

Số: 385 /KH-UBND

Huế, ngày 02 tháng 7 năm 2026

## KẾ HOẠCH

### Triển khai kịch bản tăng trưởng các ngành công nghiệp văn hóa thành phố Huế năm 2026 và giai đoạn 2027 – 2030

#### I. CĂN CỨ XÂY DỰNG KỊCH BẢN

- 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 số 86/NQ-CP ngày 05 tháng 4 năm 2026 về Chiến lược quốc gia về khởi nghiệp sáng tạo.

- Nghị quyết số 79-NQ/TW ngày 6 tháng 01 năm 2026 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế nhà nước.

- Nghị quyết số 68-NQ/TW ngày 04 tháng 5 năm 2025 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân.

- Nghị quyết số 30/NQ-CP ngày 24 tháng 02 năm 2026 của Chính phủ Ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện 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 số 28/2026/QH16 ngày 24 tháng 4 năm 2026 của Quốc hội về phát triển văn hóa Việt Nam.

- Kết luận số 18-KL/TW ngày 02 tháng 4 năm 2026 của Ban Chấp hành Trung ương Đảng về Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội, tài chính quốc gia và vay, trả nợ công, đầu tư công trung hạn 5 năm 2026 - 2030 gắn với thực hiện mục tiêu phân đầu tăng trưởng "2 con số".

- Quyết định 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;

- Nghị quyết Đại hội Đảng bộ thành phố Huế lần thứ XVII, nhiệm kỳ 2025 – 2030;

- Nghị quyết số 01-NQ/TU, ngày 05 tháng 12 năm 2025 của Thành ủy Huế về nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội năm 2026.

#### II. ĐÁNH GIÁ HIỆN TRẠNG, TIỀM NĂNG

##### 1. Hiện trạng và kết quả nổi bật

- Quần thể Di tích Cố đô Huế và Nhã nhạc cung đình Huế được UNESCO công nhận tiếp tục phát huy giá trị. Festival Huế từng bước khẳng định vị thế, trở thành thương hiệu văn hóa quốc gia và quốc tế.

- Du lịch văn hóa, chiếm tỷ trọng lớn nhất trong cơ cấu ngành du lịch của địa phương.

- Hệ thống làng nghề truyền thống đa dạng và mang đậm bản sắc, tiêu biểu như: Hoa giấy Thanh Tiên, Tranh làng Sình, Pháp lam Huế, Nghề may áo dài Huế, Nghề làm nón lá.

- Kinh tế đêm bước đầu hình thành và phát huy hiệu quả tại khu vực Đại Nội, các tuyến phố đi bộ và hai bên bờ sông Hương.

## 2. Bối cảnh và tiềm năng phát triển

**Cơ sở tham chiếu quốc gia:** Theo số liệu báo cáo của Cục Bản quyền tác giả, sự đóng góp kinh tế của các ngành công nghiệp văn hóa dựa trên bản quyền chiếm tỷ trọng lớn trong GDP tại nhiều quốc gia (Hoa Kỳ: 11,99%, Hàn Quốc: 9,89%, Trung Quốc: 7,35%, Singapore: 6,19%). Tại Việt Nam, giá trị tăng thêm của các ngành công nghiệp văn hóa đóng góp vào GDP đạt 5,82% (năm 2018), 6,02% (năm 2019) và sau giai đoạn ảnh hưởng bởi dịch bệnh, số liệu đã phục hồi đạt 4,04% vào năm 2022. Giá trị sản xuất bình quân giai đoạn 2018-2022 đạt khoảng 44 tỷ USD/năm, thu hút khoảng 2,3 triệu lao động, chiếm 4,42% lực lượng lao động cả nước. Mục tiêu quốc gia đến năm 2030, các ngành công nghiệp văn hóa đóng góp 7% GDP và đến năm 2045 phấn đấu đạt 9% GDP. Đây là cơ sở thực tiễn để thành phố Huế xây dựng mục tiêu tăng trưởng GRDP cho lĩnh vực này.

Lợi thế nổi trội của Huế: Nhờ sở hữu mật độ tài nguyên văn hóa lớn nhất Việt Nam, trong số 12 ngành công nghiệp văn hóa của cả nước, Huế có lợi thế đặc biệt nổi trội ở các lĩnh vực: Du lịch văn hóa, Nghệ thuật biểu diễn, Thủ công mỹ nghệ, Thiết kế sáng tạo, Mỹ thuật - nhiếp ảnh, Quảng cáo, Điện ảnh, Thời trang (áo dài Huế), Xuất bản và Trò chơi số gắn với di sản.

## 3. Những khó khăn, tồn tại

- Chỉ số chi tiêu bình quân và thời gian lưu trú của du khách chưa tương xứng với quy mô và vị thế của một thành phố trực thuộc Trung ương.

- Thiếu hụt các chương trình nghệ thuật biểu diễn thực cảnh quy mô lớn, vận hành thường xuyên. Khả năng thương mại hóa các giá trị nghệ thuật truyền thống, cung đình thành chuỗi sản phẩm biểu diễn gắn với du lịch đêm chưa mang lại doanh thu đột phá.

- Các doanh nghiệp, tổ hợp trong lĩnh vực thiết kế sáng tạo, trò chơi giải trí và nội dung số có quy mô nhỏ lẻ. Việc ứng dụng công nghệ số hóa (dữ liệu lớn, 3D scanning di tích, bản đồ số) trong phân phối và kinh doanh sản phẩm văn hóa chưa đồng bộ.

