QUẢN TRỊ
NGÀNH CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA

QUẢN TRỊ NGÀNH CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA
Bản quyền © Kiều Công Thược, 2026
Công ty Cổ phần Sách Omega Việt Nam làm dịch vụ xuất bản, bìa mềm, tay gấp, 2026
Thiết kế và trình bày: Công ty Cổ phần Sách Omega Việt Nam

Công ty Cổ phần Sách Omega Việt Nam - thành viên của Alpha Publishing Group.

CÔNG TY CP SÁCH OMEGA VIỆT NAM (OMEGA PLUS) thành lập tháng 9/2016 tự hào là một trong những đơn vị hàng đầu trong lĩnh vực xuất bản và phát hành sách tại Việt Nam. Với nhiều năm kinh nghiệm, Omega Plus đã khẳng định vị thế của mình trong ngành xuất bản bằng việc xuất bản và phát hành các xuất bản phẩm giá trị và cung cấp các dịch vụ xuất bản sách chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu đa dạng của thị trường. Chúng tôi cung cấp dịch vụ xuất bản sách toàn diện, từ Mua bản quyền/Chấp bút, Dịch, Hiệu đính, Biên tập, Dàn trang, Thiết kế bìa, Xin Giấy phép Xuất bản đến In ấn,Truyền thông & Phát hành sách.

Không phần nào thuộc sở hữu của các tác giả trong xuất bản phẩm này được phép sao chép, lưu trữ trong hệ thống truy xuất hoặc truyền đi dưới bất kỳ hình thức nào hoặc bằng bất kỳ phương tiện nào gồm điện tử, cơ khí, sao chụp, ghi âm hoặc mọi hình thức và phương tiện khác mà không có sự cho phép trước bằng văn bản của các tác giả.

Chúng tôi luôn mong muốn nhận được những ý kiến đóng góp của quý vị độc giả để sách ngày càng hoàn thiện hơn.

Biên mục trên xuất bản phẩm của Thư viện Quốc gia Việt Nam
Kiều Công Thược
Quản trị ngành Công nghiệp Văn hóa / Kiều Công Thược ch.b. - H. : Tri thức ; Công ty Sách Omega Việt Nam. - 24 cm
Phụ lục: tr. 371-383. - Thư mục: tr. 384-400
T.2: Từ lý thuyết quản trị đến quản trị mô hình ngành Công nghiệp Văn hóa. - 2026. - 400 tr.
ISBN 978-632-636-360-9

1. Quản trị 2. Công nghiệp Văn hóa 3. Lí thuyết 4. Mô hình
338.47306 - dc23
TCF0194p-CIP

Góp ý về sách, liên hệ về bản thảo và bản dịch: kieucongthuoc@gmail.com hoặc info@omegaplus.vn
Hợp tác phát triển ebooks, xuất bản & truyền thông trên sách liên hệ:
tác giả (điện thoại 0917845665) hoặc truyenthong@omegaplus.vn
Liên hệ dịch vụ bản quyền, xuất bản, ký gửi và phát hành: dichvu@omegaplus.vn

Kiều Công Thược (Chủ biên)

QUẢN TRỊ NGÀNH CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA

2 TỪ LÝ THUYẾT QUẢN TRỊ ĐẾN QUẢN TRỊ MÔ HÌNH NGÀNH CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA

OMEGA+
ĐỒNG HÀNH XUẤT BẢN
NHÀ XUẤT BẢN TRI THỨC

Mục lục

Lời tựa chủ biên 9

Lời giới thiệu 11

Phân tích và bình luận: Điểm giao giữa nghị quyết số 80-NQ/TW, Quyết định số 2486/QĐ-TTG và dự thảo Luật phát triển Công nghiệp Văn hóa 15

Chương 1. Tổng quan và tư duy nền tảng công nghiệp văn hóa 25

1.1. Khái niệm, phạm vi và cấu trúc ngành Công nghiệp Văn hóa 26

1.2. Quản trị ngành Công nghiệp Văn hóa và nội hàm 31

1.3. Những yếu tố chính quyết định mô hình quản trị ngành Công nghiệp Văn hóa 35

1.4. Hệ thống quản trị áp dụng cho ngành Công nghiệp Văn hóa 39

1.5. Tác động của quản trị lên kết quả của ngành Công nghiệp Văn hóa 44

1.6. Xu hướng phát triển và yêu cầu quản trị ngành Công nghiệp Văn hóa 49

Chương 2. Mô hình quản trị ngành công nghiệp văn hóa: Từ thực tiễn quốc tế đến giải pháp cho Việt Nam 53

2.1. Thực trạng các mô hình quản trị Công nghiệp Văn hóa trên thế giới 53

2.2. Mô hình quản trị ngành Công nghiệp Văn hóa trên thế giới 55

2.3. Phân tích, so sánh các mô hình quản trị Công nghiệp Văn hóa trên thế giới và bài học kinh nghiệm 60

2.4. Cấu trúc mô hình quản trị ngành công nghiệp văn hóa 71

2.5. Hệ điều hành quản trị ngành Công nghiệp Văn hóa (Cultural Industry Governance Operating System) 77
2.6. Đề xuất mô hình quản trị Công nghiệp Văn hóa cho việt nam trong kỷ nguyên số 85

Chương 3. Tư duy hệ thống và mô hình hệ sinh thái trong ngành sáng tạo 94
3.1. Hệ thống tư duy trong phát triển ngành sáng tạo (Systems Thinking) 94
3.2. Khái niệm và cấu trúc hệ sinh thái trong ngành sáng tạo 99
3.3. Các thành phần cơ bản của hệ sinh thái sáng tạo 101
3.4. Mô hình hệ sinh thái sáng tạo (Creative Ecosystem Model) 106
3.5. Các yếu tố thúc đẩy sự phát triển của hệ sinh thái sáng tạo 108
3.6. Kinh nghiệm quốc tế về phát triển hệ sinh thái sáng tạo 110
3.7. Ứng dụng tư duy hệ sinh thái trong Công nghiệp Văn hóa 114

