

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC XÂY DỰNG**



PHẠM THU TRANG

**MÔ HÌNH VÀ GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM
CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA GẮN VỚI DI SẢN THẾ GIỚI VỊNH
HẠ LONG TẠI ĐẶC KHU KINH TẾ VÂN ĐỒN, QUẢNG NINH**

LUẬN VĂN THẠC SỸ
Ngành Kiến Trúc

Hà Nội - 2017

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC XÂY DỰNG**



PHẠM THU TRANG

**MÔ HÌNH VÀ GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM
CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA GẮN VỚI DI SẢN THỂ GIỚI VỊNH HẠ
LONG TẠI ĐẶC KHU KINH TẾ VÂN ĐỒN, QUẢNG NINH**

LUẬN VĂN THẠC SỸ

Ngành Kiến Trúc

Mã số: 60.58.01.02

CB hướng dẫn: TS. KTS. PHẠM ĐÌNH TUYỀN

Hà Nội - 2017

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi.
Các số liệu, kết quả nêu trong luận văn là trung thực.

TÁC GIẢ LUẬN VĂN

Phạm Thu Trang

LỜI CẢM ƠN

Trong suốt quá trình học tập và nghiên cứu tại Trường ĐHXD, tôi đã nhận được sự giúp đỡ tận tình của Khoa Đào tạo Sau đại học, của các Thầy cô giáo đã giảng dạy giúp tôi có thêm kiến thức và hành trang phục vụ công tác và nghề nghiệp của mình. Sau quá trình học tập, tôi đã hoàn thành Luận văn tốt nghiệp. Để có thể hoàn thành được Luận văn, tôi đã nhận được rất nhiều sự giúp đỡ của các Thầy cô giáo.

Tôi xin chân thành cảm ơn TS. KTS Phạm Đình Tuyển, người đã tận tình chỉ bảo và hướng dẫn tôi trong suốt quá trình thực hiện Luận văn tốt nghiệp.

Tôi xin chân thành cảm ơn các Thầy cô giáo trong Hội đồng Khoa học đã cho những lời khuyên quý giá, các Thầy cô giáo trong Bộ môn Kiến trúc Công nghệ, Trường ĐHXD đã tạo điều kiện tốt cho tôi hoàn thành Luận văn.

Cuối cùng, tôi xin gửi lời cảm ơn sâu sắc tới gia đình, bạn bè, đồng nghiệp đã động viên và giúp đỡ hết lòng để tôi có thể hoàn thành Khóa học và bảo vệ thành công Luận văn tốt nghiệp.

Xin chân thành cảm ơn!

MỤC LỤC

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT.....	I
DANH MỤC CÁC BẢNG.....	I
DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ.....	II
MỞ ĐẦU.....	1
1.Lý do chọn đề tài.....	1
2.Mục đích nghiên cứu	1
3.Mục tiêu nghiên cứu	1
4.Đối tượng nghiên cứu và phạm vi nghiên cứu	1
5.Phương pháp nghiên cứu	1
6.Cơ sở khoa học và thực tiễn.....	2
7.Kết quả đạt được và vấn đề còn tồn tại	2
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ TRUNG TÂM CNVH.....	3
1.1 Các khái niệm liên quan đến ngành CNVH và Trung tâm CNVH	3
1.1.1 Khái niệm CNVH và đặc điểm sản phẩm CNVH	3
1.1.2 Các khái niệm liên quan đến Trung tâm CNVH	5
1.2 Bối cảnh nền kinh tế - văn hóa Việt Nam đối với phát triển ngành CNVH	7
1.2.1 Bối cảnh chung	7
1.2.2 Tiềm năng văn hóa và Di sản thế giới tại Việt Nam	8
1.3 Thực trạng phát triển ngành CNVH tại Việt Nam	9
1.3.1 Thực trạng chung phát triển ngành CNVH	9
1.3.2 Thực trạng phát triển một số loại ngành CNVH chính tại Việt Nam.....	11
1.3.3 Thực trạng phát triển Trung tâm CNVH - không gian sáng tạo tại Việt Nam.....	13
1.4 Thực trạng phát triển ngành CNVH tại Quảng Ninh và Vân Đồn	18
1.4.1 Thực trạng ngành CNVH tại tỉnh Quảng Ninh và khu vực có liên quan	18
1.4.2 Thực trạng ngành CNVH tại ĐKKT Vân Đồn.....	19
1.5 Vai trò, xu hướng phát triển ngành CNVH, Trung tâm CNVH thế giới	23
1.5.1 Vai trò của ngành CNVH trong nền kinh tế quốc dân	23
1.5.2 Xu hướng phát triển các ngành CNVH thế giới.....	25

1.6 Các vấn đề thực tiễn đặt ra cho việc hình thành Mô hình và giải pháp quy hoạch Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh	26
1.6.1 Vấn đề thực tiễn chung của ngành CNVH và sản phẩm CNVH Việt Nam	26
1.6.2 Các vấn đề thực tiễn cần nghiên cứu về Mô hình và giải pháp Quy hoạch Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh	28
CHƯƠNG 2: CƠ SỞ KHOA HỌC CHO VIỆC THIẾT LẬP MÔ HÌNH VÀ GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CNVH TẠI ĐKKT VÂN ĐỒN, QUẢNG NINH.....	30
2.1 Các cơ sở pháp lý	30
2.1.1 Cơ sở pháp lý liên quan đến phát triển ngành CNVH tại Việt Nam	30
2.1.2 Cơ sở pháp lý liên quan đến Mô hình Trung tâm CNVH và giải pháp quy hoạch.....	32
2.2 Di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới tại Việt Nam và Di sản thiên nhiên thế giới Vịnh Hạ Long	33
2.2.1 Hệ thống Di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới tại Việt Nam.....	33
2.2.2 Mối quan hệ giữa Di sản thế giới và các ngành CNVH tại Việt Nam	35
2.3 Các ngành CNVH và Trung tâm Dịch vụ sản xuất và tiêu dùng cấp cao cho các ngành CNVH	36
2.3.1 Các ngành CNVH tại Việt Nam	36
2.3.2 Trung tâm dịch vụ sản xuất và tiêu dùng cấp cao cho các ngành CNVH	40
2.3.3 Cơ hội bố trí các ngành CNVH tại ĐKKT Vân Đồn	43
2.3.4 Đào tạo nguồn nhân lực CNVH và mối quan hệ giữa các trung tâm đào tạo:	45
2.4 Đặc điểm của ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh	47
2.4.1 Giới thiệu tóm tắt về Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Quảng Ninh có liên quan.....	47
2.4.2 Giới thiệu tóm tắt về huyện đảo Vân Đồn, Quảng Ninh	48
2.4.3 Giới thiệu tóm tắt về ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh	49
2.4.4 Dự báo số lao động CNVH thuộc Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn đến năm 2030.....	53

2.5 Một số lý luận và mô hình phát triển có liên quan đến Trung tâm CNVH trên thế giới.....	56
2.5.1 Một số hệ thống lý luận có liên quan	56
2.5.2 Mô hình về không gian vật lý và không gian trực tuyến:.....	58
2.5.3 Các lý thuyết mô hình tổ hợp Công nghiệp sáng tạo và Trung tâm CNVH	59
2.5.4 Các dạng công trình kiến trúc có liên quan đến Trung tâm CNVH hay Công nghiệp sáng tạo	65
CHƯƠNG 3: MÔ HÌNH VÀ GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CNVH TẠI ĐKKT VÂN ĐỒN, QUẢNG NINH	67
3.1 Quan điểm, nguyên tắc hình thành Mô hình và giải pháp quy hoạch Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh	67
3.1.1 Quan điểm chung về phát triển các ngành CNVH tại Việt Nam	67
3.1.2 Quan điểm về Mô hình Trung tâm CNVH.....	68
3.1.3 Quan điểm, nguyên tắc QHXD Trung tâm CNVH gắn với Di sản thế giới Vịnh Hạ Long, tại ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh.....	72
3.2 Mối quan hệ giữa Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh với các Trung tâm CNVH khác – Hệ thống mạng lưới	75
3.2.1 Mối quan hệ	75
3.2.2 Hệ thống mạng lưới	76
3.2.3 Phát triển Hệ thống mạng lưới theo các kịch bản có liên quan tại ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh.....	77
3.3 Quy mô đất đai và lựa chọn địa điểm xây dựng Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh	78
3.3.1 Quy mô đất đai của Trung tâm CNVH.....	78
3.3.2 Lựa chọn địa điểm bố trí Trung tâm CNVH	79
3.4 Giải pháp quy hoạch định hướng phát triển không gian Trung tâm CNVH ..	81
3.4.1 Các không gian chức năng trong Trung tâm CNVH.....	81
3.4.2 Định hướng phát triển không gian Trung tâm CNVH	82
3.5 Giải pháp quy hoạch không gian kiến trúc cảnh quan Trung tâm CNVH	84

3.5.1 Quan điểm tổ chức không gian kiến trúc.....	84
3.5.2 Bố cục và tổ chức không gian các khu vực trọng tâm, các tuyến, các điểm nhấn và các điểm nhìn quan trọng.....	85
3.5.3 Bố cục mặt bằng và tổ chức không gian các khu vực đặc thù - Khu vực văn phòng.....	86
3.5.4 Bố cục mặt bằng và tổ chức không gian các khu vực đặc thù - Khu vực trình diễn, thương mại hóa sản phẩm.....	89
3.5.5 Bố cục mặt bằng và tổ chức không gian các khu vực đặc thù - Khu vực cây xanh công viên, nghỉ ngơi giải trí.....	92
3.5.6 Các chỉ tiêu kinh tế kỹ thuật.....	93
3.5.7 Thương hiệu và tác giả thiết kế kiến trúc	94
3.6 Giải pháp quy hoạch định hướng hệ thống công trình HTKT và môi trường	94
3.6.1 Nguyên tắc chung	94
3.6.2 Giải pháp quy hoạch hệ thống HTKTt	95
3.7 Mô hình triển khai đầu tư xây dựng, quản lý và khai thác	95
3.7.1 Đầu tư xây dựng, quản lý và vận hành	95
3.7.2 Tiến trình thực hiện triển khai đề án Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh.....	95
KẾT LUẬN	97
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	104

DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT TẮT

CNVH: Công nghiệp văn hóa

ĐKKT: Đặc khu kinh tế

KCN: Khu công nghiệp

QHXD: Quy hoạch xây dựng

HTKT: Hạ tầng kỹ thuật

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 1.1 So sánh thuật ngữ ngành Công nghiệp sáng tạo/ Công nghiệp văn hóa và cơ cấu ngành ở các nước trên thế giới.....	4
Bảng 1.2 Các loại hình không gian sáng tạo phổ biến tại Việt Nam và các địa điểm tiêu biểu tại Hà Nội và TP Hồ Chí Minh.....	14
Bảng 1.3 Bảng khảo sát mức độ quan tâm của công chúng đối với một số không gian sáng tạo thông qua mạng internet tính đến tháng 8/2017.....	15
Bảng 1.4 Số lượng các cơ sở truyền bá sản phẩm văn hóa ở các khu vực có Di sản thế giới.....	16
Bảng 1.5 Bảng phân chia quản lý các ngành CNVH tại Việt Nam.....	17
Bảng 1.6 Doanh thu từ du lịch của huyện Vân Đồn giai đoạn 2010 - 2015	19
Bảng 1.7 Tỷ lệ lao động địa phương và thu nhập bình quân 1 lao động tại 4 khu du lịch tại Vân Đồn.....	20
Bảng 1.8 Bảng thống kê các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực CNVH ở huyện Vân Đồn, Quảng Ninh.....	20
Bảng 1.9 Bảng đánh giá chung về mức độ phổ biến sản phẩm gắn với quy mô của doanh nghiệp CNVH tại Quảng Ninh	22
Bảng 1.10 Một số chỉ số về CNVH tại Châu Á – Thái Bình Dương và Thế giới.....	23
Bảng 2.1 Các văn bản pháp lý có liên quan đến ngành CNVH và phát triển Trung tâm CNVH tại Việt Nam	30
Bảng 2.2 Các văn bản pháp lý có liên quan đến việc xác định Mô hình Trung tâm CNVH.....	32

Bảng 2.3 Di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới tại Việt Nam	34
Bảng 2.4 Nhu cầu về dịch vụ sản xuất và tiêu dùng cấp cao của các ngành CNVH và khả năng bố trí trong Trung tâm CNVH	42
Bảng 2.5 Bảng xác định cơ hội bố trí các ngành CNVH tại ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh	44
Bảng 2.6 Bảng xác định mối quan hệ giữa các trường đại học, viện nghiên cứu (miền Bắc) có liên quan với các ngành CNVH tại Quảng Ninh.....	45
Bảng 2.7 Các dự án lớn hiện đầu tư vào KKT Vân Đồn, Quảng Ninh	52
Bảng 2.8 Tổng hợp dự báo số lao động tại Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh.....	55
Bảng 2.9 Bảng tổng hợp kết quả điều tra số, loại công trình liên quan đến Trung tâm CNVH hay Công nghiệp sáng tạo trên website bmkctn.com.....	65
Bảng 3.1 Hệ thống mạng lưới kết nối Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn – Tiến trình thực hiện.....	77
Bảng 3.2 Quy mô đất đai Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn	79
Bảng 3.3 Mức độ quan trọng của các nhân tố lựa chọn địa điểm xây dựng Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn	80
Bảng 3.4 Bảng cơ cấu sử dụng đất trong Trung tâm CNVH tại Vân Đồn.....	82
Bảng 3.5 Một số hình ảnh minh họa về quy mô, chức năng của một số công trình kiến trúc trong Trung tâm CNVH	89
Bảng 3.6 Bảng một số chỉ tiêu kinh tế kỹ thuật các khu vực tại Trung tâm CNVH tại Vân Đồn, Quảng Ninh.....	93

DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ

Hình 0.1 Phần mở đầu

Hình 1.1 Các khái niệm có liên quan đến ngành CNVH & Trung tâm CNVH

Hình 1.2 Bối cảnh nền kinh tế - văn hóa Việt Nam đối với phát triển CNVH

Hình 1.3 Thực trạng phát triển ngành CNVH tại Việt Nam

Hình 1.4 Thực trạng phát triển ngành CNVH tại Quảng Ninh & ĐKKT Vân Đồn

III

Hình 1.5 Vai trò, xu hướng phát triển ngành CNVH & Trung tâm CNVH trên thế giới

Hình 1.6 Các vấn đề thực tiễn đặt ra cho mô hình & giải pháp quy hoạch Trung tâm CNVH Vân Đồn

Hình 2.1 Cơ sở pháp lý liên quan đến ngành CNVH & phát triển Trung tâm CNVH tại Việt Nam

Hình 2.2 Di sản văn hóa & thiên nhiên thế giới tại Việt Nam & Di sản thiên nhiên thế giới Vịnh Hạ Long

Hình 2.3 Các ngành CNVH & Trung tâm sản xuất & tiêu dùng dịch vụ cấp cao cho các ngành CNVH

Hình 2.4.1 Đặc điểm của ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh

Hình 2.4.2 Luật đơn vị hành chính – kinh tế đặc biệt & dự báo lao động tại Trung tâm CNVH Vân Đồn

Hình 2.5 Một số lý luận & mô hình phát triển có liên quan đến Trung tâm CNVH trên thế giới

Hình 3.1 Quan điểm, nguyên tắc hình thành mô hình & giải pháp quy hoạch Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn

Hình 3.2 Mối quan hệ giữa Trung tâm CNVH Vân Đồn với các Trung tâm CNVH khác - Hệ thống mạng lưới

Hình 3.3.1 Quy mô đất đai & lựa chọn địa điểm xây dựng Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh

Hình 3.3.2 Lựa chọn địa điểm xây dựng Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh

Hình 3.4 Giải pháp định hướng phát triển không gian Trung tâm CNVH

Hình 3.5.1 Giải pháp quy hoạch không gian kiến trúc cảnh quan Trung tâm CNVH

Hình 3.5.2 Định hướng không gian kiến trúc Trung tâm CNVH

Hình 3.5.3 Minh họa một số công trình kiến trúc có thể áp dụng vào Trung tâm CNVH

Hình 3.6 Giải pháp hệ thống công trình HTKT & môi trường. Mô hình đầu tư xây dựng, quản lý & khai thác

Hình 4.1 Phần kết luận

MỞ ĐẦU

1.Lý do chọn đề tài

Chiến lược phát triển các ngành CNVH Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 đã được Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 1755/QĐ-TTg, ngày 08/9/2016. Một trong những giải pháp trong Chiến lược là hình thành Hệ thống **Trung tâm CNVH cấp quốc gia và quốc tế** tại Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng và tại 8 khu vực gắn với các Di sản thế giới. Việt Nam đang nghiên cứu đề xuất Mô hình Đặc khu hành chính - kinh tế tại Vân Đồn. Trong đó đề cập tới việc xây dựng Trung tâm CNVH. Đặc biệt, Trung tâm CNVH tại Vân Đồn Quảng Ninh còn gắn trực tiếp với Di sản Vịnh Hạ Long. Vì vậy việc nghiên cứu Mô hình và giải pháp quy hoạch Trung tâm CNVH Vân Đồn là hết sức cần thiết.

