 10 điểm đến du lịch hàng đầu Việt Nam và khu vực; được các nền tảng và tạp chí uy tín như Booking.com hay Forbes vinh danh trong danh sách “10 điểm đến thân thiện nhất thế giới” và “10 trải nghiệm cuốn hút nhất toàn cầu”.



Lễ hội truyền thống Tràng An

Sau khi mở rộng địa giới hành chính, Ninh Bình không chỉ tăng về quy mô, mà còn kết hợp hài hòa nguồn lực, văn hóa và kinh tế của ba vùng đất giàu truyền thống. Với hơn 5.000 di tích, trong đó có 10 di tích quốc gia đặc biệt, 2 di sản UNESCO cùng 40 di sản văn hóa phi vật thể quốc gia, vùng đất Cố đô nghìn năm hội tụ đầy đủ điều kiện để phát triển mạnh mẽ du lịch, kinh tế di sản và công nghiệp văn hóa.

Đây cũng là nền tảng quan trọng để Ninh Bình hướng tới mục tiêu trở thành thành phố trực thuộc Trung ương – đô thị di sản thiên niên kỷ, thành phố sáng tạo toàn cầu.

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, cạnh tranh gay gắt giữa các điểm đến du lịch – văn hóa, Ninh Bình đứng trước yêu cầu cấp thiết: phải có tầm nhìn chiến lược, định vị thương hiệu rõ ràng và giải pháp đột phá để hiện thực hóa chủ trương của Đảng, chính sách Nhà nước, đồng thời khẳng định vai trò trung tâm du lịch – công nghiệp văn hóa quốc gia và quốc tế.



Giám đốc Sở Du lịch Ninh Bình Bùi Văn Mạnh

Theo Giám đốc Sở Du lịch Ninh Bình Bùi Văn Mạnh, để đạt mục tiêu này, tỉnh cần tập trung triển khai 5 nhóm nhiệm vụ giải pháp trọng tâm:

Đổi mới tư duy – Quyết liệt hành động: Ninh Bình cần tạo chuyển biến căn bản trong nhận thức của cả hệ thống chính trị và xã hội về vai trò của du lịch – công nghiệp văn hóa. Phát triển du lịch phải gắn với bảo tồn di sản, coi văn hóa là “sức mạnh mềm”, thị trường là động lực. Du lịch trở thành trục động lực dẫn dắt các ngành khác phát triển theo hướng xanh, thông minh, bền vững và bao trùm;

Hoàn thiện cơ chế, chính sách đột phá: Cần xây dựng cơ chế hỗ trợ đặc thù, đủ sức hấp dẫn để thu hút đầu tư. Ưu tiên chính sách hỗ trợ phát triển sản phẩm du lịch mới, đào tạo nhân lực chất lượng cao, đẩy mạnh xúc tiến quảng bá trong và ngoài nước. Đồng thời, khuyến khích tổ chức các sự kiện văn hóa, âm nhạc, sáng tạo quốc tế; hỗ trợ các đoàn phim, MV ca nhạc quay tại Ninh Bình nhằm lan tỏa hình ảnh điểm đến;



Du khách tham quan Tràng An

Quy hoạch, tổ chức không gian du lịch khoa học: Trên cơ sở đánh giá tổng thể tài nguyên, cần tổ chức lại không gian phát triển du lịch phù hợp với địa giới mới, định hướng phát triển xanh gắn với bảo tồn di sản. Đặc biệt, Di sản thế giới Tràng An được xác định là trung tâm động lực, lõi bảo tồn và đầu mối kết nối các không gian du lịch toàn tỉnh, hình thành mô hình: 1 trung tâm, 2 trục du lịch động lực, 3 không gian chiến lược, 3 vành đai du lịch, 9 cụm du lịch;

Phát triển sản phẩm du lịch và công nghiệp văn hóa: Cần có chiến lược thu hút đầu tư song song: vừa “trải thảm” cho các nhà đầu tư chiến lược xây dựng cơ sở dịch vụ cao cấp, vừa khuyến khích người dân, doanh nghiệp phát triển du lịch cộng đồng. Tỉnh cũng chú trọng đa dạng hóa sản phẩm gắn với giá trị văn hóa, ẩm thực, làng nghề, sản phẩm OCOP, phát triển du lịch biển, du lịch nông nghiệp – nông thôn mới.



Du lịch Ninh Bình - Điểm đến hấp dẫn du khách

Song song, thúc đẩy sáng tạo, nghiên cứu mẫu mã sản phẩm, tổ chức các cuộc thi thiết kế để nâng cao giá trị gia tăng, tăng sức cạnh tranh của sản phẩm du lịch – văn hóa.

Xây dựng và quảng bá thương hiệu du lịch Ninh Bình: Định vị thương hiệu du lịch gắn với hệ giá trị: “Thiên nhiên – Di sản – Văn hoá – Lịch sử – Tâm linh – Cộng đồng”. Triển khai bộ nhận diện thương hiệu “Tuyệt sắc miền Cố đô”, đổi mới phương thức xúc tiến, ứng dụng mạnh mẽ công nghệ số, AI, nền tảng mạng xã hội trong quảng bá.

Đồng thời, phát triển du lịch thông minh, số hóa dữ liệu điểm đến, đào tạo hướng dẫn viên, người dân trở thành “đại sứ du lịch”. Ninh Bình cũng cần tích cực tham gia hội chợ, triển lãm quốc tế, mời đoàn Famtrip, Presstrip đến khảo sát, quảng bá hình ảnh.



Với lợi thế về di sản thiên nhiên và văn hóa độc đáo, truyền thống lịch sử, Ninh Bình có đầy đủ điều kiện để xây dựng một thương hiệu du lịch văn hóa mạnh mẽ, khác biệt

Việc phát triển du lịch và công nghiệp văn hóa thành cụm ngành kinh tế mũi nhọn không chỉ là mục tiêu chiến lược, mà còn là con đường để Ninh Bình khẳng định vị thế trên bản đồ du lịch – văn hóa quốc tế.

Với lợi thế về di sản thiên nhiên và văn hóa độc đáo, truyền thống lịch sử lâu đời cùng sự năng động, sáng tạo của doanh nghiệp và người dân, Ninh Bình có đầy đủ điều kiện để xây dựng một thương hiệu du lịch văn hóa mạnh mẽ, khác biệt, vươn tầm khu vực và thế giới.

Nguyễn Kiên