Chương 4. Đổi mới sáng tạo trong ngành Công nghiệp Văn hóa 117
4.1. Tổng quan về đổi mới sáng tạo trong Công nghiệp Văn hóa 117
4.2. Lý thuyết đổi mới mở (Open Innovation – H. Chesbrough) 121
4.3. Lý thuyết hệ thống đổi mới và Lý thuyết đổi mới đột phá 124
4.4. Mô hình xoắn ốc đổi mới và Mô hình đổi mới mở của Chesbrough 129
4.5. Mô hình đổi mới 4P: Product – Process – Position – Paradigm 138
4.6. Ứng dụng tổng hợp các lý thuyết đổi mới trong Công nghiệp Văn hóa 146

Chương 5. Quản trị chuỗi giá trị ngành Công nghiệp Văn hóa .. 157
5.1. Chuỗi giá trị của M. Porter 157
5.2. Mô hình chuỗi giá trị sản xuất – phân phối – tiêu dùng – lưu trữ trong ngành văn hóa 162
5.3. Chuỗi giá trị một số ngành Công nghiệp Văn hóa tiêu biểu 166
5.4. Thực tiễn quản trị chuỗi giá trị trong ngành Công nghiệp Văn hóa 172

5.5. Chuyển đổi số và đổi mới sáng tạo trong quản trị chuỗi giá trị ngành văn hóa 180
5.6. Mô hình quản trị hệ sinh thái chuỗi giá trị ngành Công nghiệp Văn hóa tại địa phương 193

Chương 6. Quản trị nhân lực sáng tạo và động lực nghệ sĩ 219
6.1. Lý thuyết tạo động lực ứng dụng quản trị ngành Công nghiệp Văn hóa 219
6.2. Quản lý tài năng sáng tạo (Creative Talent Management) 226
6.3. Xây dựng môi trường sáng tạo và mô hình làm việc linh hoạt 231
6.4. Lãnh đạo sáng tạo và quản trị đội ngũ nghệ sĩ 238
6.5. Động lực sáng tạo trong kỷ nguyên số 241
6.6. Chính sách và cơ chế phát triển nguồn nhân lực sáng tạo 243

Chương 7. Lý thuyết kinh tế sáng tạo và tiếp cận thị trường 248
7.1. Nền tảng lý thuyết về Kinh tế sáng tạo (Creative Economy) 248
7.2. Lý thuyết và mô hình tiếp cận thị trường cho ngành Công nghiệp Văn hóa 259
7.3. Quản trị giá trị văn hóa trong nền kinh tế thị trường 264
7.4. Chiến lược marketing và xây dựng thương hiệu trong Công nghiệp Văn hóa 270
7.5. Hệ sinh thái thị trường và mạng lưới phân phối toàn cầu 272
7.6. Phát triển thị trường Công nghiệp Văn hóa Việt Nam 274

Chương 8. Chính sách công và quản trị của nhà nước đối với ngành Công nghiệp Văn hóa 279
8.1. Cơ sở lý luận về chính sách công và quản trị nhà nước trong Công nghiệp Văn hóa 279
8.2. Các lý thuyết quản trị công áp dụng trong ngành Công nghiệp Văn hóa 284
8.3. Vai trò của Nhà nước trong phát triển ngành Công nghiệp Văn hóa 303
8.4. Hệ thống công cụ chính sách và cơ chế quản trị 307
8.5. Kinh nghiệm quốc tế về quản trị nhà nước trong Công nghiệp Văn hóa 310

8.6. Định hướng hoàn thiện chính sách và mô hình quản trị tại Việt Nam 322

Chương 9. Quản trị sở hữu trí tuệ (IP) trong ngành Công nghiệp Văn hóa 330

9.1. Khái niệm và vai trò của sở hữu trí tuệ trong Công nghiệp Văn hóa 330

9.2. Hệ thống các loại quyền sở hữu trí tuệ trong lĩnh vực văn hóa sáng tạo 336

9.3. Chuỗi giá trị IP trong Công nghiệp Văn hóa 346

9.4. Các mô hình khai thác và thương mại hóa IP trong ngành Công nghiệp Văn hóa 351

9.5. Quản trị IP trong doanh nghiệp và tổ chức sáng tạo 356

9.6. Chiến lược bảo vệ và thực thi quyền sở hữu trí tuệ trong kỷ nguyên số 362

Ma trận năng lực học phần (CLO – PLO) 374

Bảng tổng hợp các chữ viết tắt tiếng Anh – Việt 377

Phụ lục 381

Lời tựa chủ biên[i]

Thưa quý độc giả, Nghị quyết số 80-NQ/TW ngày 07/01/2026 của Bộ Chính trị về phát triển văn hóa Việt Nam là một văn kiện mang tính bước ngoặt, xác định tầm nhìn chiến lược cho văn hóa trong kỷ nguyên mới với những nội dung trọng tâm sau: (1) Định vị lại vai trò và sứ mệnh của văn hóa. (2) Chuyển đổi tư duy quản trị: Từ "Quản lý" sang "Kiến tạo". (3) Các mục tiêu kinh tế và vị thế quốc tế đột phá. (4) Các trụ cột phát triển then chốt. Điểm nhấn về chiến lược đưa văn hóa trở thành sức mạnh nội sinh, một trụ cột kinh tế mũi nhọn đóng góp từ 7% đến 9% GDP cho Việt Nam vào giữa thế kỷ XXI.

Nếu như cuốn sách "Phát triển ngành Công nghiệp Văn hóa Việt Nam" của bộ sách đã giúp quý bạn đọc nhận diện đúng và đủ về lý thuyết nền tảng cũng như khung chính sách phát triển Công nghiệp Văn hóa (CNVH), thì cuốn sách "Quản trị ngành Công nghiệp Văn hóa" ra đời như một cuốn cẩm nang của hành động. Chúng tôi hiểu rằng, khi chiến lược đã rõ ràng, thì điểm nghẽn lớn nhất hiện nay chính là năng lực thực thi và quản trị chuyên nghiệp.

Cuốn sách này đi sâu vào giải bài toán "làm thế nào" – vận dụng tri thức để tổ chức, vận hành hệ sinh thái sáng tạo một cách bài bản và

---

i. Chủ biên: Thạc sỹ điều hành cao cấp (Executive MBA) **Kiều Công Thược** (Pháp danh: Trí Đức) - Chủ tịch HĐQT VNFund, Phó Chủ tịch Hiệp hội Phát triển Công nghiệp Văn hóa Việt Nam; Ủy viên Ban thường vụ Hiệp hội Thông tin, Tư vấn kinh tế thương mại Việt Nam; Uỷ viên Ban Chấp hành Hội đồng Hoà bình và Phát triển Việt Nam; Ủy viên Ban Thông tin truyền thông Trung ương GHPGVN.

bền vững. Quyển sách tập trung hỗ trợ quản trị 10 ngành trọng điểm đã được định hướng trong Chiến lược phát triển đến năm 2030, tầm nhìn 2045 của Chính phủ: từ Điện ảnh, Mỹ thuật, Nghệ thuật biểu diễn đến Phần mềm, Game, Quảng cáo và Thiết kế sáng tạo.