- Chưa hình thành được chuỗi giá trị liên ngành khép kín từ Sáng tạo - Sản xuất - Phân phối - Tiêu dùng. Mối liên kết giữa di sản, biểu diễn, thủ công mỹ nghệ, lưu trú và thương mại còn lỏng lẻo, thiếu các gói sản phẩm tích hợp.

- Sản phẩm lưu niệm, quà tặng văn hóa chậm đổi mới mẫu mã, thiếu tính ứng dụng thực tiễn. Công tác bảo hộ tài sản trí tuệ, khai thác kiểu dáng công nghiệp và nhãn hiệu cho các sản phẩm đặc trưng chưa tạo được sức cạnh tranh trên thị trường.

#### **4. Tiềm năng, lợi thế và dư địa tăng trưởng (Giai đoạn 2026 - 2030)**

##### **4.1. Tiềm năng và lợi thế so sánh**

Thành phố Huế sở hữu lợi thế so sánh nổi trội toàn quốc về phát triển công nghiệp văn hóa gắn với du lịch di sản, nghệ thuật biểu diễn và thủ công mỹ nghệ. Dư địa tăng trưởng trong giai đoạn tới tập trung vào các nhóm ngành có khả năng tạo đột phá giá trị:

- Du lịch văn hóa và kinh tế đêm: Trọng tâm khai thác hệ sinh thái di sản và các không gian tuyến phố đi bộ.

- Nghệ thuật biểu diễn và Điện ảnh: Tập trung khai thác hệ thống bối cảnh, phim trường di sản và các chương trình thực cảnh.

- Thủ công mỹ nghệ: Chuyển dịch hướng đến phân khúc sản phẩm lưu niệm và quà tặng cao cấp.

- Công nghiệp sáng tạo số: Mở rộng quy mô lĩnh vực quảng cáo số, nội dung số và truyền thông đa phương tiện.

##### **4.2. Định hướng và mục tiêu chung**

Phát huy dư địa tiềm năng, nhóm các ngành lợi thế của Huế hoàn toàn có khả năng đạt mức tăng trưởng hai con số khi được áp dụng cơ chế điều hành và phân bổ nguồn lực phù hợp với mục tiêu:

Đến năm 2030, các ngành công nghiệp văn hóa đóng góp khoảng 10% GRDP của Thành phố.

##### **4.3. Khung kịch bản tăng trưởng đề xuất**

Hệ thống chỉ tiêu tăng trưởng cho các ngành trọng điểm được xây dựng ở mức cao hơn trung bình quốc gia, tương xứng với quy mô, vị thế của Thành phố trực thuộc Trung ương và mật độ tài nguyên hiện có. Cụ thể:

Trò chơi số, nội dung số: 15 - 20%/năm. Công nghiệp lễ hội - Festival: 18 - 20%/năm. Quảng cáo số: 15 - 20%/năm. Du lịch văn hóa: 15 - 18%/năm. Thiết kế sáng tạo: 15 - 18%/năm. Áo dài và thời trang Huế: 20%/năm. Nghệ thuật biểu diễn: 12 - 15%/năm. Điện ảnh: 12 - 15%/năm. Thủ công mỹ nghệ: 12 - 14%/năm. Mỹ thuật - triển lãm: 10 - 12%/năm.

### **III. QUAN ĐIỂM VÀ CÁC TRỤ CỘT PHÁT TRIỂN**

#### **1. Quan điểm phát triển**

Mục tiêu tổng quát: Xây dựng Thành phố Huế trở thành đô thị di sản - sáng tạo tiêu biểu của châu Á, đóng vai trò trung tâm công nghiệp văn hóa của miền

Trung. Lấy văn hóa và con người Huế làm nền tảng, di sản cố đô làm nguồn lực đặc thù, chuyển đổi số làm động lực đột phá và thị trường làm thước đo hiệu quả.

Nguyên tắc phát triển:

- Bảo tồn và khai thác: Kết hợp chặt chẽ giữa bảo tồn, kế thừa nguyên trạng giá trị di sản với hoạt động đổi mới sáng tạo; tuyệt đối không thương mại hóa di sản thiếu kiểm soát.

- Kinh tế di sản bền vững: Xây dựng chuỗi giá trị công nghiệp văn hóa chuyên nghiệp, đồng bộ các khâu từ Sáng tạo - Sản xuất - Phân phối - Tiêu dùng.

- Xã hội hóa đầu tư: Khuyến khích tối đa sự chủ động của doanh nghiệp, cộng đồng sáng tạo và người dân; Nhà nước tập trung kiến tạo thể chế, hạ tầng và môi trường cạnh tranh minh bạch.

- Chuyển đổi số và Tăng trưởng xanh: Phát triển công nghiệp văn hóa gắn liền với lộ trình chuyển đổi số, xây dựng đô thị thông minh và các mục tiêu thích ứng với biến đổi khí hậu.

