

# KINH TẾ SÁNG TẠO TRONG BỐI CẢNH TOÀN CẦU HÓA VÀ CHUYỂN DỊCH CHUỖI GIÁ TRỊ: XU HƯỚNG THẾ GIỚI VÀ HÀM Ý CHO VIỆT NAM

TS. Nguyễn Hồng Thu\*

**Tóm tắt:** Trong bối cảnh toàn cầu hóa bước sang giai đoạn mới gắn với chuyển đổi số, cạnh tranh địa chính trị và tái cấu trúc chuỗi giá trị toàn cầu, kinh tế sáng tạo đang nổi lên như một động lực tăng trưởng quan trọng của nhiều quốc gia. Không chỉ tạo ra giá trị gia tăng cao dựa trên tri thức, công nghệ và tài sản trí tuệ, kinh tế sáng tạo còn góp phần thúc đẩy đổi mới mô hình tăng trưởng, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia và gia tăng khả năng chống chịu của nền kinh tế trước các cú sốc toàn cầu. Bài viết phân tích cơ sở lý luận về kinh tế sáng tạo; đánh giá các xu hướng phát triển của kinh tế sáng tạo trong bối cảnh tái cấu trúc chuỗi giá trị toàn cầu, bao gồm số hóa sáng tạo, dịch chuyển từ sản xuất vật chất sang tài sản trí tuệ, sự nổi lên của các nền tảng số và vai trò ngày càng lớn của trí tuệ nhân tạo. Trên cơ sở đó, bài viết đánh giá cơ hội và thách thức đối với Việt Nam, đồng thời đề xuất một số hàm ý chính sách nhằm thúc đẩy phát triển kinh tế sáng tạo gắn với đổi mới mô hình tăng trưởng, nâng cao vị thế của Việt Nam trong chuỗi giá trị toàn cầu.

**Từ khóa:** kinh tế sáng tạo, chuỗi giá trị toàn cầu, toàn cầu hóa, công nghiệp văn hóa, đổi mới sáng tạo, kinh tế số.

## Mở đầu

Trong những thập niên gần đây, sự phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ, đặc biệt là công nghệ số, trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn, Internet vạn vật (IoT) và nền tảng số đã làm thay đổi sâu sắc cấu trúc của nền kinh tế thế giới. Toàn cầu hóa không còn đơn thuần dựa trên lưu chuyển hàng hóa và vốn mà chuyển sang lưu chuyển tri thức, dữ liệu, tài sản trí tuệ và dịch vụ sáng tạo. Đồng thời, các cú sốc toàn cầu như đại dịch COVID-19, xung đột địa chính trị, xu hướng bảo hộ thương mại và cạnh tranh công nghệ giữa các cường quốc đã thúc đẩy quá trình tái cấu trúc chuỗi giá trị toàn cầu theo hướng “khu vực hóa”, “đa dạng hóa” và “số hóa”. Trong bối cảnh đó, kinh tế sáng tạo nổi lên như một lĩnh vực có khả năng tạo giá trị gia tăng cao, sử dụng hiệu quả tri thức, công nghệ và vốn con người, và đang trở thành một động lực tăng trưởng quan trọng của kinh tế thế giới.

---

\* Viện Kinh tế Việt Nam và Thế giới

Khác với mô hình tăng trưởng truyền thống dựa trên tài nguyên và lao động giá rẻ, kinh tế sáng tạo chủ yếu dựa trên tri thức, công nghệ, văn hóa và khả năng đổi mới. Các ngành công nghiệp như thiết kế, phần mềm, điện ảnh, trò chơi điện tử, âm nhạc số, quảng cáo, kiến trúc, truyền thông số và nội dung số đang ngày càng chiếm tỷ trọng lớn trong cơ cấu kinh tế của nhiều quốc gia.

Trong bối cảnh chuỗi giá trị toàn cầu đang tái cấu trúc mạnh mẽ dưới tác động của cạnh tranh địa chính trị, chuyển đổi số và xu hướng “phi vật chất hóa” sản xuất, giá trị gia tăng ngày càng tập trung vào các khâu sáng tạo, nghiên cứu – phát triển (R&D), thiết kế, thương hiệu và dịch vụ số. Điều này tạo ra cơ hội cho các quốc gia đang phát triển, trong đó có Việt Nam, tham gia sâu hơn vào các phân khúc có giá trị gia tăng cao của chuỗi giá trị toàn cầu. Tuy nhiên, phát triển kinh tế sáng tạo cũng đặt ra nhiều thách thức như khoảng cách công nghệ, hạn chế về nguồn nhân lực sáng tạo, yếu kém trong bảo hộ sở hữu trí tuệ và nguy cơ phụ thuộc vào các nền tảng công nghệ xuyên quốc gia. Vì vậy, việc nghiên cứu xu hướng phát triển kinh tế sáng tạo trên thế giới và rút ra hàm ý chính sách cho Việt Nam có ý nghĩa quan trọng cả về lý luận và thực tiễn.