Với tinh thần "truyền thông bằng học thuật" và phương châm "Biết đủ – Hiểu rõ – Làm đúng", cuốn sách "Quản trị ngành Công nghiệp Văn hóa" sẽ cung cấp cho các nhà quản lý, doanh nhân và người làm sáng tạo bộ công cụ quản trị dựa trên 6 trụ cột cốt lõi: Quản trị – Sản xuất – Tài chính – Thị trường – Nhân sự – Công nghệ. Chúng tôi không chỉ trình bày các học thuyết quản trị hiện đại như Agile, Scrum hay chuỗi giá trị của M. Porter mà còn tích hợp các biểu mẫu, checklist và hướng dẫn thực hành sát với thực tiễn Việt Nam... Chúng tôi tin rằng, giáo dục và tri thức chính là con đường bền vững nhất để chuyên nghiệp hóa đội ngũ nhân lực, từ đó nâng cao năng suất sáng tạo và khẳng định vị thế văn hóa Việt trên bản đồ thế giới.

Dù đã nỗ lực hết mình để chuyển hóa "cảm hứng sáng tạo" thành "năng lực quản trị", cuốn sách chắc chắn khó tránh khỏi những thiếu sót. Chúng tôi rất mong nhận được những ý kiến đóng góp quý báu từ quý vị để công trình này ngày một hoàn thiện hơn, cùng vun trồng cho "cánh đồng sáng tạo Việt Nam" thêm xanh tươi và thực chất.

Trân trọng cảm ơn quý vị đã đồng hành trên con đường đưa ngành CNVH Việt Nam vươn tầm quốc tế.

Lời giới thiệu

Sự ra đời của cuốn "Quản trị ngành Công nghiệp Văn hóa" là một đóng góp rất quan trọng trong tiến trình xây dựng hệ tri thức quản trị văn hóa tại Việt Nam – một lĩnh vực vốn từ lâu được tiếp cận như đời sống tinh thần, nghệ thuật và bản sắc, nhưng chưa thực sự được tổ chức như một ngành kinh tế với phương thức vận hành, mô hình kinh doanh, thể chế quản trị và bộ kỹ năng chuyên nghiệp. Từ khi nước ta ban hành Chiến lược phát triển các ngành CNVH đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 (Quyết định 2486/QĐ-TTg), văn hóa đã được định vị như một ngành kinh tế sáng tạo, một động lực phát triển mới, một phương thức gia tăng sức mạnh mềm, thương hiệu quốc gia và năng lực cạnh tranh toàn cầu. Bối cảnh mới đặt ra yêu cầu vô cùng cấp thiết: nếu chiến lược đã rõ, thì vấn đề quan trọng hơn là năng lực thực thi, là khả năng biến tư duy văn hóa thành quy trình, thành kỹ thuật quản trị, thành năng lực tổ chức sản xuất, thành mô hình kinh doanh, thành hợp tác công – tư, thành đo lường hiệu quả và vận hành hệ sinh thái sáng tạo ở từng ngành, từng địa phương, từng đơn vị.

Chính vì vậy, cuốn "Quản trị ngành Công nghiệp Văn hóa" của bộ sách mang ý nghĩa đặc biệt. Nếu cuốn "Phát triển ngành Công nghiệp Văn hóa Việt Nam" thiên về lý luận, khung chính sách và tư duy phát triển CNVH, "Quản trị ngành Công nghiệp Văn hóa" là cuốn sách của hành động. Đây là cuốn sách dành cho những người làm nghề, nhà quản lý, doanh nghiệp sáng tạo, hiệp hội ngành, sinh viên chuyên môn và các tổ chức mong muốn triển khai thật, làm thật, tạo giá trị thật

trong nền kinh tế sáng tạo Việt Nam. Sự phát triển mạnh mẽ của nhiều lĩnh vực văn hóa những năm gần đây – từ điện ảnh đạt doanh thu ấn tượng, game đứng top khu vực, quảng cáo số tăng trưởng vượt trội, du lịch văn hóa bùng nổ trải nghiệm, thiết kế sáng tạo và thủ công mỹ nghệ trở thành thương hiệu Việt – cho thấy văn hóa đang chuyển mình từ đời sống tinh thần sang một hệ sinh thái sản xuất – phân phối – tiêu dùng – lưu trữ, vận hành bằng nhân lực sáng tạo, hạ tầng kỹ thuật, logistics nội dung, dữ liệu số và chuỗi giá trị toàn diện. Tuy nhiên, song hành với triển vọng rộng mở là một điểm nghẽn rất rõ: năng lực quản trị ngành CNVH còn hạn chế. Nhiều dự án sáng tạo dừng lại ở ý tưởng, thiếu kỹ năng lập kế hoạch; nhiều đơn vị hoạt động mạnh trong nghệ thuật nhưng yếu ở mô hình tài chính; nhiều sản phẩm văn hóa thành công nghệ thuật nhưng thất bại thương mại; nhiều doanh nghiệp thiếu nền tảng pháp lý, bản quyền, quản trị nhân sự sáng tạo hoặc quản trị rủi ro giữa không gian số. Vì vậy, Việt Nam cần hình thành một thế hệ nhân lực quản trị văn hóa có tư duy hệ sinh thái, có khả năng tổ chức mô hình kinh doanh, biết sử dụng dữ liệu, công nghệ, có năng lực quản trị thị trường, liên kết ngành, vận hành các chuỗi giá trị và tích hợp mô hình công – tư để tạo ra cả tác động văn hóa, xã hội và kinh tế bền vững.