2.Mục đích nghiên cứu

Hình thành luận cứ khoa học về Mô hình Trung tâm CNVH gắn với Di sản thế giới, trước hết là trong lĩnh vực QHXD, góp phần triển khai Chiến lược phát triển CNVH Việt Nam; phát triển CNVH trở thành ngành kinh tế dịch vụ quan trọng, góp phần tăng trưởng kinh tế và tạo việc làm, đáp ứng nhu cầu sáng tạo và tiêu dùng văn hóa; quảng bá sản phẩm, dịch vụ văn hóa và phát triển các ngành lợi thế của Việt Nam.

3.Mục tiêu nghiên cứu

Làm rõ khái niệm và nội dung liên quan đến Mô hình và giải pháp quy hoạch Trung tâm CNVH gắn với Di sản thế giới, thông qua các vấn đề về tính pháp lý, xu hướng phát triển, vị trí và hệ thống mạng lưới, các vấn đề QHXD như phân khu chức năng, định hướng phát triển không gian, kiến trúc cảnh quan; tổ chức đầu tư xây dựng và quản lý vận hành ...gắn với quy hoạch phát triển ĐKKT..

4.Đối tượng nghiên cứu và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Trung tâm CNVH gắn với Di sản thế giới tại Việt Nam.
Phạm vi nghiên cứu không gian: Đặc khu hành chính - kinh tế Vân Đồn, gắn với Di sản thiên nhiên thế giới Vịnh Hạ Long, Quảng Ninh. Phạm vi nghiên cứu thời gian: theo các mốc thời gian: 2018, 2020, 2025 và 2030.

5.Phương pháp nghiên cứu

Khái quát phương pháp nghiên cứu: Thu thập tài liệu trong và ngoài nước có liên

quan => Tổng hợp và hệ thống hóa => Nghiên cứu, so sánh => Nhận diện các vấn đề thực tiễn và các nhân tố tác động có liên quan => Dự báo các kịch bản phát triển theo tiến trình thực tiễn => Đề xuất các mô hình giải pháp phù hợp với các kịch bản phát triển => Khái quát hóa thành lý luận. Các phương pháp sử dụng chủ yếu trong đề tài: tìm kiếm thông tin, trao đổi, hỏi ý kiến chuyên gia, phân tích.

6. Cơ sở khoa học và thực tiễn

Hệ thống văn bản pháp lý của Đảng và Nhà nước, Bộ chuyên ngành, địa phương có liên quan. Tài liệu về hiện trạng, tiềm năng và nhu cầu phát triển phát triển CNVH Việt Nam, Quảng Ninh. Tài liệu về QHXD, kiến trúc của các mô hình, dự án phát triển CNVH và lĩnh vực khác liên quan, tại Việt Nam và thế giới. Quy định, Quy chuẩn, Tiêu chuẩn trong lĩnh vực QHXD. Bản đồ QHXD Khu kinh tế Vân Đồn. Các lý thuyết, luận điểm phát triển CNVH và Trung tâm CNVH trong và ngoài nước. Các quan điểm của UNESCO về bảo tồn, tôn tạo và phát huy giá trị của Di sản thế giới trong Chương trình quốc tế Di sản thế giới....

7. Kết quả đạt được và vấn đề còn tồn tại

a) Kết quả đạt được: i) Hình thành hệ thống lý luận về Mô hình Trung tâm CNVH gắn với Di sản thế giới – Mô hình tổ hợp văn hóa và sáng tạo; không gian hoạt động dịch vụ sản xuất và tiêu dùng cấp cao cho các doanh nghiệp CNVH, phù hợp với các kịch bản của Chiến lược phát triển ngành CNVH Việt Nam đến năm 2030; ii) Đề xuất giải pháp QHXD xây dựng Mô hình Trung tâm CNVH gắn với Di sản thế giới tại ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh; trong đó thể hiện các giải pháp về: Hệ thống mạng lưới; Quy mô và lựa chọn địa điểm; Các bộ phận chức năng; Mô hình định hướng phát triển không gian và kiến trúc cảnh quan; Mô hình đầu tư xây dựng và quản lý vận hành...iii) Tổng hợp các kết quả nghiên cứu, là luận cứ cho việc phát triển các Trung tâm CNVH gắn với Di sản thế giới tại các địa điểm khác tại Việt Nam.

b) Vấn đề còn tồn tại: Phát triển Trung tâm CNVH tại Việt Nam là vấn đề mới cả về nhận thức, lý luận, mô hình và giải pháp thực hiện. Kết quả nghiên cứu của luận văn, dù đã được nghiên cứu theo hướng liên ngành song vẫn phải tiếp tục bổ sung, hoàn thiện trong tiến trình thực hiện thực tế.

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ TRUNG TÂM CNVH

1.1 Các khái niệm liên quan đến ngành CNVH và Trung tâm CNVH

1.1.1 Khái niệm CNVH và đặc điểm sản phẩm CNVH

a) Khái niệm Công nghiệp văn hóa (CNVH)

Thuật ngữ “Công nghiệp văn hóa” (Culture Industries), theo UNESCO, là sự tập hợp các ngành kinh tế khai thác và sử dụng hiệu quả tính sáng tạo, kỹ năng, sở hữu trí tuệ, sản xuất các sản phẩm và dịch vụ có ý nghĩa văn hóa xã hội; nhấn mạnh đến hai yếu tố công nghiệp và sáng tạo. Sự kết hợp giữa hai yếu tố này đã tạo nên đặc trưng của ngành công nghiệp này.

Nói cách khác, CNVH là ngành công nghiệp kết hợp sáng tạo, sản xuất, phân phối và dịch vụ tiêu dùng các sản phẩm có yếu tố văn hóa và được các quyền sở hữu trí tuệ bảo vệ.

Cơ cấu ngành CNVH (Culture Industries) ở các nước khác nhau tùy thuộc vào bối cảnh địa phương. Tại Việt Nam. Có 12 nhóm ngành được xếp vào CNVH: Quảng cáo, Kiến trúc, Phần mềm và trò chơi giải trí, Thủ công mỹ nghệ, Thiết kế, Điện ảnh, Xuất bản, Thời trang, Nghệ thuật biểu diễn, Mỹ thuật, nhiếp ảnh, triển lãm, Truyền hình và phát thanh, Du lịch văn hóa.

Tổng quan lại, Công nghiệp Văn hóa là hoạt động sản xuất, dịch vụ gắn với sáng tạo (vì vậy còn được gọi là ngành Công nghiệp sáng tạo – Creative Industries), nằm giữa kinh tế, chính trị, xã hội và văn hóa, giữa lĩnh vực kinh tế công nghiệp, kinh tế dịch vụ và kinh tế số, là điểm giao của nghệ thuật, sản xuất, kinh doanh và khoa học – công nghệ, giữa bản sắc văn hóa quốc gia và hội nhập quốc tế.

Phân chia các ngành thuộc lĩnh vực CNVH trong mỗi quốc gia khác nhau. Bảng 1.1 cho thấy: Một số quốc gia không gọi CNVH mà gọi là Công nghiệp Sáng tạo hay Công nghiệp Văn hóa và Sáng tạo. Nhiều quốc gia không xếp Du lịch văn hóa và lĩnh vực CNVH.

Bảng 0.1 So sánh thuật ngữ ngành Công nghiệp sáng tạo/ Công nghiệp văn hóa và cơ cấu ngành ở các nước trên thế giới

Quốc gia	Anh	Đức	Tây Ban Nha	Pháp	Việt Nam
Từ sử dụng	CN sáng tạo	CN văn hóa và sáng tạo	CN văn hóa	Ngành văn hóa	CN văn hóa
Quảng cáo (Advertising)	x	x			x
Kiến trúc (Architecture)	x	x		x	x
Phần mềm và trò chơi giải trí (Software and Gamification)	x	x			x
Thủ công mỹ nghệ (Crafts)	x				x
Thiết kế (Design)	x	x			x
Truyền thông nghe nhìn (Điện ảnh, truyền hình, phát thanh)	x	x	x	x	Chia thành: Điện ảnh và Truyền hình, phát thanh
Xuất bản (Publishing)	x	x	x	x	x
Thời trang (Fashion)	x				x
Nghệ thuật biểu diễn (Performing Arts)	x	x	x	x	x
Nghệ thuật thị giác	x	x	x	x	Mỹ thuật, nhiếp ảnh, triển lãm
Thư viện			x	x	
Bảo tàng/ Di sản			x	x	Du lịch văn hóa
Âm nhạc	x	x	x	x	Nghệ thuật biểu diễn
Du lịch văn hóa (Travel)					x

Nguồn: Mapping the creative industries: a tool kit (2010) của British Council (41)

b) Đặc điểm của sản phẩm ngành CNVH

- Về sản phẩm: Theo cuốn Di sản thế giới tại ASEAN “Một tầm nhìn, một bản sắc, một cộng đồng” (8), đặc điểm của sản phẩm ngành CNVH được khái quát như sau: Sản phẩm có thị trường rộng lớn (trong và ngoài nước) và thu hút nhiều doanh nghiệp, cộng đồng xã hội khởi nghiệp; Nguyên liệu đầu vào (hay tài nguyên cơ bản) cho tạo lập sản phẩm chủ yếu là ý tưởng sáng tạo, một loại tài nguyên mang tính toàn cầu, không giới hạn bởi các nguồn lực hạn chế như trong các ngành công nghiệp truyền thống; Sản phẩm tạo ra không cố định, luôn được điều chỉnh theo nhu cầu của

thị trường tiêu thụ; Người lao động tạo lập sản phẩm tham gia trực tiếp vào quá trình hình thành, hoàn thiện và định hình sản phẩm gắn với thị trường tiêu thụ; Có sự phối hợp giữa nhiều cá nhân, nhóm, tổ chức... để tạo lập ra một sản phẩm có giá trị; Sản phẩm được phân biệt bởi chất lượng và tính độc đáo; mỗi sản phẩm là một sự kết hợp khác nhau của vô số các yếu tố đầu vào dẫn đến kết quả sản phẩm là đa dạng, vô tận; Sự khác biệt về kỹ năng, sáng tạo dù nhỏ cũng có thể mang lại những thành công lớn về vị thế, tài chính mà không phụ thuộc vào mức độ đầu tư; Thời gian có vai trò quan trọng trong việc tạo lập và thị trường hóa sản phẩm; Sự phân chia nguồn lợi của các bên tham gia theo tiến trình tạo lập và dịch vụ tiêu dùng sản phẩm phải tính cả bản quyền tác giả của sản phẩm.

- Các ngành CNVH thường gắn với công nghệ kỹ thuật số, ví dụ như: Công nghệ thực tại ảo (Virtual Reality); Công nghệ tăng cường thực tế thật (Augement Reality); Quét và in 3D (3D Scanning and Printing); Công nghệ thông tin địa lý (Geographic Information System – GIS); Kỹ xảo điện ảnh (Visual Effect – VFX),...

- Lợi thế cho phát triển CNVH và doanh nghiệp tạo lập sản phẩm văn hóa là tại các quốc gia có truyền thống văn hóa phong phú và các quốc gia có môi trường thúc đẩy năng lực sáng tạo.

1.1.2 Các khái niệm liên quan đến Trung tâm CNVH

a) Trung tâm CNVH

Ngày 8/9/2016, Chính phủ ra quyết định số 1755/QĐ-TTg phê duyệt “Chiến lược phát triển các ngành CNVH Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030” (15). Theo như văn bản này, Trung tâm CNVH là hệ thống kết cấu hạ tầng hỗ trợ sự phát triển của ngành CNVH.

Trên thế giới, đặc biệt là Anh – nước có ngành CNVH rất phát triển, gọi các không gian hỗ trợ cho mạng lưới kết nối, phát triển kinh doanh của doanh nghiệp và tổ chức trong lĩnh vực CNVH, ví dụ như nơi hỗ trợ các dự án khởi nghiệp, phòng thử nghiệm, các khu vực nghệ thuật...bằng các thuật ngữ như: Không gian văn hóa và sáng tạo (Creative and Cultural Hub) hoặc Không gian sáng tạo (Creative Hub; Coworking Space).

Trong những năm gần đây, Mô hình Không gian sáng tạo (Coworking Space)

phát triển nhanh chóng. Đây là mô hình văn phòng khác biệt so với mô hình văn phòng truyền thống. Không gian sáng tạo phục vụ cho các công ty, nhà cung cấp, nhà tư vấn... Tất cả các thành viên trở thành một cộng đồng chia sẻ các tiện ích bên trong một không gian làm việc chung, được vận hành bởi cá nhân hoặc tổ chức tư nhân như là một cơ sở tự trị. Tinh thần cộng đồng và tính sẻ chia là cốt lõi của Coworking Space. Mục đích chính của không gian này là tạo ra một nơi làm việc và gặp gỡ cho các doanh nghiệp, người làm nghề tự do, nhà tư vấn..., những người có ý tưởng sáng tạo và muốn chia sẻ chúng với những người khác.

Bộ công cụ Không gian sáng tạo Hubkit (Creative HubKit) của Hội đồng Anh phân loại Không gian sáng tạo thành 6 mô hình: i) **Studio**: Một không gian nhỏ cho một tập thể cá nhân và/hoặc doanh nghiệp nhỏ cùng làm việc; ii) **Công trình**: Một không gian lớn, có thể bao gồm những cơ sở vật chất khác nhau như: Văn phòng; Xưởng sản xuất; Không gian trưng bày triển lãm; Không gian biểu diễn; Cửa hàng, quán cà phê, giải khát...; iii) **Mạng lưới**: Gồm các cá nhân và/hoặc doanh nghiệp phân tán ở các nơi – thường bao gồm các ngành hoặc không gian cụ thể; iv) **Cụm/Tổ hợp/Trung tâm**: Là nơi tập trung các cá nhân và doanh nghiệp sáng tạo trong một khu vực địa lý nhất định; v) **Không gian trực tuyến**: Loại hình này chỉ hoạt động theo hình thức online như các trang web, mạng xã hội để kết nối với những đối tượng công chúng rải rác; vi) **Không gian Thử nghiệm** (Alternative): Là loại hình tập trung thử nghiệm với cộng đồng mới, ngành nghề mới và mô hình tài chính mới.

