



THAM LUẬN

**THÚC ĐẨY PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA
ĐÓNG GÓP VÀO TĂNG TRƯỞNG 2 CON SỐ TỪ GÓC NHÌN DOANH NGHIỆP**

DatVietVAC Group Holdings

Hà Nội, tháng 7, 2026

NỘI DUNG

A

DẪN NHẬP

B

CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA
ĐÓNG GÓP VÀO TĂNG TRƯỞNG 2 CON SỐ

C

THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA
& KỶ LÂN VỀ CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA

D

KIẾN NGHỊ CHÍNH SÁCH CHO
CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA



DẪN NHẬP

VĂN HÓA VÀ CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA V-CULTURE

1. Văn hóa:

- Sự kết hợp giữa di sản, sáng tạo và tiếp cận công chúng; là nơi quốc gia gìn giữ ký ức, làm mới bản sắc và chuyển hóa giá trị tinh thần thành sức sống xã hội.
- Văn hóa là Cost center, là lĩnh vực cần đầu tư ngân sách để giữ gìn nền tảng văn hóa.

2. Công nghiệp văn hóa:

- Tạo tác và khai thác văn hóa theo mô thức công nghiệp với tầm nhìn mục tiêu hướng đến thị trường toàn cầu.
- Công nghiệp văn hóa vốn hóa quy mô lớn đến từ sáng tạo nguyên bản (Innovation), khai thác Sở hữu trí tuệ (IP), tạo được chuỗi giá trị đến từ nội dung số, mục tiêu xuất khẩu văn hoá toàn cầu.
- Công nghiệp văn hóa là Profit center nhằm biến các giá trị văn hóa thành tiền của, doanh thu và tạo năng lực cạnh tranh quốc gia.

NGHỊ QUYẾT 80-NQ/TW

QUYẾT TÂM CỦA QUỐC GIA VỀ CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA

TẦM NHÌN

**Kiến thiết &
Tạo dựng thể chế**

MỤC TIÊU

**Phát triển văn hóa
ngang tầm với
chính trị, kinh tế,
xã hội**

CHÍNH SÁCH

Ưu đãi đặc biệt vượt trội

CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA V-CULTURE

“Công nghiệp văn hóa Việt Nam sẽ khó đi xa, **nếu chỉ dừng lại ở việc làm lại format của người khác**, Khi đó, chúng ta chỉ tham gia vào phần gia công sáng tạo, **tức là có năng lực sản xuất nhưng chưa nắm được tài sản cốt lõi...**”

“Giá trị dài hạn nằm ở việc ai sở hữu ý tưởng gốc, ai nắm quyền khai thác, ai có thể mở rộng sản phẩm sang các thị trường khác, ai tạo ra được **hệ sinh thái phái sinh từ một tài sản trí tuệ.**”

“Xuất khẩu văn hóa không chỉ mang lại doanh thu mà còn **nâng tầm vị thế quốc gia.**

Việc phát triển format, chương trình và IP gốc cần được xem là nhiệm vụ chiến lược, không chỉ của doanh nghiệp giải trí mà của cả **hệ sinh thái công nghiệp văn hóa.**”

- PGS.TS Bùi Hoài Sơn - Ủy viên chuyên trách Ủy ban Văn hóa Xã hội Quốc hội -

PHẦN

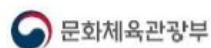
B

CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA

ĐÓNG GÓP VÀO TĂNG TRƯỞNG 2 CON SỐ

GLOBAL CASE STUDY VỀ CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA HÀN QUỐC

Theo tầm nhìn của Chính phủ Hàn Quốc tại hội thảo giữa Bộ trưởng Bộ Văn hoá 2 nước Việt Nam & Hàn Quốc với sự chứng kiến và phát biểu của PTT. Bùi Thanh Sơn ngày 11/8/2025.



I. Why the "Content Industry"?

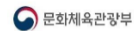
**"The Content Industry,
a New Growth Engine for the Korean Economy"**

Like semiconductors, **"Content Industry must be a core driver
To boost Korea's Economy"**

"Như ngành Công nghiệp bán dẫn, Công nghiệp nội dung phải là động lực phát triển mới và cốt lõi để thúc đẩy tăng trưởng kinh tế Hàn Quốc".