Cuốn "Quản trị ngành Công nghiệp Văn hóa" của bộ sách nổi bật ở chỗ không chỉ dừng lại ở tri thức mà trình bày tri thức như một bộ thực hành quản trị. Mỗi lĩnh vực văn hóa – từ điện ảnh, biểu diễn, mỹ thuật và triển lãm, game, quảng cáo, thiết kế sáng tạo, du lịch văn hóa, truyền hình – phát thanh, xuất bản – đều được mô tả như một chuỗi giá trị hoàn chỉnh. Cuốn sách chuẩn hóa năng lực quản trị theo từng bước cụ thể: từ phân tích thị trường, thiết kế sản phẩm, lập kế hoạch sản xuất, phân phối, marketing, đến tổ chức tài chính, nguồn nhân lực, quản trị dữ liệu, đánh giá hiệu quả, xây dựng thương hiệu và quản trị rủi ro. Cuốn sách đặc biệt hữu ích vì cung cấp mẫu biểu, checklist, template và bộ công cụ lập kế hoạch mà người đọc có thể sử dụng ngay trong thực tế công việc. Tri thức ở đây không chỉ dừng ở khái niệm,

mà chuyển thành công cụ. Tư duy sáng tạo trở thành năng lực tổ chức; cảm hứng nghệ thuật trở thành mô hình kinh doanh; hoạt động văn hóa trở thành vận hành chuyên nghiệp; đo lường hiệu quả trở thành năng lực kiểm soát và tối ưu.

Điểm đặc sắc của cuốn sách còn nằm ở tư duy hệ sinh thái sáng tạo. Thay vì tiếp cận văn hóa đơn lẻ, tác giả nhìn nhận mỗi ngành văn hóa như một tổ hợp đa tác nhân, đa chuỗi giá trị, đa quan hệ, đòi hỏi năng lực liên kết mạnh mẽ giữa nghệ sĩ, doanh nghiệp, người tiêu dùng, các tổ chức phân phối, nền tảng số, chính sách của nhà nước và hạ tầng hỗ trợ. Một sản phẩm văn hóa chỉ thành công khi toàn bộ hệ thống tham gia vào quá trình vận hành: ý tưởng giàu sáng tạo, sản xuất công nghiệp, phân phối nội dung, truyền thông – marketing, dữ liệu tiêu dùng, bản quyền, đo lường tác động, kết nối cộng đồng và tối ưu hóa trải nghiệm. Chính tư duy này giúp Việt Nam thoát khỏi mô hình hoạt động văn hóa tự phát, nhỏ lẻ, thiếu quy trình, để từng bước tiếp cận mô hình công nghiệp, hiện đại hóa và thương mại hóa văn hóa một cách minh bạch, bài bản, nhưng vẫn giữ gìn giá trị bản sắc.

Trong giai đoạn chuyển đổi mô hình tăng trưởng, văn hóa Việt Nam bước sang một quỹ đạo mới: từ bảo tồn sang bảo tồn – sáng tạo – công nghiệp hóa – thương mại hóa – quốc tế hóa. Văn hóa không chỉ là giá trị tinh thần, mà là nguồn lực nội sinh của phát triển kinh tế tri thức, là tài sản biểu tượng trong hội nhập toàn cầu, là động lực xã hội hóa sáng tạo, và là phương thức gia tăng bản sắc, hạnh phúc, chất lượng sống của cộng đồng. Nhưng để đi được con đường đó, chúng ta buộc phải có những nhà quản lý ngành có năng lực phân tích, thiết kế và điều phối chính sách; những doanh nghiệp sáng tạo có năng lực tổ chức tài chính, thị trường và đội ngũ; những chuyên viên đạo diễn sản xuất và phân phối có trình độ nghiệp vụ quốc tế; những cơ chế hợp tác công – tư thông minh; hệ thống dữ liệu và công nghệ số có khả năng bảo vệ bản quyền và tối ưu vận hành; cùng với năng lực đo lường tác động văn hóa – kinh tế – xã hội như một phần của hiệu quả phát triển.

Cuốn "Quản trị ngành Công nghiệp Văn hóa" của bộ sách vì vậy không chỉ có giá trị học thuật, mà có giá trị vận hành. Đây là cuốn sách của công cụ, của kỹ năng, của tổ chức, của thực thi, của người làm văn hóa đang đứng trước yêu cầu hiện đại hóa, số hóa, chuyên nghiệp hóa và quốc tế hóa. Bằng việc chuẩn hóa bộ kỹ năng quản trị ngành, cuốn sách góp phần thúc đẩy sự chuyển dịch của văn hóa Việt Nam từ cảm hứng sang năng lực, từ hoạt động phong trào sang mô hình công nghiệp, từ sản phẩm đơn lẻ sang hệ sinh thái sáng tạo, từ đời sống tinh thần sang sức mạnh mềm gắn với thương hiệu quốc gia.

Tôi tin rằng cuốn sách này sẽ đồng hành với nhiều thế hệ làm nghề, nhiều cơ sở đào tạo, nhiều doanh nghiệp và nhiều nhà quản lý. Trong bối cảnh nước ta đặt mục tiêu xây dựng văn hóa trở thành "nguồn lực nội sinh và động lực phát triển", việc sở hữu một cuốn cẩm nang quản trị có phương pháp, có quy trình, có bộ công cụ, có tư duy hệ sinh thái và có tính thực hành cao như cuốn "Quản trị ngành Công nghiệp Văn hóa" là điều rất cần thiết, đúng thời điểm và giàu ý nghĩa chiến lược. Với tất cả những giá trị đó, tôi trân trọng giới thiệu cuốn sách đến bạn đọc, đồng nghiệp và những người đang góp sức định hình tương lai của CNVH Việt Nam.

Xin trân trọng giới thiệu cuốn sách cùng bạn đọc.

Hà Nội, tháng 12 năm 2025
PGS.TS. BÙI HOÀI SƠN[i]

i. **PGS.TS. Bùi Hoài Sơn,** Đại biểu Quốc hội khóa XV và khóa XVI, Ủy viên chuyên trách Ủy ban Văn hóa và Xã hội, Phó Trưởng Ban Tuyên giáo Trung ương.