Như vậy có thể xác định **Trung tâm CNVH** là:

- Hệ thống kết cấu hạ tầng phát triển các ngành CNVH, trước hết là hệ thống dịch vụ sản xuất và tiêu dùng cấp cao trong lĩnh vực CNVH; là không gian hay môi trường văn hóa và sáng tạo, hỗ trợ cho mạng lưới kết nối, phát triển kinh doanh của các cá nhân, doanh nghiệp và cộng đồng hoạt động trong lĩnh vực CNVH;

- Các cụm hay tổ hợp không gian sáng tạo tập trung trong một khu vực địa lý nhất định (địa điểm tập trung thực và kết hợp trực tuyến); Đa chức năng phù hợp với tính đa dạng của các loại ngành CNVH; Nằm trong mạng lưới không gian sáng tạo và là một trong những điểm nút của hệ thống mạng lưới các ngành CNVH;

- Điểm khởi đầu, đột phá trong phát triển ngành CNVH, Trung tâm CNVH được

đặt tại các địa điểm: i) Có tiềm năng về tài nguyên văn hóa; ii) Có nguồn lao động sáng tạo và iii) Có môi trường thúc đẩy sáng tạo và hội nhập quốc tế.

b) Mô hình Trung tâm CNVH

Trong thực tế, để khái quát hoá các sự vật, hiện tượng, các quá trình, các mối quan hệ hay một ý tưởng nào đó, người ta thường thể hiện dưới dạng mô hình. Mô hình Trung tâm CNVH trong đề tài được thiết lập để khái quát hóa (lý luận hóa) các quan điểm, pháp lý, nội dung và tổ chức thực hiện phát triển Trung tâm CNVH, trước hết trong lĩnh vực QHXD hay lĩnh vực không gian, gắn với tiến trình thực hiện Chiến lược phát triển các ngành CNVH Việt Nam đến năm 2030.

Có nhiều loại Mô hình Trung tâm CNVH, phụ thuộc vào từng địa điểm, thời điểm, tạo thành hệ thống Mô hình Trung tâm CNVH.

c) Mô hình Trung tâm CNVH gắn với Di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới và tại ĐKKT - văn hóa:

ĐKKT Vân Đồn gắn với Di sản thế giới Vịnh Hạ Long là nơi có tiềm năng tài nguyên và thương hiệu văn hóa to lớn, môi trường thúc đẩy hội nhập quốc tế thuận lợi. Đây là địa điểm vô cùng thích hợp cho việc xây dựng Mô hình Trung tâm CNVH. Từ đây, lan tỏa động lực hình thành hệ thống mạng lưới các ngành CNVH tại Quảng Ninh, Vùng Kinh tế trọng điểm Bắc Bộ và Vùng Duyên hải Bắc Bộ.

1.2 Bối cảnh nền kinh tế - văn hóa Việt Nam đối với phát triển ngành CNVH

1.2.1 Bối cảnh chung

Việt Nam là một quốc gia thuộc nhóm Nước đang phát triển, một thành viên của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO); thành viên của Cộng đồng Kinh tế ASEAN và tham gia Hiệp định Đối tác xuyên Thái Bình Dương (TPP). Việt Nam có diện tích đất liền khoảng 331.699 km², đứng thứ 66 trên thế giới; Dân số khoảng 95,414 triệu người (năm 2017), đứng thứ 14 trên thế giới.

Kinh tế Việt Nam là nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa, phụ thuộc lớn vào xuất khẩu thô và đầu tư trực tiếp nước ngoài (FDI). Đây là nền kinh tế lớn thứ 6 ở Đông Nam Á trong số 11 quốc gia Đông Nam Á; Quy mô tổng sản phẩm nội địa danh nghĩa (GDP) là 200,493 tỷ USD (năm 2016), lớn thứ 48 trên thế giới; Bình quân theo đầu người 2164 USD, đứng vào vị trí thứ 134 trên thế giới.

Theo Báo cáo Việt Nam 2035: Hướng tới Thịnh vượng, Sáng tạo, Công bằng và Dân chủ - Ngân hàng Thế giới và Bộ Kế hoạch và Đầu tư lập năm 2016 (9), Việt Nam cần 6 chuyển đổi để trở thành một nền kinh tế thu nhập trung bình cao: i) Hiện đại hóa nền kinh tế đồng thời với nâng cao năng lực cạnh tranh của khu vực kinh tế tư nhân, tạo thêm nhiều doanh nghiệp và việc làm; ii) Phát triển năng lực đổi mới sáng tạo, lấy khu vực kinh tế tư nhân làm trung tâm (trong đó có các ngành CNVH); iii) Nâng cao hiệu quả của quá trình đô thị hóa, tăng cường kết nối giữa các thành phố và vùng phụ cận; iv) Phát triển bền vững về môi trường và tăng cường khả năng ứng phó với biến đổi khí hậu; v) Đảm bảo công bằng và hòa nhập xã hội cho các nhóm yếu thế cùng với sự phát triển của xã hội trung lưu; vi) Xây dựng một Nhà nước pháp quyền hiện đại với nền kinh tế thị trường đầy đủ, hội nhập và xã hội dân chủ phát triển ở trình độ cao.

1.2.2 Tiềm năng văn hóa và Di sản thế giới tại Việt Nam

a) Tiềm năng về văn hóa

Việt Nam là một đất nước có bản sắc văn hóa phong phú và đa dạng, được tích tụ từ ngàn đời nay. Việt Nam phải tận dụng tiềm năng về tài nguyên văn hóa để phát triển các ngành CNVH và coi đó là một trong những mũi nhọn để phát triển. Văn hóa Việt Nam dưới quan niệm là văn hóa dân tộc thống nhất, trên cơ sở đa sắc thái văn hóa tộc người, được biết đến rộng rãi với ba đặc trưng chính:

i) Người Việt cùng cộng đồng 54 dân tộc có những phong tục tốt đẹp từ lâu đời, có những lễ hội, tín ngưỡng, sự khoan dung trong tư tưởng giáo lý khác nhau của tôn giáo, tính cần cù và ẩn dụ trong giao tiếp truyền đạt của ngôn ngữ, từ truyền thống đến hiện đại của văn học, nghệ thuật;

ii) Sự khác biệt về cấu trúc địa hình, khí hậu và phân bố dân tộc, dân cư đã tạo ra những vùng văn hoá đặc trưng riêng: Văn hóa Kinh kỳ; Văn hóa các dân tộc miền núi Tây Bắc và Đông Bắc; Văn hóa Chăm Pa ở Nam Trung Bộ; Văn hóa các dân tộc Tây Nguyên và Văn hóa các tộc người người Hoa, người Khmer ở Nam Bộ,

iii) Chịu những ảnh hưởng từ xa xưa của Trung Quốc và Đông Nam Á đến những ảnh hưởng của Pháp từ thế kỷ 19, Phương Tây trong thế kỷ 20 và toàn cầu hóa từ thế kỷ 21, Việt Nam đã có những thay đổi về văn hóa theo các thời kỳ lịch sử; Có những khía cạnh mất đi nhưng cũng có những khía cạnh văn hóa khác bổ sung vào nền

văn hóa Việt Nam hiện đại.

b) Di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới tại Việt Nam

Việt Nam có 8 Di sản thế giới được UNESCO công nhận. Vườn quốc gia Phong Nha-Kẻ Bàng, Vịnh Hạ Long là những Di sản thiên nhiên. Quần thể di tích Cố đô Huế, Phố cổ Hội An, Thánh địa Mỹ Sơn, Khu di tích trung tâm Hoàng thành Thăng Long và Thành nhà Hồ là Di sản văn hoá. Quần thể danh thắng Tràng An là Di sản hỗn hợp văn hóa và thiên nhiên. Các Di sản thế giới của Việt Nam sau khi được công nhận luôn được đánh giá cao và được định hướng khai thác để phát triển trở thành các khu, điểm du lịch có ý nghĩa quốc gia và quốc tế, làm động lực cho sự phát triển du lịch ở Việt Nam, góp phần đưa Việt Nam trở thành một trong những trung tâm du lịch của khu vực châu Á, đem lại nguồn thu lớn cho quốc dân.

Theo thống kê của UNESCO, ở những nơi có Di sản thế giới được công nhận, số du khách đến thăm đông hơn, ở lại lâu hơn 2,5 lần so với nơi khác có đặc điểm tương đương. Song Việt Nam hiện vẫn chưa khai thác được hết tiềm năng của Di sản thế giới và phải có các mô hình, giải pháp thích hợp gắn với nâng cấp cơ sở hạ tầng (trong đó có Trung tâm CNVH), để tận dụng được lợi thế về Di sản thế giới.

1.3 Thực trạng phát triển ngành CNVH tại Việt Nam

1.3.1 Thực trạng chung phát triển ngành CNVH

a) Thực trạng chung:

Năm 2015, ngành CNVH đã đóng góp ước đạt 8.039 tỷ USD, chiếm gần 2,68% GDP cả nước. Song so với mức đóng góp doanh thu của ngành CNVH trên thế giới khoảng 4,04%, thì đây là tỷ lệ còn thấp, chưa tương xứng với tiềm năng. Sự đa dạng của các loại hình CNVH, xu hướng tiêu thụ các sản phẩm và dịch vụ văn hóa ngày càng mở rộng đã dẫn tới sự bùng nổ nhiều doanh nghiệp vừa và nhỏ tập trung vào lĩnh vực truyền thông, quảng cáo, thiết kế, thời trang, phần mềm... ở các thành phố.

b) Thực trạng hệ thống pháp lý của Nhà nước đối với ngành CNVH

Hệ thống pháp lý hỗ trợ ngành CNVH ở Việt Nam hiện vẫn chưa được hình thành đồng bộ, có khả năng giải phóng sức sản xuất và khai thác hiệu quả năng lực sáng tạo, chưa tạo dựng được môi trường giúp các hoạt động sáng tạo tiếp cận được nguồn tài trợ, đa dạng hóa nguồn vốn và tài chính. Trong chính sách hỗ trợ phát triển

các ngành CNVH, Nhà nước mới chỉ có ưu tiên cho những hoạt động văn hóa gắn với truyền thống văn hóa dân tộc, các ngành CNVH do Nhà nước quản lý như Điện ảnh; Mỹ thuật, nhiếp ảnh, triển lãm; Nghệ thuật biểu diễn; Truyền hình và phát thanh...mà chưa chú ý đúng mức đến phát triển các ngành gắn với doanh nghiệp tư nhân như: Quảng cáo; Kiến trúc; Phần mềm và trò chơi giải trí; Thủ công mỹ nghệ; Thời trang...

c) Thực trạng thúc đẩy năng lực đổi mới, sáng tạo:

Trên thế giới, việc tăng cường đầu tư vào Nghiên cứu và Phát triển (R&D) được coi là nền tảng cho sự phát triển bền vững của doanh nghiệp. Hoạt động R&D được thể hiện ở nhiều khía cạnh như: cải thiện khả năng đổi mới, tăng cường năng lực công nghệ, làm đa dạng hệ thống sản phẩm – dịch vụ, bắt kịp xu thế thị trường, củng cố và nâng cao vị thế cùng giá trị... giúp thúc đẩy tốc độ phát triển cũng như bảo đảm sự gia tăng cạnh tranh cho doanh nghiệp. Tuy nhiên, theo số liệu điều tra của Tổng cục Thống kê năm 2014, ở Việt Nam, trong tổng số 7.450 doanh nghiệp tham gia khảo sát, chỉ 464 doanh nghiệp khẳng định có các hoạt động R&D (chiếm 6,23%). Kết quả này cho thấy, hầu hết doanh nghiệp Việt Nam, trong đó có doanh nghiệp thuộc ngành CNVH, chưa thực sự quan tâm đến hoạt động R&D. Nếu tính tổng vốn đầu tư cho đổi mới công nghệ, tỷ lệ này của doanh nghiệp Việt Nam chỉ khoảng 0,2 – 0,5% doanh thu, trong đó đầu tư vào R&D chưa tới 0,01% doanh thu.

d) Thực trạng về tổ chức sản xuất và kinh doanh sản phẩm CNVH:

-Yếu tố đầu vào: Ngành CNVH vẫn còn thiếu các lao động trình độ cao, sử dụng các công cụ, thiết bị công nghệ lạc hậu. Các doanh nghiệp thiếu vốn đầu tư nên dù có ý tưởng cũng không có tiềm lực để nghiên cứu phát triển, không chú ý đến vấn đề bản quyền và sao chép ý tưởng còn phổ biến.

- Chất lượng sản phẩm: Vì xuất phát từ các yếu tố đầu vào nêu trên, nên sản phẩm của ngành CNVH Việt Nam gặp phải những vấn đề như chất lượng sản phẩm thua kém sản phẩm nước ngoài về hình thức mẫu mã, công năng sử dụng, độ bền...; Sản phẩm thiếu tính sáng tạo, chỉ rập khuôn các mẫu truyền thống hoặc sao chép.

- Yếu tố đầu ra: Các sản phẩm Việt Nam cho dù có chất lượng tốt nhưng không tiếp cận được thị trường, do gặp khó khăn trong việc tạo dựng thương hiệu. Nhiều nghiên cứu và khảo sát thị trường cho thấy: Có đến 80-90% người tiêu dùng Việt Nam

nói rằng nguồn gốc nhãn hiệu là một yếu tố quan trọng để họ đưa ra quyết định lựa chọn sản phẩm. Các công ty Việt Nam cần nâng cấp chuỗi giá trị và tập trung vào xuất khẩu hàng chất lượng cao hơn và giá cả cao hơn; đồng thời thay đổi hình ảnh các công ty Việt Nam ở thị trường nước ngoài thông qua xây dựng thương hiệu tích cực.

e) Thực trạng về đào tạo nguồn nhân lực lao động trình độ cao:

Mặc dù, Việt Nam đang có nguồn nhân lực trẻ dồi dào, song chất lượng nguồn nhân lực còn rất hạn chế. Theo Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO), năng suất lao động của Việt Nam còn có khoảng cách xa so với khu vực và thế giới. Năm 2012, năng suất lao động của Việt Nam vẫn thấp hơn Singapore 14,5 lần, Nhật Bản 8,5 lần, Hàn Quốc 7 lần, Thái Lan 2,9 lần. Giả định duy trì tốc độ tăng năng suất lao động trung bình như giai đoạn 2007-2012 thì phải đến năm 2038 Việt Nam mới bắt kịp năng suất lao động của Philippines, đến năm 2069 mới bắt kịp Thái Lan.

f) Thực trạng về liên kết giữa các doanh nghiệp, giữa các trường đại học và doanh nghiệp:

Việc hợp tác giữa các trường đại học và doanh nghiệp ở Việt Nam còn hạn chế. Số lượng, chất lượng đào tạo, nghiên cứu khoa học, chuyển giao công nghệ còn nhiều bất cập, chưa theo kịp sự thay đổi của thị trường. Trong khi đó, sự thiếu hụt thông tin từ cả hai phía, thiếu đầu mối liên lạc trong việc hợp tác là rào cản không nhỏ của việc liên kết này. Theo số liệu từ Vụ Giáo dục Đại học (Bộ Giáo dục và Đào tạo), kết quả nghiên cứu ở 08 trường tham gia Dự án Giáo dục đại học theo định hướng nghề nghiệp ứng dụng do Bộ triển khai cho thấy, việc hợp tác giữa các trường đại học và doanh nghiệp chưa nhiều. Phần lớn các trường mới thiết lập được mạng lưới với khoảng 10 doanh nghiệp đối tác chiến lược.

g) Thực trạng liên kết và hội nhập giữa doanh nghiệp trong và ngoài nước:

Việc liên kết và hội nhập giữa doanh nghiệp của các ngành CNVH trong và ngoài nước còn hạn chế. Nổi bật nhất là hợp tác trong lĩnh vực Du lịch văn hóa, song thiên về hướng kinh doanh bất động sản.