### **1. Cơ sở lý luận về kinh tế sáng tạo**

Kinh tế sáng tạo đã được đề cập đến từ cuối thế kỷ XX trong bối cảnh toàn cầu hóa, kinh tế tri thức và cách mạng công nghiệp số. Nó phản ánh sự chuyển đổi của mô hình tăng trưởng kinh tế từ dựa chủ yếu vào tài nguyên vật chất và lao động giản đơn sang dựa trên tri thức, đổi mới sáng tạo, công nghệ và tài sản trí tuệ. Nhưng phải đến đầu thế kỷ XXI thông qua các nghiên cứu của các học giả và các tổ chức quốc tế về kinh tế sáng tạo, thuật ngữ này mới được sử dụng phổ biến.

Năm 2001, Howkins J. (2001) - người được xem là cha đẻ của thuật ngữ “kinh tế sáng tạo” – đã sử dụng thuật ngữ này trong cuốn sách nghiên cứu về mối quan hệ giữa sự sáng tạo và kinh tế. Theo ông, kinh tế sáng tạo là “các giao dịch sản phẩm sáng tạo có hàng hóa hoặc dịch vụ kinh tế phát sinh từ sự sáng tạo và có giá trị kinh tế”. Sau đó, Florida R. (2002) đưa ra khái niệm rộng hơn khi khẳng định kinh tế sáng tạo là một hệ thống kinh tế được thúc đẩy bởi những con người có khả năng sáng tạo, đổi mới, những người có kỹ năng và năng lực đặc biệt tạo ra các sản phẩm và dịch vụ mới, độc đáo và mang giá trị cao.

Từ đó đến nay, nhiều khái niệm về nền kinh tế sáng tạo đã được đưa ra. Điều này phản ánh sự đa dạng văn hóa của các quốc gia, nhưng cũng do cấu trúc kinh tế, phương pháp thống kê và phân loại khác nhau được sử dụng. Trong đó khái niệm của Hội nghị Liên hợp quốc về Thương mại và Phát triển (UNCTAD) được cho là toàn diện, và được sử dụng rộng rãi trên thế giới. Theo UNCTAD

(2008), kinh tế sáng tạo là một khái niệm đang phát triển dựa trên các tài sản sáng tạo có tiềm năng tạo ra tăng trưởng và phát triển kinh tế. Kinh tế sáng tạo có thể thúc đẩy tạo ra thu nhập, tạo việc làm và thu nhập xuất khẩu đồng thời thúc đẩy hòa nhập xã hội, đa dạng văn hóa và phát triển con người. Nó bao gồm các khía cạnh kinh tế, văn hóa và xã hội tương tác với công nghệ, tài sản trí tuệ và mục tiêu du lịch. Đây là một tập hợp các hoạt động kinh tế dựa trên tri thức với chiều hướng phát triển và các liên kết xuyên suốt ở cấp độ vĩ mô và vi mô đối với toàn bộ nền kinh tế. Kinh tế sáng tạo là một lựa chọn phát triển khả thi cho đổi mới, các phản ứng chính sách đa ngành và hành động liên bộ. Trọng tâm của nền kinh tế sáng tạo chính là các ngành công nghiệp sáng tạo.

Ngành công nghiệp sáng tạo là những ngành đòi hỏi sự sáng tạo, kỹ năng và tài năng, có tiềm năng tạo ra của cải và việc làm thông qua việc khai thác tài sản trí tuệ của chúng (DCMS, 2001). Ngành công nghiệp sáng tạo đã mở rộng phạm vi của những gì thường được coi là các ngành công nghiệp văn hóa vượt ra ngoài lĩnh vực nghệ thuật đến tiềm năng của các hoạt động thương mại. Do đó, các ngành công nghiệp văn hóa được xem là một tập hợp con của các ngành công nghiệp sáng tạo (UNCTAD, 2004). Dựa trên đặc điểm riêng biệt của từng ngành, UNCTAD (2008) phân loại ngành công nghiệp sáng tạo thành 4 nhóm là: di sản, nghệ thuật, truyền thông và các sáng tạo chức năng.