Phân tích và bình luận: Điểm giao giữa Nghị quyết số 80-NQ/TW, Quyết định số 2486/QĐ-TTG và dự thảo Luật phát triển Công nghiệp Văn hóa

Nghị quyết số 80-NQ/TW ngày 07/01/2026 của Bộ Chính trị xác lập tầng định hướng chính trị - chiến lược về phát triển văn hóa Việt Nam; Quyết định số 2486/QĐ-TTg ngày 14/11/2025 cụ thể hóa mục tiêu phát triển 10 ngành CNVH đến năm 2030, tầm nhìn 2045; còn Dự thảo Luật Phát triển CNVH ngày 15/8/2026 đang chuyển các định hướng và mục tiêu đó thành thiết chế pháp lý, quyền, nghĩa vụ, công cụ hỗ trợ và cơ chế thị trường. Vì Dự thảo Luật chưa phải văn bản có hiệu lực, mọi nhận định về Luật trong phần này là phân tích chính sách và khuyến nghị hoàn thiện dự thảo.

1. BA TẦNG CHÍNH SÁCH VÀ QUAN HỆ LOGIC

Có thể khái quát: NGHỊ QUYẾT SỐ 80-NQ/TW = "VÌ SAO VÀ PHẢI ĐI ĐẾN ĐÂU"; QUYẾT ĐỊNH SỐ 2486/QĐ-TTG = "PHÁT TRIỂN NGÀNH NÀO, MỤC TIÊU NÀO, NHIỆM VỤ NÀO"; DỰ THẢO LUẬT = "AI ĐƯỢC LÀM GÌ, THEO CƠ CHẾ NÀO, BẰNG NGUỒN LỰC NÀO VÀ ĐƯỢC BẢO ĐẢM BỞI THIẾT CHẾ NÀO". Điểm giao cốt lõi là chuyển văn hóa từ khu vực chủ yếu được nhìn dưới góc độ bảo tồn và thụ hưởng sang đồng thời là nguồn lực nội sinh, một bộ phận của nền kinh tế sáng tạo và cấu phần của sức mạnh

mềm quốc gia, nhưng không đánh đổi bản sắc, lợi ích cộng đồng và giá trị văn hóa để lấy tăng trưởng ngắn hạn.

Trục	Nghị quyết số 80-NQ/TW	Quyết định số 2486/QĐ-TTg	Dự thảo Luật	Điểm giao thực thi
Định vị	Văn hóa là nền tảng tinh thần, nguồn lực nội sinh, động lực phát triển.	Đưa 10 ngành CNVH thành ngành kinh tế quan trọng, tăng trưởng cao.	CNVH là ngành kinh tế kết hợp văn hóa, sáng tạo, công nghệ và SHTT.	Kết hợp giá trị kinh tế với văn hóa - xã hội.
2030	CNVH đóng góp 7% GDP; 5–10 thương hiệu quốc gia; nguồn lực tương xứng.	Khoảng 7% GDP; tăng trưởng khoảng 10%/năm; lao động khoảng 6%; xuất khẩu khoảng 7%/năm.	Khung pháp lý cho hệ sinh thái, chuỗi giá trị, hạ tầng, nhân lực, thị trường, tài chính.	Chuyển mục tiêu vĩ mô thành KPI ngành, địa phương và dự án.
Chủ thể	Khuyến khích doanh nghiệp, người dân, chủ thể sáng tạo.	Phát triển doanh nghiệp, chuỗi giá trị, thị trường trong nước và quốc tế.	Chủ thể sáng tạo là trung tâm; doanh nghiệp và thị trường là động lực; Nhà nước kiến tạo.	Chính sách theo chủ thể và dòng tiền.
IP	Đổi mới sáng tạo, công nghệ, phát huy giá trị văn hóa.	Bảo hộ SHTT, thương mại hóa, xuất khẩu.	Quyền tác giả/quyền liên quan là nền tảng giá trị kinh tế; tài sản trí tuệ, sàn giao dịch.	IP → thương mại hóa → dòng tiền → vốn → tái đầu tư.
Công nghệ	Văn hóa số, AI, dữ liệu lớn, công nghệ số.	Số hóa, dữ liệu, bản đồ số, nền tảng số, AI/VR/AR/XR.	Hạ tầng văn hóa số, kho dữ liệu văn hóa số, sandbox.	Dữ liệu là hạ tầng quản trị và đầu vào thị trường.

Trục	Nghị quyết số 80-NQ/TW	Quyết định số 2486/QĐ-TTg	Dự thảo Luật	Điểm giao thực thi
Tài chính	Tối thiểu khoảng 2% tổng chi NSNN hằng năm cho văn hóa; cơ chế tài chính đột phá.	Huy động ngân sách, tư nhân, tài trợ; nghiên cứu tín dụng, quỹ, PPP.	Tư nhân, PPP; bảo lãnh tín dụng cho khoản vay bảo đảm bằng tài sản trí tuệ.	Kiến trúc vốn nhiều tầng, phân theo đầu ra và rủi ro.
Không gian	Trung tâm, cụm, khu CNVH; gắn vùng và đô thị.	Trung tâm, cụm, khu; 6 ngành trọng điểm; liên kết vùng.	Tổ hợp sáng tạo, cụm/khu công nghiệp sáng tạo, không gian sáng tạo.	Hệ sinh thái thay cho dự án đơn lẻ.
Hội nhập	Quảng bá hình ảnh, nâng sức mạnh mềm.	Xuất khẩu văn hóa, thương hiệu quốc gia.	Chuỗi xuyên biên giới, thị trường bản quyền, giao dịch.	Đường ra thị trường quốc tế cho IP Việt Nam.

2. NGHỊ QUYẾT SỐ 80-NQ/TW: TẦNG ĐỊNH HƯỚNG CHÍNH TRỊ VÀ ĐỘT PHÁ NGUỒN LỰC

Nghị quyết số 80-NQ/TW đặt phát triển văn hóa vào vị trí đồng thời là nền tảng tinh thần, nguồn lực nội sinh và động lực quan trọng cho phát triển bền vững. Đến năm 2030, Nghị quyết đặt mục tiêu CNVH đóng góp 7% GDP; hình thành từ 5 đến 10 thương hiệu quốc gia trong các lĩnh vực có tiềm năng; đồng thời yêu cầu bảo đảm nguồn lực tương xứng cho phát triển văn hóa, trong đó bố trí tối thiểu khoảng 2% tổng chi ngân sách nhà nước hằng năm cho văn hóa và tăng dần theo yêu cầu thực tiễn.

Điểm mới đáng chú ý là Nghị quyết không chỉ nói về tăng chi, mà yêu cầu hoàn thiện thể chế theo hướng kiến tạo, tháo gỡ điểm nghẽn, khơi thông nguồn lực xã hội; phát triển thị trường văn hóa, hạ tầng, nhân lực, khoa học - công nghệ, đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số và hội nhập quốc tế.