1.3.2 Thực trạng phát triển một số loại ngành CNVH chính tại Việt Nam

Các đánh giá thực trạng phát triển một số loại ngành CNHV dưới đây được tổng hợp từ các số liệu thống kê quốc gia và các nguồn tin trên mạng internet.

a) Ngành quảng cáo: Doanh thu trên các phương tiện truyền thông năm 2015 ước đạt trên 1 tỷ USD, tốc độ phát triển ngành trong những năm qua là khá cao, khoảng 20-30%.

b) Ngành kiến trúc: Ngành kiến trúc hiện nay tại Việt Nam được ghép vào với lĩnh vực xây dựng. Sản phẩm kiến trúc chỉ được coi là sản phẩm văn hóa khi gắn với việc thực hiện các dự án liên quan đến công trình văn hóa. Kiến trúc chưa được thực sự coi một trong những ngành CNVH.

c) Ngành Phần mềm, trò chơi giải trí: Năm 2014, đã có trên 500 doanh nghiệp tham gia kinh doanh trong lĩnh vực này, với tổng doanh thu 1,407 tỷ USD, thu hút 60.000 lao động, đạt tỷ lệ doanh thu trên lao động ở mức hơn 19.000 USD/lao động/năm (tương đương với khoảng 420 triệu đồng/năm). Năm 2016 được đánh giá là “một bước tiến mãnh liệt của thị phần game mobile online tại Việt Nam”, dẫn đầu thị trường Đông Nam Á dựa trên tổng thu nhập với khoảng 36 triệu người chơi game. Tuy Việt Nam là thị trường game dẫn đầu Đông Nam Á nhưng đó chỉ đơn thuần là thị trường nhập khẩu, phát hành, còn sản xuất, xuất khẩu game Việt Nam vẫn thua kém so với các đối thủ nước ngoài. Hầu như các game online thành công tại Việt Nam đều là game nhập ngoại, phải trả rất nhiều tiền bản quyền, chủ yếu làm giàu cho nước ngoài.

d) Ngành Thủ công, mỹ nghệ: Dù chỉ chiếm 1,5% trong tổng kim ngạch xuất khẩu, song vẫn là ngành nằm trong số 11 ngành có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất, ước tính đạt 2,171 tỷ USD, xuất khẩu sang hơn 163 quốc gia trên thế giới, giải quyết hơn 11 triệu việc làm. Điểm trở ngại lớn nhất hiện nay là mẫu mã sản phẩm xấu, không đổi mới, duy trì các thiết kế cũ trong nhiều năm. Nguyên nhân là do doanh nghiệp chưa coi trọng hoặc chưa đủ điều kiện đầu tư thiết kế mẫu mã và sáng tạo công năng mới, quá lệ thuộc vào sản phẩm truyền thống. Nhiều làng nghề còn bắt chước, sao chép mẫu mã khiến cho tính đa dạng sản phẩm bị mất đi và xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ.

e) Ngành Điện ảnh Việt Nam: Theo thống kê của Cục Điện ảnh, năm 2015, tại Việt Nam, phim Việt Nam có doanh thu trung bình 780,4 nghìn USD/phim, so với phim nước ngoài là 391,6 nghìn USD/phim. Số lượng phim Việt được sản xuất và phát hành chiếm 18% tổng số phim được phát hành trên toàn bộ thị trường và doanh thu chiếu phim Việt chiếm 30%.

f) Ngành xuất bản: Năm 2014 với tổng doanh thu đạt 90 triệu USD (tăng 2,1% so với năm 2013).

g) Ngành thời trang: Kim ngạch xuất khẩu của nền công nghiệp dệt may Việt Nam trên thị trường thế giới chỉ là gia công cho nước ngoài, năm 2015 ước tính đạt 27,5 tỷ USD; thiết kế thời trang ước tính 20 triệu USD.

h) Ngành Nghệ thuật biểu diễn: Việt Nam có nhiều loại hình nghệ thuật biểu diễn đa dạng, phong phú và có bề dày lịch sử. Hoạt động sản xuất, lưu hành, kinh doanh bản ghi âm, ghi hình ca múa nhạc, sân khấu cũng đã hình thành. Trung bình mỗi năm sản xuất và cấp mới khoảng 300 chương trình, và 2-4 triệu nhãn kiểm soát. Thống kê của Cục Nghệ thuật biểu diễn cho thấy, doanh thu năm 2015 của ngành ước đạt 5,2 triệu USD. Tăng trưởng doanh thu ước đạt khoảng 5% mỗi năm.

i) Ngành Du lịch văn hóa: Năm 2016, ngành Du lịch đạt hai kỷ lục: Tổng khách quốc tế đến nhiều nhất trong 1 năm, đạt 10 triệu lượt; Mức tăng tuyệt đối trong 1 năm nhiều nhất so với cùng kỳ năm trước. Bên cạnh đó, ngành Du lịch phục vụ 62 triệu lượt khách nội địa. Trong năm, ngành Du lịch tăng trưởng 25% so với năm 2015 và tổng doanh thu cả năm ước đạt 400.000 tỷ đồng. Trong danh sách top quốc gia phát triển du lịch nhanh nhất thế giới năm 2017 của Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO), Việt Nam đứng thứ 7, sau 2 quốc gia cùng Châu lục là Nepal và Hàn Quốc.

1.3.3 Thực trạng phát triển các Trung tâm CNVH - không gian sáng tạo tại Việt Nam

a) Thực trạng phát triển các Không gian sáng tạo:

Hiện tại, Không gian sáng tạo hay Trung tâm CNVH tập trung chủ yếu tại TP Hồ Chí Minh và thủ đô Hà Nội. Đây là nơi kinh tế phát triển, có nhiều tiềm năng khoa học công nghệ, nguồn lao động chất lượng cao, môi trường văn hóa và có đủ điều kiện hội nhập quốc tế. Các tỉnh, thành phố khác do chưa tích tụ được đầy đủ các yếu tố trên nên chưa xuất hiện các Trung tâm CNVH.

Bảng 0.2 Các loại hình không gian sáng tạo phổ biến tại Việt Nam và các địa điểm tiêu biểu tại Hà Nội và TP Hồ Chí Minh

Các loại hình không gian sáng tạo	Các địa điểm tiêu biểu	Địa chỉ
Trung tâm văn hóa và nghệ thuật với các gallery triển lãm, thư viện, phòng đa năng, chuyên tổ chức các sự kiện như các buổi tọa đàm, hội thảo, chiếu phim, biểu diễn âm nhạc...	Heritage Space	Dolphin Plaza, 28 Trần Bình, Hà Nội
	Nhà Sàn Collective	Tầng 15, toà nhà HNCC, số 1 Lương Yên, Hà Nội
	Work Room Four	Tòa nhà Packexim, tháp 1, tầng 24, số 49 ngõ 15 An Dương Vương, Tây Hồ, Hà Nội
Quán bar, cà phê kiêm tổ chức các hoạt động văn hóa, nghệ thuật như chiếu phim, trình diễn âm nhạc, tổ chức workshop... với trang trí nội thất nhấn mạnh vào nghệ thuật thị giác.	Manzi	14 Phan Huy Ích, Hà Nội
	Tổ chim xanh – Bluebird's Nest	số 13 ngõ 19 Đặng Dung, Hà Nội
	Hanoi Rock City	số 27 ngõ 52 Tô Ngọc Vân, Tây Hồ, Hà Nội
Trung tâm đào tạo với các lớp học dành cho những người có đam mê với lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật, sáng tạo, thông qua tổ chức các buổi seminar, hội thảo, workshop, cuộc thi... khuyến khích học viên sáng tạo ra sản phẩm.	Trung tâm hỗ trợ phát triển tài năng điện ảnh TPD	51 Trần Hưng Đạo, Hà Nội
	Hanoi Doclab	56-58 Nguyễn Thái Học, Hà Nội
	Creative Lab by UP	Số 1, Lương Yên, Hai Bà Trưng, Hà Nội
	Học viện Nghệ Thuật Thiết Kế Sáng Tạo ADC Academy	Lầu 3, 264 Nam Kỳ Khởi Nghĩa, Phường 8, Quận 3, TP HCM
Trung tâm hợp tác làm việc và hỗ trợ các doanh nghiệp khởi nghiệp, kết hợp quán cà phê, quán ăn và tổ chức các buổi tọa đàm, hội thảo, workshop... thúc đẩy kết nối trong cộng đồng khởi nghiệp	Clickspace Coworking Center	Villa 15, 76 Tô Ngọc Vân, Tây Hồ, Hà Nội
	HanoiHub Coworking Space	tầng 2, số 2, ngõ 59 Láng Hạ, Hà Nội
	Toong Coworking Space	Tầng 3 và 4, số 8 Tràng Thi, Hoàn Kiếm, HN
	Hatch Nest	tầng 14, 195 Đội Cấn, Ba Đình, Hà Nội
	UP Coworking Space	Tầng 8, toà nhà Hanoi Creative City, 1 Lương Yên, Hà Nội
	WORK Saigon	267/2 Điện Biên Phủ,

		Quận 3, TP HCM
	Saigon Coworking	101 Cù Lao, phường 2, Phú Nhuận, TP HCM
Trung tâm thương mại và giải trí bao gồm: Cửa hàng thời trang, phụ kiện, sản phẩm thủ công mỹ nghệ; Nhà hàng; Không gian giải trí; Không gian ngoài trời trang trí nghệ thuật thị giác đương đại như tranh tường, nghệ thuật sắp đặt; Không gian nội thất với phong cách đặc biệt như tận dụng đồ cũ, đồ tái chế... Thường xuyên tổ chức chiếu phim, ca nhạc, triển lãm, hội chợ, lễ hội.	Khu X-98	Ngõ 31 Hoàng Cầu, Ô Chợ Dừa, Đống Đa, HN
	Hanoi Creative City (HNCC)	tòa nhà Hanoi Creative City, 1 Lương Yên, HN
	Saigon Outcast	188/1 Nguyễn Văn Hưởng, Thảo Điền, D2, TP Hồ Chí Minh
Không gian trực tuyến cung cấp thông tin về các sự kiện văn hóa, nghệ thuật, chia sẻ quan điểm của các nhà bình luận, giúp kết nối người sáng tạo và người tiêu thụ sản phẩm.	https://hanoigravine.com/vi/	Online
	http://www.andofotherthings.com/	Online

Bảng 0.3 Bảng khảo sát mức độ quan tâm của công chúng đối với một số không gian sáng tạo thông qua mạng internet tính đến tháng 8/2017

Không gian sáng tạo	Số lượt like facebook	Số người đã check in facebook	Đánh giá trên trip advisor (trang web quốc tế về du lịch)
UP co-working space	54.888	3.204	
Hanoi Creative City	78.330	35.151	2 sao 3 lượt bình luận
Khu X-98	11.273	7.921	
Hanoi Rock City	18.009		4,5 sao 20 lượt nhận xét
Heritage Space	17.719	4.542	4,5 sao 2 lượt nhận xét
Saigon Outcast	30.872	13.678	4 sao 74 lượt nhận xét
Factory contemporary arts centre	10.897	2.445	4,5 sao 16 lượt nhận xét
Manzi	21.073	4.618	4,5 sao 65 lượt nhận xét
Trung tâm điện ảnh TPD	31.351	5.305	
Hanoi Grapevine	22.324		

Từ Bảng 1.3, có thể nhận thấy: Rất nhiều người Việt Nam quan tâm và tham gia vào các lĩnh vực văn hóa và sáng tạo. Đây chính là nguồn tài nguyên và thị trường tiềm năng để khai thác phát triển các không gian sáng tạo, các Trung tâm CNVH nói riêng và các ngành CNVH nói chung.

Bảng 0.4 Số lượng các cơ sở truyền bá sản phẩm văn hóa ở các khu vực có Di sản thế giới

	Số Thư viện địa phương quản lý năm 2015	Số Tòa soạn báo, tạp chí năm 2015	Số Rạp chiếu phim năm 2016
Hà Nội	31	552	23
Huế	9	7	1
Ninh Bình	8	2	1
Quảng Bình	9	4	1
Quảng Nam	18	4	2
Quảng Ninh	14	2	3
Thanh Hóa	28	4	2

Nguồn: Tổng cục Thống kê, mạng internet (31)

Bảng 1.4 cho thấy, tuy có rất nhiều lợi thế để phát triển CNVH nhưng các khu vực Di sản văn hóa trừ Hà Nội đều rất thiếu các cơ sở hạ tầng để thúc đẩy truyền bá sản phẩm văn hóa. Điều cấp thiết nhất lúc này chính là xây dựng các cơ sở hạ tầng văn hóa đạt tiêu chuẩn ở các khu vực Di sản văn hóa để tương xứng với tiềm năng và lợi thế của vùng, từ đó tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển các ngành CNVH, tạo cơ hội kinh tế và việc làm cho người dân.

b) Thực trạng quản lý phát triển Hệ thống không gian sáng tạo:

Một thách thức lớn bao trùm lên các không gian sáng tạo và CNVH ở Việt Nam là hệ thống quản lý đơn ngành mà theo như quan điểm của Vương quốc Anh, sẽ không mang lại một phương thức tiếp cận tổng thể cũng như hiểu biết đầy đủ cho tất cả các ngành CNVH.

Bảng 1.5 cho thấy các ngành CNVH phân cho nhiều bộ ngành quản lý, với nhiều quy định chồng chéo. Nếu xem văn hóa còn là một lĩnh vực đầu tư và đây là khu vực thu hút nhiều doanh nghiệp tư nhân và sản phẩm của nó dựa trên sáng tạo, thì mô hình quản lý phải thay đổi để phù hợp với thị trường và hội nhập quốc tế.

Bảng 0.5 Bảng phân chia quản lý các ngành CNVH tại Việt Nam

TT	Các ngành CNVH và lĩnh vực có liên quan	Bộ chủ quản
A	Các ngành CNVH	
1	Quảng cáo	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch
2	Kiến trúc	Bộ Xây dựng
3	Phần mềm và trò chơi giải trí	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch
4	Thủ công mỹ nghệ	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch
5	Thiết kế	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch
6	Điện ảnh	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch
7	Xuất bản	Bộ Thông tin và Truyền thông
8	Thời trang	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch
9	Nghệ thuật biểu diễn,	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch
10	Mỹ thuật, nhiếp ảnh, triển lãm	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch
11	Truyền hình và phát thanh	Bộ Thông tin và Truyền thông
12	Du lịch văn hóa	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch
B	Các lĩnh vực có liên quan	
1	Khoa học công nghệ và Tài sản trí tuệ gắn với ngành CNVH	Bộ Khoa học và Công nghệ
2	Đào tạo nguồn nhân lực cho các ngành CNVH	Bộ Giáo dục và Đào tạo

c) Thực trạng liên kết của các Không gian sáng tạo: Theo các nghiên cứu khảo sát chung về Không gian sáng tạo ở Việt Nam có thể đưa ra nhận định rằng:

- Hiện nay các Không gian sáng tạo tại Việt Nam được hình thành chủ yếu phục vụ cho 2 cộng đồng: i) Cộng đồng lĩnh vực văn hóa và nghệ thuật như: Mỹ thuật, nhiếp ảnh, triển lãm; Nghệ thuật biểu diễn nghệ thuật; Quảng cáo; Thời trang...Không gian sáng tạo tiêu biểu phục vụ cho cộng đồng này là câu lạc bộ, trung tâm triển lãm, tổ chức sự kiện; ii) Cộng đồng lĩnh vực công nghệ cao như: Thiết kế; Phần mềm và trò chơi giải trí, Xuất bản...Không gian sáng tạo tiêu biểu phục vụ cho cộng đồng này là các trung tâm hỗ trợ hợp tác làm việc và khởi nghiệp.

- 2 cộng đồng này hầu như không tập trung ở cùng một không gian sáng tạo (trừ Trung tâm Hanoi Creative City) nên gần như không có được sự liên kết hợp tác để cùng sáng tạo và phát triển.

- Các Không gian sáng tạo tại Việt Nam phần lớn phát triển từ dưới lên, được mở ra xuất phát từ đam mê của những người sáng lập. Do đó, qua thời gian, cách thức

kinh doanh này cũng bộc lộ một số vấn đề: Thiếu tính liên kết giữa các Không gian sáng tạo; Cơ chế vận hành vẫn trông chờ vào sự trợ giúp.