**2. Các trụ cột tạo động lực tăng trưởng:** Huế tập trung vào 06 trụ cột chính

### **Trụ cột 1: Du lịch văn hóa và kinh tế di sản**

Phát triển du lịch văn hóa thành ngành trụ cột trong bức tranh công nghiệp văn hóa chung của toàn thành phố. Để hiện thực hóa mục tiêu này, thành phố tập trung triển khai các nhiệm vụ trọng điểm sau:

- Tập trung kéo dài thời gian lưu trú của du khách đạt 2,5 ngày/khách vào năm 2030 và tăng mức chi tiêu bình quân thêm 30 - 40% thông qua việc hình thành các chuỗi giá trị liên ngành toàn diện.

- Triển khai mở rộng các mô hình "Đại Nội về đêm", tour đêm lãng tử và từng bước xây dựng chuỗi sản phẩm biểu diễn gắn với không gian di sản, không gian công cộng.

- Đầu tư phát triển các chương trình du lịch biểu diễn thực cảnh trên sông Hương, kết hợp nghệ thuật đường phố và các chương trình đương đại lấy cảm hứng từ văn hóa cung đình, dân gian.

- Phát triển mạnh mẽ các gói sản phẩm kết hợp giữa di sản, nghệ thuật biểu diễn, dịch vụ lưu trú và du lịch trải nghiệm.

- Tích hợp sâu rộng trải nghiệm văn hóa bản địa vào du lịch thông qua việc triển khai hiệu quả thương hiệu Huế - Kinh đô ẩm thực và thương hiệu Huế - Kinh đô áo dài.

- Đổi mới mô hình Festival Huế theo hướng chuyên nghiệp, tổ chức quanh năm để liên tục tạo dòng khách, gia tăng doanh thu và lan tỏa thương hiệu.

- Ứng dụng mạnh mẽ công nghệ thực tế ảo, thực tế tăng cường, bản đồ số, thuyết minh thông minh và vé điện tử để mang lại trải nghiệm tương tác cao nhất cho du khách.

## **Trụ cột 2: Festival và nghệ thuật biểu diễn:**

Đổi mới và nâng tầm không gian nghệ thuật, biến các sự kiện văn hóa thành động lực thu hút khách du lịch và phát triển kinh tế bền vững. Các nhiệm vụ trọng tâm bao gồm:

- Đổi mới Festival Huế theo hướng chuyên nghiệp, quanh năm, có khả năng tạo dòng khách, doanh thu và lan tỏa thương hiệu. Chuyển đổi mô hình thành chuỗi sự kiện tầm cỡ và liên tục như Festival Âm nhạc Quốc tế, Liên hoan nghệ thuật châu Á và các lễ hội chuyên đề.

- Đầu tư phát triển các chương trình biểu diễn thực cảnh, nghệ thuật đường phố, chương trình đương đại lấy cảm hứng từ cung đình, dân gian và đời sống Huế.

- Bảo tồn, phát huy và thương mại hóa phù hợp các giá trị Nhã nhạc cung đình Huế, Ca Huế, tuồng cung đình, dân ca, dân vũ, lễ hội truyền thống.

- Từng bước xây dựng chuỗi sản phẩm biểu diễn gắn với các điểm đến, không gian di sản, không gian công cộng và hoạt động du lịch đêm. Phát triển hệ thống các chương trình biểu diễn định kỳ để hình thành các sản phẩm nghệ thuật thương mại hóa.

- Đưa Festival Áo dài thành điểm nhấn thường xuyên thông qua việc tổ chức các sự kiện, cuộc thi, tuần lễ thiết kế, tuần lễ áo dài Huế, trưng bày, trình diễn, kết nối nhà thiết kế - nghệ nhân - doanh nghiệp - du lịch.

## **Trụ cột 3: Công nghiệp sáng tạo và chuyển đổi số:**

Đẩy mạnh ứng dụng công nghệ và thúc đẩy đổi mới sáng tạo để gia tăng giá trị cho các sản phẩm văn hóa, tạo lập hệ sinh thái công nghiệp văn hóa hiện đại. Các nhiệm vụ trọng tâm bao gồm:

- Nghiên cứu hình thành không gian sáng tạo, trung tâm công nghiệp văn hóa hoặc tổ hợp sáng tạo của Huế gắn với công nghệ số, thiết kế, biểu diễn, âm thực, áo dài, thủ công mỹ nghệ, triển lãm và khởi nghiệp sáng tạo. Phấn đấu hình thành ít nhất 01 không gian sáng tạo, trung tâm hoặc tổ hợp công nghiệp văn hóa có khả năng kết nối doanh nghiệp, nghệ sĩ, nhà thiết kế, nhà sáng tạo nội dung, cơ sở đào tạo, nhà đầu tư và cộng đồng.

- Ứng dụng AI, dữ liệu lớn, thực tế ảo, thực tế tăng cường, 3D scanning, bản đồ số, thuyết minh tự động, vé điện tử và truyền thông đa nền tảng trong bảo tồn, quảng bá, phân phối và kinh doanh sản phẩm văn hóa.

- Xây dựng và vận hành cơ sở dữ liệu số về tài nguyên văn hóa, di sản, lễ hội, làng nghề, âm thực, áo dài, nghệ thuật biểu diễn, không gian sáng tạo và các sản phẩm công nghiệp văn hóa của Huế; từng bước tích hợp với các nền tảng số của thành phố.