Kinh tế sáng tạo ngày càng đóng vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế thế giới. Trong bối cảnh hiện nay, kinh tế sáng tạo không chỉ là một lĩnh vực kinh tế mới mà còn trở thành động lực quan trọng thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, tạo việc làm chất lượng cao, thúc đẩy phát triển nguồn nhân lực. Theo UNCTAD (2024), kinh tế sáng tạo hiện đóng góp khoảng 3,1-6,2% GDP toàn cầu và tạo việc làm cho hàng chục triệu lao động, đặc biệt là lao động trẻ và lao động có kỹ năng cao, phản ánh vai trò ngày càng quan trọng của khu vực này trong cấu trúc kinh tế toàn cầu. Tuy nhiên, mức độ đóng góp của kinh tế sáng tạo ở mỗi quốc gia là khác nhau, nó có thể đóng góp từ 0,5% đến 7,3% GDP và từ 0,5% đến 12,5% việc làm tùy vào trình độ phát triển của mỗi quốc gia trên thế giới.

Đồng thời, kinh tế sáng tạo cũng đóng vai trò lớn trong thúc đẩy đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số, nâng cấp vị trí quốc gia trong chuỗi giá trị toàn cầu, gia tăng sức mạnh mềm và năng lực cạnh tranh quốc gia. Kinh nghiệm của Hàn Quốc cho thấy sự phát triển của công nghiệp văn hóa và nội dung sáng tạo đã góp phần quan trọng nâng cấp vị thế quốc gia trong nền kinh tế toàn cầu. Năm 2023, doanh thu ngành công nghiệp nội dung Hàn Quốc vượt 100 tỷ USD, trong khi xuất khẩu nội dung văn hóa đạt khoảng 13 tỷ USD. Thành công của “K-

wave” không chỉ mang lại giá trị xuất khẩu trực tiếp mà còn tạo hiệu ứng lan tỏa mạnh sang du lịch, mỹ phẩm, điện tử và thương hiệu quốc gia (KOCCA, 2024).

Nếu như trong nền kinh tế công nghiệp truyền thống, các yếu tố như vốn vật chất, tài nguyên và lao động giản đơn đóng vai trò quyết định, thì trong nền kinh tế sáng tạo hiện đại, các yếu tố như tri thức, đổi mới sáng tạo, công nghệ số, dữ liệu và tài sản trí tuệ ngày càng trở thành nguồn lực cốt lõi của tăng trưởng. Bối cảnh toàn cầu hiện nay đã làm xuất hiện các nhân tố mới tác động mạnh mẽ và đồng thời đến sự hình thành và phát triển của kinh tế sáng tạo. Đó là các nhóm nhân tố kinh tế, công nghệ, thể chế, nguồn nhân lực, văn hóa – xã hội và hội nhập quốc tế (UNCTAD, 2024; Florida R., 2002; OECD, 2022, UNESCO, 2021).

Khác với các lĩnh vực kinh tế truyền thống dựa chủ yếu vào tài sản hữu hình và sản xuất vật chất, kinh tế sáng tạo được hình thành trên cơ sở tri thức, đổi mới sáng tạo, công nghệ số, dữ liệu và tài sản trí tuệ. Do kinh tế sáng tạo là lĩnh vực đa chiều, nên việc đo lường kinh tế sáng tạo không thể chỉ dựa vào các chỉ tiêu kinh tế truyền thống như GDP hay sản lượng công nghiệp mà cần kết hợp nhiều nhóm tiêu chí phản ánh cả khía cạnh kinh tế, công nghệ, xã hội, văn hóa và đổi mới sáng tạo. Hiện chưa tồn tại một hệ thống đo lường thống nhất toàn cầu về kinh tế sáng tạo do sự khác biệt về cách tiếp cận, cấu trúc ngành nghề và trình độ phát triển giữa các quốc gia. Hiện nay, nhiều tổ chức quốc tế như WIPO (2024), OECD (2022), UNCTAD (2024), WB (2024), UNESCO (2021) đã xây dựng các bộ chỉ tiêu đánh giá kinh tế sáng tạo. Trong đó chủ yếu tập trung đo lường: tỷ trọng GDP sáng tạo; xuất khẩu hàng hóa và dịch vụ sáng tạo; việc làm sáng tạo; số lượng bằng sáng chế; nhãn hiệu; chỉ số GII; tỷ lệ sử dụng internet; AI; tỷ lệ lao động kỹ năng cao; chính sách bảo hộ sở hữu trí tuệ, chính sách hỗ trợ ĐMST; tỷ lệ tham gia khâu thiết kế, R&D, marketing; Số lượng startup sáng tạo; vốn đầu tư mạo hiểm; số trung tâm đổi mới sáng tạo...