GLOBAL CASE STUDY VỀ CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA HÀN QUỐC

- 1 Chuyển biến từ hưởng thụ nội dung đơn giản, trở thành nhu cầu văn hóa sử dụng toàn cầu mỗi ngày, dựa trên sáng tạo nguyên bản và hấp lực của văn hóa.



문화체육관광부

I. Why the "Content Industry"?

**K-Content is evolving beyond simple consumption to become,
"A global everyday Culture"**

Built on creativity, originality, and universal appeal,

The world wide fanbase has reached 225million (a 24 fold increase compared to 2012)

- 2 Ứng dụng AI vào chuỗi giá trị nội dung, từ sáng tạo sản xuất, phân phối và tiêu thụ.



문화체육관광부

II. Paradigm Shift

③ **AI technology is reshaping the content industry**

As AI is applied across the content value chain—from planning and production to distribution and consumption—transformative changes are anticipated.

- 3 Điều hướng nội dung cao cấp vào những lĩnh vực tiêu dùng (thời trang, trang sức, thực phẩm, du lịch, trò chơi, phim hoạt hình,...).



문화체육관광부

II. Paradigm Shift

④ **Content industry premium expands into related industries**

With 225 million global Hallyu fans, K-Content's influence now extends,
K-Beauty, K-Food to a wide range of consumer goods

GLOBAL CASE STUDY VỀ CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA HÀN QUỐC

MÔ HÌNH FANDOM



HYBE
(352820 KR)



\$9.6B
MKT Cap

Tổng quan về HYBE



Tập đoàn giải trí
#1 tại Hàn Quốc
Thành lập 2005 |
Niêm yết KOSPI

Doanh
thu
FY2025

\$1.77B

Số lượng
nghệ sĩ

80+

Bậc thầy về
concert

279
concert
53
thành phố

Weverse
fandom
platform

11.2M
MAU

Nguồn: HYBE IR Report FY2025 Q4 | Spotify | Billboard

HYBE vốn hóa **9.6 tỷ USD**, tăng trưởng **17.5% - 30%/ năm**, P/E: ~60 - 65x.

Tập trung vào **sáng tạo và khai thác nội dung toàn cầu** (BTS và 17 ban nhạc).

Hiện Hàn Quốc có trên **10 kỳ lân** công nghiệp văn hóa K-Culture, với mô hình kinh doanh thông minh, đóng góp vào **ngưỡng mộ và trọng vọng** của thế giới.

HYBE không sở hữu hạ tầng, không đầu tư vào hạ tầng công nghiệp văn hóa.

ĐƯA V-CULTURE TRỞ THÀNH TRẢI NGHIỆM TIÊU DÙNG ĐA GIÁC QUAN, ĐA NỀN TẢNG VÀ ĐA TẦNG LIÊN NGÀNH

1

Chuyển biến từ hưởng thụ nội dung đơn giản, trở thành **nhu cầu văn hóa sử dụng toàn cầu mỗi ngày**, dựa trên **sáng tạo nguyên bản và hấp lực của văn hóa Việt Nam**.

Lộ trình chuyển biến hành vi văn hóa Việt Nam ra toàn cầu:

- **Hưởng thụ**
- **Tham gia**
- **Sở hữu**
- **Lan tỏa**

2

Ứng dụng công nghệ vào chuỗi giá trị nội dung.

- **Sáng tạo**
- **Sản xuất**
- **Phân phối**
- **Tiêu thụ**

3

Điều hướng nội dung blockbuster Make in Vietnam có IP toàn diện để đưa vào những lĩnh vực tiêu dùng.

Từ IP nội dung, mở rộng liên doanh sang các lĩnh vực V-Culture hướng tới toàn cầu:

- **F&B**
- **Thời trang – Thủ công mỹ nghệ**
- **Du lịch văn hóa**
- **Game – Phim hoạt hình – Digital IP**



THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA & KỶ LÂN VỀ CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA

THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA & KỶ LÂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA

Doanh nghiệp tư nhân, theo NQ-68 NQ/TW, là **động lực quan trọng nhất** của nền kinh tế, hiện đóng góp hơn **50% GDP**, hơn **30% tổng thu ngân sách**. Mục tiêu tăng trưởng **10-12%/năm**, đóng góp **55% GDP năm 2030**.