- Khuyến khích phát triển game, ứng dụng, phim hoạt hình, sản phẩm tương tác, bảo tàng số, giáo dục số, nội dung truyền thông số về di sản, lịch sử, mỹ thuật,

âm thực và đời sống Huế. Ưu tiên phát triển các thương hiệu, sản phẩm, dịch vụ công nghiệp văn hóa tiêu biểu của Huế có khả năng thương mại hóa, đặc biệt chú trọng vào lĩnh vực thiết kế sáng tạo và sản phẩm số về di sản.

#### **Trụ cột 4: Điện ảnh và truyền thông:**

Phát triển điện ảnh và truyền thông trở thành công cụ đắc lực để quảng bá giá trị di sản, đưa Huế bước ra thế giới và trở thành bối cảnh nghệ thuật hàng đầu. Các nhiệm vụ trọng tâm bao gồm:

- Hỗ trợ và tạo điều kiện để đối tác của các đoàn làm phim, dự án truyền thông đến Huế, khẳng định Huế là điểm đến hấp dẫn. Xây dựng ngân hàng dữ liệu bối cảnh điện ảnh, triển lãm và truyền thông về Huế để phục vụ các dự án nghệ thuật.

- Nghiên cứu hình thành Quỹ hỗ trợ sản xuất phim nhằm thu hút mạnh mẽ các đoàn làm phim trong nước và quốc tế đến khảo sát và thực hiện dự án. Khuyến khích xã hội hóa, hợp tác công tư, tài trợ, đặt hàng và phát huy quỹ hỗ trợ sáng tạo cùng các nguồn vốn hợp pháp khác.

- Xây dựng cơ chế hỗ trợ thủ tục, truyền thông và kết nối dịch vụ cho các đoàn làm phim. Đơn giản hóa thủ tục hành chính trong hoạt động quay phim, quảng cáo, không gian sáng tạo để tạo môi trường sản xuất cởi mở, minh bạch.

- Đổi mới hoạt động quảng cáo, truyền thông, xuất bản và phát thanh - truyền hình theo hướng chuyên nghiệp, sáng tạo, số hóa, đa nền tảng. Nâng cao chất lượng nội dung quảng bá văn hóa Huế, tăng khả năng tiếp cận công chúng trẻ, du khách và thị trường quốc tế.

- Trong quá trình sản xuất phim và truyền thông, bảo đảm tuân thủ quy định pháp luật, thuần phong mỹ tục và mỹ quan đô thị di sản. Xây dựng cơ chế chia sẻ dữ liệu, sử dụng hình ảnh di sản và thương hiệu địa phương hài hòa giữa bảo tồn và lợi ích kinh doanh.

#### **Trụ cột 5: Thủ công mỹ nghệ và làng nghề:**

Khai thác tối đa tiềm năng của các nghề truyền thống, đưa tinh hoa thủ công mỹ nghệ trở thành những sản phẩm văn hóa mang lại giá trị kinh tế cao và gắn kết chặt chẽ với hệ sinh thái du lịch. Các nhiệm vụ trọng tâm bao gồm:

- Tăng cường đổi mới thiết kế, mẫu mã, vật liệu, tiêu chuẩn chất lượng và kênh phân phối cho sản phẩm thủ công mỹ nghệ. Định hướng ưu tiên phát triển các sản phẩm có hàm lượng văn hóa sâu sắc, tính ứng dụng cao, tính bền vững và có khả năng xuất khẩu.

- Tập trung xúc tiến thương mại, phát triển thị trường cho các sản phẩm OCOP, đặc sản, quà tặng văn hóa và sản phẩm thủ công mỹ nghệ. Hướng tới xây dựng các bộ quà tặng văn hóa cao cấp, tạo chuỗi cung ứng quà tặng văn hóa phục vụ du khách và định vị thương hiệu trên thị trường.

- Tăng cường kết nối doanh nghiệp du lịch với nghệ nhân và làng nghề nhằm mở rộng điểm đến và đa dạng hóa sản phẩm. Nâng cấp, khai thác hiệu quả các không gian làng nghề để phục vụ các hoạt động sáng tạo, trình diễn, trưng bày, giao dịch và du lịch trải nghiệm.

- Hỗ trợ nghệ nhân và các làng nghề đẩy mạnh ứng dụng nền tảng thương mại điện tử để mở rộng kênh phân phối. Khuyến khích và hỗ trợ thực hiện truy xuất nguồn gốc cũng như bảo hộ sở hữu trí tuệ cho các sản phẩm thủ công truyền thống.

- Ưu tiên hỗ trợ lao động tại các làng nghề, nghệ nhân và cộng đồng tham gia sâu vào chuỗi giá trị công nghiệp văn hóa. Triển khai các chính sách nhằm tôn vinh, đặt hàng, đãi ngộ và bảo vệ quyền lợi của các nghệ nhân, thợ thủ công.

### **Trụ cột 6: Kinh tế đêm:**

Phát triển kinh tế đêm thành một trong những động lực then chốt, phấn đấu đóng góp trên 20% doanh thu du lịch vào năm 2030 thông qua việc đánh thức tiềm năng văn hóa, di sản và dịch vụ thương mại sau ánh hoàng hôn. Các nhiệm vụ trọng tâm bao gồm:

- Tập trung nguồn lực đầu tư và khai thác tối đa tiềm năng kinh tế đêm tại các địa bàn gồm: Đại Nội, bờ Nam sông Hương, Cồn Hến, Thuận An và Chân Mây - Lăng Cô. Nâng cấp và khai thác hiệu quả không gian ven sông Hương cùng các không gian công cộng khác để phục vụ các hoạt động sáng tạo, trình diễn, trưng bày, giao dịch và trải nghiệm văn hóa. Nâng cấp và khai thác hiệu quả không gian hai bờ sông Như Ý để phát triển các loại hình dịch vụ, du lịch và không gian sinh hoạt cộng đồng.