## **2. Xu hướng phát triển kinh tế sáng tạo trong bối cảnh hiện nay**

Hiện kinh tế sáng tạo đang nổi lên như một động lực tăng trưởng mới của kinh tế thế giới. Không chỉ giới hạn trong các ngành văn hóa – nghệ thuật truyền thống, kinh tế sáng tạo ngày nay đã mở rộng sang các lĩnh vực công nghệ số, thiết kế, phần mềm, nội dung số, AI, truyền thông đa nền tảng và các ngành dựa trên tài sản trí tuệ. Trong bối cảnh đó, kinh tế sáng tạo đang phát triển theo hướng số hóa, dịch vụ hóa, dựa trên tài sản trí tuệ và nền tảng số. Đồng thời, trọng tâm cạnh tranh quốc tế đang chuyển mạnh từ năng lực sản xuất vật chất sang năng lực đổi mới sáng tạo, kiểm soát dữ liệu và sở hữu trí tuệ. Dưới đây là 6 xu hướng nổi bật của phát triển kinh tế sáng tạo trên thế giới hiện nay.

*- Chuyển dịch từ kinh tế sáng tạo dựa trên hàng hóa sang dịch vụ sáng tạo số*

Xu hướng nổi bật nhất hiện nay là sự dịch chuyển mạnh từ xuất khẩu hàng hóa sáng tạo truyền thống sang dịch vụ sáng tạo số và dịch vụ dựa trên tài sản trí tuệ. Nếu trước đây các ngành sáng tạo chủ yếu gắn với thủ công mỹ nghệ, thời trang, mỹ thuật hay xuất bản, thì hiện nay các lĩnh vực như phần mềm, thiết kế kỹ thuật số, quảng cáo số, trò chơi điện tử, nội dung streaming, R&D và dịch vụ sáng tạo trực tuyến đang trở thành động lực tăng trưởng chính. Năm 2022, xuất khẩu dịch vụ sáng tạo toàn cầu đạt khoảng 1,4 nghìn tỷ USD, tăng 29% so với năm 2017, trong khi xuất khẩu hàng hóa sáng tạo đạt khoảng 713 tỷ USD, tăng 19%. Đáng chú ý, tỷ trọng dịch vụ sáng tạo trong tổng xuất khẩu dịch vụ toàn cầu đã tăng từ 12% lên 19% trong vòng một thập niên. Trong cơ cấu xuất khẩu dịch vụ sáng tạo, phần mềm chiếm 41,3%, R&D chiếm 30,7%, tiếp theo là quảng cáo – kiến trúc với 15,5% (UNCTAD, 2024).

Xu hướng này phản ánh sự thay đổi căn bản trong cấu trúc tạo giá trị của nền kinh tế toàn cầu. Giá trị gia tăng ngày càng tập trung vào các khâu thiết kế, sáng tạo ý tưởng, phát triển phần mềm, thương hiệu và quản trị dữ liệu hơn là hoạt động sản xuất vật chất truyền thống. Đây chính là biểu hiện của quá trình “phi vật chất hóa” chuỗi giá trị trong nền kinh tế số.

*- Số hóa và trí tuệ nhân tạo trở thành động lực cốt lõi của kinh tế sáng tạo*

Công nghệ số đang làm thay đổi toàn diện phương thức sản xuất, phân phối và tiêu dùng sản phẩm sáng tạo; điều này dẫn tới việc tái cấu trúc các ngành công nghiệp sáng tạo toàn cầu. Năm 2022, doanh thu âm nhạc trực tuyến chiếm khoảng 67,3% doanh thu thị trường âm nhạc toàn cầu. Đồng thời, AI ngày càng được ứng dụng rộng rãi trong sản xuất nội dung số, có khoảng 41% các phòng tin tức sử dụng AI để tạo hình ảnh minh họa, 39% dùng AI cho nội dung mạng xã hội và 38% ứng dụng AI trong viết bài và tạo nội dung báo chí (UNCTAD, 2024). Theo báo cáo của PwC (2023), có khoảng 28% doanh nghiệp trong ngành truyền thông giải trí tại châu Âu và Mỹ đã thử nghiệm AI để sản xuất nội dung thay thế đội ngũ sáng tạo truyền thống. Nhóm nghề dễ bị AI thay thế nhất trong lĩnh vực sáng tạo gồm: biên tập viên, nhà báo, người viết nội dung, nhạc sĩ nền tảng, họa sĩ minh họa, diễn viên lồng tiếng... (Hà Thúy Mai, 2025).

Điều này cho thấy AI không chỉ là công cụ hỗ trợ mà đang trở thành một bộ phận của lực lượng sản xuất mới trong nền kinh tế sáng tạo, đặc biệt là AI tạo sinh (Generative AI). AI tạo sinh hiện đã tham gia trực tiếp vào sáng tác âm nhạc, điện ảnh, thiết kế đồ họa, quảng cáo và xuất bản. Trong dài hạn, xu hướng

này sẽ thúc đẩy sự hình thành các mô hình “sáng tạo lai” giữa con người và máy móc, làm thay đổi cấu trúc lao động và phương thức cạnh tranh của ngành sáng tạo toàn cầu.