Nhiều chuyên gia cho rằng: Phát triển các ngành CNVH hay các Không gian sáng tạo phải được thực hiện từ dưới lên (bắt nguồn từ các cá nhân, doanh nghiệp...) và phải từ trên xuống, từ tầm nhìn quốc gia và hội nhập quốc tế, trước hết là: Phải tạo lập được thị trường văn hóa, nơi các sản phẩm văn hóa trở thành một ngành kinh doanh; Hình thành được được hệ sinh thái kết nối thúc đẩy sáng tạo và kinh doanh giữa các cá nhân, doanh nghiệp và cộng đồng; nảy sinh nhu cầu về đào tạo nguồn nhân lực, sẵn sàng về công nghệ và chí khí trong hội nhập.

d) Thực trạng về pháp lý đặc thù để hỗ trợ về mặt bằng, tài chính và điều kiện

kinh doanh: Hiện nay, các Không gian sáng tạo tại Việt Nam không có hỗ trợ pháp lý đặc thù nên đều phải đăng ký kinh doanh với cơ quan chức năng, đóng thuế và xin giấy phép tổ chức sự kiện giống như các doanh nghiệp kinh doanh thông thường khác. Tiếp cận mặt bằng, tài chính khó khăn. Hầu hết các Không gian sáng tạo không nhận được sự hỗ trợ của Chính phủ (trừ Dự án ươm mầm khởi nghiệp VSV là dự án Hợp tác công tư nhận sự hỗ trợ của Bộ Khoa học và Công nghệ). Vì vậy, để có thể duy trì hoạt động, các Không gian sáng tạo thường kết hợp các hoạt động kinh doanh khác như kinh doanh quán ăn, quán cà phê... Nhu cầu thực tiễn về đổi mới phương thức quản lý Nhà nước để phát triển các ngành CNVH, cũng như Trung tâm CNVH ngày càng lớn, không chỉ tạo điều kiện cho doanh nghiệp tiếp cận đất đai, văn phòng, tài chính, môi trường kinh doanh, tương tự như Mô hình KCN, Khu công nghệ... mà còn tạo dựng lợi ích kinh tế mới, truyền bá văn hóa, mang tới các giá trị tinh thần cho xã hội.

1.4 Thực trạng phát triển ngành CNVH tại Quảng Ninh và Vân Đồn

1.4.1 Thực trạng ngành CNVH tại tỉnh Quảng Ninh và khu vực có liên quan

Quảng Ninh thuộc vùng Đông Bắc Việt Nam, diện tích 6.102,3 km², năm 2015 dân số 1,21 triệu người, được ví như một Việt Nam thu nhỏ, vì có cả biển, đảo, đồng bằng, trung du, đồi núi, biên giới; vừa thuộc Vùng Kinh tế trọng điểm phía Bắc vừa thuộc Vùng duyên hải Bắc Bộ. Đây là tỉnh khai thác than đá chính của Việt Nam và có vịnh Hạ Long là Di sản thế giới; là một trong những tỉnh có kho di sản văn hoá lớn

nhất, phong phú, đa dạng nhất....Tại đây có đến 541 Di sản văn hoá vật thể gồm những đình, chùa, đền, miếu, danh lam thắng cảnh và hơn 2.800 hồ sơ Di sản văn hoá phi vật thể là những phong tục, tập quán, trò chơi dân gian...

a) Về Du lịch văn hóa: Các địa danh gắn với CNVH văn hóa nổi bật gồm: Vịnh Hạ Long; Vịnh Bái Tử Long; Đảo Cô Tô; Bãi cọc Bạch Đằng; Thương cảng Vân Đồn; Quần thể di tích lăng các vua Trần; Núi Yên Tử. Quảng Ninh là một đỉnh của tam giác tăng trưởng du lịch miền Bắc Việt Nam. Vịnh Hạ Long, vịnh Bái Tử Long, đảo Cát Bà là khu du lịch trọng điểm quốc gia.

b) Về Thủ công mỹ nghệ: Cách đây trên dưới 4.500 năm, những đồ gốm sứ Hạ Long đã nổi tiếng bởi kiểu dáng, hoa văn trang trí và hoa văn trở thung. Sản phẩm gốm sứ Quảng Ninh có mặt ở nhiều nước. Các doanh nghiệp gốm sứ hiện tập trung ở thị trấn Đông Triều và Mạo Khê. Ngoài ra, đây còn là địa danh của nghề điêu khắc đá than. Xét về tính tổng thể ngành CNVH, Quảng Ninh mới phát triển được một ngành mang tầm vóc quốc gia và có khả năng hội nhập quốc tế là ngành Du lịch văn hóa.

1.4.2 Thực trạng ngành CNVH tại ĐKKT Vân Đồn

Ngày 19/8/2009, tại Quyết định 1296/QĐ-TTg, Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch chung xây dựng khu kinh tế (KKT) Vân Đồn tỉnh Quảng Ninh đến năm 2020 tầm nhìn đến năm 2030 (20). Tại KKT Vân Đồn mới tập trung phát triển du lịch. Năm 2014, lượng khách du lịch đến Vân Đồn đạt 0,6 triệu lượt, trong đó khách quốc tế khoảng 11 ngàn lượt, tổng doanh thu du lịch đạt 420 tỷ đồng. Giai đoạn 2011-2015, tổng doanh thu du lịch tăng bình quân 18%/năm. Năm 2016, Vân Đồn có trên 110 cơ sở lưu trú du lịch, đã tổ chức một số hoạt động quảng bá giới thiệu du lịch.

Bảng 0.6 Doanh thu từ du lịch của huyện Vân Đồn giai đoạn 2010 - 2015

Năm	GDP của toàn huyện (tỷ đồng)	Doanh thu từ du lịch (tỷ đồng)	Tốc độ tăng trưởng doanh thu từ du lịch (%)	Tỷ trọng doanh thu từ du lịch/GDP toàn huyện (%)
2010	670	105,04	23,4	15,68
2011	934	152,15	44,86	16,29
2012	1.080	186,89	22,83	17,31
2013	1.255	228,41	22,22	18,2
2014	2.252	420	83,88	19
2015	2.684	540	28,57	20

Nguồn: Quy hoạch tổng phát triển du lịch huyện Vân Đồn đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 (22)

Bảng 0.7 Tỷ lệ lao động địa phương và thu nhập bình quân 1 lao động tại 4 khu du lịch tại Vân Đồn

Khu du lịch	Tỷ lệ lao động địa phương(%)	Thu nhập bình quân 1 lao động/năm (triệu VNĐ)
Khu du lịch Vân Hải	83,7	54
Khu du lịch Mai Quyền	82,1	45,6
Khu du lịch Việt Mỹ	89,8	42
Khu resort Minh Châu	91,3	48
Bình quân	86,7	47,4

Nguồn: Luận án tiến sĩ “Phát triển du lịch biển đảo vịnh Bái Tử Long, tỉnh Quảng Ninh” của Châu Quốc Tuấn (7)

Bảng 1.7 cho thấy tỷ lệ lao động địa phương tại các khu du lịch này rất cao (trung bình 86,7%), và thu nhập bình quân đạt 47,4 triệu đồng/năm/người. Điều này chứng tỏ phát triển du lịch đã góp phần giải quyết công ăn việc làm đem lại nguồn thu nhập cao cho lao động địa phương. Nhiều hộ dân tại đây thoát nghèo do làm các hoạt động như: Chèo đò đưa đón khách, lái xe thuê (vận chuyển khách du lịch), chế tạo thủ công các đồ lưu niệm từ các vỏ sò, ốc bán cho khách du lịch.

Bảng 0.8 Bảng thống kê các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực CNVH ở huyện Vân Đồn, Quảng Ninh

TT	Tên doanh nghiệp	Địa chỉ	Ngành nghề chính
1	CTy CP Tư vấn Thiết kế Tây Nam QN	Thôn Đồng Cây, Xã Đoàn Kết,	Hoạt động kiến trúc và tư vấn kỹ thuật
2	Chi nhánh CTy CP Nam Kinh tại QN	Thôn Đông Thịnh - Xã Đông Xá	Hoạt động kiến trúc và tư vấn kỹ thuật
3	CTy CP Sao Đông Bắc	Khu 5	Hoạt động kiến trúc và tư vấn kỹ thuật
4	CTy CP Tư vấn và Đầu tư xây dựng Minh Châu	Khu 3 - Xã Đông Xá	Hoạt động kiến trúc và tư vấn kỹ thuật
5	CTy CP Xây dựng và Thương mại Nam Việt	Tổ 2, Khu 7, Thị trấn Cái Ròng	Hoạt động kiến trúc và tư vấn kỹ thuật
6	CTy TNHH một thành viên XD, Thương mại Vân Đồn	Khu 5 - Thị trấn Cái Ròng	Hoạt động kiến trúc và tư vấn kỹ thuật
7	CTy CP Đầu tư và Phát triển đô thị Hồng Đức	Tổ 3, khu 7, Thị trấn Cái Ròng	Hoạt động kiến trúc và tư vấn kỹ thuật
8	Công ty TNHH Xây dựng Nhật Quảng	Tầng 3, Ban Quản lý KKT, Cái Ròng,	Hoạt động kiến trúc và tư vấn kỹ thuật
9	CTy CP Xây dựng và Du lịch	Thôn Đông Thành - Xã	Hoạt động kiến trúc và tư

	Hợp Thắng	Đông Xá	vấn kỹ thuật
10	CTy CP Hà Đô land	Khách sạn Thái Hoàng, Khu 8, Thị trấn Cái Rồng	Hoạt động kiến trúc và tư vấn kỹ thuật
11	CTy CP Đầu tư phát triển Vân Đồn	Nhà khách UBND huyện Vân Đồn	Hoạt động kiến trúc và tư vấn kỹ thuật
12	CTy CP Thương mại và Dịch vụ Tân Lợi QN	Thôn 14 - Xã Hạ Long	Hoạt động kiến trúc và tư vấn kỹ thuật
13	CTy TNHH Du lịch và Thương mại Tuấn Sơn	Số nhà 257, khu 4, Thị trấn Cái Rồng	Đại lý du lịch
14	Công ty TNHH Du lịch Minh Châu	Thôn Ninh Hải - Xã Minh Châu	Đại lý du lịch
15	Cty TNHH một thành viên Du lịch Ngôi Sao Mới	Số nhà 84, đường Đông Sơn - Thị trấn Cái Rồng	Đại lý du lịch
16	Cty TNHH Du lịch sinh thái Bãi Dài Vân Đồn	Thôn 1 - Xã Hạ Long	Đại lý du lịch
17	Công ty Cổ phần Du lịch quốc tế Hảo Thịnh	Thôn Đông Nam - Xã Quan Lạn	Đại lý du lịch
18	Cty TNHH Thương mại và Phát triển du lịch Quốc Hiến	Thôn Đông Nam - Xã Quan Lạn	Đại lý du lịch
19	CTy CP Du lịch quốc tế Linh Phương	Tổ 1, khu 3 - Thị trấn Cái Rồng	Đại lý du lịch
20	Công ty TNHH Romance Land	Đảo Trà Bàn, Xã Bản Sen	Dịch vụ quảng bá và tổ chức du lịch
21	CTy CP Thương mại và Du lịch Ngọc Thế	Khu 9	Dịch vụ quảng bá và tổ chức du lịch
22	CTy CP dịch vụ Du lịch vận tải hành khách Chiến Thắng	Thôn 9 - Xã Hạ Long	Dịch vụ quảng bá và tổ chức du lịch
23	Công ty TNHH 1 thành viên Du lịch Mai Quyền	Thôn 1 - Xã Hạ Long	Dịch vụ quảng bá và tổ chức du lịch
24	CTy CP Lâm Vân	Thôn Sơn Hào, Xã Quan Lạn	Điều hành du lịch
25	CTy CP Du lịch Vân Đồn	Hòn Bánh Sữa	Dịch vụ vui chơi giải trí
26	Công ty TNHH Trường Toàn	Cầu 2 - Xã Đông Xá	Dịch vụ vui chơi giải trí
27	CTy CP Thương mại và Dịch vụ Việt Anh QN	Thôn 14 - Xã Hạ Long	Dịch vụ liên quan đến in
28	Công ty TNHH Xuất nhập khẩu Khánh Long	Thôn Đông Thịnh - Xã Đông Xá	Sản xuất hàng may sẵn (trừ trang phục)
29	CTy CP Dịch vụ và Thương mại Chí Việt	Thôn 4 - Xã Hạ Long	Giới thiệu và xúc tiến thương mại
30	Công ty TNHH một thành viên Hưng Thịnh Vân Đồn	Tổ 1, khu 1, Thị trấn Cái Rồng	Giáo dục văn hóa nghệ thuật

Nguồn: <https://thongtindoanhnghiep.co> (37)

Bảng 1.8 cho thấy, tương tự như trong toàn tỉnh, tại Vân Đồn, 46,7% các doanh nghiệp CNVH thuộc lĩnh vực du lịch. Hoạt động của ngành Kiến trúc tại đây cũng liên quan đến bất động sản du lịch. Các ngành nghề CNVH khác vẫn chưa phát triển. Ngành du lịch tại Vân Đồn chỉ chủ yếu tập trung vào các thể mạnh thiên nhiên sẵn có mà chưa khai thác được hết các thể mạnh văn hóa sáng tạo, tạo chuỗi giá trị gia tăng cho ngành du lịch nói riêng và ngành CNVH nói chung. Từ thực trạng của ngành CNVH tại Vân Đồn cũng như Quảng Ninh, có thể thấy những vấn đề sau:

- Cơ sở hạ tầng chưa đáp ứng được nhu cầu phát triển ngành du lịch nói riêng và ngành CNVH nói chung về số lượng lẫn chất lượng;
- Sản phẩm văn hóa còn nghèo nàn, không thể hiện được bản sắc đặc trưng độc đáo của tài nguyên du lịch văn hóa gắn với Di sản thế giới Vịnh Hạ Long;
- Đội ngũ lao động ngành CNVH còn quá ít, thiếu các lao động có trình độ chuyên môn cao, thiếu sự gắn kết giữa thị trường tại địa phương và các trường đại học và viện nghiên cứu nhằm đào tạo cũng như nghiên cứu đổi mới sản phẩm;
- Công tác tuyên truyền quảng bá thương hiệu du lịch văn hóa, sản phẩm CNVH vẫn còn hạn chế, chưa theo kịp nhu cầu phát triển chung của ngành;
- Số lượng các doanh nghiệp CNVH thấp, chủ yếu là doanh nghiệp du lịch nhưng lại có quy mô nhỏ, năng lực cạnh tranh hạn chế, thiếu sự liên kết, hợp tác giữa các doanh nghiệp. Trình độ trang thiết bị, kỹ thuật còn thấp, công nghệ quản lý và kỹ thuật lạc hậu kém hiệu quả; Các sản phẩm thủ công chất lượng thấp, chưa đủ sức cạnh tranh trên thị trường ngoài nước, chủ yếu tiêu thụ tại chỗ.