- Tăng cường kết nối giao thông và dịch vụ vận chuyển ban đêm giữa các khu vực phát triển kinh tế đêm nhằm hình thành chuỗi trải nghiệm liên hoàn cho du khách.

- Lồng ghép mục tiêu phát triển công nghiệp văn hóa trong công tác chỉnh trang đô thị, đầu tư hệ thống chiếu sáng nghệ thuật, cảnh quan tuyến phố, không gian công cộng để kiến tạo môi trường hấp dẫn cho các sản phẩm du lịch đêm.

- Từng bước xây dựng và hoàn thiện chuỗi sản phẩm nghệ thuật biểu diễn đa dạng gắn liền với các điểm đến, không gian di sản, không gian công cộng và các hoạt động du lịch đêm.

- Thiết kế và phát triển các gói sản phẩm liên ngành toàn diện kết hợp: di sản - biểu diễn - ẩm thực - áo dài - thủ công mỹ nghệ - lưu trú - mua sắm - du lịch đêm. Chuỗi giá trị này sẽ là giải pháp then chốt để kéo dài thời gian lưu trú và gia tăng mức chi tiêu của du khách.

- Tập trung chỉ đạo thực hiện hiệu quả "Chương trình phát triển du lịch văn hóa, kinh tế di sản, du lịch đêm và Festival Huế quanh năm" giai đoạn 2026 - 2030, hướng đến việc tạo ra các sản phẩm du lịch mới và chuỗi sự kiện bài bản có khả năng thương mại hóa cao.

## **IV. MỤC TIÊU, KỊCH BẢN TĂNG TRƯỞNG VÀ PHƯƠNG PHÁP TÍNH TOÁN**

### **1. Mục tiêu chung**

Bảo đảm tốc độ tăng trưởng bình quân của các ngành công nghiệp văn hóa đạt từ 10%/năm trở lên, trực tiếp đóng góp vào mục tiêu duy trì tốc độ tăng trưởng GRDP chung của Thành phố Huế ở mức hai con số trong năm 2026 và định hướng giai đoạn 2027 - 2030.

### **2. Kịch bản tăng trưởng cụ thể**

#### **2.1. Chỉ tiêu năm 2026**

- Tốc độ tăng trưởng GRDP toàn Thành phố đạt từ 10% trở lên.
- Các ngành công nghiệp văn hóa đóng góp từ 6 - 6,5% vào tổng GRDP.
- Thu hút trên 07 triệu lượt khách; doanh thu du lịch tăng trên 15% so với cùng kỳ.
- Hình thành và đưa vào khai thác tối thiểu 03 sản phẩm công nghiệp văn hóa mới.

#### **2.2. Kịch bản tăng trưởng giai đoạn 2027 - 2030**

Định hướng phát triển được xây dựng dựa trên 03 kịch bản:

**Kịch bản thấp (Kịch bản duy trì):** Chịu tác động trực tiếp từ các yếu tố bất lợi của môi trường kinh tế vĩ mô; tốc độ tăng trưởng duy trì ở mức chậm, dự địa phát triển công nghiệp văn hóa chưa được khai thác tối đa.

**Kịch bản cơ sở (Kịch bản đạt mục tiêu Chiến lược):** Tốc độ tăng trưởng GRDP bình quân đạt 10 - 11%/năm. Các ngành công nghiệp văn hóa đóng góp từ 8,5-9,5% vào GRDP của Thành phố đến năm 2030.

**Kịch bản cao (Kịch bản đột phá):** Triển khai đồng bộ, hiệu quả các nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm. Tốc độ tăng trưởng GRDP bình quân đạt 12 - 13%/năm. Các ngành công nghiệp văn hóa vươn lên đóng góp 10 - 11% vào GRDP của Thành phố đến năm 2030.

#### **2.3. Hệ thống chỉ tiêu phân đầu đến năm 2030 (Áp dụng Kịch bản đột phá)**

- Tốc độ tăng trưởng GRDP chung: Đạt mức 12 - 13%/năm.
- Tỷ trọng đóng góp của công nghiệp văn hóa: Chiếm từ 10 - 11% trong tổng GRDP của Thành phố.
- Lượng khách du lịch: Thu hút khoảng 10 - 12 triệu lượt/năm.
- Doanh thu du lịch: Tốc độ tăng trưởng duy trì ở mức trên 15%/năm.
- Kinh tế đêm: Đóng góp trên 20% vào tổng doanh thu du lịch.
- Sản phẩm công nghiệp văn hóa chủ lực: Hình thành và phát triển từ 10 - 12 sản phẩm.

- Quy mô tổ chức sự kiện quốc tế thường niên: Định kỳ tổ chức từ 05 - 07 sự kiện.

- Lao động ngành công nghiệp văn hóa: Tốc độ tăng trưởng việc làm duy trì ở mức 10%/năm.