*- Tái cấu trúc chuỗi giá trị sáng tạo toàn cầu theo hướng khu vực hóa và phân tầng giá trị*

Trong bối cảnh cạnh tranh chiến lược giữa các cường quốc, căng thẳng địa chính trị và đứt gãy chuỗi cung ứng sau đại dịch COVID-19, chuỗi giá trị sáng tạo toàn cầu đang có xu hướng tái cấu trúc theo hướng khu vực hóa và phân tầng giá trị rõ nét hơn. Các nền kinh tế phát triển như Mỹ, EU, Nhật Bản và Hàn Quốc tiếp tục kiểm soát các khâu có giá trị gia tăng cao như sáng tạo nội dung, nền tảng số, công nghệ lõi, R&D và sở hữu trí tuệ. Trong khi đó, nhiều nước đang phát triển tham gia ở các khâu gia công sáng tạo, sản xuất nội dung thuê ngoài hoặc cung cấp dịch vụ kỹ thuật số chi phí thấp. Tuy nhiên, sự phát triển của internet và nền kinh tế số cũng tạo cơ hội để các quốc gia mới nổi tham gia trực tiếp vào thị trường sáng tạo toàn cầu thông qua xuất khẩu nội dung số, phần mềm, trò chơi điện tử và dịch vụ sáng tạo trực tuyến. Gần đây, xu hướng mới là sự nổi lên của các trung tâm sáng tạo tại châu Á. Trung Quốc đang phát triển mạnh các nền tảng nội dung số và công nghệ AI; Hàn Quốc thành công với làn sóng Hallyu; Ấn Độ nổi lên như trung tâm phần mềm và điện ảnh toàn cầu; Indonesia và Singapore phát triển mạnh hệ sinh thái startup sáng tạo. Điều này phản ánh sự dịch chuyển trọng tâm đổi mới sáng tạo sang châu Á.

Xu hướng này cho thấy cạnh tranh quốc tế hiện nay không chỉ là cạnh tranh về sản xuất mà còn là cạnh tranh về quyền kiểm soát công nghệ, dữ liệu và tài sản trí tuệ trong chuỗi giá trị toàn cầu.

*- Gia tăng vai trò của nền tảng số và mô hình sáng tạo xuyên biên giới*

Toàn cầu hóa kỹ thuật số đang tạo điều kiện cho các cá nhân sáng tạo, startup và doanh nghiệp nhỏ tham gia trực tiếp vào thị trường toàn cầu mà không cần phụ thuộc hoàn toàn vào chuỗi cung ứng vật chất truyền thống. Các nền tảng như YouTube, TikTok, Spotify, Netflix, Amazon Kindle hay Etsy đã hình thành mô hình “kinh tế nền tảng sáng tạo”. Thông qua các nền tảng này, các nhà sáng tạo nội dung cá nhân có thể tiếp cận hàng triệu người dùng toàn cầu với chi phí thấp hơn rất nhiều so với mô hình phân phối truyền thống.

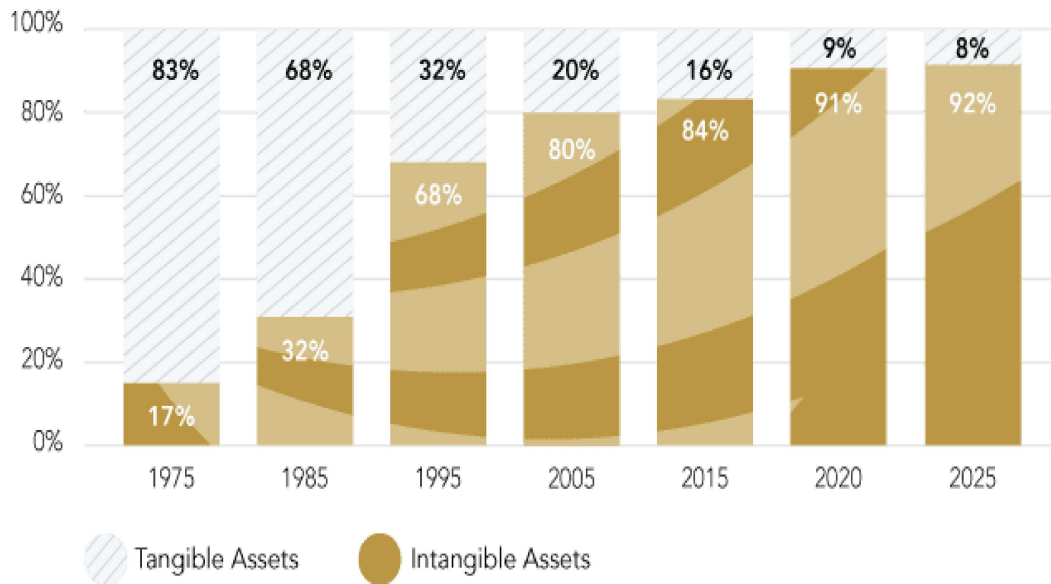
Xu hướng này làm xuất hiện mô hình “sáng tạo đa quốc gia quy mô nhỏ”, tức các chủ thể sáng tạo quy mô nhỏ nhưng hoạt động toàn cầu nhờ nền tảng số. Đây là một thay đổi rất lớn trong cấu trúc thương mại quốc tế, bởi trước đây khả năng tiếp cận thị trường toàn cầu chủ yếu thuộc về các tập đoàn xuyên quốc gia lớn. Tuy nhiên, sự phát triển của kinh tế nền tảng cũng làm gia tăng phụ thuộc

