Số: 3787/QĐ-UBND
Thời gian ký: 2026-11-20T16:06:43+07:00

ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HUẾ	CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

ĐỀ ÁN
Phát triển các ngành công nghiệp văn hóa thành phố Huế đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045

(Ban hành kèm theo Quyết định số: 3787/QĐ-UBND ngày 20 tháng 11 năm 2026 của Ủy ban nhân dân thành phố)

Mở đầu

I. SỰ CẦN THIẾT XÂY DỰNG ĐỀ ÁN

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, hội nhập quốc tế ngày càng sâu rộng, cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư và sự phát triển mạnh mẽ của kinh tế số, đổi mới sáng tạo đã làm thay đổi phương thức sáng tạo, sản xuất, phân phối và tiêu dùng các sản phẩm văn hóa. Trên thế giới, công nghiệp văn hóa ngày càng được khẳng định là một trong những động lực quan trọng thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, tạo việc làm, nâng cao năng lực cạnh tranh, phát huy sức mạnh mềm quốc gia và góp phần bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa dân tộc.

Ở Việt Nam, Đảng và Nhà nước đã xác định phát triển văn hóa ngang tầm với phát triển kinh tế, chính trị và xã hội; từng bước đưa công nghiệp văn hóa trở thành ngành kinh tế quan trọng. Nghị quyết số 80-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển văn hóa Việt Nam; Quyết định số 2486/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 cùng nhiều chủ trương, chính sách khác đã tạo hành lang pháp lý và định hướng quan trọng để các địa phương phát huy lợi thế, xây dựng mô hình phát triển công nghiệp văn hóa phù hợp với điều kiện thực tiễn.

Đối với thành phố Huế, việc trở thành thành phố trực thuộc Trung ương đặt ra yêu cầu đổi mới mô hình tăng trưởng trên cơ sở phát huy hiệu quả các nguồn lực đặc thù. Với hệ thống di sản văn hóa phong phú, các giá trị đặc sắc về lễ hội, nghệ thuật truyền thống, áo dài, ẩm thực, làng nghề, cảnh quan thiên nhiên và không gian văn hóa, cùng vị thế là trung tâm tổ chức Festival của Việt Nam, văn hóa và di sản là lợi thế khác biệt, có khả năng tạo nên năng lực cạnh tranh riêng của Huế trong phát triển du lịch, thương mại, dịch vụ, đổi mới sáng tạo và kinh tế số.

Đặc trưng đô thị di sản đòi hỏi quá trình phát triển các ngành công nghiệp văn hóa phải được đặt trong mối quan hệ hữu cơ với bảo tồn và phát huy giá trị di sản. Theo đó, di sản, cảnh quan, bản sắc và không gian văn hóa Huế vừa là nguồn lực đầu vào cho hoạt động sáng tạo, sản xuất và cung ứng sản phẩm, dịch vụ văn hóa, vừa là giá trị cốt lõi cần được bảo vệ. Việc khai thác các nguồn lực này phải góp phần mở rộng khả năng tiếp cận và lan tỏa giá trị văn hóa, tạo sinh kế, nguồn thu và nguồn lực xã hội để tái đầu tư cho công tác bảo tồn, qua đó bảo đảm hài hòa giữa bảo tồn di sản với phát triển kinh tế - xã hội bền vững.

Trong những năm qua, thành phố đã triển khai nhiều chủ trương, chương trình, đề án nhằm bảo tồn và phát huy giá trị di sản; xây dựng thương hiệu Festival Huế, "Huế - Kinh đô Áo dài", "Huế - Kinh đô Ẩm thực"; phát triển nghệ thuật biểu diễn; thúc đẩy chuyển đổi số trong lĩnh vực văn hóa và từng bước hình thành các sản phẩm công nghiệp văn hóa mới. Tuy nhiên, các kết quả đạt được còn phân tán, chưa hình thành chuỗi giá trị và hệ sinh thái liên ngành; quy mô đóng góp vào GRDP chưa tương xứng với tiềm năng; doanh nghiệp công nghiệp văn hóa còn ít; năng lực sáng tạo, thương mại hóa, ứng dụng công nghệ, liên kết thị trường và khai thác nguồn thu để hỗ trợ trở lại cho bảo tồn còn hạn chế.

Vì vậy, việc xây dựng Đề án phát triển các ngành công nghiệp văn hóa tại thành phố Huế đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 là yêu cầu cấp thiết nhằm cụ thể hóa các chủ trương của Trung ương và thành phố; xác lập mô hình phát triển công nghiệp văn hóa phù hợp với đặc trưng đô thị di sản; tổ chức lại các nguồn lực, chủ thể và chuỗi giá trị; đồng thời xác định rõ mục tiêu, nhiệm vụ, giải pháp và cơ chế thực hiện. Qua đó, công nghiệp văn hóa từng bước trở thành động lực tăng trưởng mới, tạo thêm nguồn lực cho bảo tồn, nâng cao sức cạnh tranh và góp phần xây dựng Huế trở thành đô thị di sản, văn hóa, sinh thái, cảnh quan, thân thiện với môi trường và thông minh.

II. CĂN CỨ XÂY DỰNG ĐỀ ÁN

Nghị quyết số 33-NQ/TW ngày 09 tháng 6 năm 2014 của Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XI về xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước;

Nghị quyết số 54-NQ/TW ngày 10 tháng 12 năm 2019 của Bộ Chính trị về xây dựng và phát triển tỉnh Thừa Thiên Huế đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045;

Nghị quyết số 80-NQ/TW ngày 07 tháng 01 năm 2026 của Bộ Chính trị về phát triển văn hóa Việt Nam;

Nghị quyết 28/2026/QH16 ngày 24 tháng 4 năm 2026 của Quốc hội về phát triển văn hóa Việt Nam;

Nghị định 282/2026/NĐ-CP ngày 14 tháng 7 năm 2026 của Chính phủ quy định chi tiết một số điều hướng dẫn thi hành Nghị quyết 28/2026/QH16 ngày 24 tháng 4 năm 2026 của Quốc hội về phát triển văn hóa Việt Nam;

Nghị quyết số 30/NQ-CP ngày 24 tháng 2 năm 2026 của Chính phủ ban hành Chương trình hành động thực hiện Nghị quyết số 80-NQ/TW ngày 7 tháng 1 năm 2026 của Bộ Chính trị về phát triển văn hóa Việt Nam;

Quyết định số 1909/QĐ-TTg ngày 12 tháng 11 năm 2021 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển văn hóa đến năm 2030;

Quyết định số 2486/QĐ-TTg ngày 14 tháng 11 năm 2025 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.

Chương trình hành động số 33-CTr/TU ngày 07 tháng 5 năm 2026 của Ban Chấp hành Đảng bộ thành phố Huế thực hiện Nghị quyết số 80-NQ/TW ngày 7 tháng 1 năm 2026 của Bộ Chính trị về phát triển văn hóa Việt Nam;

Kế hoạch số 617/KH-UBND ngày 04 tháng 11 năm 2026 của UBND thành phố Sửa đổi, bổ sung một số nội dung của Kế hoạch số 318/KH-UBND ngày 05/6/2026 của UBND thành phố triển khai Chương trình hành động số 33-CTr/TU ngày 07/5/2026 của Thành ủy và Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 80-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển văn hóa Việt Nam;

Kết luận số 1058-KL/TU ngày 30 tháng 10 năm 2026 của Thành ủy Huế về Đề án "Phát triển các ngành công nghiệp văn hóa thành phố Huế đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045".

III. PHẠM VI VÀ ĐỐI TƯỢNG CỦA ĐỀ ÁN

1. Phạm vi

Đề án triển khai trên phạm vi toàn thành phố Huế; tập trung vào một số lĩnh vực công nghiệp văn hóa có lợi thế cạnh tranh, phù hợp với điều kiện phát triển của địa phương và định hướng của Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam.

2. Đối tượng

Các cơ quan quản lý nhà nước; các đơn vị sự nghiệp công lập; doanh nghiệp; hợp tác xã; hộ kinh doanh; nghệ sĩ, nghệ nhân, nhà sáng tạo; các cơ sở đào tạo, nghiên cứu; tổ chức xã hội nghề nghiệp; cộng đồng dân cư và các tổ chức, cá nhân tham gia hoạt động trong các lĩnh vực công nghiệp văn hóa trên địa bàn thành phố.

Phần thứ nhất
BỐI CẢNH VÀ THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN CÁC NGÀNH CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA THÀNH PHỐ HUẾ

I. BỐI CẢNH PHÁT TRIỂN

1. Bối cảnh quốc tế và xu thế phát triển

Trong những thập niên gần đây, công nghiệp văn hóa đã trở thành một trong những lĩnh vực phát triển năng động của nền kinh tế toàn cầu, đóng góp quan trọng vào tăng trưởng kinh tế, tạo việc làm, thúc đẩy đổi mới sáng tạo và nâng cao sức mạnh mềm của nhiều quốc gia. Theo UNESCO và nhiều tổ chức quốc tế, các ngành công nghiệp văn hóa và sáng tạo không chỉ tạo ra giá trị kinh tế trực tiếp mà còn góp phần hình thành bản sắc quốc gia, nâng cao chất lượng sống, thúc đẩy phát triển đô thị sáng tạo và tăng cường năng lực cạnh tranh trong bối cảnh toàn cầu hóa.

Trong xu thế đó, nhiều quốc gia đã chuyển mạnh từ tư duy bảo tồn đơn thuần sang khai thác hiệu quả các giá trị văn hóa thông qua phát triển kinh tế di sản, kinh tế sáng tạo và kinh tế số. Văn hóa không chỉ được xem là nguồn lực tinh thần mà còn là nguồn vốn phát triển, tạo động lực mới cho tăng trưởng bền vững.

2. Bối cảnh trong nước

Ở Việt Nam, Đảng và Nhà nước đã xác định phát triển văn hóa là một trong những nhiệm vụ trọng tâm của chiến lược phát triển đất nước. Nghị quyết

số 80-NQ/TW ngày 07 tháng 01 năm 2026 của Bộ Chính trị về phát triển văn hóa Việt Nam (Nghị quyết 80-NQ/TW) đã khẳng định yêu cầu phát huy giá trị văn hóa và sức mạnh con người Việt Nam, xây dựng văn hóa trở thành nguồn lực nội sinh, động lực quan trọng cho phát triển kinh tế - xã hội.

Quyết định số 2486/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 đã xác định mục tiêu đưa công nghiệp văn hóa trở thành ngành kinh tế quan trọng, đóng góp khoảng 7% GDP vào năm 2030 và khoảng 9% GDP vào năm 2045. Chiến lược đồng thời khuyến khích các địa phương lựa chọn những lĩnh vực có lợi thế cạnh tranh để tập trung đầu tư, tránh phát triển dàn trải, hình thành các mô hình công nghiệp văn hóa đặc thù gắn với điều kiện của từng địa phương.

Đây là cơ sở quan trọng để thành phố Huế xây dựng mô hình phát triển công nghiệp văn hóa theo hướng phát huy lợi thế về di sản, văn hóa, lễ hội, nghệ thuật và cảnh quan; đồng thời tận dụng thành tựu của khoa học công nghệ và chuyển đổi số để nâng cao giá trị các sản phẩm văn hóa.

3. Bối cảnh phát triển của thành phố Huế

Sau khi trở thành thành phố trực thuộc Trung ương, Huế bước vào giai đoạn phát triển mới với yêu cầu đổi mới mô hình tăng trưởng, khai thác hiệu quả các nguồn lực đặc thù để xây dựng thành phố trở thành trung tâm lớn về văn hóa, du lịch, y tế chuyên sâu, khoa học công nghệ và giáo dục đào tạo của khu vực miền Trung và cả nước.

Trong bối cảnh đó, văn hóa và di sản không chỉ là nền tảng hình thành bản sắc đô thị mà còn là lợi thế cạnh tranh nổi trội để phát triển các ngành công nghiệp văn hóa. Khác với nhiều địa phương, Huế hội tụ đầy đủ các yếu tố để hình thành hệ sinh thái công nghiệp văn hóa tương đối hoàn chỉnh, bao gồm hệ thống di sản văn hóa vật thể và phi vật thể, lễ hội, nghệ thuật biểu diễn, áo dài, ẩm thực, làng nghề truyền thống, mỹ thuật, nhiếp ảnh, điện ảnh, cảnh quan thiên nhiên và các không gian văn hóa đặc sắc.

Từ năm 2022, thành phố đã chuyển từ mô hình Festival định kỳ sang Festival Huế bốn mùa, tổ chức các hoạt động văn hóa, nghệ thuật và lễ hội thường xuyên trong năm. Mô hình này kết hợp các chương trình mang dấu ấn di sản như lễ hội cung đình, nghệ thuật truyền thống với các hoạt động đương đại, cộng đồng như Hue Symphony, chương trình nghệ thuật ánh sáng, Tuần lễ Áo dài Huế, Lễ hội làng nghề và các lễ hội vùng miền. Cùng với các thương hiệu "Huế - Kinh đô Áo dài", "Huế - Kinh đô Ẩm thực", Festival Huế đã góp phần mở rộng không gian trải nghiệm, làm mới hình ảnh đô thị di sản và tạo nền tảng để phát triển các sản phẩm văn hóa có giá trị gia tăng cao.