### **3. Phương pháp tính toán và tổng hợp số liệu**

- Đo lường và định lượng cụ thể giá trị tăng thêm, giá trị sản xuất, tổng doanh thu, kim ngạch xuất khẩu và quy mô việc làm đối với từng ngành. Yêu cầu phân loại và cụ thể hóa bộ số liệu cho các lĩnh vực trọng điểm bao gồm: Điện ảnh, Nghệ thuật biểu diễn, Phần mềm và Trò chơi giải trí, Quảng cáo, Thủ công mỹ nghệ, Mỹ thuật - Nhiếp ảnh - Triển lãm và Du lịch văn hóa.

- Tính toán mức độ đóng góp vào GRDP của Thành phố trên cơ sở biên soạn giá trị tăng thêm theo giá hiện hành. Đối với các nhóm hoạt động kinh tế có tính chất liên ngành hoặc giao thoa, tiến hành bóc tách độc lập phần giá trị tăng thêm thuần túy thuộc lĩnh vực công nghiệp văn hóa nhằm đảm bảo hệ thống dữ liệu minh bạch, chuẩn xác và không tính trùng.

- Thiết lập quy trình thu thập, cập nhật và tổng hợp số liệu thống kê định kỳ (hàng quý, hàng năm). Đồng bộ hóa các dữ liệu này vào cơ sở dữ liệu chung để phục vụ công tác theo dõi tiến độ, phân tích diễn biến và đánh giá khách quan kết quả thực hiện các kịch bản tăng trưởng đã đề ra.

## **V. CÁC DỰ ÁN ĐỘNG LỰC TRỌNG ĐIỂM**

Để hiện thực hóa kịch bản tăng trưởng, Thành phố Huế ưu tiên thu hút đầu tư, huy động nguồn lực xã hội hóa và đẩy nhanh tiến độ triển khai các dự án hạ tầng, không gian sáng tạo trọng điểm sau:

- Kêu gọi đầu tư xây dựng Trung tâm Hội nghị và Biểu diễn quốc tế với sức chứa lớn và hệ thống trang thiết bị hiện đại. Tổ hợp phải đảm bảo năng lực đón các đoàn khách MICE quy mô hàng nghìn người và tổ chức các chương trình biểu diễn quy mô quốc gia, quốc tế.

- Quy hoạch và nâng cấp không gian hai bờ sông Hương thành hệ thống không gian sự kiện mở, được lắp đặt sẵn hệ thống hạ tầng kỹ thuật ngầm gồm điện 3 pha, cấp thoát nước và cấp quang. Định hướng khu vực này thành "Bảo tàng nghệ thuật ngoài trời", phục vụ các trại sáng tác điêu khắc quốc tế, trình diễn công nghệ ánh sáng, nghệ thuật sắp đặt và các chuỗi sự kiện cộng đồng.

- Xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu số toàn diện về tài nguyên văn hóa, di sản, lễ hội, làng nghề và không gian sáng tạo. Ưu tiên thu hút đầu tư theo hình thức hợp tác công tư (PPP) để triển khai các không gian triển lãm nghệ thuật sắp đặt và tương tác số, ứng dụng công nghệ Hologram, 3D Mapping để trình chiếu các dữ liệu lịch sử, di sản.

- Phát triển không gian thương mại, dịch vụ chuyên biệt về đêm gắn với yếu tố văn hóa bản địa. Khai thác hạ tầng để tổ chức các chuỗi chương trình biểu

diễn định kỳ về đêm (như Gánh Show, Huế Symphony, Thức Thủy Show,...) nhằm hình thành hệ sinh thái dịch vụ đa dạng, kéo dài thời gian lưu trú và tăng mức chi tiêu của du khách.

- Hình thành không gian kết nối liên ngành giữa doanh nghiệp, nghệ sĩ, nhà thiết kế, nhà sáng tạo nội dung, nhà đầu tư, cơ sở đào tạo và cộng đồng. Dự án định hướng làm đầu mối ươm tạo các dự án khởi nghiệp sáng tạo và hỗ trợ thương mại hóa các sản phẩm văn hóa đặc trưng.

- Nâng cấp, khai thác hiệu quả các không gian làng nghề truyền thống để phục vụ công tác sáng tạo, trình diễn, trưng bày và giao dịch. Tích hợp chuỗi cung ứng sản phẩm OCOP văn hóa, thủ công mỹ nghệ và định hình thương hiệu quà tặng cao cấp; kết nối không gian này với các sự kiện định kỳ như Ngày hội Hương xưa làng cổ để gia tăng giá trị thương mại.

- Phát triển ngân hàng dữ liệu bối cảnh điện ảnh và xây dựng cơ chế hỗ trợ dịch vụ để thu hút các đoàn làm phim. Hình thành các không gian triển lãm mỹ thuật, nhiếp ảnh đương đại, đáp ứng yêu cầu hạ tầng để tổ chức các sự kiện quy mô như Triển lãm Mỹ thuật Quốc tế mở rộng ASEAN, Triển lãm Ảnh nghệ thuật ASEAN và Cuộc thi ảnh “Huế - Kinh đô xưa, trải nghiệm mới”.

## **VI. NHIỆM VỤ, GIẢI PHÁP VÀ CƠ CHẾ CHÍNH SÁCH**

### **1. Về Thể chế và cơ chế chính sách**

- Tổ chức lập, thẩm định và ban hành Đề án phát triển công nghiệp văn hóa Thành phố Huế, bảo đảm đồng bộ và lồng ghép hiệu quả vào các quy hoạch, kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội chung của Thành phố.