vào các “siêu nền tảng” công nghệ toàn cầu. Điều này dẫn tới nguy cơ độc quyền dữ liệu, thao túng thuật toán và phân phối lợi nhuận không công bằng trong hệ sinh thái sáng tạo.

*- Tăng cường bảo hộ sở hữu trí tuệ và cạnh tranh tài sản vô hình*

Trong nền kinh tế sáng tạo, tài sản vô hình ngày càng trở thành nguồn lực chiến lược. Giá trị của doanh nghiệp và quốc gia hiện không còn phụ thuộc chủ yếu vào tài sản vật chất mà phụ thuộc ngày càng lớn vào thương hiệu, bản quyền, bằng sáng chế, dữ liệu và thuật toán. Theo Ocean Tomo (2025), đến cuối năm 2025, tài sản vô hình hiện chiếm khoảng 92% giá trị vốn hóa thị trường của các doanh nghiệp thuộc S&P 500, tăng mạnh so với mức 17% năm 1975 (Hình 1). Điều này phản ánh xu hướng “phi vật chất hóa” của nền kinh tế toàn cầu.

**Hình 1. Các thành phần cấu thành giá trị thị trường của các doanh nghiệp thuộc S&P 500**



*Nguồn:* Ocean Tomo (2025).

Do đó, xu hướng tăng cường bảo hộ sở hữu trí tuệ (IP) đang diễn ra mạnh mẽ trên toàn cầu. Các quốc gia phát triển ngày càng chú trọng xây dựng hệ sinh thái sở hữu trí tuệ nhằm bảo vệ lợi ích của doanh nghiệp sáng tạo và duy trì vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu. Năm 2025, có 275.900 đơn đăng ký bằng sáng chế quốc tế được nộp, tăng 0,7% so với năm 2024, trong đó Trung Quốc là quốc gia nộp nhiều đơn đăng ký nhất với 73.718 đơn, tiếp đến là Mỹ với 52.617 đơn và Nhật Bản với 47.922 đơn (WIPO, 2025).

Trong bối cảnh AI tạo sinh phát triển nhanh, vấn đề bản quyền số, quyền sở hữu dữ liệu và quyền khai thác nội dung được tạo bởi AI đang trở thành một trong những vấn đề pháp lý và kinh tế quan trọng nhất của kinh tế sáng tạo toàn cầu.

- *Gắn kinh tế sáng tạo với phát triển bền vững và kinh tế xanh*

Một xu hướng ngày càng rõ nét là sự tích hợp các mục tiêu phát triển bền vững (SDGs) vào kinh tế sáng tạo. Các ngành sáng tạo hiện không chỉ hướng tới lợi nhuận mà còn nhấn mạnh yếu tố xanh hóa, bao trùm xã hội và bảo tồn văn hóa. Nhiều quốc gia đã triển khai chính sách hỗ trợ thiết kế xanh, thời trang bền vững, kiến trúc sinh thái, tổ chức sự kiện phát thải thấp và tăng cường sự tham gia của phụ nữ, thanh niên và nhóm yếu thế trong ngành sáng tạo. Ví dụ, ban nhạc Coldplay đã giảm khoảng 50% lượng phát thải CO<sub>2</sub> trong các chuyến lưu diễn toàn cầu gần đây thông qua ứng dụng công nghệ xanh và năng lượng tái tạo (UNCTAD, 2024).

Xu hướng này phản ánh sự chuyển dịch từ mô hình “kinh tế sáng tạo vì tăng trưởng” sang “kinh tế sáng tạo vì phát triển bền vững”. Kinh tế sáng tạo ngày càng được xem là công cụ thúc đẩy tăng trưởng xanh, bảo tồn đa dạng văn hóa và nâng cao khả năng chống chịu của nền kinh tế trước các cú sốc toàn cầu.