Hàm ý thực thi là khoản 2% tổng chi ngân sách không nên được hiểu như một "quỹ Công nghiệp Văn hóa" hay tỷ lệ phải chi toàn bộ cho hoạt động thương mại. Đây là nguồn lực cho toàn bộ lĩnh vực văn hóa. Với CNVH, ngân sách nên ưu tiên bảo tồn, dữ liệu nền, hạ tầng dùng chung, đào tạo, nghiên cứu - phát triển, đặt hàng nhiệm vụ công, vốn mồi và xử lý thất bại thị trường; sản phẩm có khách hàng và dòng tiền rõ cần tăng tỷ trọng vốn doanh nghiệp và vốn thị trường.

3. QUYẾT ĐỊNH SỐ 2486/QĐ-TTG: TẦNG MỤC TIÊU NGÀNH VÀ DANH MỤC NHIỆM VỤ

Chiến lược xác định 10 ngành gồm điện ảnh; mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm; nghệ thuật biểu diễn; phần mềm và các trò chơi giải trí; quảng cáo; thủ công mỹ nghệ; du lịch văn hóa; thiết kế sáng tạo; truyền hình và phát thanh; xuất bản. Đến năm 2030, mục tiêu chung là tốc độ tăng trưởng bình quân khoảng 10%/năm, đóng góp khoảng 7% GDP, lực lượng lao động chiếm khoảng 6% tổng lực lượng lao động và tăng trưởng giá trị xuất khẩu khoảng 7%/năm. Đến năm 2045, mục tiêu tương ứng gồm khoảng 9% GDP, lao động khoảng 8%, sản phẩm CNVH số trên 80% và tăng trưởng xuất khẩu khoảng 9%/năm.

Chiến lược lựa chọn 6 ngành trọng tâm: điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn, phần mềm và trò chơi giải trí, quảng cáo, thủ công mỹ nghệ, du lịch văn hóa. Hàm ý là nguồn lực không nên chia đều cho 10 ngành; mỗi địa phương cần chọn lợi thế cạnh tranh, doanh nghiệp, thị trường và khả năng lan tỏa.

Chiến lược đã bao quát truyền thông; thể chế; nhân lực; hạ tầng và đầu tư; khoa học, công nghệ, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số; thị trường và sản phẩm; hợp tác quốc tế; bảo hộ SHTT. Phần phải tiếp tục thể chế hóa là cơ chế lựa chọn dự án, dòng tiền, phân bổ rủi ro, định giá IP, thị trường bản quyền và trách nhiệm đo lường.

4. DỰ THẢO LUẬT: TẦNG THỂ CHẾ HÓA VÀ KIẾN TẠO THỊ TRƯỜNG

Dự thảo ngày 15/8/2026 định nghĩa CNVH là ngành kinh tế tạo ra sản phẩm kết hợp yếu tố văn hóa, sáng tạo, công nghệ và quyền sở hữu trí tuệ; chuỗi giá trị bao gồm sáng tạo, phát triển, sản xuất, phân phối, phổ biến, thương mại hóa, trình diễn, tiêu dùng và tái đầu tư. Đây là bước chuyển từ quản lý hoạt động sang quản trị hệ sinh thái và chuỗi giá trị.

Dự thảo xác lập nguyên tắc "chủ thể sáng tạo làm trung tâm, doanh nghiệp và thị trường làm động lực; Nhà nước kiến tạo phát triển, không làm thay thị trường"; coi quyền tác giả, quyền liên quan và các quyền khai thác phát sinh là nền tảng chủ yếu hình thành giá trị kinh tế của sản phẩm.

Các công cụ đáng chú ý gồm hệ sinh thái CNVH; tổ hợp sáng tạo; cụm, khu công nghiệp sáng tạo; không gian sáng tạo; hạ tầng văn hóa số và kho dữ liệu văn hóa số quốc gia; tài sản trí tuệ và tài sản số; sàn giao dịch CNVH; cơ chế thử nghiệm có kiểm soát; huy động tư nhân, PPP; bảo lãnh tín dụng đối với khoản vay được bảo đảm bằng tài sản trí tuệ.

Từ góc nhìn thực thi, Dự thảo cần tiếp tục làm rõ thống kê/mã ngành; định giá và quản trị rủi ro IP; chức năng sàn giao dịch; vai trò ngân hàng, quỹ bảo lãnh, bảo hiểm, thẩm định giá; cơ chế vốn nhà nước; phân định hỗ trợ công và đầu tư có hoàn vốn; khai thác tài sản công; quy trình liên ngành cho sandbox.

5. MƯỜI ĐIỂM GIAO CHÍNH SÁCH CẦN CHUYỂN THÀNH CƠ CHẾ THỰC THI

5.1. Từ "văn hóa là nguồn lực" đến "tài sản có thể quản trị": Cần hình thành chuỗi tài nguyên → dữ liệu → xác lập quyền → định giá → sản phẩm → giao dịch → dòng tiền → tái đầu tư. Thiếu lớp tài sản và quyền, nguồn lực văn hóa khó đi vào hồ sơ tín dụng và quyết định đầu tư.

5.2. Từ mục tiêu 7% GDP đến hệ thống đo lường thống nhất: Cần bộ mã ngành, phạm vi thống kê, phương pháp tránh tính trùng, đường cơ sở và cơ chế tổng hợp dữ liệu từ doanh nghiệp - nền tảng - địa phương.

5.3. Từ bảo hộ IP đến thị trường IP: Hoàn thiện kiến trúc IP → định giá → cấp phép/nhượng quyền → doanh thu bản quyền → tài chính → thị trường thứ cấp phù hợp pháp luật.

5.4. Từ ngân sách văn hóa đến vốn mồi: Tách ngân sách bảo tồn/dịch vụ công khỏi vốn phát triển sản phẩm thương mại; thiết kế đồng tài trợ có điều kiện và vốn mồi để kéo vốn tư nhân.

5.5. Từ ưu đãi chung sang chính sách theo dòng tiền: Điện ảnh, game, biểu diễn, thủ công, du lịch văn hóa, xuất bản có chu kỳ vốn khác nhau. Thuế, tín dụng, bảo lãnh và đầu tư phải đi theo dòng tiền: vé, quảng cáo, thuê bao, bản quyền, cấp phép, xuất khẩu, trải nghiệm, đơn đặt hàng công.