- Rà soát, đề xuất và áp dụng linh hoạt các mô hình hợp tác công tư (PPP) nhằm đa dạng hóa nguồn lực xã hội trong hoạt động đầu tư, quản lý, vận hành và khai thác hiệu quả các thiết chế văn hóa, không gian di sản.

- Triển khai cơ chế cho phép các đơn vị sự nghiệp công lập sử dụng tài sản công (mặt bằng di tích, thiết chế văn hóa) để liên kết với doanh nghiệp phát triển dịch vụ và tổ chức sự kiện. Đồng thời, triển khai các chính sách ưu đãi đặc thù về đất đai, thuế, tín dụng cho các dự án thuộc lĩnh vực công nghiệp văn hóa.

- Đơn giản hóa tối đa các thủ tục hành chính, áp dụng cơ chế "một cửa liên thông" trong quy trình thẩm định, cấp phép tổ chức sự kiện, biểu diễn nghệ thuật và hình thành các không gian sáng tạo, nhằm tạo lập môi trường đầu tư, kinh doanh minh bạch và thuận lợi.

### **2. Về huy động nguồn lực và thu hút đầu tư**

- Tập trung thu hút các tập đoàn, doanh nghiệp trong và ngoài nước tham gia đầu tư vào các dự án văn hóa, giải trí trọng điểm, lấy đầu tư công làm nền tảng dẫn dắt nguồn lực xã hội. Yêu cầu bảo đảm tỷ lệ huy động nguồn vốn xã hội hóa đạt mức tối thiểu 40% trong cơ cấu tổng mức đầu tư đối với các dự án thuộc lĩnh vực thành phố sáng tạo nhằm gia tăng tính khả thi và giảm gánh nặng ngân sách.

- Xây dựng và áp dụng các chính sách ưu đãi cụ thể phí thuê mặt bằng, không gian quảng cáo đối với các doanh nghiệp có cam kết đầu tư, tổ chức sự kiện định kỳ, dài hạn tại Thành phố Huế. Ban hành quy chế chuẩn hóa khung quyền lợi minh bạch cho các nhà tài trợ tương xứng với mức đóng góp tài chính.

- Linh hoạt áp dụng các phương thức đặt hàng, thuê dịch vụ, tài trợ độc quyền; đồng thời lồng ghép sử dụng hiệu quả các nguồn hợp pháp khác để bổ sung nguồn lực toàn diện cho phát triển công nghiệp văn hóa.

### **3. Về Chuyển đổi số và ứng dụng công nghệ**

- Hoàn thiện cơ sở dữ liệu số toàn diện về tài nguyên văn hóa, di sản, lễ hội, làng nghề và không gian sáng tạo của Thành phố Huế. Chú trọng đẩy mạnh công tác số hóa các nguồn tài liệu lịch sử, di sản mộc bản, Hán Nôm và ứng dụng công nghệ quét 3D (3D scanning) để lưu trữ chính xác dữ liệu các công trình di tích. Từng bước tích hợp đồng bộ hệ thống cơ sở dữ liệu này vào nền tảng đô thị thông minh của Thành phố.

- Xây dựng Website và ứng dụng đa ngôn ngữ phục vụ quản lý văn hóa và du lịch, tích hợp trí tuệ nhân tạo (AI) hỗ trợ gợi ý lịch trình, đặt vé trực tuyến và công nghệ thực tế ảo (VR/AR) để gia tăng trải nghiệm tương tác cho du khách. Triển khai đồng bộ hệ thống bản đồ số, vé điện tử và thanh toán không dùng tiền mặt tại các thiết chế văn hóa và 100% các sự kiện quy mô lớn.

- Ứng dụng công nghệ dữ liệu lớn (Big Data) để thu thập, phân tích hành vi và thị hiếu của du khách. Sử dụng các bộ dữ liệu này làm cơ sở khoa học để dự báo xu hướng thị trường, điều chỉnh các sản phẩm công nghiệp văn hóa và tối ưu hóa các chiến dịch truyền thông quảng bá.

- Xây dựng cơ chế chia sẻ dữ liệu, quy định cấp phép khai thác tư liệu và sử dụng hình ảnh di sản trên môi trường số; bảo đảm hài hòa giữa bảo tồn, lợi ích công cộng và hoạt động kinh doanh. Đồng thời, hỗ trợ tổ chức, cá nhân đăng ký và bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ đối với các sản phẩm sáng tạo, phần mềm và nội dung số đặc trưng của Thành phố.

### **4. Về phát triển nhân lực và doanh nghiệp**

- Triển khai các chương trình đào tạo, bồi dưỡng chuyên sâu về quản trị công nghiệp văn hóa, kinh doanh sáng tạo, sở hữu trí tuệ và tổ chức sự kiện cho đội ngũ cán bộ quản lý, nghệ sĩ, nhà thiết kế và người thực hành di sản. Đề nghị Đại học Huế và các cơ sở giáo dục nghề nghiệp phối hợp tổ chức đào tạo nguồn nhân lực liên ngành, nhân lực số đáp ứng yêu cầu thị trường.