### **3. Một số hàm ý chính sách phát triển kinh tế sáng tạo cho Việt Nam**

Trong bối cảnh hiện nay, phát triển kinh tế sáng tạo là một xu hướng tất yếu trên thế giới. Những xu hướng phát triển kinh tế sáng tạo trên thế giới đã và đang mở ra nhiều cơ hội cho Việt Nam. Trong những năm gần đây, cùng với sự phát triển mạnh của kinh tế số, công nghiệp văn hóa, đổi mới sáng tạo và hệ sinh thái khởi nghiệp, kinh tế sáng tạo ở Việt Nam đã có bước phát triển đáng kể cả về quy mô, cơ cấu ngành nghề và mức độ hội nhập quốc tế. Trong giai đoạn 2016 - 2018, 12 ngành công nghiệp văn hóa đã đóng góp doanh thu khoảng 8,081 tỷ USD (tương đương 3,61% GDP); năm 2021, đạt 3,92% GDP; năm 2022 tăng lên 4,04% GDP. Giá trị sản xuất của các ngành công nghiệp văn hóa trong giai đoạn 2018 - 2022 ước đạt 44 tỷ USD<sup>(2)</sup>. “Giai đoạn 2018 - 2022, số lượng các cơ sở kinh tế hoạt động trong các ngành công nghiệp văn hóa tăng khá cao ở mức 7,2%/năm (hiện có trên 70.000 cơ sở kinh tế). Lực lượng lao động thuộc các ngành công nghiệp văn hóa tăng khá nhanh ở mức 7,4%/năm; hiện thu hút khoảng 2,3 triệu lao động, chiếm 4,42% tổng lực lượng lao động của toàn nền kinh tế (Vũ Thị Phương Hậu, 2025).

Tuy nhiên, so với tiềm năng và yêu cầu của quá trình chuyển đổi mô hình tăng trưởng, kinh tế sáng tạo của Việt Nam vẫn còn nhiều hạn chế và đang phải đối mặt với nhiều thách thức về thể chế, năng lực công nghệ, chất lượng nguồn nhân lực và vị trí trong chuỗi giá trị toàn cầu, hệ thống bảo hộ sở hữu trí tuệ chưa hoàn thiện và nguy cơ phụ thuộc vào các nền tảng công nghệ nước ngoài. Dựa trên những xu hướng phát triển kinh tế sáng tạo trên thế giới hiện nay, bài

viết xin đưa ra một số hàm ý chính sách nhằm góp phần thúc đẩy phát triển kinh tế sáng tạo cho Việt Nam trong thời gian tới.

*Thứ nhất, hoàn thiện thể chế phát triển kinh tế sáng tạo.* Việt Nam cần xây dựng chiến lược quốc gia về phát triển kinh tế sáng tạo gắn với chuyển đổi số và phát triển kinh tế số. Cần xác định rõ các ngành công nghiệp sáng tạo ưu tiên như nội dung số, phần mềm, thiết kế, trò chơi điện tử, điện ảnh, âm nhạc số và công nghệ truyền thông. Đồng thời, cần hoàn thiện khung pháp lý về sở hữu trí tuệ, dữ liệu số, công nghiệp văn hóa và nền tảng số. Nhà nước cần chuyển từ vai trò “quản lý” sang “kiến tạo phát triển”, tạo môi trường thuận lợi cho đổi mới sáng tạo và khởi nghiệp sáng tạo.

*Thứ hai, phát triển nguồn nhân lực sáng tạo.* Đây là yếu tố quyết định trong kinh tế sáng tạo, do đó Việt Nam cần đổi mới giáo dục theo hướng phát triển tư duy sáng tạo, kỹ năng số, năng lực đổi mới và khả năng thích ứng với nền kinh tế số. Việt Nam cần chú trọng đào tạo nhân lực trong các lĩnh vực: Thiết kế số; AI và dữ liệu; Công nghiệp game; Marketing số; Điện ảnh và truyền thông số; Quản trị tài sản trí tuệ.

*Thứ ba, phát triển hạ tầng số và nền tảng công nghệ quốc gia.* Hạ tầng số là nền tảng của kinh tế sáng tạo hiện đại. Việt Nam cần tiếp tục đầu tư mạnh vào hạ tầng internet tốc độ cao, điện toán đám mây, trung tâm dữ liệu và AI. Cùng với đó, cần hình thành các nền tảng số nội địa có khả năng hỗ trợ doanh nghiệp sáng tạo tiếp cận thị trường toàn cầu, giảm phụ thuộc vào các nền tảng xuyên quốc gia.