Nhìn tổng thể, điểm mạnh của Huế là tài nguyên văn hóa đặc sắc, hệ thống di sản có giá trị quốc gia và quốc tế, cảnh quan đa dạng và thương hiệu văn hóa đã được khẳng định. Điểm yếu là quy mô thị trường và doanh nghiệp còn nhỏ, sản phẩm có giá trị gia tăng cao chưa nhiều, thiếu nhân lực quản trị và hạ tầng sáng tạo chuyên nghiệp. Cơ hội chủ yếu đến từ sự phát triển của du lịch

văn hóa, kinh tế số, nhu cầu trải nghiệm bản sắc địa phương và chủ trương phát triển công nghiệp văn hóa của Trung ương. Thách thức là cạnh tranh giữa các điểm đến, nguy cơ thương mại hóa thiếu kiểm soát, mai một bản sắc, tác động của thiên tai, biến đổi khí hậu và sự thay đổi nhanh của công nghệ, thị hiếu tiêu dùng.

Đây là những tiền đề quan trọng để thành phố Huế từng bước xây dựng công nghiệp văn hóa trở thành một trong những động lực tăng trưởng mới của nền kinh tế.

II. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN CÁC NGÀNH CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA

1. Những kết quả đạt được

Trong thời gian qua, thành phố Huế đã quan tâm đầu tư, ban hành nhiều cơ chế, chính sách nhằm bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa, từng bước tạo nền tảng cho phát triển các ngành công nghiệp văn hóa.

Hệ thống di sản văn hóa tiếp tục được bảo tồn và phát huy giá trị; nhiều di sản được khai thác hiệu quả phục vụ phát triển du lịch, giáo dục và quảng bá hình ảnh địa phương. Festival Huế ngày càng khẳng định thương hiệu quốc gia và quốc tế, trở thành không gian hội tụ các hoạt động văn hóa, nghệ thuật, sáng tạo và giao lưu quốc tế.

Các lĩnh vực nghệ thuật biểu diễn, mỹ thuật, nhiếp ảnh, điện ảnh, quảng cáo, xuất bản, thư viện, bảo tàng, thủ công mỹ nghệ, áo dài, ẩm thực và làng nghề truyền thống từng bước được đổi mới cả về nội dung và phương thức hoạt động. Một số sản phẩm văn hóa gắn với công nghệ số, truyền thông số, du lịch trải nghiệm và kinh tế đêm đã bước đầu được hình thành, góp phần mở rộng thị trường và nâng cao giá trị văn hóa Huế.

Chuyển đổi số trong lĩnh vực văn hóa được quan tâm triển khai thông qua việc xây dựng cơ sở dữ liệu di sản, số hóa hiện vật, ứng dụng công nghệ trong quảng bá, quản lý và khai thác các giá trị văn hóa. Hoạt động xã hội hóa trong lĩnh vực văn hóa ngày càng được mở rộng, từng bước huy động sự tham gia của doanh nghiệp, nghệ sĩ, nghệ nhân và cộng đồng vào quá trình sáng tạo, bảo tồn và phát triển sản phẩm văn hóa.

Đặc biệt, việc hình thành các thương hiệu như Festival Huế**,** Huế - Kinh đô Áo dài**,** Huế - Kinh đô Ẩm thực, cùng định hướng phát triển kinh tế đêm**,** du lịch di sản**,** không gian sáng tạo đã tạo nền tảng quan trọng để hình thành hệ sinh thái công nghiệp văn hóa của thành phố.

Giai đoạn 2020-2025, chuỗi Festival, lễ hội dân gian, lễ hội làng nghề và các sự kiện văn hóa - thể thao đã tích lũy kinh nghiệm tổ chức, từng bước nâng cao năng lực điều hành, truyền thông và huy động xã hội hóa. Các sự kiện đã kích thích nhu cầu lưu trú, ẩm thực, vận tải, mua sắm, tổ chức sự kiện và truyền thông; đồng thời tạo không gian giới thiệu áo dài, thủ công mỹ nghệ, nghệ thuật biểu diễn, sản phẩm địa phương và các ý tưởng sáng tạo. Đây là cơ sở để chuyển Festival từ hoạt động văn hóa theo mùa vụ thành nền tảng kết nối cung - cầu của hệ sinh thái công nghiệp văn hóa.

Theo Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội 10 tháng đầu năm 2026 của thành phố, tốc độ tăng trưởng khu vực dịch vụ đạt 9,06%, chiếm khoảng 51,8% trong cơ cấu kinh tế. Thành phố đón hơn 6,9 triệu lượt khách du lịch, doanh thu từ du lịch ước đạt 16.790 tỷ đồng. Các chương trình Festival Huế, hoạt động nghệ thuật, lễ hội áo dài, ẩm thực, Festival Nghề truyền thống và các sản phẩm trải nghiệm về đêm đã góp phần tạo sức hút cho điểm đến, mở rộng nhu cầu tiêu dùng các sản phẩm, dịch vụ gắn với văn hóa Huế.

Kết quả này là chỉ báo trực tiếp bước đầu về khả năng khai thác kinh tế di sản, đồng thời cho thấy hiệu ứng lan tỏa của di sản, lễ hội và hoạt động văn hóa đối với du lịch, lưu trú, ăn uống, vận tải, thương mại và các dịch vụ liên quan.

Hệ sinh thái hỗ trợ phát triển công nghiệp văn hóa tiếp tục được củng cố với 117 sản phẩm OCOP, 35 hợp tác xã công nghiệp - tiểu thủ công nghiệp; hạ tầng 5G phủ khoảng 90% địa bàn, 85% hộ gia đình có kết nối Internet băng rộng cáp quang; Chỉ số đổi mới sáng tạo cấp địa phương (PII) xếp thứ 5 toàn quốc. Thành phố có 22 cơ sở nhà, đất dôi dư được định hướng chuyển đổi công năng thành thiết chế văn hóa, y tế, giáo dục. Đây là những điều kiện thuận lợi để phát triển thủ công mỹ nghệ, sản phẩm đặc trưng, thương mại điện tử, không gian sáng tạo và sản phẩm công nghiệp văn hóa số; tuy nhiên cần tiếp tục rà soát, xác định cụ thể phần nguồn lực trực tiếp dành cho lĩnh vực văn hóa.

2. Những tồn tại, hạn chế

Mặc dù đạt được nhiều kết quả tích cực, công nghiệp văn hóa của thành phố vẫn chưa phát triển tương xứng với tiềm năng và lợi thế.

Đóng góp của các ngành công nghiệp văn hóa vào GRDP còn khiêm tốn; giá trị gia tăng tạo ra từ các sản phẩm văn hóa chưa cao. Việc khai thác di sản chủ yếu vẫn theo hướng phục vụ tham quan, chưa hình thành nhiều sản phẩm có khả năng thương mại hóa cao, chưa tạo được chuỗi giá trị hoàn chỉnh từ sáng tạo, sản xuất, phân phối đến tiêu dùng.

Mặc dù lượng khách và tổng thu du lịch tăng khá, thành phố vẫn thiếu sản phẩm, dịch vụ văn hóa, vui chơi, giải trí chất lượng cao và có khả năng tạo doanh thu thường xuyên; thời gian khai thác sản phẩm ban đêm, mức chi tiêu cho trải nghiệm văn hóa và nguồn thu ngoài vé tham quan còn hạn chế. Nguồn nhân lực chất lượng cao về quản trị du lịch, tổ chức sự kiện, nghiên cứu văn hóa, thiết kế, truyền thông và thương mại hóa sản phẩm còn thiếu. Công tác quản lý, khai thác và phát huy giá trị di sản có mặt chưa hiệu quả; phát triển sản phẩm OCOP và thủ công mỹ nghệ còn khó khăn, liên kết chuỗi giá trị yếu; kết quả ứng dụng khoa học, công nghệ vào thực tiễn chưa tương xứng với tiềm năng.

Các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa còn ít, quy mô nhỏ, năng lực cạnh tranh hạn chế; thiếu các doanh nghiệp đầu tàu trong lĩnh vực thiết kế sáng tạo, nội dung số, điện ảnh, truyền thông và giải trí. Mối liên kết giữa di sản, nghệ thuật, du lịch, thương mại, giáo dục và khoa học công nghệ chưa chặt chẽ.

Hoạt động chuyển đổi số tuy đã được quan tâm nhưng còn phân tán; dữ liệu văn hóa chưa đồng bộ; việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo, công nghệ thực tế ảo,

công nghệ tăng cường, dữ liệu lớn và các nền tảng số trong sáng tạo, quảng bá và kinh doanh sản phẩm văn hóa còn hạn chế. Thị trường sản phẩm văn hóa, đặc biệt là sản phẩm lưu niệm, quà tặng, nội dung số và các chương trình biểu diễn thương mại chưa phát triển tương xứng với tiềm năng.

Nguồn nhân lực chất lượng cao trong các lĩnh vực quản trị văn hóa, thiết kế sáng tạo, sản xuất nội dung số, tổ chức sự kiện và kinh doanh sản phẩm văn hóa còn thiếu; cơ chế khuyến khích đổi mới sáng tạo, bảo hộ sở hữu trí tuệ và thu hút đầu tư vào công nghiệp văn hóa chưa thật sự hấp dẫn.

3. Đánh giá khái quát theo các nhóm ngành ưu tiên

Thực tiễn phát triển được đánh giá theo 06 nhóm ngành mới. Du lịch văn hóa và kinh tế di sản có nền tảng rõ nhất nhưng chuỗi sản phẩm, dịch vụ ban đêm và giá trị gia tăng còn hạn chế. Nghệ thuật biểu diễn có thương hiệu Festival Huế và hệ thống di sản nghệ thuật độc đáo, song thị trường biểu diễn thường xuyên, doanh thu vé và bản quyền chưa tương xứng.

Riêng đối với Festival và kinh tế sự kiện, số lượng hoạt động khá nhiều nhưng một số sự kiện còn nhỏ, dàn trải, chưa hình thành sản phẩm định kỳ có sức hút và khả năng bán vé ổn định. Khung lịch sự kiện hằng năm có thời điểm được công bố chậm, gây khó khăn cho doanh nghiệp lữ hành, đơn vị truyền thông và nhà tài trợ trong việc xây dựng kế hoạch trước từ 6 tháng đến 1 năm. Thành phố còn thiếu chương trình nghệ thuật thực cảnh hoặc chương trình biểu diễn hằng đêm, hằng tuần có chất lượng cao; cơ chế đặt hàng, đấu thầu, khai thác tài sản công, quyền tài trợ và thương mại hóa sự kiện chưa thật sự linh hoạt; hạ tầng biểu diễn, giao thông, bãi đỗ xe và dịch vụ hỗ trợ sự kiện lớn còn hạn chế.

Thiết kế sáng tạo hội tụ nhiều lợi thế từ áo dài, ẩm thực, điện ảnh, mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm, nhưng chưa có hạ tầng, không gian giao dịch và doanh nghiệp dẫn dắt đủ mạnh. Sản phẩm công nghiệp văn hóa số mới ở giai đoạn đầu, dữ liệu còn phân tán. Thủ công mỹ nghệ, làng nghề, OCOP và văn hóa miền núi giàu bản sắc nhưng quy mô nhỏ, thiết kế và thị trường hạn chế. Truyền hình, phát thanh, xuất bản, quảng cáo đang chuyển dịch sang môi trường số nhưng mô hình doanh thu và liên kết với hệ sinh thái công nghiệp văn hóa còn yếu.

Hiện nay, thành phố đã có một số số liệu phản ánh kết quả của các lĩnh vực có liên quan đến công nghiệp văn hóa như du lịch, tham quan di tích, lưu trú, ăn uống, sản phẩm OCOP, tiểu thủ công nghiệp, hạ tầng số và hoạt động lễ hội. Tuy nhiên, các số liệu này chủ yếu được thống kê theo ngành kinh tế, lĩnh vực quản lý hoặc chương trình chuyên ngành, chưa được phân loại và tổng hợp riêng theo phạm vi các ngành công nghiệp văn hóa; chưa xác định đầy đủ giá trị tăng thêm và tỷ lệ đóng góp vào GRDP của từng nhóm ngành. Vì vậy, trong giai đoạn đầu thực hiện Đề án, thành phố cần xây dựng bộ chỉ tiêu, phương pháp thống kê và cơ sở dữ liệu chuyên ngành; xác lập số liệu nền, bảo đảm thống nhất về phạm vi, phương pháp tính và hạn chế trùng lặp giữa các lĩnh vực, làm cơ sở theo dõi, đánh giá và lượng hóa kết quả phát triển công nghiệp văn hóa.

4. Dự báo, đánh giá đóng góp vào GRDP của các ngành công nghiệp văn hóa

a) Cơ sở và phương pháp dự báo

Báo cáo quốc gia về phát triển các ngành công nghiệp văn hóa cho thấy tỷ trọng đóng góp của nhóm ngành này trong GDP cả nước tăng từ 2,68% năm 2015 lên 3,42% năm 2019 và ước trên 4% trong giai đoạn 2018-2022. Chiến lược phát triển các ngành công nghiệp văn hóa Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 đặt mục tiêu tốc độ tăng trưởng bình quân khoảng 10%/năm, đóng góp 7% GDP vào năm 2030 và 9% GDP vào năm 2045. Đây là đường tham chiếu quốc gia để lượng hóa triển vọng của Huế, nhưng không áp dụng cơ học do cơ cấu kinh tế, lợi thế di sản và phạm vi thống kê của địa phương có đặc thù riêng.