Bảng 0.9 Bảng đánh giá chung về mức độ phổ biến sản phẩm gắn với quy mô của doanh nghiệp CNVH tại Quảng Ninh

TT	Các ngành CNVH và lĩnh vực có liên quan	Mức độ phổ biến sản phẩm				Quy mô doanh nghiệp		
		Trong tỉnh	Vùng ĐBSH	Quốc gia	Quốc tế	Nhỏ	Vừa	Lớn
A	Các ngành CNVH							
1	Quảng cáo	x				x		
2	Kiến trúc	x				x		
3	Phần mềm và trò chơi giải trí					x		

4	Thủ công mỹ nghệ	x	x	x		x	x	
5	Thiết kế	x				x		
6	Điện ảnh	x				x	x	
7	Xuất bản	x				x	x	
8	Thời trang					x		
9	Nghệ thuật biểu diễn,	x	x			x	x	
10	Mỹ thuật, nhiếp ảnh, triển lãm	x	x			x	x	
11	Truyền hình và phát thanh	x	x			x	x	
12	Du lịch văn hóa	x	x	x	x	x	x	x
B	Các lĩnh vực có liên quan							
1	KHCN và Tài sản trí tuệ gắn với ngành CNVH							
2	Đào tạo nguồn nhân lực cho các ngành CNVH							

1.5 Vai trò, xu hướng phát triển ngành CNVH, Trung tâm CNVH thế giới

1.5.1 Vai trò của ngành CNVH trong nền kinh tế quốc dân

Vai trò của ngành CNVH trong nền kinh tế quốc dân được đánh giá trên hai phương diện: Số lao động và doanh thu. Bảng dưới đây tổng hợp một số chỉ số về các ngành CNVH tại Châu Á – Thái Bình Dương và Thế giới, thời điểm năm 2013.

Bảng 0.10 Một số chỉ số về CNVH tại Châu Á – Thái Bình Dương và Thế giới

Loại	Đơn vị	Số lượng
Khu vực Châu Á - Thái Bình Dương		
Lao động		
Số lao động 11 ngành CNVH	người	13.352.000
Số lao động của ngành Du lịch văn hóa	người	23.452.820
Tổng số lao động của 11 ngành CNVH và Du lịch văn hóa	người	36.804.820
Tổng số lao động tại Khu vực châu Á - Thái Bình Dương	người	1.811.000.000
Tỷ lệ lao động của 11 ngành CNVH và Du lịch văn hóa trên tổng số lao động	%	2,03
Doanh thu		
Doanh thu của 11 ngành CNVH	triệu USD	795.400
Doanh thu của ngành Du lịch văn hóa	triệu USD	242.017
Tổng doanh thu của 11 ngành CNVH và Du lịch văn hóa	triệu USD	1.037.417
Tổng doanh thu tại Khu vực châu Á- Thái Bình Dương	USD	20.876.000
Tỷ lệ đóng góp của 11 ngành CNVH và Du lịch văn hóa trên tổng doanh thu	%	4,97

Doanh thu/lao động		
Doanh thu/lao động 11 ngành CNVH và Du lịch văn hóa	USD/ng.năm	28186,99
Doanh thu/lao động tại Khu vực châu Á- Thái Bình Dương	USD/ng.năm	11527,33
Thế giới		
Lao động		
Số lao động 11 ngành CNVH	người	31.523.000
Số lao động của ngành Du lịch văn hóa	người	37.330.780
Tổng số lao động của 11 ngành CNVH và Du lịch văn hóa	người	68.853.780
Tổng số lao động thế giới	người	3.114.000.000
Tỷ lệ số lao động của 11 ngành CNVH và Du lịch văn hóa trên tổng số lao động	%	2,21
Doanh thu		
Doanh thu của 11 ngành CNVH	triệu USD	2.286.000
Doanh thu của ngành Du lịch văn hóa	triệu USD	797.498
Tổng doanh thu của 11 ngành CNVH và Du lịch văn hóa	triệu USD	3.083.498
Tổng doanh thu toàn cầu	triệu USD	76.363.000
Tỷ lệ đóng góp của 11 ngành CNVH và Du lịch văn hóa trên tổng doanh thu	%	4,04
Doanh thu/lao động		
Doanh thu/lao động 11 ngành CNVH và Du lịch văn hóa	USD/ng.năm	44783,28
Doanh thu/lao động thế giới	USD/ng.năm	24522,48

Nguồn: cuốn sách “Di sản thế giới tại ASEAN Một tầm nhìn, Một bản sắc, Một cộng đồng”(2017) do TS.Phạm Đình Tuyển chủ biên (8)

a) Về số lao động: Tại khu vực Châu Á – Thái Bình Dương: Số lao động của 11 ngành CNVH và Du lịch văn hóa chiếm tỷ trọng 2,03% so với tổng số lao động; Trên thế giới: Số lao động của 11 ngành CNVH và Du lịch văn hóa chiếm tỷ trọng 2,21% so với tổng số lao động.

b) Về doanh thu: Tại khu vực Châu Á – Thái Bình Dương: Tỷ lệ đóng góp doanh thu của 11 ngành CNVH và Du lịch văn hóa đối với tổng doanh thu vào khoảng 4,97%; Doanh thu/lao động của 11 ngành CNVH và Du lịch văn hóa gấp 2,44 lần so với tổng hợp chung của các ngành kinh tế khác; Trên thế giới: Tỷ lệ đóng góp doanh thu của 11 ngành CNVH và Du lịch văn hóa đối với tổng doanh thu trên thế giới vào khoảng 4,04%; Doanh thu/lao động của 11 ngành CNVH và Du lịch văn hóa gấp 1,83 lần so với tổng hợp chung của các ngành kinh tế khác.

1.5.2 Xu hướng phát triển các ngành CNVH thế giới

a) Xu hướng phát triển chung

Trên thế giới, các Nước phát triển đều là các nước có các ngành CNVH tiên tiến và hiện đại. Tại đây, trong nền kinh tế thị trường, phát triển các ngành CNVH chủ yếu là do cá nhân, doanh nghiệp và cộng đồng xã hội khởi xướng; các ngành CNVH có chung tính chất sáng tạo, đổi mới; có thể tồn tại độc lập, song thường phát triển mang tính liên ngành, tích hợp tạo thành nhóm ngành CNVH. Tại nhiều nước, Công nghiệp du lịch không thuộc ngành CNVH, mà chỉ là một phần của ngành Công nghiệp du lịch. Tỷ trọng của Du lịch văn hóa trong Công nghiệp du lịch, vào khoảng 37- 40%.

Liên quan đến phát triển các ngành CNVH có các xu hướng:

- Xu thế phát triển gắn với các yếu tố địa chính trị và địa kinh tế: Trục địa chính trị và kinh tế chuyển dịch từ Tây sang Đông và từ Bắc xuống Nam, với sự trỗi dậy của các quốc gia thuộc nhóm nước Công nghiệp mới và các tổ chức khác; Xuất hiện các chủ thuyết có liên quan ví dụ như: Thuyết “Một vành đai, Một con đường” của Trung Quốc, không chỉ gắn với giao thương mà còn cả văn hóa và chính trị; Thuyết “Một tầm nhìn, Một bản sắc, Một cộng đồng” của ASEAN, kết nối 3 trụ cột: Chính trị - An ninh; Kinh tế và Xã hội – Văn hóa (gắn với các tuyến đường Di sản văn hóa)...

- Xu thế nền kinh tế toàn cầu: Kinh tế toàn cầu dự báo tăng trưởng 3,2% vào giai đoạn 2025 – 2035, trong đó hội nhập thương mại, đô thị hóa và tiến bộ công nghệ (gắn với đổi mới, sáng tạo) sẽ là động lực chính. Cùng với đó là sự dịch chuyển các hoạt động sản xuất có hiệu quả thấp tới các Nước đang phát triển (như Việt Nam);

- Xu thế về đua tranh thương hiệu, vị thế: Tạp chí nổi tiếng thế giới Fortune đưa ra một danh sách mang tên Fortune Global 500. Trong số các vị trí dẫn đầu danh sách 500 doanh nghiệp hàng đầu thế giới có nhiều hãng hay thương hiệu liên quan đến các ngành CNVH, đặc biệt là ngành Công nghiệp phần mềm và trò chơi giải trí như: Apple, Hewlett Packard, Microsoft, Google, Facebook, Oracle, IBM...

- Xu hướng tập trung phát triển các ngành công nghiệp mới: Các ngành công nghiệp mới này xuất phát từ các công nghệ mới nổi (Emerging Technologies), trong đó có các ngành CNVH. Đây là những sản phẩm nhờ ứng dụng các tiến bộ về công

nghệ trong lĩnh vực: Vật liệu mới, công nghệ thông tin và giao thức số, Robot, in 3D, năng lượng tái tạo, trí tuệ nhân tạo...

- Xu hướng phát triển nhanh các ngành Công nghiệp sáng tạo: Đây là loại hình công nghiệp mà nguyên liệu không phải là tài nguyên tự nhiên mà là tài nguyên kết tinh từ các yếu tố văn hóa; quá trình sản xuất, sản phẩm và dịch vụ cung ứng rất rộng lớn, với sự sáng tạo là trung tâm.

b) Xu hướng phát triển các không gian sáng tạo – Trung tâm CNVH: Khởi nguồn từ không gian sáng tạo, khởi nghiệp, tập trung lại trong một khu vực được gọi là Trung tâm CNVH. Đây không chỉ đơn thuần là một không gian vật lý, mà còn sử dụng không gian thực và ảo để kết nối và phát triển, nhằm hỗ trợ các cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp và các dự án trong thời gian ngắn hoặc dài hạn. Đây là không phải là không gian sản xuất mà là không gian với vai trò:

- Thúc đẩy phương thức lãnh đạo mới và tinh thần cộng đồng mới; Phát triển kinh tế địa phương và hội nhập toàn cầu;

- Hỗ trợ cá nhân, doanh nghiệp các cơ hội tiếp cận nguồn đầu tư tài chính, công nghệ tạo lập sản phẩm mới trong khi vẫn coi trọng phương pháp truyền thống; Đào tạo tài năng, giáo dục thế hệ trẻ về văn hóa địa phương;

- Tổ chức hội thảo, tổ chức sự kiện quảng bá, tiêu thụ sản phẩm; Khuyến khích sự đột phá, đổi mới trong ngành công nghiệp sáng tạo;

- Kết nối mạng lưới kinh doanh giữa ngành nghề CNVH khác; là điểm nút của hệ thống mạng lưới kết nối, tương tác, hỗ trợ cá nhân, doanh nghiệp trong ngành CNVH bên trong và ngoài Trung tâm CNVH; gắn với mạng lưới truyền thông và thu hút công chúng; hình thành cơ hội kết nối toàn cầu và mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm, nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm.

1.6 Các vấn đề thực tiễn đặt ra cho việc hình thành Mô hình và giải pháp quy hoạch Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh

1.6.1 Vấn đề thực tiễn chung của ngành CNVH và sản phẩm CNVH Việt Nam

a) Về nhu cầu phát triển chung của ngành CNVH cho quốc gia:

- Về đóng góp doanh thu: Tăng tỷ lệ đóng góp cho doanh thu của các ngành

CNVH tại Việt Nam, từ 2,68% lên khoảng 4% (tương tự như bình quân chung của thế giới) và đạt 7% vào năm 2030, tức là tăng gấp 2,5 lần so với hiện tại. Đi cùng với đó là việc tăng quy mô số lao động và số lượng doanh nghiệp ngành CNVH.

- **Về nhu cầu phục vụ cho xã hội:** Đến năm 2035, dự báo 50% dân số Việt Nam gia nhập tầng lớp trung lưu toàn cầu với mức tiêu dùng khoảng 15USD/ngày, dẫn đến nhu cầu về sản phẩm của ngành CNVH tăng lên nhanh chóng, sẽ không đáp ứng được nếu không chuẩn bị ngay từ bây giờ.

- **Về cạnh tranh và hội nhập quốc tế:** Phát triển các sản phẩm của ngành CNVH là lĩnh vực Việt Nam có cơ hội cạnh tranh tương đối bình đẳng với các quốc gia khác, trong xu thế phát triển kinh tế toàn cầu và hội nhập quốc tế.

b) Về cơ chế chính sách và quản lý: Xây dựng các cơ chế chính sách đặc biệt, có tính liên ngành, phù hợp với quy định chung của thế giới trong việc tạo điều kiện tối đa giải phóng sức sản xuất cho các ngành CNVH phát triển.

c) Về môi trường thúc đẩy năng lực đổi mới, sáng tạo: Tăng cường đầu tư vào Nghiên cứu và Phát triển (R&D). Việc đầu tư vào hoạt động R&D phải được tiến hành trên cả hai phương diện: Doanh nghiệp và Nhà nước; Hình thành các tổ chức, doanh nghiệp cung ứng các dịch vụ Nghiên cứu và Phát triển cho các doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ.

c) Về tổ chức sản xuất và kinh doanh sản phẩm CNVH: Phải thay đổi nhận thức trong việc tạo ra các sản phẩm CNVH, không chỉ tiêu dùng tại địa phương, vùng, quốc gia mà còn cả trên thế giới. Các sản phẩm của ngành CNVH phải đảm bảo được tính cạnh tranh, trên cơ sở: i) Kiểm soát các yếu tố đầu vào: Lao động trình độ cao; Sử dụng các công cụ, thiết bị công nghệ tiên tiến, đặc biệt là công nghệ thông tin; Đáp ứng được yêu cầu về vốn đầu tư; Thúc đẩy ý tưởng sáng tạo mới gắn với bản quyền tác giả...ii) Tạo lập sản phẩm: Coi trọng chất lượng của sản phẩm liên quan đến công năng sử dụng, độ bền, hình thức mẫu mã...iii) Yếu tố đầu ra: Khai thác tối đa các thương hiệu của các Di sản văn hóa, thiên nhiên thế giới và quốc gia.

d) Về đào tạo nguồn nhân lực lao động trình độ cao: Các ngành CNVH là ngành công nghiệp sáng tạo, gắn chặt chẽ với Cách mạng Công nghiệp 4.0, nền kinh

tế liên kết hay nền kinh tế số. Việt Nam phải tập trung vào việc đào tạo lao động trình độ cao, trong đó có lao động trong ngành CNVH.

e) Về liên kết giữa các doanh nghiệp và các trường đại học, trong nước và hội nhập quốc tế: Đổi mới tư duy: Khoa học công nghệ phải gắn trực tiếp với sản xuất và doanh nghiệp sản xuất phải kết nối với doanh nghiệp công nghệ để đổi mới sáng tạo sản phẩm; Việc hợp tác, liên kết giữa doanh nghiệp trong lĩnh vực CNHV trong với ngoài nước, đặc biệt là liên kết với các Nước phát triển, là tất yếu.

f) Hình thành các mô hình có khả năng tích hợp giải quyết đồng bộ các vấn đề thực tiễn đặt ra: Về phương diện quốc gia: Để phát triển ngành CNVH có nhiều vấn đề thực tiễn phải giải quyết. Tuy nhiên không thể có hiệu quả khi giải quyết đơn lẻ từng vấn đề, mà phải giải quyết một cách đồng bộ với các mô hình tích hợp các vấn đề thực tiễn, trong đó có Mô hình Trung tâm CNVH; Về phương diện doanh nghiệp: Mô hình trung tâm CNVH như là một thành phần của hệ thống kết cấu hạ tầng – Hệ thống kết cấu hạ tầng cho phát triển, có vai trò hỗ trợ các công đoạn thuộc chuỗi sản xuất mà các doanh nghiệp CNVH, chủ yếu là doanh nghiệp vừa, nhỏ và siêu nhỏ, không đủ nguồn lực để đáp ứng có hiệu quả và là một hệ sinh thái khởi nghiệp.