5.6. Từ số hóa đến hạ tầng dữ liệu có quyền: Kho dữ liệu phải gắn metadata nguồn gốc, quyền, phạm vi khai thác, chủ thể xác nhận và lịch sử chỉnh sửa. Có bản số hóa không đồng nghĩa có quyền thương mại.

5.7. Từ sáng tạo đến doanh nghiệp tăng trưởng: Tạo đường ống ươm tạo → thử nghiệm → xác lập IP → kiểm chứng thị trường → gọi vốn → mở rộng → xuất khẩu.

5.8. Từ sandbox đến cơ chế học chính sách: Quy định đối tượng, giới hạn rủi ro, dữ liệu báo cáo, tiêu chí dừng/mở rộng và cơ chế chuyển kết quả thử nghiệm thành điều chỉnh quy định.

5.9. Từ cụm sáng tạo đến hệ sinh thái vùng: Không biến "cụm sáng tạo" thành dự án bất động sản; điều kiện cốt lõi là mật độ chủ thể sáng tạo, IP, R&D, đào tạo, tài chính, phân phối và thị trường.

5.10. Từ quảng bá văn hóa đến xuất khẩu IP: Đo thêm doanh thu xuất khẩu nội dung, hợp đồng cấp phép/nhượng quyền, tiền bản quyền, số IP Việt Nam được khai thác ở nước ngoài và thương hiệu vào thị trường quốc tế.

6. KIẾN TRÚC THỰC THI ĐỀ XUẤT: 06 LỚP TỪ CHÍNH SÁCH ĐẾN DÒNG TIỀN:

Lớp 1 – Dữ liệu và thống kê: bộ mã ngành, tài khoản vệ tinh phù hợp, dữ liệu chủ thể - sản phẩm - IP - giao dịch; đường cơ sở quốc gia và địa phương.

Lớp 2 – IP và quyền: chuẩn hóa hồ sơ quyền, "sổ quyền", xác lập quyền, định giá, cấp phép, nhượng quyền và quản trị tiền bản quyền.

Lớp 3 – Sản phẩm và doanh nghiệp: hỗ trợ sản phẩm có khách hàng, năng lực sản xuất, phân phối, mô hình doanh thu; phân tầng startup, SME và doanh nghiệp đầu tàu.

Lớp 4 – Tài chính: vốn mồi, đồng đầu tư, bảo lãnh tín dụng, tín dụng IP, tài chính dựa trên doanh thu/bản quyền, quỹ đầu tư chuyên ngành và PPP khi đủ điều kiện.

Lớp 5 – Thị trường và hạ tầng giao dịch: sàn giao dịch kết nối định giá, pháp lý, thanh toán, bảo hiểm, thuế, dữ liệu và phân phối xuyên biên giới.

Lớp 6 – Xuất khẩu và sức mạnh mềm: gắn xúc tiến văn hóa với xúc tiến thương mại; chọn IP/thương hiệu có khả năng quốc tế hóa; đo doanh thu và royalty thực tế.

7. MA TRẬN KHUYẾN NGHỊ THỰC THI 2026–2030

Ưu tiên	Việc cần làm	Đầu ra kiểm chứng	Phối hợp theo chức năng	Mốc
Đo lường	Thống nhất phạm vi, mã ngành, GDP/GRDP, dữ liệu tối thiểu.	Đường cơ sở; bộ chỉ tiêu.	Văn hóa, thống kê, tài chính, địa phương.	2026–2027
Hồ sơ IP	Chuẩn "sổ quyền", nguồn gốc, mẫu hợp đồng.	Tỷ lệ sản phẩm có hồ sơ quyền.	Văn hóa, SHTT, hiệp hội, DN.	2026–2027

Ưu tiên	Việc cần làm	Đầu ra kiểm chứng	Phối hợp theo chức năng	Mốc
Sandbox	Quy trình đăng ký, giám sát, dừng/mở rộng.	Danh mục thử nghiệm; báo cáo.	Cơ quan chuyên ngành/ liên ngành.	Theo cơ chế có hiệu lực
Tài chính IP	Chuẩn định giá, bảo đảm, bảo lãnh, quản trị rủi ro.	Giao dịch tín dụng/ đầu tư thí điểm.	Tài chính, ngân hàng, định giá, bảo hiểm.	2027–2028
Sàn giao dịch	Thiết kế như hạ tầng thị trường.	Giao dịch bản quyền/ quyền khai thác có dữ liệu giá.	Cơ quan có thẩm quyền, DN, trung gian.	2027–2029
Cụm sáng tạo	Chọn địa phương/ ngành có lợi thế; KPI doanh nghiệp, IP, doanh thu.	Cụm có chuỗi giá trị hoàn chỉnh.	Địa phương, DN, trường/ viện, hiệp hội.	2027–2030
Xuất khẩu IP	Xúc tiến theo IP/ thương hiệu/thị trường.	Hợp đồng, royalty, doanh thu xuất khẩu.	Văn hóa, công thương, ngoại giao, DN.	2026–2030
Đánh giá	Dashboard nối Nghị quyết số 80/NQ-TW - Quyết định số 2486/QĐ-TTg	Báo cáo năm đầu vào tác động.	Cơ quan chủ trì và địa phương.	Hằng năm

8. CÁC KHOẢNG TRỐNG CẦN ƯU TIÊN HOÀN THIỆN TRONG DỰ THẢO LUẬT

Thứ nhất, làm rõ cơ chế thống kê kinh tế CNVH để mục tiêu 7% GDP có thể đo thống nhất và tránh tính trùng giữa văn hóa, du lịch, công nghệ, quảng cáo và dịch vụ số.

Thứ hai, kiến trúc tài chính cần chuyển từ "hỗ trợ" sang "thị trường vốn chuyên ngành": làm rõ vai trò tổ chức tín dụng, quỹ bảo lãnh, bảo hiểm, thẩm định giá, kiểm toán, tư vấn pháp lý và quỹ đầu tư phù hợp.

Thứ ba, đồng bộ quy trình IP: định danh - xác lập quyền - định giá - giao dịch - tài sản bảo đảm - xử lý rủi ro. Giá trị thẩm định không mặc nhiên là giá trị cho vay; tổ chức tín dụng quyết định theo pháp luật và quản trị rủi ro.