Đối với Huế, quy mô GRDP theo giá hiện hành năm 2024 ước đạt 80.966,5 tỷ đồng; khu vực dịch vụ chiếm 49,96% cơ cấu kinh tế. Quy hoạch tỉnh Thừa Thiên Huế thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050 xác định tốc độ tăng GRDP bình quân 9-10%/năm, riêng khu vực dịch vụ tăng 11,5-12,5%/năm và chiếm 54-56% GRDP vào năm 2030. Năm 2025 và 6 tháng đầu năm 2026, dịch vụ, du lịch, lưu trú - ăn uống và tham quan di tích tiếp tục tăng khá, cho thấy dư địa để các hoạt động dựa trên di sản, Festival, nghệ thuật, thiết kế, thủ công mỹ nghệ và nội dung số tạo giá trị tăng thêm nhanh hơn mức bình quân chung nếu hình thành được sản phẩm thương mại và chuỗi liên kết ổn định.

b) Kịch bản dự báo

Kịch bản phấn đấu là kịch bản mục tiêu của Đề án, cụ thể hóa Chương trình số 33-CTr/TU: khoảng 10% GRDP vào năm 2030 và trên 20% GRDP vào năm 2045. Từ mức 10% năm 2030 lên trên 20% năm 2045, tỷ trọng công nghiệp văn hóa phải tăng gấp hơn 2 lần; về mặt tương đối, giá trị tăng thêm của công nghiệp văn hóa phải tăng nhanh hơn GRDP chung bình quân khoảng 4,7-5,0 điểm phần trăm mỗi năm trong giai đoạn 2031-2045. Nếu GRDP chung tăng bình quân khoảng 7-8%/năm, khu vực công nghiệp văn hóa cần duy trì mức tăng giá trị tăng thêm khoảng 12-13%/năm. Vì vậy, chỉ tiêu trên 20% là mục tiêu có tính đột phá, phụ thuộc trực tiếp vào năng lực mở rộng thị trường, hình thành doanh nghiệp dẫn dắt, tăng tỷ trọng sản phẩm số và tạo nguồn thu ngoài địa bàn.

c) Dự báo đóng góp theo nhóm ngành và tác động kinh tế - xã hội

Trong cơ cấu mục tiêu năm 2030, du lịch văn hóa gắn với kinh tế di sản tiếp tục là nhóm dẫn dắt, dự kiến tạo khoảng 4,0 điểm phần trăm GRDP; thiết kế sáng tạo khoảng 2,0 điểm; sản phẩm công nghiệp văn hóa số khoảng 1,5 điểm; thủ công mỹ nghệ khoảng 0,9 điểm; truyền hình, phát thanh, xuất bản, quảng cáo khoảng 0,9 điểm; nghệ thuật biểu diễn khoảng 0,7 điểm. Cơ cấu này phù hợp lợi thế hiện có của Huế, đồng thời dành dư địa tăng nhanh cho thiết kế và sản phẩm số. Đến năm 2045, phần tăng thêm chủ yếu phải đến từ sản phẩm số, thiết kế sáng tạo, nội dung bản quyền, điện ảnh, truyền thông và các dịch vụ văn hóa có khả năng bán ra ngoài địa phương; không thể chỉ dựa vào tăng lượng khách tham quan và doanh thu tại chỗ.

III. TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ ĐẶT RA

1. Tiềm năng phát triển

Thành phố Huế sở hữu những lợi thế khác biệt mà rất ít địa phương trong cả nước có được, tạo điều kiện thuận lợi để phát triển công nghiệp văn hóa trở thành một trong những động lực tăng trưởng mới của nền kinh tế.

Thứ nhất, nguồn tài nguyên văn hóa đặc biệt phong phú và có giá trị nổi bật. Huế là địa phương có mật độ di sản văn hóa cao nhất cả nước, với Quần thể Di tích Cố đô Huế và hệ thống di sản văn hóa vật thể, phi vật thể, di sản tư liệu được UNESCO ghi danh; đồng thời sở hữu hệ thống lễ hội truyền thống, nghệ thuật cung đình, âm nhạc, ẩm thực, áo dài, làng nghề và không gian văn hóa đặc sắc. Đây là nguồn nguyên liệu sáng tạo to lớn để hình thành các sản phẩm công nghiệp văn hóa có giá trị gia tăng cao.

Thứ hai, Huế có lợi thế nổi trội về phát triển du lịch văn hóa và kinh tế di sản. Hệ thống di tích, cảnh quan, sông Hương, núi Ngự, đầm phá Tam Giang - Cầu Hai, biển Thuận An, Lăng Cô, Vườn quốc gia Bạch Mã cùng mạng lưới các làng cổ, làng nghề truyền thống tạo nên hệ sinh thái du lịch văn hóa đa dạng, có khả năng phát triển mạnh các sản phẩm trải nghiệm, giáo dục, nghỉ dưỡng, du lịch đêm và các dịch vụ văn hóa chất lượng cao.

Thứ ba, Festival Huế và các sự kiện văn hóa quy mô lớn đã tạo dựng thương hiệu trong nước và quốc tế, là nền tảng quan trọng để phát triển tổ chức sự kiện, nghệ thuật biểu diễn, truyền thông, quảng cáo, thiết kế sáng tạo và các dịch vụ liên quan. Festival Huế không chỉ là công cụ quảng bá điểm đến mà còn có khả năng trở thành "hạ tầng thị trường" của công nghiệp văn hóa: tạo đơn đặt hàng cho nghệ sĩ, nghệ nhân, nhà thiết kế và doanh nghiệp; hình thành thị trường bán vé, bản quyền truyền hình, phát trực tuyến, tài trợ, quảng cáo, không gian trưng bày, quà tặng và sản phẩm số; đồng thời kéo dài thời gian lưu trú và gia tăng mức chi tiêu của du khách.

Thứ tư, tiềm năng phát triển công nghiệp sáng tạo và chuyển đổi số còn rất lớn. Sự phát triển nhanh của trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn, thực tế ảo, thực tế tăng cường, công nghệ số và thương mại điện tử tạo điều kiện để số hóa di sản, phát triển bảo tàng số, triển lãm số, nội dung số, trò chơi số, phim hoạt hình, truyền thông đa nền tảng và các sản phẩm sáng tạo trên nền tảng văn hóa Huế.

Thứ năm, khả năng phát triển chuỗi giá trị liên ngành giữa văn hóa, du lịch, thương mại, giáo dục, khoa học công nghệ và dịch vụ còn rất lớn. Nếu được tổ chức đồng bộ theo chuỗi từ sáng tạo, sản xuất, phân phối đến tiêu dùng, các ngành công nghiệp văn hóa không chỉ tạo ra giá trị kinh tế trực tiếp mà còn lan tỏa sang nhiều ngành, lĩnh vực khác, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và sức hấp dẫn của thành phố.

Những lợi thế trên cho thấy Huế có đầy đủ điều kiện để hình thành hệ sinh thái công nghiệp văn hóa mang bản sắc riêng, phát triển theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, tạo động lực mới cho tăng trưởng kinh tế và nâng cao sức mạnh mềm của địa phương.

2. Những vấn đề đặt ra

Để công nghiệp văn hóa thực sự trở thành động lực tăng trưởng, thành phố cần tập trung giải quyết một số vấn đề trọng tâm sau:

- Chuyển mạnh tư duy từ bảo tồn đơn thuần sang bảo tồn gắn với khai thác hợp lý và phát huy giá trị kinh tế của di sản.

- Tập trung nguồn lực phát triển các lĩnh vực có lợi thế cạnh tranh, tránh đầu tư dàn trải, thiếu trọng tâm.

- Hình thành hệ sinh thái công nghiệp văn hóa với sự tham gia của Nhà nước, doanh nghiệp, nghệ sĩ, nghệ nhân, cơ sở đào tạo, tổ chức nghề nghiệp và cộng đồng.

- Đẩy mạnh chuyển đổi số trong toàn bộ chuỗi giá trị; phát triển dữ liệu văn hóa, nền tảng số và các sản phẩm văn hóa số.

- Xây dựng các thương hiệu văn hóa có khả năng cạnh tranh trong nước và quốc tế; nâng cao giá trị thương mại của các sản phẩm văn hóa đặc trưng.

- Thu hút mạnh mẽ doanh nghiệp đầu tư vào lĩnh vực công nghiệp văn hóa; phát triển doanh nghiệp sáng tạo, doanh nghiệp khởi nghiệp văn hóa và các mô hình hợp tác công tư.

- Hoàn thiện cơ chế thống kê, đánh giá hiệu quả phát triển công nghiệp văn hóa; xây dựng bộ chỉ tiêu theo dõi, giám sát gắn với mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của thành phố.

Phần thứ hai
QUAN ĐIỂM, MỤC TIÊU VÀ ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

I. QUAN ĐIỂM PHÁT TRIỂN

Phát triển các ngành công nghiệp văn hóa là nhiệm vụ chiến lược nhằm cụ thể hóa chủ trương của Đảng, chính sách của Nhà nước về phát triển văn hóa; đồng thời là giải pháp quan trọng để xây dựng thành phố Huế xứng tầm là đô thị trực thuộc Trung ương theo hướng di sản, văn hóa, sinh thái, cảnh quan, thân thiện với môi trường và thông minh.

Phát triển công nghiệp văn hóa phải lấy văn hóa và con người Huế làm nền tảng, di sản văn hóa làm nguồn lực đặc thù, đổi mới sáng tạo, khoa học công nghệ và chuyển đổi số làm động lực đột phá, doanh nghiệp và cộng đồng làm chủ thể sáng tạo, thị trường làm thước đo hiệu quả, hướng đến hình thành các sản phẩm và dịch vụ văn hóa có giá trị gia tăng cao, có khả năng cạnh tranh trong nước và quốc tế.

Phát triển công nghiệp văn hóa theo hướng tập trung, có trọng tâm, trọng điểm, ưu tiên các lĩnh vực có lợi thế cạnh tranh; không đầu tư dàn trải mà tập trung xây dựng các chuỗi giá trị hoàn chỉnh từ sáng tạo - sản xuất - phân phối - tiêu dùng, gắn kết chặt chẽ với du lịch, thương mại, giáo dục, khoa học công nghệ và kinh tế số.

Nhà nước giữ vai trò định hướng, kiến tạo thể chế, đầu tư hạ tầng và tạo môi trường thuận lợi; doanh nghiệp giữ vai trò đầu tư, sản xuất, kinh doanh và mở rộng thị trường; đội ngũ văn nghệ sĩ, nghệ nhân, nhà khoa học, nhà thiết kế, các cơ sở đào tạo và cộng đồng là lực lượng trực tiếp sáng tạo, bảo tồn và lan tỏa các giá trị văn hóa.

Ngân sách nhà nước đóng vai trò vốn mồi, hỗ trợ ban đầu cho các sản phẩm, dự án trọng điểm, ưu tiên đầu tư hạ tầng nền tảng và thực hiện nhiệm vụ quản lý nhà nước; hạn chế tối đa việc cơ quan nhà nước trực tiếp tổ chức các hoạt động, sự kiện lớn có khả năng thương mại hóa. Khuyến khích lựa chọn nhà đầu tư, doanh nghiệp có năng lực, kinh nghiệm chủ trì, chịu trách nhiệm đầu tư, tổ chức, truyền thông và vận hành toàn diện một số chương trình, sản phẩm tiêu biểu; được bán vé, thu phí dịch vụ phù hợp và huy động tài trợ gắn với quyền lợi quảng bá, giới thiệu sản phẩm theo quy định.

Quá trình triển khai Đề án được thực hiện theo hướng vừa xây dựng, hoàn thiện mô hình, vừa lựa chọn một số nội dung, sản phẩm có điều kiện để tổ chức thí điểm có kiểm soát từ cuối năm 2026; thường xuyên đánh giá, điều chỉnh phương thức tổ chức, vận hành, bảo đảm đúng quy định và phù hợp với đặc thù của Huế.

Xác định khai thác giá trị di tích gắn với cảnh quan thiên nhiên là định hướng xuyên suốt nhằm hình thành các sản phẩm văn hóa, du lịch đặc sắc, riêng có, tạo lợi thế cạnh tranh của thành phố Huế.

II. MÔ HÌNH PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA THÀNH PHỐ HUẾ

Thành phố Huế phát triển công nghiệp văn hóa trên nền tảng đô thị di sản, kết hợp chiều sâu văn hóa truyền thống với năng lực sáng tạo và công nghệ số; hướng đến hình thành hệ sinh thái sản phẩm, dịch vụ mang bản sắc riêng, có giá trị gia tăng cao và khả năng cạnh tranh trên thị trường trong nước, quốc tế.