*Thứ tư, xây dựng hệ sinh thái đổi mới sáng tạo quốc gia.* Việt Nam cần thúc đẩy liên kết giữa Nhà nước – doanh nghiệp – viện nghiên cứu – trường đại học nhằm hình thành hệ sinh thái sáng tạo đồng bộ. Nhà nước cần xây dựng cơ chế hỗ trợ doanh nghiệp sáng tạo, startup công nghệ và công nghiệp văn hóa thông qua ưu đãi thuế, tín dụng và quỹ đầu tư mạo hiểm. Bên cạnh đó, cần thúc đẩy phát triển các trung tâm sáng tạo, không gian đổi mới sáng tạo và cụm công nghiệp sáng tạo tại các đô thị lớn như Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh và Đà Nẵng.

*Thứ năm, thúc đẩy công nghiệp văn hóa, công nghiệp sáng tạo và thương hiệu quốc gia.* Việt Nam cần coi công nghiệp văn hóa, công nghiệp sáng tạo là ngành kinh tế chiến lược gắn với phát triển sức mạnh mềm quốc gia. Cần hỗ trợ phát triển: Điện ảnh; Âm nhạc; Thời trang; Nội dung số; Trò chơi điện tử; Du lịch sáng tạo; Thiết kế văn hóa. Đồng thời, cần thúc đẩy xây dựng thương hiệu quốc gia dựa trên bản sắc văn hóa Việt Nam trong môi trường số toàn cầu.

*Thứ sáu, tăng cường tham gia chuỗi giá trị sáng tạo toàn cầu.* Việt Nam cần chuyển từ vai trò “gia công” sang “sáng tạo và sở hữu giá trị”. Điều này đòi hỏi phải đầu tư mạnh cho R&D; Nâng cao năng lực công nghệ; Hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng thương hiệu; Thúc đẩy xuất khẩu dịch vụ sáng tạo; Kết nối với các mạng lưới sáng tạo toàn cầu. Đồng thời, cần tận dụng các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới để mở rộng xuất khẩu dịch vụ sáng tạo và nội dung số.

### **Lời kết**

Trong bối cảnh hiện nay, kinh tế sáng tạo đang trở thành động lực tăng trưởng mới của nền kinh tế thế giới. Sự phát triển của công nghệ số, AI và nền tảng số đang làm thay đổi sâu sắc cách thức tạo ra giá trị, trong đó tài sản vô hình và tri thức giữ vai trò trung tâm. Đối với Việt Nam, phát triển kinh tế sáng tạo không chỉ là yêu cầu kinh tế mà còn là yêu cầu chiến lược nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia, thúc đẩy đổi mới mô hình tăng trưởng và gia tăng vị thế quốc tế. Việt Nam có nhiều tiềm năng để phát triển kinh tế sáng tạo, song cần có những cải cách mạnh mẽ về thể chế, nguồn nhân lực, khoa học công nghệ và hệ sinh thái đổi mới sáng tạo. Trong thời gian tới, nếu tận dụng tốt xu hướng chuyển dịch chuỗi giá trị toàn cầu và làn sóng chuyển đổi số, Việt Nam có thể từng bước trở thành trung tâm sáng tạo mới của khu vực Đông Nam Á.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

- DCMS (2021). *Creative Industries Mapping Document 2001*. Department for Culture, Media and Sports, United Kingdom.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class*. Basic Books.
- Hà Thúy Mai (2025). Công nghiệp văn hóa toàn cầu trong kỷ nguyên số và trí tuệ nhân tạo: Cơ hội, thách thức và hành động chính sách. *Tạp chí Văn hóa nghệ thuật*, số 624, tháng 11/2025.
- Howkins, J. (2001). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin Books.
- KOCCA (2024). *Korean content industry statistics 2024*. Korea Creative Content Agency.
- Ocean Tomo. (2025). *Intangible Asset Market Value Study*. <https://oceantomo.com/intangible-asset-market-value-study/>
- OECD. (2022). *The culture fix: Creative people, places and industries*.
- UNCTAD (2008). *Creative Economy Report 2008*. New York. <http://www.unctad.org/creative-economy>
- UNESCO. (2021). *The creative economy: Moving in from the sidelines*. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.
- VCCI (2026). Tăng nội lực để doanh nghiệp Việt vươn lên chuỗi giá trị cao hơn. <https://vcci.com.vn/news/tang-noi-luc-de-doanh-nghiep-viet-vuon-len-chuoi-gia-tri-cao-hon>.
- Vũ Thị Phương Hậu (2025). Phát triển các ngành công nghiệp văn hoá Việt Nam trong bối cảnh chuyển đổi số. *Tạp chí Cộng sản*, ngày 17/8/2025.
- WIPO (2025). IP Facts and Figures, <https://www.wipo.int/en/ipfactsandfigures/patents>