Chính sách biệt đãi quốc gia dành cho **Trung tâm tài chính quốc tế & Khu công nghệ cao cần áp dụng cho Kỷ lân công nghiệp văn hóa** nhằm hiện thực hóa mục tiêu tăng trưởng 2 con số.

Áp dụng cơ chế thẩm định 360° để tuyển chọn doanh nghiệp tư nhân về công nghiệp văn hóa **xuất sắc và tiệm cận nhất vốn hóa 1 tỷ USD**.

KIẾN NGHỊ TIÊU CHÍ CHO “THƯƠNG HIỆU QUỐC GIA VỀ CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA”

Xác định doanh nghiệp có năng lực dẫn dắt ngành, tạo động lực để hình thành các “Kỳ lân công nghiệp văn hóa”.

A - Sản xuất & sở hữu nội dung có IP dựa trên sáng tạo nguyên bản

1. Doanh thu đạt **3 ngàn tỷ VND/năm. Hoạt động 10 năm** trên **30%** của các ngành CNVH.
2. Sáng tạo, sở hữu & khai thác thương mại tối thiểu **5 IP Make in Vietnam**.
3. **Sản xuất & sở hữu từ 50% tổng số giờ nội dung IP Make in Vietnam** trên thị trường trong 03 năm liên tiếp.
4. Chiếm **50% tổng lượt xem & nghe trong 03 năm liên tiếp** đối với chương trình giải trí đầu bảng - blockbuster.
5. **100% blockbuster** đạt **Top 1 BXH** YouTube, Spotify, TikTok, Google Search...
6. **100% blockbuster** đạt **Top 1 thảo luận** trên MXH.

B - Ứng dụng công nghệ và phát triển tài sản số

1. **Sở hữu & vận hành nền tảng phân phối nội dung Việt Nam xuyên biên giới** và trên các MXH quốc tế.
2. Tiếp cận tối thiểu **20% tổng số người dùng Internet tại Việt Nam** hàng tháng (MAU).
3. **Ứng dụng công nghệ, AI vào chuỗi giá trị nội dung** từ sáng tạo - sản xuất - phân phối - tiêu thụ.

C - Tối đa hóa giá trị thương mại, xuất khẩu và hợp tác quốc tế

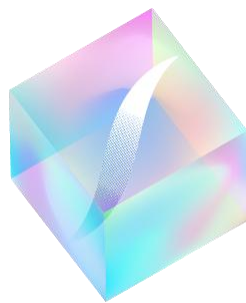
1. **Tạo ra giá trị gia tăng tối thiểu 25% trên tổng doanh thu** từ hoạt động sản xuất, phân phối và khai thác IP.
2. **Có hợp tác chiến lược/ liên doanh** trong lĩnh vực CNVH với nhiều **đối tác quốc tế hàng đầu thế giới**.
3. **Quảng bá hình ảnh Việt Nam, xuất khẩu công nghiệp văn hóa** thông qua concert, điện ảnh ở thị trường toàn cầu.



KIẾN NGHỊ CHÍNH SÁCH CHO CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA

KIẾN NGHỊ CHÍNH SÁCH CHO CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA

1. **Hỗ trợ sản xuất:** Chính sách trợ thuế.
2. **Hình thành 2 trung tâm Công nghiệp văn hóa thế giới** tại Seoul, Los Angeles.
3. **Chính sách ủng hộ nền tảng nội dung Việt:** Phim, Giải trí – Du lịch.
4. **Hỗ trợ đầu tư và xuất khẩu nội dung:** Phim, Âm nhạc, Hòa nhạc.
5. **Xây dựng cơ chế định giá IP:** IP trở thành tài sản giao dịch.
6. **Bảo vệ bản quyền:** xử lý nhanh theo đúng thông lệ quốc tế.



F I R S T W I T H C H A R I S M A