Để tập trung nguồn lực và phù hợp đặc thù địa phương, 10 ngành công nghiệp văn hóa theo Quyết định số 2486/QĐ-TTg ngày 14 tháng 11 năm 2025 của Thủ tướng Chính phủ được tích hợp thành 06 nhóm ngành phát triển của Huế: (1) Du lịch văn hóa; (2) Nghệ thuật biểu diễn; (3) Thiết kế sáng tạo; (4) Sản phẩm công nghiệp văn hóa số; (5) Thủ công mỹ nghệ; (6) Truyền hình và phát thanh, xuất bản, quảng cáo. Việc gom nhóm không làm thu hẹp phạm vi quản lý nhà nước mà nhằm hình thành các cụm liên kết, chương trình và dự án có tính dẫn dắt; di sản văn hóa vừa là cấu phần trực tiếp của nhóm du lịch văn hóa và kinh tế di sản, vừa là nguồn tài nguyên đầu vào xuyên suốt cho các nhóm ngành còn lại.

Đề án "Tổ chức Festival Huế và các sự kiện văn hóa, thể thao có quy mô quốc gia, quốc tế tại thành phố Huế đến năm 2030" được xác định là một đề án thành phần, trực tiếp hỗ trợ nhóm nghệ thuật biểu diễn, thiết kế sáng tạo, truyền thông, quảng cáo và sản phẩm văn hóa số; đồng thời tạo hiệu ứng lan tỏa sang du lịch văn hóa, ẩm thực và thủ công mỹ nghệ.

III. MỤC TIÊU

1. Mục tiêu chung

Phát triển các ngành công nghiệp văn hóa trở thành khu vực kinh tế quan trọng, tiến tới trở thành ngành kinh tế mũi nhọn; chuyển hóa giá trị di sản, văn hóa và sức sáng tạo của con người Huế thành sản phẩm, dịch vụ có giá trị gia tăng cao; nâng cao năng lực cạnh tranh, tạo việc làm, thúc đẩy đổi mới sáng tạo và sức mạnh mềm; đưa Huế trở thành trung tâm công nghiệp văn hóa, đô thị di sản, văn hóa và sáng tạo tiêu biểu của Việt Nam và khu vực Đông Nam Á; phấn đấu đến năm 2045 công nghiệp văn hóa đóng góp trên 20% GRDP theo Chương trình số 33-CTr/TU ngày 7 tháng 5 năm 2026 của Thành ủy thực hiện Nghị quyết số 80-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển văn hóa Việt Nam.

2. Mục tiêu cụ thể đến năm 2030

Đến năm 2030, từng bước hình thành hệ sinh thái công nghiệp văn hóa của thành phố trên cơ sở phát huy 06 nhóm ngành có lợi thế; phát triển các sản phẩm, dịch vụ đặc trưng có khả năng thương mại hóa; mở rộng thị trường, nâng cao năng lực của các chủ thể sáng tạo và tăng cường ứng dụng khoa học, công nghệ, chuyển đổi số.

3. Chỉ tiêu cụ thể đến năm 2030

Phấn đấu 06 nhóm ngành công nghiệp văn hóa tăng trưởng bình quân khoảng 10%/năm, đóng góp khoảng 10% GRDP thành phố; tốc độ tăng số cơ sở kinh tế và lao động trong các ngành công nghiệp văn hóa bình quân khoảng 10%/năm; tăng trưởng giá trị xuất khẩu sản phẩm công nghiệp văn hóa bình quân khoảng 7%/năm.

Hình thành từ 05 đến 7 thương hiệu sản phẩm, dịch vụ công nghiệp văn hóa tiêu biểu của Huế; hình thành ít nhất 03 Trung tâm hoặc Không gian sáng tạo công nghiệp văn hóa; phát triển các chuỗi giá trị có khả năng thương mại hóa, gắn với bảo hộ sở hữu trí tuệ.

Đối với Festival Huế và các sự kiện công nghiệp văn hóa, phấn đấu đến năm 2030, xây dựng tối thiểu 02-03 lễ hội, sự kiện biểu diễn định kỳ thường niên theo mô hình IP (Intellectual Property) - thương hiệu sở hữu trí tuệ về văn hoá mang tầm khu vực, có tính lan toả quốc tế; nâng tầm tối thiểu 05 sự kiện truyền thống. Tỷ lệ xã hội hóa kinh phí các sự kiện trọng điểm đạt tối thiểu 60%; 100% sự kiện quy mô quốc gia, quốc tế được số hóa và có kế hoạch truyền thông đa nền tảng; tối thiểu 80% sự kiện lớn có hợp tác bản quyền truyền hình hoặc phát trực tuyến.

Các chỉ tiêu dưới đây là mục tiêu kế hoạch của thành phố, được xây dựng trên cơ sở bám sát chỉ tiêu quốc gia tại Quyết định số 2486/QĐ-TTg và cụ thể hóa Chương trình số 33-CTr/TU ngày 7 tháng 5 năm 2026 của Thành ủy Huế, trong đó xác định đến năm 2030 công nghiệp văn hóa đóng góp 10% GRDP và đến năm 2045 trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, đóng góp trên 20% GRDP.

(1) Du lịch văn hóa: Phấn đấu doanh thu chiếm 25% trong tổng thu từ khách du lịch.

(2) Nghệ thuật biểu diễn: Phấn đấu tỷ lệ tăng trưởng trung bình đạt 7%/năm.

(3) Thiết kế sáng tạo: Phấn đấu tỷ lệ tăng trưởng trung bình 10-12%/năm.

(4) Sản phẩm công nghiệp văn hóa số: Phấn đấu tỷ lệ tăng trưởng trung bình 12-15%/năm.

(5) Thủ công mỹ nghệ: Phấn đấu tỷ lệ tăng trưởng trung bình 10%/năm.

(6) Truyền hình và phát thanh, xuất bản, quảng cáo: Phấn đấu tỷ lệ tăng trưởng trung bình 8-10%/năm, riêng xuất bản 4,5-5%/năm.

Tổng hợp 06 nhóm ngành: Phấn đấu tỷ lệ tăng trưởng trung bình 10%/năm; đóng góp khoảng 10% GRDP năm 2030 và trên 20% GRDP năm 2045.

4. Tầm nhìn đến năm 2045

Các ngành công nghiệp văn hóa của Huế phát triển chuyên nghiệp, hiện đại, bền vững, trở thành ngành kinh tế mũi nhọn; phấn đấu đóng góp trên 20% GRDP thành phố; quy mô các sản phẩm công nghiệp văn hóa số chiếm tỷ trọng trên 80% sản phẩm công nghiệp văn hóa; tăng trưởng giá trị xuất khẩu khoảng 9%/năm. Huế trở thành "Đô thị di sản đặc trưng - thông minh", trung tâm lớn về du lịch văn hóa, nghệ thuật, sáng tạo, kinh tế di sản và công nghiệp văn hóa của Việt Nam và châu Á, có sản phẩm và thương hiệu tham gia sâu vào thị trường khu vực và quốc tế.

IV. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN THEO 06 NHÓM NGÀNH

1. Du lịch văn hóa

Phát triển du lịch văn hóa thành nhóm ngành dẫn dắt, thực hiện mô hình "Di sản văn hóa dẫn dắt phát triển kinh tế"; chuyển từ tham quan đơn thuần sang trải nghiệm sáng tạo - học tập, giáo dục di sản, giải trí, nghỉ dưỡng và dịch vụ chất lượng cao. Tổ chức thực hiện hiệu quả Quy hoạch bảo quản, tu bổ, phục hồi Quần thể Di tích Cố đô Huế; bảo tồn, gìn giữ và phát huy tối đa giá trị các di sản vật thể, phi vật thể và di sản tư liệu được UNESCO ghi danh, đồng thời kiểm soát chặt chẽ sức chứa, tác động môi trường, cảnh quan và tính xác thực của di sản.

Chuyển mạnh từ khai thác điểm tham quan và nguồn thu chủ yếu từ vé sang phát triển hệ sinh thái trải nghiệm di sản, trong đó liên kết tham quan, giáo dục di sản, biểu diễn nghệ thuật, ẩm thực, áo dài, nhiếp ảnh, làng nghề, mua sắm sản phẩm sáng tạo, nghỉ dưỡng và dịch vụ số. Mỗi sản phẩm được thiết kế theo chuỗi trải nghiệm trước, trong và sau chuyến đi, có phương án kéo dài thời gian lưu trú, tăng mức chi tiêu, doanh thu ngoài vé và khả năng quay trở lại của du khách.

Đến năm 2030, hoàn thành cắm mốc khoanh vùng bảo vệ, kiểm kê và lập hồ sơ khoa học theo chỉ tiêu được cấp có thẩm quyền giao. Đẩy nhanh đầu tư, nâng cấp hệ thống bảo tàng; ưu tiên Dự án bảo tồn tổng thể và đầu tư xây dựng Bảo tàng Cổ vật Cung đình Huế, có tổng mức đầu tư dự kiến 500 tỷ đồng; đồng thời phát triển trưng bày chuyên đề, bảo tàng số, giáo dục di sản, quà tặng và dịch vụ văn hóa trên cơ sở tôn trọng giá trị gốc, bảo đảm nguồn thu được quản lý, sử dụng đúng quy định và hỗ trợ trở lại cho bảo tồn.

Lựa chọn, nâng tầm các sản phẩm mang bản sắc Huế để hình thành chuỗi sản phẩm đặc trưng tổ chức thường niên, trọng tâm là các chương trình ban đêm tại không gian cung đình như Dạ yến Hoàng Cung[1], Show thực cảnh Ký ức Hoàng cung, Show Nhã nhạc - Âm nhạc Cung đình, trải nghiệm ẩm thực Cung đình và ẩm thực Huế. Phát triển các sản phẩm Đại Nội về đêm[2], dịch vụ thưởng trà, thuyền rồng trên sông Hương, Ca Huế và các chương trình biểu diễn định kỳ; kết nối Quần thể Di tích Cố đô Huế với hệ thống bảo tàng, nhà vườn, làng cổ, làng nghề, đầm phá, ven biển và vùng đồng bào dân tộc thiểu số. Triển khai Dự án chiếu sáng nghệ thuật bờ sông Hương phù hợp với cảnh quan đô thị di sản; phát triển vé điện tử, thuyết minh thông minh và các gói trải nghiệm liên hoàn nhằm gia tăng thời gian lưu trú, mức chi tiêu, doanh thu ngoài vé và sinh kế của cộng đồng.

2. Nghệ thuật biểu diễn

Triển khai Đề án "Tổ chức Festival Huế và các sự kiện văn hóa, thể thao có quy mô quốc gia, quốc tế tại thành phố Huế đến năm 2030"[3] như một đề án thành phần trực tiếp hỗ trợ phát triển nghệ thuật biểu diễn và các ngành công nghiệp văn hóa có liên quan. Phát triển Festival Huế theo mô hình tổ chức các hoạt động văn hóa, nghệ thuật và lễ hội diễn ra thường xuyên, liên tục trong năm; duy trì, nâng tầm các sự kiện đặc trưng của từng địa phương, các sự kiện điểm nhấn của Festival Huế và các sự kiện mang thương hiệu quốc gia, khu vực, quốc tế. Ban hành và công bố khung chương trình, lịch sự kiện văn hóa, thể thao thường niên cho cả giai đoạn 2026 - 2030 để doanh nghiệp lữ hành, đơn vị tổ chức, truyền thông và nhà tài trợ chủ động xây dựng sản phẩm, kế hoạch quảng bá và huy động nguồn lực.

Bảo tồn, phát huy và đổi mới phương thức trình diễn Nhã nhạc, Ca Huế, Tuồng Huế, Ca kịch Huế; kết hợp hài hòa chất liệu truyền thống với ngôn ngữ

---

[1] Trải nghiệm ẩm thực cung đình chuyên sâu, giới hạn số lượng khách tại không gian phù hợp; và trải nghiệm ẩm thực Huế phục vụ rộng rãi tại các cơ sở dịch vụ, nhà vườn, không gian văn hóa. Kết hợp giới thiệu nguồn gốc món ăn, nghệ thuật chế biến, nghi thức phục vụ và biểu diễn phù hợp; xây dựng tiêu chuẩn chất lượng, phương án giá, đặt chỗ và liên kết phân phối với doanh nghiệp lữ hành, cơ sở lưu trú.

2 Chuỗi sản phẩm du lịch trải nghiệm tại các quần thể di tích Cố đô Huế, các hoạt động về đêm tại khu Di sản Huế; không gian trải nghiệm văn hóa làng nghề, sản phẩm công nghệ số; hoạt động trải nghiệm chăm sóc sức khỏe Thái Y Viện triều Nguyễn; các hoạt động trải nghiệm với đời sống Hoàng Cung, thưởng trà sáng; các hoạt động trải nghiệm dâng hương, thực hành nghi lễ…

[3] Các sự kiện, hoạt động theo danh mục Đề án "Tổ chức Festival Huế và các sự kiện văn hóa, thể thao có quy mô quốc gia, quốc tế tại thành phố Huế đến năm 2030", trong đó chú trọng: xây dựng các sự kiện mang thương hiệu (IP) về lễ hội văn hoá như: Tuần lễ âm nhạc di sản quốc tế (Huế Wonderverse Music Fest); Tuần lễ Festival quốc tế Huế (Hue International Festival); chương trình Hoàng cung Huyền ảo; Lễ hội ánh sáng quốc tế (Hue International Light Festival); Chương trình nghệ thuật Countdown – Chào năm mới; Tuần lễ thời trang "Áo dài Huế"; các chương trình truyền hình thực tế đa nền tảng; các giải Marathon và giải thể thao hai môn phối hợp; Cuộc thi thuyền buồm quốc tế; Chương trình "Huế – Kinh đô Ẩm thực", các show thực cảnh; Liên hoan Trà quốc tế; chuỗi lễ hội, sự kiện văn hóa, nghệ thuật và thể thao vệ tinh tại các địa phương.

nghệ thuật đương đại, công nghệ trình diễn và các không gian di sản, bảo tàng, công cộng[4]. Tập trung duy trì, nâng tầm Tuần lễ Festival nghệ thuật quốc tế Huế, Tuần lễ Âm nhạc và Di sản Quốc tế Huế; phát triển Chương trình Hoàng Cung Huyền ảo kết hợp trình diễn 3D Mapping "Ký ức Cố đô" và các chương trình nghệ thuật thực cảnh, nghệ thuật đường phố có chất lượng cao. Nâng cao năng lực sản xuất, quản trị, bản quyền, tài trợ, quảng cáo và phân phối số; tăng tỷ lệ xã hội hóa, đồng thời bảo đảm chất lượng nghệ thuật, bản sắc Huế, an toàn di sản và quyền lợi của chủ thể di sản.