1.6.2 Các vấn đề thực tiễn cần nghiên cứu về Mô hình và giải pháp Quy hoạch Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh

Trong phạm vi liên quan của đề tài, các vấn đề chính cần nghiên cứu:

a) Làm rõ khái niệm về Trung tâm CNVH gắn với Di sản văn hóa, thiên nhiên thế giới, trong điều kiện địa điểm cụ thể Di sản thiên nhiên Vịnh Hạ Long và ĐKKT Vân Đồn Quảng Ninh;

b) Mối quan hệ của Trung tâm CNVH gắn với Di sản văn hóa, thiên nhiên thế giới với các Trung tâm CNVH cấp quốc gia, cấp tỉnh khác, trước hết là tại Vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ, Vùng duyên hải Bắc Bộ và các tỉnh lân cận có liên quan.

c) Quy mô, tính chất của Trung tâm CNVH và lựa chọn địa điểm xây dựng phù hợp tại KKT Vân Đồn Quảng Ninh, gắn với việc điều chỉnh quy hoạch chung phù hợp với Luật đơn vị hành chính kinh tế đặc biệt (đang trình phê duyệt);

d) Mối quan hệ giữa Trung tâm CNVH với các khu vực chức năng khác của

KKT Vân Đồn Quảng Ninh;

e) Các khu chức năng trong Trung tâm CNVH;

f) Mô hình định hướng phát triển không gian trong Trung tâm CNVH;

g) Định hướng không gian kiến trúc cảnh quan chính trong Trung tâm CNVH;

h) Mô hình tổ chức thực hiện và quản lý vận hành;

e) Khái quát hóa thành hệ thống lý luận để có thể áp dụng cho việc QHXD các Trung tâm CNVH tại các địa điểm khác trong cả nước.

CHƯƠNG 2: CƠ SỞ KHOA HỌC CHO VIỆC THIẾT LẬP MÔ HÌNH VÀ GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CNVH TẠI ĐKKT VÂN ĐỒN, QUẢNG NINH

2.1 Các cơ sở pháp lý

2.1.1 Cơ sở pháp lý liên quan đến phát triển ngành CNVH tại Việt Nam

Đã có nhiều nghị quyết và chủ trương chính sách của Đảng và Nhà nước về phát triển ngành CNVH. Gần đây nhất, tại Nghị quyết 33-NQ/TW ngày 9/6/2014 của Hội nghị lần thứ 9 BCH 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” đã coi văn hóa ngang hàng với chính trị, kinh tế và xã hội; văn hóa không còn là lĩnh vực cần sự cung cấp nguồn lực hoàn toàn của Nhà nước, mà giờ phải trở thành lĩnh vực có thể tự đứng vững và làm ra lợi ích kinh tế cho đất nước.

Ngày 08/9/2016, Chính phủ ra Quyết định số 1755/QĐ-TTg phê duyệt “Chiến lược phát triển các ngành CNVH Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030”. Chiến lược này đặt ra mục tiêu là phát triển các ngành CNVH trở thành một trong những mũi nhọn tăng trưởng kinh tế, đóng góp GDP và tạo việc làm trên cơ sở huy động, sử dụng hợp lý các nguồn lực văn hóa, nguồn vốn trí tuệ, năng lực sáng tạo, kết hợp với công nghệ hiện đại nhằm tạo ra nhiều sản phẩm và dịch vụ văn hóa đa dạng, đáp ứng nhu cầu hưởng thụ, tiêu dùng văn hóa của nhân dân và xuất khẩu; đi đôi với xây dựng thị trường sản phẩm văn hóa, các thương hiệu mạnh...

Ngoài ra còn có các văn bản của Nhà nước có liên quan như Luật, Quyết định, Thông tư được ban hành tạo nền tảng về cơ sở pháp lý cho việc phát triển có hiệu quả các ngành CNVH.

Bảng 2.1 Các văn bản pháp lý có liên quan đến ngành CNVH và phát triển Trung tâm CNVH tại Việt Nam

Năm	Số hiệu văn bản	Nơi ban hành	Tên văn bản
	Nghị quyết của Đảng		
1998	Nghị quyết số 03-NQ/TW	BCH Trung ương Đảng	XD và phát triển nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc
2008	Nghị quyết số 23-NQ/TW	Bộ Chính trị	Tiếp tục XD, phát triển văn học, nghệ thuật trong thời kỳ

			mới
2014	Nghị quyết 33-NQ/TW	BCH Trung ương Đảng	XD và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước
	Luật của Quốc hội		
2005	Luật số 50/2005/QH11	Quốc hội	Luật Sở hữu trí tuệ
2006	Luật số 62/2006/QH11	Quốc hội	Luật Điện ảnh
2012	Luật số 16/2012/QH13	Quốc hội	Luật Quảng cáo
	Văn bản của Chính phủ		
2009	Quyết định số 581/QĐ-TTG	Chính phủ	Chiến lược phát triển văn hoá đến năm 2020
2016	Quyết định số 1755/QĐ-TTg, ngày 08/9/2016	Chính phủ	Chiến lược phát triển các ngành CNVH Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030
2009	Nghị định số 103/2009/NĐ-CP	Chính phủ	Quy chế hoạt động văn hóa và kinh doanh dịch vụ văn hóa công cộng
2012	Nghị định số 79/2012/NĐ-CP	Chính phủ	Quy định về biểu diễn nghệ thuật, trình diễn thời trang; thi người đẹp và người mẫu; lưu hành, kinh doanh bản ghi âm, ghi hình ca múa nhạc, sân khấu
2012	Nghị định số 32/2012/NĐ-CP	Chính phủ	Quản lý xuất khẩu, nhập khẩu văn hóa phẩm không nhằm mục đích kinh doanh
2013	Nghị định số 113/2013/NĐ-CP	Chính phủ	Hoạt động mỹ thuật
2013	Nghị định số 131/NĐ-CP	Chính phủ	Quy định xử phạt vi phạm hành chính về quyền tác giả, quyền liên quan
2013	Nghị định số 158/2013/NĐ-CP	Chính phủ	Quy định xử phạt vi phạm hành chính trong lĩnh vực văn hóa, thể thao, du lịch và quảng cáo
	Văn bản của ngành		Rất nhiều văn bản có liên quan
	Các văn bản có liên quan đến KKT Vân Đồn		
2001	Quyết định 85/2001/QĐ-TTg	Chính phủ	Thành lập Vườn quốc gia Bái Tử Long
2009	Quyết định 1296/QĐ-TTg, ngày 19/8/2009	Chính phủ	Quy hoạch chung xây dựng KKT Vân Đồn, Quảng Ninh đến năm 2020 tầm nhìn đến

			2030
2013	Quyết định số 2622/QĐ-TTg, ngày 31/12/2013	Chính phủ	Phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Quảng Ninh đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030.
2014	Quyết định số 2428/QĐ-TTg, ngày 31/12/2014	Chính phủ	Về một số cơ chế, chính sách đặc thù đối với tỉnh Quảng Ninh và Khu kinh tế Vân Đồn.
2016	Quyết định số 3594/QĐ-UBND ngày 27/9/2016	UBND huyện Vân Đồn	Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch huyện Vân Đồn đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030
2017	Thông báo kết luận số 21-TB/TW	Bộ Chính trị	Đề án XD đơn vị Hành chính - Kinh tế đặc biệt Vân Đồn, Bắc Vân Phong và Phú Quốc
2017	Dự thảo Luật	Bộ Kế hoạch và Đầu tư	Luật đơn vị hành chính - kinh tế đặc biệt

2.1.2 Cơ sở pháp lý liên quan đến Mô hình Trung tâm CNVH và giải pháp quy hoạch

Liên quan đến việc xác lập các mô hình Trung tâm CNVH, có các quy định của Nhà nước về: i) Mô hình KCN và Khu kinh tế được xác định theo Nghị định số 29/2008/NĐ-CP, ngày 14/3/2008 của Chính phủ quy định về KCN, khu chế xuất và khu kinh tế; ii) Mô hình Cụm công nghiệp và Cụm công nghiệp làng nghề được xác định theo Nghị định số 68/2017/NĐ-CP, ngày 25/5/2017 của Chính phủ về quản lý phát triển Cụm công nghiệp; iii) Mô hình Khu công nghệ cao được xác định theo Nghị định số 99/2003/NĐ-CP, ngày 28/8/2003 của Chính phủ về việc ban hành Quy chế Khu công nghệ cao.

Đây là các cơ sở cho việc xây dựng khái niệm, quy mô Trung tâm CNVH.

Bảng 2.2 Các văn bản pháp lý có liên quan đến việc xác định Mô hình Trung tâm CNVH

TT	Mô hình có liên quan	Văn bản	Định nghĩa mô hình
1	Khu công nghiệp (KCN)	Nghị định số 29/2008/NĐ-CP, ngày 14/3/2008 của Chính phủ: Quy định về khu công nghiệp, khu chế xuất và khu	KCN là khu chuyên sản xuất hàng CN và thực hiện các dịch vụ cho sản xuất CN, có ranh giới địa lý xác định, được thành lập theo điều kiện, trình tự và thủ tục quy định tại Nghị định này.
2	Khu kinh tế (KKT)		KKT là khu vực có không gian kinh tế riêng biệt với môi trường đầu tư và kinh doanh

		kinh tế	đặc biệt thuận lợi cho các nhà đầu tư, có ranh giới địa lý xác định, được thành lập theo điều kiện, trình tự và thủ tục quy định tại Nghị định này.
3	Cụm công nghiệp (Cụm CN)	Nghị định số 68/2017/NĐ-CP, ngày 25/5/2017 của Chính phủ về quản lý phát triển Cụm công nghiệp	Cụm CN là nơi sản xuất, thực hiện các dịch vụ cho sản xuất CN, TTCN, có ranh giới địa lý xác định, không có dân cư sinh sống, được đầu tư xây dựng nhằm thu hút, di dời các doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã, tổ hợp tác vào đầu tư sản xuất kinh doanh. Cụm CN có quy mô diện tích không vượt quá 75 ha, không dưới 10 ha.
4	Cụm CN làng nghề		Cụm CN làng nghề là cụm CN phục vụ di dời, mở rộng sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp nhỏ và vừa, hợp tác xã, tổ hợp tác, cơ sở sản xuất hộ gia đình, cá nhân trong làng nghề nhằm khắc phục tình trạng ô nhiễm môi trường, phát triển nghề, làng nghề ở địa phương. Cụm CN làng nghề có quy mô diện tích không vượt quá 75 ha và không dưới 5 ha.
5	Khu công nghệ cao (CNC)	Nghị định số 99/2003/NĐ-CP, ngày 28/8/2003 của Chính phủ về việc ban hành Quy chế Khu công nghệ cao	Khu CNC là khu kinh tế - kỹ thuật đa chức năng, có ranh giới xác định, do Chính phủ quyết định thành lập, nhằm nghiên cứu - phát triển và ứng dụng CNC, ươm tạo doanh nghiệp CNC, đào tạo nhân lực CNC và sản xuất, kinh doanh sản phẩm CNC. Trong Khu CNC có thể có khu chế xuất, kho ngoại quan, khu bảo thuế, khu nhà ở.

2.2 Di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới tại Việt Nam và Di sản thiên nhiên thế giới Vịnh Hạ Long

2.2.1 Hệ thống Di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới tại Việt Nam

a) Giới thiệu chung về Di sản thế giới

Di sản thế giới (UNESCO world's heritage) là di chỉ, di tích hay danh thắng của một quốc gia do các nước có tham gia Công ước Di sản thế giới đề cử cho Chương trình quốc tế Di sản thế giới, được công nhận và quản lý bởi Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa Liên Hiệp Quốc (UNESCO). Trong hệ thống các danh hiệu của UNESCO, Di sản thế giới là danh hiệu danh giá nhất và lâu đời nhất.

Tính đến tháng 7 năm 2017, có tất cả 1073 di sản được liệt kê, trong đó có 832 di

sản về văn hóa, 206 di sản về những khu thiên nhiên và 35 di sản thuộc cả hai loại. Các di sản đó hiện diện tại 165 quốc gia. Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á ASEAN có 38 di sản, trong đó Việt Nam có 8 di sản. Di sản thế giới phân thành 3 dạng: Di sản văn hóa; Di sản thiên nhiên và Di sản hỗn hợp (văn hóa và thiên nhiên). Việc đánh giá và phân loại Di sản theo 10 tiêu chí, trong đó 6 tiêu chí cho Di sản văn hóa, tiêu chí từ 1 đến 6 và 4 tiêu chí còn lại cho Di sản thiên nhiên.

Bảng 2.3 Di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới tại Việt Nam

TT	Tên Di sản	Tiêu chí đánh giá	Năm công nhận	Địa điểm
1	Quần thể di tích Cố đô Huế (Complex of Huế Monuments)	(iv)	1993	Thừa Thiên - Huế
2	Vịnh Hạ Long (Ha Long Bay)	(vii); (viii)	1994, 2000	Quảng Ninh
3	Phố cổ Hội An (Hoi An Ancient Town)	(ii); (v)	1999	Quảng Nam
4	Thánh địa Mỹ Sơn (My Son Sanctuary)	(ii), (iii)	2003	Quảng Nam
5	Vườn quốc gia Phong Nha-Kẻ Bàng (Phong Nha-Ke Bang National Park)	(viii), (ix), (x)	2010	Quảng Bình
6	Khu di tích trung tâm Hoàng thành Thăng Long (Central Sector of the Imperial Citadel of Thang Long - Hanoi)	(ii), (iii), (vi)	2011	Hà Nội
7	Thành nhà Hồ (Citadel of the Ho Dynasty)	(ii), (iv)	2011	Thanh Hóa
8	Quần thể danh thắng Tràng An (Trang An Landscape Complex)	(v); (vii), (viii)	2014	Ninh Bình

b) Di sản thiên nhiên thế giới Vịnh Hạ Long: Vịnh Hạ Long - Vịnh nơi rồng hạ xuống (Ha Long Bay) là một vịnh nhỏ thuộc phần bờ Tây vịnh Bắc Bộ, tại khu vực biển Đông Bắc Việt Nam, bao gồm vùng biển đảo thuộc thành phố Hạ Long, thành phố Cẩm Phả và một phần huyện đảo Vân Đồn, tỉnh Quảng Ninh. Vịnh Hạ Long được UNESCO tôn vinh là Di sản thế giới năm 1994 về giá trị thẩm mỹ và mở rộng lần 2 năm 2000 về giá trị địa chất, địa mạo. Ban quản lý Vịnh Hạ Long là cơ quan quản lý, bảo tồn và phát huy giá trị của Di sản; kiểm soát các hoạt động của tàu thuyền du lịch, nạo vét bùn, san lấp, đánh bắt hải sản và quản lý nhà nổi; giáo dục và nâng cao nhận thức và thúc đẩy sự tham gia của cộng đồng gắn với Di sản. Ngày nay, Vịnh Hạ Long là một nơi thu hút đông đảo du khách trong và ngoài nước. Năm 2015, số lượng khách thăm quan vịnh Hạ Long khoảng 2,5 triệu lượt. Tên Ha Long Bay đã trở thành một

thương hiệu mang tính toàn cầu.

c) Hệ thống Di sản thế giới và các Di sản UNESCO khác: Đến thời điểm 2016, Việt Nam là quốc gia có số lượng nhiều nhất Di sản thế giới trong các nước ASEAN: 8 Di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới trong tổng số 37 Di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới tại ASEAN ; Việt Nam có tổng cộng 31 Di sản (8 Di sản thế giới; 11 Di sản văn hóa phi vật thể; 2 Di sản tư liệu thế giới; 9 Khu dự trữ sinh quyển thế giới; 1 Công viên địa chất toàn cầu) trong tổng số 111 Di sản, Công viên địa chất, Khu dự trữ sinh quyển thế giới tại ASEAN. Hệ thống các địa điểm này là điểm nút kết nối với các điểm nút chính – Trung tâm CNVH tại 8 Di sản thế giới, tại 3 trung tâm Hà Nội, Đà Nẵng, TP Hồ Chí Minh và 3 ĐKKT - văn hóa Vân Đồn, Bắc Vân Phong, Phú Quốc.