- Xây dựng cơ chế hỗ trợ thiết thực về vốn (thông qua các quỹ bảo lãnh, quỹ đầu tư), ưu đãi thuế và bố trí mặt bằng cho các doanh nghiệp nhỏ và vừa, các hợp tác xã, không gian sáng tạo, studio và các nhóm khởi nghiệp (startup) hoạt động trong lĩnh vực nghệ thuật, công nghệ trình diễn và nội dung số.

- Áp dụng các chính sách đặt hàng tác phẩm, tôn vinh và đãi ngộ thỏa đáng nhằm thu hút chuyên gia giỏi; bảo đảm quyền lợi hợp pháp và tạo môi trường làm việc thuận lợi cho đội ngũ nghệ nhân, nghệ sĩ tham gia chuỗi giá trị công nghiệp văn hóa.

## **5. Về xúc tiến thương mại và định vị thương hiệu**

- Xây dựng, chuẩn hóa và ban hành bộ nhận diện thương hiệu thống nhất với thông điệp trọng tâm: "Huế - Kinh đô Di sản, Thành phố Sáng tạo của Việt Nam". Triển khai đồng bộ nhận diện này trên tất cả các nền tảng kỹ thuật số, ấn phẩm quảng bá và hệ thống các sản phẩm, sự kiện văn hóa của Thành phố.

- Thiết lập quan hệ đối tác chiến lược với các tập đoàn truyền thông lớn và các nền tảng du lịch trực tuyến (OTA) nhằm triển khai các chiến dịch quảng bá điểm đến, tiếp cận trực tiếp thị trường khách quốc tế và các phân khúc khách hàng mục tiêu.

- Thường xuyên tổ chức các hội chợ, triển lãm, tuần lễ sản phẩm và các hoạt động kết nối cung - cầu. Hỗ trợ doanh nghiệp đưa sản phẩm, dịch vụ văn hóa tham gia các sự kiện quốc tế, kết nối vào mạng lưới các Thành phố sáng tạo của UNESCO và xuất khẩu qua các sàn thương mại điện tử xuyên biên giới.

## **VII. TỔ CHỨC THỰC HIỆN**

### **1. Phân công trách nhiệm**

- Sở Văn hóa và Thể thao (Cơ quan chủ trì): Làm đầu mối tham mưu Ủy ban nhân dân Thành phố tổ chức triển khai toàn diện các nội dung Kế hoạch; chịu trách nhiệm hướng dẫn, đôn đốc, theo dõi tổng thể và kiểm tra tiến độ thực hiện các mục tiêu, kịch bản tăng trưởng.

- Thống kê Thành phố: Phối hợp cung cấp hệ thống số liệu nền theo chức năng. Giao Sở Văn hóa và Thể thao chủ trì, phối hợp với Thống kê Thành phố tham mưu Ủy ban nhân dân Thành phố văn bản đề xuất Cục Thống kê ban hành hướng dẫn phương pháp bóc tách giá trị tăng thêm của các ngành công nghiệp văn hóa để làm cơ sở đo lường chỉ tiêu.

- Các cơ quan phối hợp (Sở Tài chính, Sở Khoa học và Công nghệ, Sở Công Thương, Sở Du lịch): Căn cứ chức năng, nhiệm vụ quản lý nhà nước được giao, chủ động tham mưu cấp có thẩm quyền bố trí nguồn lực tài chính; đẩy mạnh ứng dụng công nghệ, chuyển đổi số; tổ chức xúc tiến thương mại, phát triển chuỗi sản phẩm du lịch liên ngành. Đồng thời, phối hợp chặt chẽ với cơ quan chủ trì nhằm tháo gỡ vướng mắc, bảo đảm tiến độ triển khai các dự án động lực trọng điểm trên địa bàn Thành phố Huế.

- Ủy ban nhân dân các phường, xã: Triển khai các nhiệm vụ tại địa phương; rà soát, phát triển không gian sáng tạo, sản phẩm đặc trưng và phối hợp huy động nguồn lực cộng đồng tham gia thực hiện các chỉ tiêu trên địa bàn quản lý.

## **2. Công tác theo dõi, giám sát và báo cáo**

Sở Văn hóa và Thể thao thiết lập đầu mối theo dõi, giám sát tiến độ thực hiện; định kỳ 06 tháng và hằng năm tổng hợp, đánh giá kết quả thực hiện các chỉ tiêu của kịch bản tăng trưởng để báo cáo Ủy ban nhân dân Thành phố.

Các cơ quan, đơn vị, địa phương liên quan có trách nhiệm báo cáo tiến độ định kỳ; đồng thời, kịp thời phản ánh các khó khăn, vướng mắc phát sinh trong thực tiễn và đề xuất phương án điều chỉnh nhiệm vụ, chỉ tiêu gửi Sở Văn hóa và Thể thao để tổng hợp, tham mưu cấp có thẩm quyền xem xét, quyết định.

### ***Nơi nhận:***

- Bộ VH-TT-DL;
- UBND thành phố: CT, các PCT;
- Các Sở, ban, ngành cấp thành phố;
- UBND các xã, phường;
- VPUB: Lãnh đạo và các CV;
- Lưu: VT, CN.

**TM. ỦY BAN NHÂN DÂN**  
**KT. CHỦ TỊCH**  
**PHÓ CHỦ TỊCH**

**Trần Hữu Thủy Giang**