Khai thác khu vực sân khấu bờ sông Hương và không gian công viên Lê Lợi (khu vực tiếp giáp sân khấu) để hình thành các sản phẩm biểu diễn nghệ thuật, show thực cảnh, các show biểu diễn áo dài và các hoạt động biểu diễn khác phục vụ người dân và du khách vào ban đêm góp phần thúc đẩy phát triển các loại hình du lịch âm nhạc - sự kiện - thể thao và kinh tế đêm.

Bên cạnh các hoạt động, sự kiện và sản phẩm truyền thống, phát triển các chương trình âm nhạc, nghệ thuật và biểu diễn có sức hấp dẫn đối với giới trẻ; thường xuyên đổi mới nội dung, hình thức và nghệ sĩ tham gia, bám sát nhu cầu, thị hiếu công chúng. Tổ chức chương trình nghệ thuật Countdown - Chào năm mới và nghiên cứu hình thành chuỗi hoạt động nghệ thuật, giải trí cuối năm gắn với Festival Huế. Đối với chương trình, sự kiện diễn ra vào Quý IV hằng năm, phải xây dựng phương án cụ thể về không gian biểu diễn trong nhà hoặc địa điểm thay thế phù hợp để chủ động ứng phó thời tiết bất lợi, bảo đảm an toàn, chất lượng và hiệu quả tổ chức.

Phát triển các sản phẩm kết hợp nghệ thuật đương đại, thời trang và công nghệ số nhằm làm mới phương thức trình diễn, trưng bày và phát huy giá trị di sản; nghiên cứu ứng dụng trình diễn ánh sáng, 3D Mapping, nhạc nước, thiết bị bay không người lái và các công nghệ phù hợp để hình thành sản phẩm nghệ thuật mang thương hiệu Huế. Việc tổ chức phải tuân thủ quy định về di sản văn hóa, tài sản công, bảo vệ môi trường và an toàn kỹ thuật; kiểm soát quy mô khán giả, âm thanh, ánh sáng, tải trọng thiết bị tại không gian di tích; bảo đảm quyền tiếp cận không gian công cộng của người dân và hoàn trả mặt bằng sau sự kiện.

3. Thiết kế sáng tạo

Phát triển cụm ngành sáng tạo tích hợp thiết kế, thời trang, điện ảnh, mỹ thuật, nhiếp ảnh, triển lãm, ẩm thực và không gian sáng tạo. Tiếp tục phát huy thương hiệu Huế - Kinh đô Áo dài, gắn bảo tồn giá trị truyền thống với thiết kế sáng tạo, tổ chức sự kiện, trình diễn, sản xuất, quảng bá và thương mại hóa sản

---

[4] *Nghiên cứu xây dựng chuỗi chương trình diễn giải lịch sử, tái hiện nghi lễ và đời sống cung đình trên cơ sở tư liệu, như lễ đổi gác, thiết đại triều dịp Nguyên đán, lễ đăng quang, lễ chúc thọ, lễ Phất thức, lễ Thướng tiêu; nghiên cứu giới thiệu lễ Tế Giao, lễ Tế Xã Tắc bằng hình thức phù hợp. Việc lựa chọn nội dung, địa điểm và tần suất phải được thẩm định chuyên môn, phân biệt hoạt động nghi lễ với chương trình biểu diễn tái hiện, tôn trọng không gian tín ngưỡng và điều kiện bảo tồn. Kiến tạo chương trình thực cảnh theo mùa tại Cồn Dã Viên, kể chuyện lịch sử, văn hóa Huế bằng nghệ thuật và công nghệ trình diễn; tại Hổ Quyền, nghiên cứu diễn giải lịch sử đấu trường bằng biểu diễn, hình ảnh và công nghệ, không sử dụng hoạt động đấu thú thật.*

phẩm phù hợp với nhu cầu thị trường. Phát huy thương hiệu Huế - Kinh đô Ẩm thực; khuyến khích chuẩn hóa, đổi mới hình thức giới thiệu, phát triển các sản phẩm và không gian trải nghiệm ẩm thực gắn với du lịch, sự kiện, thương mại và truyền thông số[5]. Hoàn thiện hồ sơ tham gia Mạng lưới các Thành phố sáng tạo UNESCO trong lĩnh vực ẩm thực; xây dựng Huế trở thành Thành phố Nhiếp ảnh. Tổ chức định kỳ triển lãm mỹ thuật, nhiếp ảnh, trại sáng tác điêu khắc quốc tế; hình thành Khu Công nghiệp văn hóa và mạng lưới không gian sáng tạo, trưng bày, giao dịch tác phẩm. Hỗ trợ thiết kế sản phẩm, bao bì, nhận diện, bản quyền và thương mại hóa tác phẩm, dịch vụ sáng tạo.

Xây dựng Huế trở thành phim trường và thành phố nhiếp ảnh đặc trưng của Việt Nam; bên cạnh các địa điểm, không gian đã được các đoàn làm phim ghi hình tại Kinh thành Huế, tiếp tục rà soát, lựa chọn hệ thống không gian kiến trúc, di sản, cảnh quan thiên nhiên, làng nghề, đầm phá, ven biển, miền núi và không gian đô thị đặc trưng để hình thành nguồn bối cảnh đa dạng phục vụ sản xuất phim, truyền hình, đồng thời quảng bá hình ảnh Huế thông qua các tour nhiếp ảnh, trại sáng tác.

4. Sản phẩm công nghiệp văn hóa số

Phát triển công nghệ số, đổi mới sáng tạo và chuyển đổi số trong toàn bộ lĩnh vực văn hóa; chuẩn hóa, số hóa di sản, hiện vật, tác phẩm, dữ liệu lễ hội và tài nguyên sáng tạo. Xây dựng, phát triển Dữ liệu văn hóa số (Digital Cultural Assets) CSDL di sản, dữ liệu bảo tàng, dữ liệu lễ hội, dữ liệu Hán Nôm, dữ liệu nghệ thuật, bản đồ văn hóa, dữ liệu 3D, dữ liệu GIS, dữ liệu mở; Nội dung số (Digital Content) Phim, nhạc, sách điện tử, podcast, truyện tranh số, video, báo chí số, hoạt hình; Trò chơi và giải trí số (Interactive Entertainment) Video game, game lịch sử, Esports, trải nghiệm tương tác; Di sản số (Digital Heritage) Bảo tàng số, Digital Twin, số hóa hiện vật, triển lãm ảo, tham quan VR, lưu trữ số; Thiết kế và mỹ thuật số (Digital Design); Truyền thông và phát hành số OTT, nền tảng video, streaming, thư viện số, nền tảng xuất bản, podcast platform; Dịch vụ sáng tạo số AI sáng tạo; Sản phẩm giáo dục văn hóa số, bảo tàng học trực tuyến, học liệu số, thư viện học liệu mở…”[6].

---

[5] *Các sản phẩm kết hợp áo dài, cổ phục, nhiếp ảnh và kể chuyện di sản; không gian thưởng trà, trải nghiệm ẩm thực trong nhà vườn; chương trình giới thiệu món ăn Huế theo mùa, lớp thực hành chế biến và giao lưu với nghệ nhân, đầu bếp. Khuyến khích nâng chất lượng thiết kế thực đơn, phục vụ, vệ sinh, nguồn nguyên liệu và câu chuyện văn hóa để tạo sản phẩm có khả năng cạnh tranh, từng bước tiếp cận các hệ thống đánh giá ẩm thực uy tín. Lựa chọn sản phẩm sáng tạo tiêu biểu để phát triển nội dung, bộ nhận diện và quà tặng đồng bộ; xác định quyền đối với tác phẩm, thiết kế, nhãn hiệu mới và điều kiện khai thác chất liệu di sản.*

[6] *Ưu tiên sản phẩm có thể khai thác từ dữ liệu đã chuẩn hóa: hành trình khám phá di sản tương tác, học liệu lịch sử, trải nghiệm tái hiện nghi lễ bằng AR/VR, nội dung nghe nhìn đa ngôn ngữ và bộ quà tặng số. Liên kết nội dung của chương trình biểu diễn, ẩm thực, áo dài và làng nghề để phát triển sản phẩm phái sinh, cấp phép khai thác theo phạm vi quyền đã xác định; hình ảnh phục dựng bằng AI phải được nhận diện rõ là minh họa và kiểm chứng nội dung trước khi sử dụng.*

5. Thủ công mỹ nghệ

Bảo tồn và phát triển làng nghề truyền thống, sản phẩm OCOP và văn hóa các dân tộc miền núi; ưu tiên các nghề và chất liệu đặc trưng như dệt Dèng, đúc đồng, nón lá, hoa giấy Thanh Tiên, tranh làng Sình, mộc, pháp lam, thêu, đan lát và sản phẩm từ vật liệu bản địa. Kết nối nghệ nhân với nhà thiết kế, doanh nghiệp và thị trường; đổi mới mẫu mã, nâng tiêu chuẩn chất lượng, truy xuất nguồn gốc, bảo hộ nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý. Phát triển không gian trình diễn, trải nghiệm nghề, quà tặng văn hóa, thương mại điện tử và xuất khẩu; gắn bảo tồn tri thức bản địa với sinh kế bền vững cho cộng đồng[7].

6. Truyền hình và phát thanh, xuất bản, quảng cáo

Phát triển báo chí, phát thanh, truyền hình theo hướng đa nền tảng, sản xuất và phân phối nội dung về văn hóa Huế bằng nhiều ngôn ngữ; nâng cao chất lượng chương trình giải trí, phim tài liệu, podcast, sách ảnh, xuất bản phẩm điện tử và cơ sở dữ liệu xuất bản. Đổi mới ngành quảng cáo theo hướng sáng tạo, số hóa, văn minh, tuân thủ quy hoạch và bảo vệ cảnh quan đô thị di sản; ứng dụng AI và dữ liệu trong đo lường, phân phối nội dung quảng cáo. Tăng cường liên kết giữa cơ quan báo chí, nhà xuất bản, doanh nghiệp quảng cáo, đơn vị văn hóa và nền tảng số để hình thành chuỗi truyền thông - quảng bá - tiêu thụ sản phẩm công nghiệp văn hóa Huế.

V. ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN THEO KHÔNG GIAN

Phát triển sản phẩm công nghiệp văn hóa theo nguyên tắc phân tầng không gian và cường độ khai thác. Khu vực lõi di sản ưu tiên các sản phẩm có chiều sâu, quy mô phù hợp, bảo đảm tính xác thực, sự tĩnh lặng và sức chứa của di sản; khu vực đô thị, vùng đệm và các tuyến kinh tế đêm ưu tiên sản phẩm sáng tạo, tương tác, nghệ thuật đương đại và hoạt động đại chúng; khu vực làng nghề, nông thôn, đầm phá, ven biển và miền núi ưu tiên du lịch trải nghiệm, sản xuất thủ công, văn hóa cộng đồng, sinh thái và sinh kế bản địa.

Không gian trung tâm đô thị - di sản: Kinh thành Huế, hệ thống bảo tàng, thiết chế văn hóa, hai bờ sông Hương, công viên và quảng trường; tập trung du lịch văn hóa, nghệ thuật biểu diễn, Festival, điện ảnh, triển lãm, không gian trải nghiệm văn hóa, kinh tế đêm và Dự án chiếu sáng nghệ thuật kinh thành Huế và hai bờ sông Hương. Khu vực lõi di sản và vùng đệm ưu tiên nghi lễ, nghệ thuật truyền thống, chương trình hàn lâm và trình diễn công nghệ phù hợp, kiểm soát nghiêm quy mô khán giả, âm thanh, ánh sáng và tải trọng thiết bị. Không gian công cộng trung tâm dành cho sự kiện đại chúng, nghệ thuật đương đại và hoạt động cộng đồng; bảo đảm quyền tiếp cận của người dân, hạn chế chiếm dụng kéo dài và hoàn trả mặt bằng sau sự kiện.