Thứ tư, sàn giao dịch nên là hạ tầng thị trường tích hợp niêm yết, pháp lý, định giá, thanh toán, bảo hiểm, quản trị quyền và dữ liệu giao dịch; làm rõ mô hình tổ chức, giám sát và giao dịch xuyên biên giới.

Thứ năm, phân định cơ chế sử dụng tài sản công, đặt hàng/mua sắm sản phẩm văn hóa, PPP và xã hội hóa để tránh dự án có doanh thu nhưng vận hành bằng trợ cấp thiếu minh bạch.

Thứ sáu, sandbox phải là cơ chế "thử nghiệm để học chính sách": giới hạn phạm vi/thời gian, tiêu chí rủi ro, nghĩa vụ dữ liệu, bảo vệ người dùng, cơ chế dừng và chuyển tiếp.

Thứ bảy, bảo đảm quyền/lợi ích cộng đồng khi thương mại hóa tri thức truyền thống, biểu đạt văn hóa dân gian và dữ liệu di sản; không đồng nhất quyền sở hữu bản số hóa với quyền thương mại hóa toàn bộ nội dung.

Thứ tám, tạo hành lang cho đầu tư quốc tế và phân phối xuyên biên giới nhưng bảo đảm điều kiện tiếp cận thị trường, dữ liệu, bản quyền, thuế và giới hạn bảo tồn.

9. KHUNG QUẢN TRỊ TÍCH HỢP ĐỀ XUẤT

Cần xây dựng bảng điều hành chính sách tích hợp: mỗi mục tiêu của Nghị quyết số 80-NQ/TW được ánh xạ sang chỉ tiêu của Quyết định số 2486/QĐ-TTg; mỗi chỉ tiêu được ánh xạ sang điều khoản/công cụ của Luật và văn bản hướng dẫn; tiếp đó phân rã thành chương trình, dự án, ngân sách/vốn xã hội, cơ quan chịu trách nhiệm và KPI. Chuỗi quản trị: MỤC TIÊU CHÍNH TRỊ → MỤC TIÊU NGÀNH → CÔNG CỤ PHÁP LÝ → CHƯƠNG TRÌNH/DỰ ÁN → DÒNG TIỀN → KPI → DỮ LIỆU → ĐÁNH GIÁ → ĐIỀU CHỈNH CHÍNH SÁCH.

Ở cấp dự án, áp dụng 05 cửa kiểm chứng trước khi huy động vốn: (1) giá trị văn hóa và tính chính danh của nguồn tư liệu; (2) nhu cầu thị trường hoặc dịch vụ công có bằng chứng; (3) quyền sở hữu/quyền khai thác và chia sẻ lợi ích; (4) năng lực vận hành, công nghệ, nhân lực; (5) cấu trúc vốn, dòng tiền và chỉ số tác động.

10. KẾT LUẬN VÀ THÔNG ĐIỆP CHÍNH SÁCH

Ba văn bản tạo thành một trục tương đối rõ: Nghị quyết số 80-NQ/TW xác lập tầm nhìn và đột phá; Quyết định số 2486/QĐ-TTg lượng hóa mục tiêu và lựa chọn ngành; Dự thảo Luật đang kiến tạo khung thể chế để thị trường, doanh nghiệp và chủ thể sáng tạo vận hành. Thách thức 2026–2030 không còn chủ yếu là thiếu chủ trương, mà là thiết kế "giao diện" giữa văn hóa và kinh tế, ngân sách và vốn thị trường, di sản và IP, dữ liệu và quyền, sáng tạo và doanh nghiệp, trung ương và địa phương.

Khuyến nghị cốt lõi là chuyển từ tư duy "mỗi văn bản một kế hoạch" sang "một kiến trúc thực thi thống nhất". Nhà nước kiến tạo dữ liệu, thể chế, hạ tầng và cơ chế giảm rủi ro; doanh nghiệp tổ chức sản xuất và thị trường; chủ thể sáng tạo tạo IP; cộng đồng tham gia và hưởng lợi; tổ chức tài chính cung cấp vốn theo mức độ trưởng thành của dòng tiền; hệ thống đo lường phản hồi để điều chỉnh chính sách.

Chuỗi thực thi đề xuất: DI SẢN/TÀI NGUYÊN → DỮ LIỆU → SÁNG TẠO → IP → SẢN PHẨM → DOANH NGHIỆP → CÔNG NGHỆ & TÀI CHÍNH → PHÂN PHỐI → THỊ TRƯỜNG → DÒNG TIỀN → TÁI ĐẦU TƯ → SỨC MẠNH MỀM.

CHƯƠNG 1

Tổng quan và tư duy nền tảng Công nghiệp Văn hóa

CNVH (Cultural and Creative Industries – CCI) là tập hợp các ngành sản xuất, phân phối và khai thác các sản phẩm, dịch vụ dựa trên nền tảng sáng tạo, tri thức và tài sản trí tuệ (IP). Các lĩnh vực tiêu biểu bao gồm xuất bản, điện ảnh, âm nhạc, mỹ thuật, thiết kế, thời trang, trò chơi điện tử, quảng cáo và các ngành nội dung số.

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và chuyển đổi số, CNVH đã vượt ra khỏi khuôn khổ truyền thống của các ngành nghệ thuật đơn lẻ để phát triển thành một hệ sinh thái kinh tế sáng tạo dựa trên IP, nơi giá trị được tạo lập, nhân bản và thương mại hóa thông qua các nền tảng công nghệ và mạng lưới toàn cầu. Sự phát triển này phản ánh xu hướng hội tụ giữa văn hóa, kinh tế và công nghệ – ba trụ cột cấu thành nền kinh tế sáng tạo hiện đại.

Đặc trưng nổi bật của CNVH là tính "giá trị kép", thể hiện ở sự kết hợp chặt chẽ giữa giá trị kinh tế và giá trị văn hóa – xã hội. Một sản phẩm văn hóa không chỉ mang lại doanh thu, tạo việc làm hay đóng góp vào GDP, mà còn chứa đựng các yếu tố bản sắc, thẩm mỹ và thông điệp nhân văn. Do đó, sản phẩm văn hóa không thể được nhìn nhận như hàng hóa thông thường, mà là "hàng hóa kinh nghiệm" (experience goods) – giá trị của nó được cảm nhận thông qua trải nghiệm, cảm xúc và ý nghĩa biểu tượng.