

Từ tài nguyên văn hóa đến động lực tăng trưởng của nền kinh tế

06:06 03/09/2026

Không chỉ là giá trị tinh thần, di sản, bản sắc và tài sản trí tuệ văn hóa đang được nhìn nhận như một nguồn lực kinh tế mới. Với loạt chính sách mở rộng không gian đầu tư, Việt Nam có cơ hội hình thành hệ sinh thái công nghiệp văn hóa, thu hút vốn tư nhân, công nghệ và dòng vốn quốc tế.

Mở cánh cửa thu hút nguồn lực cho công nghiệp văn hóa

Nghị quyết số 80-NQ/TW ngày 7/1/2026 của Bộ Chính trị về phát triển văn hóa Việt Nam đặt ra một cách tiếp cận mới: văn hóa không chỉ là nền tảng tinh thần mà còn là nguồn lực nội sinh, sức mạnh mềm và động lực phát triển đất nước.

Điểm đáng chú ý là tư duy đầu tư cho văn hóa đang chuyển từ hỗ trợ từng hoạt động riêng lẻ sang xây dựng hệ sinh thái có khả năng tạo ra giá trị kinh tế. Nhà nước giữ vai trò kiến tạo, trong khi doanh nghiệp, nhà đầu tư, tổ chức sáng tạo và công nghệ được khuyến khích tham gia sâu hơn vào quá trình khai thác tài nguyên văn hóa.

Việt Nam hiện có hơn 40.000 di tích lịch sử, văn hóa, danh lam thắng cảnh và gần 70.000 di sản văn hóa phi vật thể, trong đó 38 di sản được UNESCO ghi danh. Đây là nguồn nguyên liệu lớn để phát triển điện ảnh, âm nhạc, thời trang, thiết kế, trò chơi điện tử, nội dung số, du lịch văn hóa và nhiều lĩnh vực sáng tạo khác.



Khai thác giá trị di sản gắn với du lịch, công nghiệp sáng tạo và công nghệ đang mở ra không gian mới để văn hóa trở thành nguồn lực cho tăng trưởng kinh tế.

Tuy nhiên, giá trị kinh tế tạo ra vẫn chưa tương xứng với tiềm năng. Giai đoạn 2018-2025, tỷ trọng công nghiệp văn hóa trong GDP ước đạt 4-5%, trong khi mục tiêu đến năm 2030 là tối thiểu 7% và 9% vào năm 2045.

Khoảng cách này cho thấy dư địa tăng trưởng còn rất lớn, nhưng đồng thời đặt ra yêu cầu phải tạo môi trường thuận lợi hơn để dòng vốn tư nhân và quốc tế tham gia.

Theo định hướng mới, ngân sách nhà nước tiếp tục giữ vai trò tạo nền tảng, với yêu cầu bảo đảm chi hằng năm cho văn hóa tối thiểu 2% tổng chi ngân sách nhà nước. Quan trọng hơn, nguồn lực công cần đóng vai trò “vốn môi”, tạo điều kiện để kích hoạt nguồn vốn xã hội và hình thành những dự án có khả năng thương mại hóa.

Từ di sản đến sản phẩm, từ sáng tạo đến dòng tiền

Nghị quyết số 28/2026/QH16 của Quốc hội tiếp tục mở rộng dư địa cho doanh nghiệp thông qua chính sách hình thành các cụm, khu công nghiệp sáng tạo văn hóa và tổ hợp sáng tạo văn hóa. Các dự án đầu tư vào những không gian này có thể được hưởng chính sách hỗ trợ về mặt bằng, thuế và các điều kiện liên quan.

Đáng chú ý, một số lĩnh vực có tiềm năng thương mại lớn như du lịch văn hóa, điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn, mỹ thuật và trò chơi điện tử có nội dung quảng bá giá trị lịch sử, văn hóa Việt Nam được định hướng hỗ trợ về thuế và nguồn lực chuyên môn.

Đây có thể trở thành bước chuyển quan trọng, bởi tài nguyên văn hóa chỉ thực sự tạo ra giá trị lớn khi được đưa vào chuỗi sản xuất và kinh doanh chuyên nghiệp. Một di sản có thể trở thành điểm đến du lịch; câu chuyện lịch sử có thể trở thành chất liệu cho điện ảnh; hoa văn truyền thống có thể được phát triển thành thiết kế thời trang; còn dữ liệu văn hóa có thể trở thành nguồn nguyên liệu cho các sản phẩm số.

Cùng với đó, chính sách hoàn thuế cho tổ chức, cá nhân nước ngoài thực hiện quay phim tại Việt Nam có thể tăng sức hấp dẫn đối với các dự án điện ảnh quốc tế. Hiệu ứng từ những dự án này không chỉ nằm ở nguồn thu trực tiếp mà còn có thể lan sang du lịch, lưu trú, vận tải, dịch vụ và quảng bá hình ảnh Việt Nam.

Việc xây dựng cơ sở dữ liệu quốc gia về văn hóa, phát triển thư viện số, bảo tàng mở và các mô hình sáng tạo mới cũng tạo thêm nền tảng để công nghệ tham gia sâu hơn vào quá trình khai thác giá trị văn hóa.

Tuy nhiên, thu hút đầu tư vào văn hóa không thể chỉ được đo bằng số vốn. Điều quan trọng là lựa chọn những dòng vốn mang theo công nghệ, năng lực quản trị, đào tạo nhân lực và khả năng đưa sản phẩm Việt Nam ra thị trường quốc tế.

Để đạt mục tiêu này, Việt Nam cần tiếp tục hoàn thiện cơ chế về sở hữu trí tuệ, dữ liệu, bản quyền, thương mại hóa tài sản văn hóa và bảo đảm quyền lợi của cộng đồng. Doanh nghiệp cũng phải nâng cao năng lực sáng tạo, xây dựng thương hiệu và khả năng quản trị thị trường.

Nếu làm tốt, công nghiệp văn hóa có thể tạo ra “giá trị kép”: vừa tạo doanh thu, việc làm, thu hút đầu tư và mở rộng xuất khẩu, vừa góp phần bảo tồn bản sắc và nâng cao sức mạnh mềm quốc gia.

Trong bối cảnh các ngành kinh tế truyền thống cần thêm động lực tăng trưởng mới, việc biến tài nguyên văn hóa thành sản phẩm, dịch vụ có giá trị thương mại đang mở ra một không gian phát triển đáng kể. Đây không chỉ là câu chuyện bảo tồn văn hóa, mà còn là bài toán xây dựng một ngành kinh tế sáng tạo có khả năng tạo giá trị dài hạn cho Việt Nam.

Nam Sơn (t/h)