---

[7] *Mở tuyến trải nghiệm hoa giấy Thanh Tiên, tranh làng Sình, gốm Phước Tích, mây tre Bao La, đúc đồng, pháp lam và nón bài thơ; kết hợp quan sát nghệ nhân, thực hành chế tác, tìm hiểu công năng văn hóa và mua sản phẩm. Phát triển bộ quà tặng gắn với câu chuyện từng nghề, liên kết đặt hàng giữa nghệ nhân, nhà thiết kế và doanh nghiệp; điều chỉnh quy mô đón khách theo điều kiện sản xuất và sinh hoạt của cộng đồng.*

Song hành với các dự án dẫn dắt nêu trên, cần triển khai nghiên cứu hai địa điểm kêu gọi đầu tư bổ sung: khu nhà máy xi măng Long Thọ cũ, định hướng tổ hợp công nghiệp văn hóa, sáng tạo và kinh tế đêm trên cơ sở đánh giá, gìn giữ các dấu tích công nghiệp có giá trị; khu vực Hồ Thủy Tiên, định hướng công viên chủ đề văn hóa, di sản kết hợp cảnh quan sinh thái, trải nghiệm, nhà hát và dịch vụ phụ trợ.

Không gian làng nghề, nông thôn và miền núi: phát triển thủ công mỹ nghệ, OCOP, văn hóa cộng đồng, dệt Dèng, du lịch trải nghiệm và thiết kế sản phẩm tại các làng nghề, làng cổ và khu vực A Lưới.

Không gian đầm phá - ven biển và phía Nam thành phố: Tam Giang - Cầu Hai, Thuận An, Chân Mây - Lăng Cô, Bạch Mã; phát triển sản phẩm văn hóa bản địa, ẩm thực, sự kiện, điện ảnh, giải trí và dịch vụ văn hóa gắn với du lịch xanh.

Không gian sự kiện được quản trị theo sức chứa và đặc điểm từng khu vực; các hoạt động tại di tích, vùng đệm và không gian gắn với di sản phi vật thể phải đánh giá tác động di sản, môi trường và xã hội; tham vấn cơ quan chuyên môn, nghệ nhân và cộng đồng chủ thể. Sự kiện quy mô lớn thực hiện tiêu chí sự kiện xanh, kiểm soát tiếng ồn, ánh sáng, rác thải, nhựa dùng một lần, giao thông và an toàn; thiết lập kênh tiếp nhận phản ánh của cộng đồng trong suốt quá trình tổ chức.

Không gian số: phát triển cơ sở dữ liệu dùng chung, bản đồ văn hóa, bảo tàng và triển lãm số, nền tảng nội dung và thương mại điện tử kết nối toàn thành phố với thị trường trong nước, quốc tế. Phát huy vai trò của Trung tâm dữ liệu số tại Khu A - Đô thị mới An Vân Dương; Khu công nghệ số tập trung và khu công nghệ, sản xuất phần mềm tại phường Vỹ Dạ; các trung tâm phát triển dịch vụ công nghệ thông tin tại phường Thanh Thủy như hạ tầng hỗ trợ phát triển sản phẩm công nghiệp văn hóa số, đào tạo nhân lực, ươm tạo doanh nghiệp và phân phối nội dung.

Phần thứ ba
NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP

Để thực hiện các mục tiêu và định hướng phát triển công nghiệp văn hóa đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045, thành phố tập trung triển khai đồng bộ các nhóm nhiệm vụ và giải pháp sau:

I. HOÀN THIỆN THỂ CHẾ, CƠ CHẾ, CHÍNH SÁCH

Tiếp tục rà soát, hoàn thiện hệ thống cơ chế, chính sách nhằm tạo môi trường thuận lợi để phát triển các ngành công nghiệp văn hóa; bảo đảm thống nhất giữa bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa với phát triển kinh tế, du lịch, khoa học công nghệ và chuyển đổi số. Sau khi Luật Phát triển công nghiệp văn hóa và các văn bản hướng dẫn liên quan có hiệu lực, nghiên cứu triển khai thêm các nội dung được pháp luật cho phép, triển khai thí điểm có kiểm soát các nội dung chưa được quy định cụ thể.

Lồng ghép các mục tiêu phát triển công nghiệp văn hóa vào quy hoạch, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội, quy hoạch đô thị, quy hoạch sử dụng đất, quy hoạch phát triển du lịch và các chương trình, đề án chuyên ngành.

Nghiên cứu ban hành các cơ chế đặc thù nhằm khuyến khích phát triển doanh nghiệp công nghiệp văn hóa; thúc đẩy hợp tác công tư; khuyến khích xã hội hóa đầu tư; hỗ trợ phát triển sản phẩm văn hóa mới, không gian sáng tạo và các ngành công nghiệp văn hóa có lợi thế. Ưu tiên hoàn thiện cơ chế đặt hàng, đấu thầu hoặc tuyển chọn sản phẩm sáng tạo; khai thác, cho thuê, liên doanh, liên kết tài sản công theo quy định; hỗ trợ ươm tạo, thiết kế, tiêu chuẩn hóa, bảo hộ sở hữu trí tuệ và xúc tiến thị trường. Đối với hạ tầng, không gian sáng tạo và dịch vụ có khả năng thu hồi vốn, nghiên cứu áp dụng hình thức hợp tác công tư phù hợp; trường hợp vượt thẩm quyền, tổng hợp, đánh giá tác động và báo cáo cấp có thẩm quyền xem xét, bảo đảm công khai, cạnh tranh và không bao cấp dàn trải.

Nghiên cứu cơ chế quản trị di sản theo hướng đặt hàng nhiệm vụ công, hợp tác công tư và liên doanh, liên kết theo quy định; xây dựng cơ chế chia sẻ lợi ích hài hòa giữa Nhà nước, đơn vị quản lý di sản, doanh nghiệp và cộng đồng. Việc khai thác không gian, hình ảnh, dữ liệu và tài sản thuộc di tích phải được thẩm định về tác động di sản, bảo đảm công khai, minh bạch, không làm tổn hại giá trị nổi bật toàn cầu, tính xác thực, tính toàn vẹn và cảnh quan của Quần thể Di tích Cố đô Huế.

Cụ thể hóa cơ chế cộng đồng tham gia và hưởng lợi trong từng chương trình, dự án công nghiệp văn hóa. Khuyến khích ưu tiên sử dụng lao động, nghệ nhân, hộ kinh doanh và nguồn cung tại chỗ; phát triển hợp tác xã, tổ hợp tác dịch vụ tại làng nghề và địa bàn triển khai dự án; đào tạo người dân tham gia hướng dẫn trải nghiệm, biểu diễn cộng đồng, cung ứng ẩm thực, sản phẩm thủ công và dịch vụ phụ trợ. Khi lựa chọn nhà đầu tư, đơn vị vận hành, xem xét phương án tạo việc làm, đào tạo nghề, sử dụng sản phẩm địa phương, bảo vệ môi trường và chia sẻ lợi ích với cộng đồng; thực hiện tham vấn cộng đồng đối với dự án tác động trực tiếp đến không gian sống, sinh kế hoặc thực hành di sản.

Đẩy mạnh cải cách thủ tục hành chính; nâng cao hiệu quả phối hợp liên ngành; tăng cường phân cấp, phân quyền gắn với trách nhiệm của các cơ quan, địa phương trong quản lý và phát triển công nghiệp văn hóa.

II. PHÁT TRIỂN HỆ SINH THÁI DOANH NGHIỆP CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA

Khuyến khích hình thành và phát triển các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa; ưu tiên các lĩnh vực có lợi thế cạnh tranh như du lịch văn hóa, nghệ thuật biểu diễn, điện ảnh, truyền thông, thiết kế sáng tạo, nội dung số, thủ công mỹ nghệ và các ngành dịch vụ văn hóa. Dành một số vị trí tài sản công sau sắp xếp để thí điểm hình thành các cụm không gian sáng tạo về văn hóa.

Hỗ trợ doanh nghiệp đổi mới sáng tạo, ứng dụng khoa học công nghệ, chuyển đổi số, xây dựng thương hiệu và mở rộng thị trường; khuyến khích phát triển doanh nghiệp khởi nghiệp sáng tạo trong lĩnh vực văn hóa.

Tăng cường liên kết giữa doanh nghiệp với nghệ sĩ, nghệ nhân, cơ sở đào tạo, viện nghiên cứu và các tổ chức nghề nghiệp nhằm hình thành chuỗi giá trị công nghiệp văn hóa.

Nghiên cứu hình thành không gian sáng tạo, phát triển công nghiệp văn hóa trên cơ sở phát huy giá trị các công trình hiện có của Nhà máy xi măng Long Thọ cũ, kết hợp bố trí các không gian biểu diễn, sáng tạo nội dung số, văn hóa ẩm thực, làng nghề và các hoạt động phù hợp khác.

Nghiên cứu hình thành không gian công nghiệp văn hóa theo phương án kết nối khu vực Đồn Mang Cá - Mang Cá nhỏ nhằm đảm bảo phát huy, khai thác hiệu quả quỹ đất.

Nghiên cứu hình thành công viên văn hóa đa chức năng tại khu đô thị mới An Vân Dương.

Tổ chức liên kết theo mô hình "bốn nhà": Nhà nước kiến tạo thể chế, quy hoạch, đầu tư hạ tầng nền tảng, đặt hàng và giám sát bảo tồn; Nhà doanh nghiệp đầu tư, tổ chức sản xuất, vận hành, thương mại hóa và mở rộng thị trường; Nhà sáng tạo, cơ sở đào tạo và nghiên cứu thực hiện sáng tác, thiết kế, ứng dụng công nghệ và đào tạo nhân lực; cộng đồng và nghệ nhân bảo đảm tính xác thực, trao truyền di sản, trực tiếp tham gia sản xuất và thụ hưởng thành quả phát triển.

Thu hút các tập đoàn, doanh nghiệp lớn đầu tư vào các dự án công nghiệp văn hóa, các trung tâm biểu diễn, không gian sáng tạo, phim trường, trung tâm hội nghị, triển lãm và các dự án dịch vụ văn hóa quy mô lớn.

III. PHÁT TRIỂN NGUỒN NHÂN LỰC VÀ CỘNG ĐỒNG SÁNG TẠO

Đổi mới công tác đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực đáp ứng yêu cầu phát triển công nghiệp văn hóa trong bối cảnh chuyển đổi số và hội nhập quốc tế.

Ưu tiên đào tạo đội ngũ quản trị văn hóa, doanh nhân văn hóa, nhà thiết kế, chuyên gia truyền thông, sản xuất nội dung số, quản trị sự kiện, quản trị bản quyền và thương mại hóa sản phẩm văn hóa.

Có chính sách hỗ trợ, tôn vinh, đãi ngộ nghệ nhân, văn nghệ sĩ, chuyên gia, nhà khoa học và lực lượng sáng tạo trẻ; khuyến khích hình thành cộng đồng sáng tạo trong các lĩnh vực nghệ thuật, thiết kế, điện ảnh, truyền thông và công nghệ.

Đẩy mạnh hợp tác giữa các cơ sở đào tạo, doanh nghiệp và cơ quan quản lý nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và gắn đào tạo với nhu cầu thị trường. Ưu tiên người dân tại địa bàn triển khai dự án và các làng nghề; tổ chức đào tạo theo nhu cầu tuyển dụng, đơn đặt hàng của doanh nghiệp đối với hướng dẫn trải nghiệm, biểu diễn, chế tác, phục vụ ẩm thực, bán hàng và vận hành không gian sáng tạo. Gắn thực hành với sản phẩm cụ thể; theo dõi khả năng có việc làm, tham gia chuỗi cung ứng và cải thiện thu nhập sau đào tạo.

IV. ĐẨY MẠNH CHUYỂN ĐỔI SỐ, KHOA HỌC CÔNG NGHỆ VÀ ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu số về di sản, lễ hội, nghệ thuật biểu diễn, làng nghề, áo dài, ẩm thực và các ngành công nghiệp văn hóa; kết nối với Cổng dữ liệu mở, Nền tảng số hóa dùng chung, Nền tảng chia sẻ, liên thông dữ liệu và Trung tâm dữ liệu thành phố. Ưu tiên bố trí, lồng ghép nguồn lực cho các nhiệm vụ trực tiếp như số hóa cổ vật thuộc Bảo tàng Cổ vật Cung đình Huế, xây dựng kho dữ liệu di sản và phát triển sản phẩm số.

Ứng dụng trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn, công nghệ 3D, thực tế ảo, thực tế tăng cường và các công nghệ số trong bảo tồn, quản lý, quảng bá và phát triển các sản phẩm văn hóa.

Khuyến khích phát triển các sản phẩm văn hóa số, bảo tàng số, triển lãm số, trò chơi số, phim hoạt hình, nền tảng truyền thông số và các sản phẩm sáng tạo ứng dụng công nghệ mới.

Kết nối với Trung tâm Khởi nghiệp Đổi mới sáng tạo, Khu công nghệ số tập trung tại phường Vỹ Dạ, các trung tâm phát triển dịch vụ công nghệ thông tin tại phường Thanh Thủy và mạng lưới không gian sáng tạo, nhằm tạo môi trường hợp tác giữa doanh nghiệp, nghệ sĩ, nhà thiết kế, cơ sở đào tạo, nhà đầu tư và cộng đồng sáng tạo.

V. PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG, XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU, TRUYỀN THÔNG VÀ XÚC TIẾN ĐẦU TƯ

Đẩy mạnh xây dựng và phát triển thương hiệu các sản phẩm công nghiệp văn hóa Huế trên cơ sở phát huy các giá trị đặc trưng về di sản văn hóa, Festival Huế, áo dài, ẩm thực, nghệ thuật biểu diễn, làng nghề truyền thống và cảnh quan đặc sắc của địa phương. Gắn nhận diện thương hiệu công nghiệp văn hóa với thương hiệu điểm đến Huế, đồng thời xây dựng tiêu chí chất lượng và cơ chế bảo hộ riêng cho từng dòng sản phẩm.

Tăng cường xúc tiến thương mại, xúc tiến đầu tư và phát triển thị trường đối với các sản phẩm công nghiệp văn hóa thông qua các hội chợ, triển lãm, Festival Huế, các nền tảng số và các hoạt động hợp tác trong nước, quốc tế; khuyến khích phát triển thương mại điện tử, mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm văn hóa; thúc đẩy liên kết giữa doanh nghiệp công nghiệp văn hóa với doanh nghiệp du lịch, thương mại và dịch vụ nhằm hình thành chuỗi giá trị và chuỗi sản phẩm liên ngành. Ưu tiên đưa sản phẩm văn hóa vào hệ thống tour, tuyến, cơ sở lưu trú, điểm đến, trung tâm thông tin du lịch, sàn thương mại điện tử và nền tảng đặt dịch vụ để mở rộng kênh phân phối trực tiếp đến khách hàng trong nước và quốc tế.

Xây dựng bộ tiêu chí nhận diện và đánh giá sản phẩm công nghiệp văn hóa tiêu biểu của Huế trên cơ sở bản sắc, tính sáng tạo, chất lượng thiết kế, khả năng thương mại hóa, sở hữu trí tuệ, ứng dụng công nghệ, hiệu quả kinh tế, tác động xã hội, môi trường và đóng góp cho bảo tồn. Sản phẩm đáp ứng tiêu chí được ưu tiên giới thiệu trong Festival, hội chợ, triển lãm, chương trình xúc tiến; kết nối với tour, tuyến, cơ sở lưu trú, điểm đến, sàn thương mại điện tử và được hỗ trợ thiết kế, bảo hộ sở hữu trí tuệ, quảng bá theo quy định.

Thiết kế các gói trải nghiệm theo thời lượng, nhóm khách và nhu cầu, kết nối tham quan ban ngày với biểu diễn, ẩm thực, thưởng trà, làng nghề và mua sắm buổi tối. Công bố lịch hoạt động, thời lượng, giá, điều kiện đặt chỗ và phương án thay thế khi thời tiết bất lợi; hỗ trợ đặt vé, thanh toán và thông tin đa

ngôn ngữ. Khảo sát mức chi tiêu cho trải nghiệm văn hóa, tỷ lệ mua thêm dịch vụ, mức độ hài lòng và khả năng quay trở lại để điều chỉnh sản phẩm.

Phát triển Festival Huế theo mô hình chuỗi giá trị sự kiện, gắn nội dung sáng tạo với tour tuyến, lưu trú, ẩm thực, vận tải, mua sắm, làng nghề và kinh tế đêm. Xây dựng phương án doanh thu cho từng sự kiện từ bán vé, bản quyền truyền hình và phát trực tuyến, tài trợ, quảng cáo, gian hàng, nhượng quyền, sản phẩm lưu niệm và nội dung số; công khai quyền lợi nhà tài trợ, khuyến khích doanh nghiệp cam kết đồng hành từ 3-5 năm và từng bước chuyển các sự kiện có khả năng thương mại sang cơ chế tự chủ.

Xây dựng bộ nhận diện thống nhất cho Festival Huế và hệ thống thông tin sự kiện đa ngôn ngữ; tích hợp lịch sự kiện, bản đồ, đặt vé, thanh toán không dùng tiền mặt, gợi ý hành trình và trải nghiệm số. Áp dụng bộ chỉ số đánh giá từng sự kiện gồm: lượng khách và cơ cấu khách; doanh thu trực tiếp, doanh thu dịch vụ liên quan; tỷ lệ xã hội hóa; doanh thu vé, bản quyền và tài trợ; độ phủ truyền thông; việc làm; mức độ hài lòng của người dân, du khách; tác động đến di sản và môi trường. Sự kiện không đạt hiệu quả hoặc gây tác động tiêu cực phải được điều chỉnh quy mô, mô hình hoặc đưa ra khỏi danh mục ưu tiên.

Đẩy mạnh truyền thông về phát triển công nghiệp văn hóa theo hướng đồng bộ, chuyên nghiệp, hiện đại; tăng cường ứng dụng công nghệ số, trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn và các nền tảng truyền thông số nhằm nâng cao hiệu quả truyền thông, xây dựng thương hiệu và mở rộng thị trường cho các sản phẩm công nghiệp văn hóa của thành phố.

Tăng cường hợp tác với các cơ quan báo chí, các doanh nghiệp truyền thông, doanh nghiệp công nghệ, các nền tảng số và các tổ chức truyền thông trong nước, quốc tế nhằm lan tỏa các giá trị văn hóa Huế; hỗ trợ phát triển thị trường, thu hút đầu tư và mở rộng hợp tác quốc tế trong lĩnh vực công nghiệp văn hóa.

Xây dựng và triển khai các chương trình truyền thông chuyên đề về công nghiệp văn hóa; đẩy mạnh truyền thông trên không gian mạng, truyền thông đối ngoại và các nền tảng số đa ngôn ngữ; ưu tiên giới thiệu các sản phẩm, dịch vụ công nghiệp văn hóa, các thương hiệu văn hóa đặc trưng, các sự kiện Festival Huế, môi trường sáng tạo và cơ hội đầu tư của thành phố đến các thị trường trọng điểm trong nước và quốc tế.

Khuyến khích biên soạn, xuất bản các ấn phẩm, sách ảnh, phim tài liệu, phim quảng bá, tác phẩm văn học nghệ thuật, sản phẩm lưu niệm, quà tặng văn hóa và các sản phẩm sáng tạo mang bản sắc Huế; xây dựng hệ thống nhận diện thương hiệu cho các sản phẩm công nghiệp văn hóa nhằm nâng cao giá trị thương hiệu, mở rộng thị trường và quảng bá hình ảnh thành phố Huế.

VI. HUY ĐỘNG VÀ PHÁT HUY NGUỒN LỰC PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA

Phát triển các ngành công nghiệp văn hóa được bảo đảm bằng việc huy động tổng hợp các nguồn lực. Ngân sách nhà nước giữ vai trò vốn mồi, tập trung đầu tư hạ tầng nền tảng, hỗ trợ ban đầu cho các sản phẩm, dự án trọng điểm và các nhiệm vụ có tính nền tảng, liên ngành, khả năng lan tỏa. Việc huy động, phân bổ và sử dụng nguồn lực phải bảo đảm công khai, minh bạch, hiệu quả, đúng quy định; tránh trùng lặp giữa Đề án này với Chương trình mục tiêu quốc gia về văn hóa, kế hoạch đầu tư công và các chương trình, đề án, dự án khác.

Kinh phí, cơ cấu nguồn vốn và phương thức đầu tư của từng nhiệm vụ, dự án được xác định trong quá trình lập, thẩm định và phê duyệt hồ sơ theo quy định của pháp luật, phù hợp với khả năng cân đối nguồn lực trong từng thời kỳ.

1. Ngân sách địa phương

Bố trí trong dự toán chi thường xuyên, chi đầu tư phát triển, kế hoạch đầu tư công trung hạn và hằng năm của thành phố; ưu tiên công tác chuẩn bị đầu tư, bố trí vốn đối ứng, bảo tồn di sản cấp thiết, phát triển hạ tầng số, thiết chế văn hóa, đào tạo nguồn nhân lực, đặt hàng sáng tạo và thực hiện các nhiệm vụ quản lý nhà nước.

2. Ngân sách Trung ương

Chủ động tranh thủ nguồn lực từ Chương trình mục tiêu quốc gia về văn hóa; các chương trình, nhiệm vụ về khoa học và công nghệ, chuyển đổi số, và các chương trình hỗ trợ địa phương của Trung ương.

3. Nguồn lực từ doanh nghiệp, xã hội hóa và hợp tác công tư

Khuyến khích các nhà đầu tư, doanh nghiệp có năng lực, kinh nghiệm tham gia đầu tư, tổ chức, truyền thông, bán vé, thu phí dịch vụ và vận hành các chương trình, sản phẩm có khả năng thương mại hóa; huy động nguồn tài trợ gắn với quyền lợi quảng bá, giới thiệu sản phẩm; phát triển các hình thức hợp tác công tư, liên doanh, liên kết, khai thác tài sản công và huy động các nguồn lực hợp pháp khác theo quy định.

Các dự án, nhiệm vụ có khả năng huy động nguồn lực ngoài ngân sách được rà soát, tổng hợp vào danh mục kêu gọi đầu tư, xã hội hóa kèm theo Đề án; trong đó ưu tiên các sản phẩm, dịch vụ có khả năng thương mại hóa và có sự tham gia tổ chức, quản lý, vận hành của doanh nghiệp.

4. Nguồn vốn ODA, viện trợ không hoàn lại và nguồn lực quốc tế

Chủ động xây dựng danh mục chương trình, dự án hợp tác với UNESCO, các tổ chức quốc tế, cơ quan phát triển, quỹ văn hóa, đại sứ quán, thành phố kết nghĩa và mạng lưới các thành phố sáng tạo; ưu tiên các lĩnh vực bảo tồn và phát huy giá trị di sản, chuyển đổi số, đào tạo nguồn nhân lực, phát triển cộng đồng sáng tạo, tăng trưởng xanh và nâng cao năng lực quản trị.

5. Các nguồn hợp pháp khác

Huy động nguồn thu sự nghiệp, phí tham quan, nguồn thu từ khai thác tài sản công, bản quyền, tài trợ sự kiện, quỹ phát triển hoạt động sự nghiệp, quỹ

phát triển khoa học và công nghệ của doanh nghiệp, tín dụng ưu đãi, quỹ đầu tư và các nguồn hợp pháp khác theo quy định.

Tổng kinh phí thực hiện Đề án được xác định trên cơ sở danh mục nhiệm vụ, dự án được cấp có thẩm quyền phê duyệt; phân định theo nguồn ngân sách Trung ương, ngân sách địa phương, Chương trình mục tiêu quốc gia, nguồn xã hội hóa và các nguồn hợp pháp khác; đồng thời được bố trí phù hợp với tiến độ, khả năng cân đối và phân kỳ thực hiện.

VII. HỢP TÁC QUỐC TẾ VÀ LIÊN KẾT VÙNG

Đẩy mạnh hợp tác với các địa phương, trung tâm văn hóa lớn trong nước nhằm xây dựng chuỗi sản phẩm, chuỗi sự kiện và các chương trình xúc tiến, quảng bá chung; tăng cường liên kết với các tỉnh, thành phố khu vực miền Trung trong phát triển du lịch văn hóa, Festival, điện ảnh, nghệ thuật biểu diễn và các hoạt động sáng tạo.

Mở rộng hợp tác với UNESCO, các cơ quan đại diện ngoại giao, các tổ chức quốc tế, các quỹ phát triển văn hóa, các hiệp hội nghề nghiệp và các thành phố sáng tạo trên thế giới nhằm trao đổi kinh nghiệm, nâng cao năng lực quản lý, thu hút đầu tư và quảng bá hình ảnh Huế.

Chủ động đăng cai, tổ chức các Festival, liên hoan, triển lãm, hội nghị, hội thảo và các sự kiện văn hóa, nghệ thuật mang tầm khu vực và quốc tế; tạo điều kiện để các nghệ sĩ, doanh nghiệp và tổ chức văn hóa của Huế tham gia các hoạt động giao lưu, hợp tác quốc tế, từng bước mở rộng thị trường cho các sản phẩm công nghiệp văn hóa.

Khuyến khích hợp tác trong nghiên cứu, đào tạo, chuyển giao công nghệ, bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, phát triển nội dung số, điện ảnh và truyền thông quốc tế nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của các ngành công nghiệp văn hóa thành phố.

VIII. XÂY DỰNG HỆ THỐNG THEO DÕI, ĐÁNH GIÁ VÀ THỐNG KÊ

Xây dựng bộ chỉ tiêu theo dõi, đánh giá kết quả phát triển các ngành công nghiệp văn hóa phù hợp với hệ thống chỉ tiêu thống kê quốc gia và điều kiện thực tiễn của thành phố.

Giao Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch chủ trì xác định phạm vi hoạt động và nhu cầu thông tin; phối hợp với cơ quan thống kê, Sở Tài chính, Sở Khoa học và Công nghệ, cơ quan thuế, các sở quản lý chuyên ngành, UBND các xã, phường và các tổ chức nghề nghiệp tổ chức thu thập, chuẩn hóa, chia sẻ dữ liệu. Trước khi có số liệu chính thức, sử dụng bộ chỉ báo tạm thời gồm khách và doanh thu tham quan di tích; lượng khách và tổng thu du lịch; doanh thu lưu trú - ăn uống, lữ hành; số sự kiện, lượt khán giả và doanh thu vé; số sản phẩm OCOP, cơ sở thủ công mỹ nghệ; số sản phẩm số; doanh nghiệp, lao động và nguồn lực đầu tư có liên quan, kèm thuyết minh rõ phạm vi và giới hạn sử dụng.

Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số trong thu thập, tổng hợp, phân tích và chia sẻ dữ liệu; nâng cao chất lượng công tác dự báo, đánh giá và xây dựng chính sách phát triển công nghiệp văn hóa.

Hằng năm tổ chức sơ kết, đánh giá kết quả thực hiện; giữa kỳ tiến hành đánh giá toàn diện việc triển khai Đề án để kịp thời điều chỉnh các mục tiêu, nhiệm vụ và giải pháp phù hợp với tình hình thực tiễn; tổng kết Đề án vào năm 2030 làm cơ sở xây dựng định hướng phát triển giai đoạn tiếp theo.

IX. DANH MỤC NHIỆM VỤ TRỌNG TÂM

Đề án phát triển các ngành công nghiệp văn hóa đề xuất một số dự án, nhiệm vụ về phát triển công nghiệp văn hóa quan trọng mang tính dẫn dắt, lan tỏa để triển khai thực hiện.

Trong đó, tập trung thực hiện các thủ tục xây dựng, triển khai đối với 03 dự án quan trọng, mang tính dẫn dắt:

1. Dự án thí điểm công nghiệp văn hóa và khai thác giá trị di sản tại Quần thể di tích Cố đô Huế.

2. Dự án Trung tâm Dữ liệu số tại Khu đất ký hiệu TM-DV8, Khu A - Khu đô thị mới An Vân Dương, Phường Vỹ Dạ (Trung tâm Đổi mới Sáng tạo và Công nghiệp Văn hoá - Hue Innovation Complex).

3. Dự án Xây dựng thành phố Huế văn hóa và du lịch thông minh (Khu phức hợp văn hóa Cồn Dã Viên).

Song hành với 03 dự án dẫn dắt, tổ chức nghiên cứu các dự án kêu gọi đầu tư hình thành các Tổ hợp công nghiệp văn hóa, sáng tạo và kinh tế đêm trong giai đoạn 2026-2030:

- Khu đất nhà máy xi măng Long Thọ cũ.
- Khu vực Đồn Mang Cá - Mang Cá nhỏ.
- Khu vực Công viên "Hà Nội - Huế - Sài Gòn".

Triển khai các nhiệm vụ cụ thể của Đề án Tổ chức Festival Huế và các sự kiện văn hóa, thể thao có quy mô quốc gia, quốc tế tại thành phố Huế đến năm 2030, các kế hoạch và các Đề án có liên quan đến các ngành công nghiệp văn hóa được tổ chức thực hiện theo các Quyết định đã được phê duyệt.

(Phụ lục nhiệm vụ kèm theo)

Trong quá trình thực hiện, căn cứ yêu cầu phát triển, kết quả đánh giá hằng năm và khả năng cân đối nguồn lực, các cơ quan, đơn vị chủ động đề xuất điều chỉnh, bổ sung danh mục nhiệm vụ. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tổng hợp, phối hợp với các cơ quan liên quan tham mưu UBND thành phố xem xét, quyết định theo thẩm quyền.

Phần thứ tư
TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

Là cơ quan thường trực, chủ trì tham mưu UBND thành phố tổ chức triển khai thực hiện Đề án; hướng dẫn, kiểm tra, đôn đốc, tổng hợp tình hình thực hiện; định kỳ sơ kết, tổng kết, đánh giá kết quả và đề xuất điều chỉnh, bổ sung các nhiệm vụ, giải pháp phù hợp với yêu cầu phát triển.

Chủ trì xây dựng các chương trình, đề án, kế hoạch chuyên ngành; phối hợp với các sở, ban, ngành, địa phương triển khai các nhiệm vụ thuộc lĩnh vực công nghiệp văn hóa; tham mưu huy động các nguồn lực xã hội, nguồn lực quốc tế phục vụ phát triển công nghiệp văn hóa.

Chủ trì, phối hợp với các cơ quan, đơn vị liên quan xây dựng phương án hình thành các sản phẩm biểu diễn nghệ thuật, show thực cảnh, các show biểu diễn áo dài và các hoạt động biểu diễn khác phục vụ người dân và du khách vào ban đêm tại khu vực sân khấu bờ sông Hương và không gian công viên Lê Lợi (khu vực tiếp giáp sân khấu).

Chủ trì lồng ghép, kết nối sản phẩm công nghiệp văn hóa với quy hoạch, kế hoạch, chương trình xúc tiến và hệ thống tour, tuyến; phối hợp xây dựng tiêu chí sản phẩm du lịch văn hóa; phối hợp cung cấp dữ liệu khách, chi tiêu, lưu trú và đánh giá hiệu quả khai thác thị trường du lịch đối với các sản phẩm công nghiệp văn hóa.

2. Sở Tài chính

Trên cơ sở đề xuất kinh phí thực hiện các nội dung thuộc Đề án và khả năng cân đối ngân sách của địa phương, phối hợp với các cơ quan có liên quan rà soát, tham mưu UBND thành phố bố trí kinh phí thực hiện Đề án theo Luật Ngân sách nhà nước, Luật Đầu tư công và các quy định pháp luật khác có liên quan.

Phối hợp huy động, lồng ghép các nguồn vốn hợp pháp khác để thực hiện Đề án theo quy định.

3. Sở Khoa học và Công nghệ

Chủ trì các nhiệm vụ về hạ tầng dữ liệu, nền tảng số, đổi mới sáng tạo và sở hữu trí tuệ; phối hợp chuẩn hóa, kết nối và khai thác dữ liệu phục vụ phát triển sản phẩm, doanh nghiệp và đánh giá kết quả Đề án.

Làm chủ đầu tư Dự án số hóa di sản do Bộ Khoa học và Công nghệ bố trí cho thành phố; phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Trung tâm Bảo tồn Di tích Cố đô Huế triển khai theo quy định.

4.Trung tâm Bảo tồn Di tích Cố đô Huế

Chủ trì, phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Sở Khoa học và Công nghệ và các cơ quan liên quan triển khai Đề án thí điểm cơ chế, chính sách khai thác, phát huy giá trị Quần thể di tích Cố đô Huế; xây dựng, vận hành các sản phẩm tham quan, giáo dục di sản, trưng bày, biểu diễn và dịch vụ văn hóa tại di tích; tham mưu triển khai Bảo tàng quốc gia Cổ vật Cung đình Huế, hệ thống dữ liệu di sản và các sản phẩm Đại Nội về đêm. Định kỳ cung cấp số liệu khách, doanh thu vé, doanh thu dịch vụ văn hóa, mức độ số hóa, nguồn lực tái đầu tư cho bảo tồn và tác động của hoạt động khai thác đối với di sản; bảo đảm tuân thủ quy định pháp luật và cam kết quốc tế về bảo vệ di sản.

Đối với Festival Huế, chủ trì tham mưu công bố khung lịch sự kiện hằng năm theo hướng ổn định, đủ sớm; xây dựng danh mục sự kiện ưu tiên thu hút đầu tư; phối hợp thực hiện cơ chế một cửa trong thủ tục tổ chức sự kiện; lựa chọn, đặt hàng hoặc tuyển chọn đơn vị tổ chức chuyên nghiệp theo quy định. Theo dõi riêng hiệu quả kinh tế, xã hội, truyền thông, môi trường và tác động di sản của từng sự kiện; định kỳ đề xuất nâng tầm, chuyển đổi mô hình, điều chỉnh hoặc loại bỏ sự kiện không đáp ứng tiêu chí.

Chủ trì, phối hợp với các cơ quan, đơn vị liên quan hoàn thiện hồ sơ, triển khai không gian trình diễn nghệ thuật thực cảnh Huế tại di tích Hổ Quyền tham mưu UBND thành phố xem xét, phê duyệt theo quy định.

5. Sở Xây dựng:

Chủ trì, phối hợp với Trung tâm Bảo tồn Di tích Cố đô Huế, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, UBND phường Phú Xuân và các cơ quan liên quan rà soát hiện trạng, các đồ án quy hoạch và quy định về đất đai, văn hóa có liên quan; đề xuất phương án tổ chức không gian, chức năng sử dụng đất phù hợp tại các khu đất Đồn Mang Cá - Mang Cá nhỏ và các quỹ đất nghiên cứu hình thành không gian công nghiệp văn hóa. Trường hợp cần điều chỉnh, cập nhật quy hoạch, tham mưu, đề xuất UBND thành phố xem xét điều chỉnh, làm cơ sở triển khai các bước kêu gọi đầu tư theo quy định pháp luật.

Rà soát, lồng ghép trong quy hoạch đô thị và nông thôn các không gian phát triển công nghiệp văn hóa: trung tâm sáng tạo, thiết kế, biểu diễn nghệ thuật, điện ảnh, triển lãm, tổ chức sự kiện và không gian văn hóa cộng đồng.

Phối hợp rà soát, đề xuất vị trí và quy mô quỹ đất cho các thiết chế, dự án công nghiệp văn hóa; bảo đảm phù hợp quy hoạch, nhu cầu phát triển và khả năng kết nối hạ tầng, giao thông.

Phối hợp nghiên cứu cải tạo, chuyển đổi công năng các công trình hiện có thành không gian sáng tạo, trưng bày, biểu diễn và kinh doanh sản phẩm văn hóa theo quy định.

7. Ủy ban nhân dân phường Thủy Xuân

Chủ trì, phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, các đơn vị liên quan rà soát kỹ hiện trạng, hoàn thiện phương án ý tưởng quy hoạch khu vực Nhà máy xi măng Long Thọ cũ; trong đó, xác định cụ thể phạm vi, nhu cầu sử dụng đất, quy mô và các hạng mục đầu tư phù hợp làm cơ sở cho việc xây dựng dự án kêu gọi đầu tư đảm bảo mục tiêu hình thành không gian văn hóa theo định hướng.

8. Ủy ban nhân dân các xã, phường

Căn cứ nội dung Đề án và điều kiện thực tế của địa phương, xây dựng kế hoạch triển khai phù hợp; phát huy lợi thế về di sản, làng nghề, lễ hội, văn hóa truyền thống và các nguồn lực tại chỗ để phát triển các sản phẩm công nghiệp văn hóa; tăng cường công tác quản lý nhà nước, bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa trên địa bàn.

9. Các sở, ban, ngành

Theo chức năng, nhiệm vụ được giao, chủ động lồng ghép các mục tiêu, nhiệm vụ phát triển công nghiệp văn hóa vào chương trình, kế hoạch phát triển ngành, lĩnh vực; phối hợp triển khai các nhiệm vụ của Đề án; huy động nguồn lực, thúc đẩy liên kết liên ngành, tạo điều kiện thuận lợi cho doanh nghiệp và cộng đồng phát triển công nghiệp văn hóa.

10. Hiệp hội Doanh nghiệp, Hiệp hội Du lịch thành phố

Phối hợp với Sở Văn hoá, Thể thao và Du lịch và các cơ quan liên quan trong việc tuyên truyền, phổ biến nội dung Đề án đến cộng đồng doanh nghiệp du lịch và khách du lịch.

Chủ động phối hợp tổ chức các hoạt động xúc tiến, kết nối doanh nghiệp, giới thiệu, quảng bá các sự kiện, sản phẩm du lịch mới đến các doanh nghiệp lữ hành, đơn vị tổ chức sự kiện và các đối tác kinh doanh du lịch; vận động doanh nghiệp tham gia các chương trình khảo sát, trải nghiệm, xây dựng và đưa sản phẩm công nghiệp văn hóa của thành phố vào các chương trình, tour du lịch nhằm mở rộng thị trường, thu hút khách và nâng cao hiệu quả khai thác.

11. Doanh nghiệp, tổ chức nghề nghiệp và cộng đồng

Chủ động tham gia đầu tư, sáng tạo, sản xuất, kinh doanh và quảng bá các sản phẩm công nghiệp văn hóa; tăng cường liên kết, hợp tác trong phát triển thị trường, ứng dụng khoa học công nghệ, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ và xây dựng thương hiệu; tích cực tham gia các chương trình xã hội hóa, bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa của thành phố.

Việc triển khai Đề án sẽ góp phần chuyển hóa hiệu quả các giá trị văn hóa thành nguồn lực phát triển; hình thành các chuỗi giá trị công nghiệp văn hóa gắn với du lịch, thương mại, dịch vụ, khoa học công nghệ và đổi mới sáng tạo; nâng cao sức cạnh tranh, vị thế và sức mạnh mềm của thành phố; đồng thời tạo thêm việc làm, nâng cao thu nhập và chất lượng đời sống văn hóa của Nhân dân.

UBND thành phố yêu cầu các sở, ban, ngành, UBND các xã, phường, cộng đồng doanh nghiệp, các tổ chức, cá nhân có liên quan chủ động phối hợp, tập trung triển khai đồng bộ các nhiệm vụ, giải pháp của Đề án; thường xuyên theo dõi, đánh giá, kịp thời tháo gỡ khó khăn, vướng mắc nhằm bảo đảm hoàn thành các mục tiêu đề ra, đưa công nghiệp văn hóa trở thành một trong những động lực tăng trưởng quan trọng của thành phố Huế đến năm 2030 và những năm tiếp theo./.