2.2.2 Mỗi quan hệ giữa Di sản thế giới và các ngành CNVH tại Việt Nam

a) Vai trò của Di sản thế giới và CNVH tại Việt Nam: Thế kỷ 21 là thế kỷ của toàn cầu hóa, bên cạnh lợi ích của toàn cầu hóa kinh tế là thách thức của toàn cầu hóa văn hóa. Di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới giữ một vị trí quan trọng trong việc phát triển ngành CNVH tại Việt Nam. Di sản thế giới và các Di sản văn hóa khác tại Việt Nam, là một nguồn tài nguyên to lớn, là nền tảng tri thức rộng lớn bao gồm của cả quá khứ, nguồn cảm hứng để phát triển một cộng đồng sáng tạo văn hóa và là động lực thúc đẩy sự phát triển kinh tế của từng địa phương và cả của quốc gia. Trung tâm CNVH gắn với Di sản thế giới là địa điểm hấp dẫn thu hút các cá nhân và doanh nghiệp CNVH trong và ngoài nước tụ họp, trao đổi và sáng tạo các sản phẩm văn hóa trước đây chưa từng có.

b) Mỗi quan hệ của giữa Di sản thế giới với từng ngành CNVH: Trong mục 2.2.3 về các ngành CNVH dưới đây cho thấy mối quan hệ giữa Di sản thế giới với cụ thể từng ngành CNVH, tổng hợp lại gồm:

- Thông qua các sản phẩm cụ thể của từng ngành CNVH gắn với thương hiệu và địa điểm của Di sản thế giới, công chúng trong và ngoài nước biết đến, yêu thích và tự hào về Di sản; Kết nối giá trị của Di sản với các giá trị văn hóa chung của cộng đồng, khu vực, quốc gia và thế giới.

- Hình ảnh, thương hiệu Di sản thế giới (như Ha Long Bay) là nguồn cảm hứng,

tư liệu, bối cảnh cho việc tạo lập các sản phẩm văn hóa.

- Di sản thế giới cũng là địa điểm thích hợp cho việc quảng bá các sản phẩm của doanh nghiệp trong lĩnh vực CNVH.

- Địa điểm gắn với Di sản thế giới là nơi phù hợp cho việc hình thành các trung tâm, nơi liên kết các hoạt động văn hóa và doanh nghiệp CNVH.

- Các ngành CNVH cũng góp phần trực tiếp trong việc bảo tồn các Di sản văn hóa như ngành kiến trúc trong việc bảo tồn, tôn tạo và quy hoạch các khu vực bảo vệ Di sản; Tạo việc làm, thu nhập cho cộng đồng dân cư gắn với Di sản, như ngành Thủ công mỹ nghệ và Du lịch Văn hóa.

- Di sản thế giới là môi trường mang tính quốc tế, tiền đề cho hội nhập ngành CNVH Việt Nam với thế giới, là cửa ngõ để CNVH thế giới đến với Việt Nam.

2.3 Các ngành CNVH và Trung tâm Dịch vụ sản xuất và tiêu dùng cấp cao cho các ngành CNVH

2.3.1 Các ngành CNVH tại Việt Nam

a) Quảng cáo (Advertising): là ngành hoạt động trong lĩnh vực cung cấp những sản phẩm, dịch vụ mang mục đích hướng chú ý của công chúng vào một sản phẩm, dịch vụ hay ý tưởng, để từ đó tạo cho họ sự quen thuộc, yêu thích, mua và sử dụng sản phẩm, dịch vụ và ủng hộ ý tưởng đó. Sự phát triển của ngành quảng cáo gắn liền với sự phát triển của các ngành CNVH văn hóa và công nghiệp, dịch vụ khác. Thông qua hoạt động quảng cáo sản phẩm văn hóa gắn với Di sản thế giới, công chúng biết đến, yêu thích và tự hào về Di sản. Hình ảnh Di sản thế giới cũng là nguồn cảm hứng cho tạo lập sản phẩm quảng cáo. Khu vực Di sản có thể là địa điểm dựng thành trường quay quảng cáo; là nơi tổ chức các hoạt động quảng cáo.

b) Kiến trúc (Architecture): là ngành hoạt động trong lĩnh vực lập kế hoạch, thiết kế và xây dựng các tòa nhà và công trình. Tác phẩm kiến trúc trước hết là sản phẩm của nghệ thuật, văn hóa. Lịch sử của các nền văn minh thường được xác định qua những thành tựu kiến trúc còn sót lại. Các công trình kiến trúc thuộc Di sản văn hóa thế giới là thành tựu kiến trúc của nhân loại, là lịch sử của các nền văn minh, do vậy trở thành nguồn cảm hứng, hình mẫu cho sáng tạo các ý tưởng kiến trúc. Di sản thế

giới còn là địa điểm xây dựng các công trình kiến trúc phục vụ cho việc bảo tồn và phát huy giá trị Di sản, như nhà bảo tàng, nhà trưng bày; công trình kết cấu hạ tầng phục vụ cho Di sản và các hoạt động của các ngành CNVH có liên quan khác. Đây cũng có thể là nơi hình thành phong cách kiến trúc gắn với đặc điểm của Di sản.

c) Phần mềm và các trò chơi giải trí (Software and Gamification): là ngành hoạt động trong lĩnh vực sản xuất, phân phối và dịch vụ tiêu dùng các sản phẩm phần mềm và trò chơi giải trí gắn với yếu tố văn hóa và chuyên ngành kỹ thuật số.

- **Phần mềm máy tính** (Computer Software) là một phần của hệ thống máy tính, bao gồm những thông tin được mã hóa bằng ngôn ngữ lập trình và được chuyển thành các khối lệnh và các tệp khả thi. Công nghiệp phần mềm là một ngành công nghiệp mang lại lợi nhuận cao do có thị trường rộng lớn và luôn có nhu cầu sử dụng sản phẩm mới.

- **Trò chơi giải trí** phổ biến nhất hiện nay là trò chơi điện tử hay trò chơi video (video game). Trò chơi điện tử là trò chơi sử dụng thiết bị điện tử để tạo ra một hệ thống tương tác mà người chơi có thể chơi. Trò chơi điện tử cho phép doanh nghiệp đưa các ứng dụng hoạt động ngoài đời thực vào trong trò chơi; kích thích trí tưởng tượng để tạo ra các ý tưởng. Di sản thế giới là nguồn cảm hứng, tư liệu, bối cảnh cho tạo lập sản phẩm phần mềm và trò chơi giải trí điện tử. Sản phẩm phần mềm và trò chơi giải trí điện tử chuyên ngành văn hóa cũng là phương tiện truyền tải có hiệu quả sản phẩm văn hóa gắn với Di sản thế giới đến người tiêu dùng.

d) Thủ công mỹ nghệ (Crafts): là ngành sản xuất ra sản phẩm bởi nghệ nhân, được làm bằng tay, hoặc với sự giúp đỡ của công cụ cầm tay hay phương tiện cơ khí, miễn là có đóng góp trực tiếp bằng tay của các nghệ nhân và đóng góp này tạo ra thành phần quan trọng nhất của sản phẩm đã hoàn thành. Tính chất của các sản phẩm thủ công là tiện dụng, thẩm mỹ, nghệ thuật, sáng tạo gắn liền với văn hóa, trang trí, truyền thống, mang tính biểu tượng và ý nghĩa về tôn giáo và xã hội...Di sản văn hóa, thiên nhiên thế giới là nguồn cảm hứng cho tạo lập sản phẩm thủ công mỹ nghệ; là thương hiệu cho các sản phẩm; tạo việc làm và thu nhập cho cộng đồng dân cư nơi có Di sản thế giới. Ngược lại đồ thủ công mỹ nghệ gắn với Di sản góp phần quảng bá Di sản.

e) Thiết kế(Design): là ngành hoạt động trên cơ sở: Liên kết sự sáng tạo và đổi mới; Định hình các ý tưởng để trở thành những đề xuất thực tiễn và hấp dẫn người dùng hoặc khách hàng. Thiết kế có thể được mô tả như sự triển khai sáng tạo phục vụ cho mục đích cụ thể nào đó. Có nhiều ngành thiết kế, như: Nghệ thuật ứng dụng (Applied Arts), Thiết kế truyền thông (Communication Design); Thiết kế đồ họa môi trường (Environmental Graphic Design); Thiết kế thời trang (Fashion design); Thiết kế trò chơi (Game Design); Thiết kế kiểu dáng công nghiệp (Industrial Design); Thiết kế nội thất (Interior Design); Thiết kế vườn cảnh quan (Landscape Architecture); Thiết kế ánh sáng (Lighting Design); Thiết kế âm thanh (Sound Design); Thiết kế Web (Web Design)...Quy trình thiết kế gồm giai đoạn: Tạo lập sản phẩm; Hoàn thiện; Định hình; Phân phối sản phẩm. Di sản thế giới là nguồn cảm hứng cho việc tạo lập sản phẩm. Các sản phẩm thiết kế gắn với Di sản có tác dụng tuyên truyền, quảng bá cho Di sản.

f) Điện ảnh (Film): là ngành tổ chức sản xuất và thương mại phim. Di sản thế giới có thể là nguồn cảm hứng xây dựng cốt truyện; phục trang; là địa điểm cung cấp bối cảnh, trường quay...Ngược lại, các bộ phim gắn với Di sản có tác dụng tuyên truyền, quảng bá cho Di sản và cộng đồng, quốc gia có Di sản; thu hút khách du lịch.

g) Xuất bản (Publishing): là ngành hoạt động tạo ra và phân phối các sản phẩm sách, báo và tài nguyên số. Ngoài xuất bản phẩm truyền thống còn có xuất bản phẩm điện tử. Xuất bản phẩm có thể được tổ chức thành triển lãm, hội chợ xuất bản phẩm. Di sản thế giới là nguồn cảm hứng phóng phú, đặc sắc và vô tận cho việc hình thành các bản thảo để xuất bản. Các xuất bản phẩm có liên quan đến Di sản thế giới góp phần bảo tồn và truyền bá các giá trị của Di sản; kết nối giá trị của Di sản với các giá trị văn hóa chung của cộng đồng, khu vực, quốc gia...

h) Thời trang (Fashion): là ngành hoạt động trình diễn, sản xuất và phân phối sản phẩm quần áo, giày dép, phụ kiện, trang điểm hoặc đồ nội thất...được thịnh hành tại một thời điểm nào đó. Thời trang là một trong những đại diện cho nền văn minh của nhân loại, thể hiện xu hướng, phong cách ngoại hình con người theo từng giai đoạn của mỗi cộng đồng, quốc gia...Ngành công nghiệp thời trang là một trong những ngành công nghiệp quốc tế hóa và toàn cầu hóa cao. Di sản văn hóa là nguồn cảm

hứng tạo lập ý tưởng sản phẩm thời trang; cung cấp các địa điểm biểu diễn thời trang...Các sản phẩm thời trang gắn với Di sản văn hóa là phương tiện hữu hiệu cho việc tuyên truyền, quảng bá các giá trị của Di sản.

i) Nghệ thuật biểu diễn (Performing Arts): là ngành hoạt động trong lĩnh vực nghệ thuật sử dụng ngôn ngữ hình thể, giọng hát, nói...của nghệ sỹ làm phương tiện trình diễn trước công chúng; bao gồm: múa, kịch, opera, nhạc kịch, ảo thuật, kịch câm, múa rối, xiếc, ngâm thơ, độc tấu và trình diễn trước công chúng. Nghệ thuật biểu diễn được hỗ trợ bởi chuyên gia trong lĩnh vực liên quan, như sáng tác, biên đạo và dựng kịch bản. Di sản văn hóa là nguồn cảm hứng tạo lập ý tưởng; cung cấp các địa điểm cho biểu diễn nghệ thuật...Các hoạt động biểu diễn nghệ thuật gắn với Di sản văn hóa là phương tiện hữu hiệu cho việc tuyên truyền, quảng bá các giá trị của Di sản.

k) Mỹ thuật, nhiếp ảnh, triển lãm:

- **Mỹ thuật** (Art) là ngành hoạt động nghệ thuật tạo hình hay nghệ thuật thị giác, chủ yếu là Hội họa, Đồ họa, Điêu khắc. Gần đây xuất hiện Nghệ thuật sắp đặt (Installation Art); Nghệ thuật trình diễn (Performance Art); Nghệ thuật hình thể (Body Art); Nghệ thuật đại chúng (Popart)...

- **Nhiếp ảnh** (Photography) là hoạt động nghệ thuật tạo ra hình ảnh bằng máy ảnh. Nhiếp ảnh được ứng dụng trong nhiều lĩnh vực khoa học, sản xuất và kinh doanh, cho nghệ thuật, giải trí, thông tin đại chúng...

- **Triển lãm** (Exhibition) là hoạt động trưng bày vật phẩm, tranh ảnh hoặc hàng hóa tập trung trong một thời gian và tại một địa điểm nhất định nhằm mục đích giới thiệu, quảng bá đến mọi người trong xã hội, cộng đồng. Triển lãm có hai loại: Triển lãm thương mại và triển lãm phi thương mại.

Mỹ thuật, nhiếp ảnh, triển lãm đều là các hoạt động tuyên truyền, quảng bá cho Di sản thế giới và các sản phẩm văn hóa gắn với Di sản. Di sản thế giới là nguồn cảm hứng sáng tạo, đối tượng tương tác của hoạt động mỹ thuật, nhiếp ảnh và triển lãm.

l) Truyền hình và phát thanh:

- **Truyền hình** (Television): là ngành hoạt động trong lĩnh vực điện tử viễn thông, thu nhận thông tin qua đường cáp để chuyển thành hình ảnh và âm thanh thông qua

máy phát hình và máy truyền hình. Các thể loại sản phẩm hay chương trình truyền hình: Chương trình giải trí (phim giải trí nhiều tập; phim khoa học; game show, talk show, show truyền hình, truyền hình thực tế...), Chương trình thông tin, giáo dục...

- **Phát thanh** (radio) là ngành hoạt động truyền tải thông tin thông qua phương tiện truyền thanh, phát thanh viên và các dịch vụ phụ trợ có liên quan. Các bản tin phát thanh phục vụ cho mục đích công cộng (do chính phủ tài trợ) hoặc mục đích thương mại (phục vụ quảng cáo). Ngoài ra còn có hệ thống phát thanh của các nhóm cộng đồng. Truyền hình và phát thanh là các hoạt động văn hóa tuyên truyền, quảng bá cho Di sản thế giới và sản phẩm văn hóa gắn với Di sản. Di sản thế giới là nguồn cảm hứng sáng tạo cho hoạt động tạo lập kịch bản truyền hình và phát thanh.

m) Du lịch văn hóa (Cultural Tourism): là một trong những ngành kinh tế quan trọng, góp thúc đẩy các hoạt động dịch vụ khác gắn với du lịch như dịch vụ vận chuyển, khách sạn, vui chơi giải trí, mua sắm... và trao đổi giao lưu văn hóa. Thị trường du lịch toàn cầu là rất lớn. Di sản thế giới là một trong những điểm đến hàng đầu của hoạt động du lịch văn hóa. Các thương hiệu du lịch gắn với Di sản thế giới đều có thể thu hút đông đảo du khách. Du lịch tạo điều kiện cho Di sản được hiện diện với công chúng, là phương tiện quan trọng để giới thiệu cộng đồng và quốc gia có Di sản thế giới với thế giới; Du lịch mang lại nguồn kinh tế duy trì việc bảo vệ và quản lý Di sản thế giới; tạo việc làm và sinh kế cho cộng đồng dân cư gắn với Di sản thế giới. Song, việc quản lý du lịch không tốt có thể là một nhân tố rủi ro đối với Di sản.

n) Mối quan hệ giữa 12 lĩnh vực ngành Công nghiệp văn hóa: Các ngành CNVH có chung tính chất sáng tạo, đổi mới; có thể tồn tại độc lập, song thường phát triển mang tính liên ngành, tích hợp tạo thành nhóm ngành CNVH, đặc biệt là sử dụng chung định vụ sản xuất và dịch vụ tiêu dùng cấp cao. Các ngành CNVH gắn với Di sản văn hóa có thể tập trung trong một khu vực, nhằm phát huy tổng hợp sức mạnh như Trung tâm CNVH (Cụm CNVH, Công viên CNVH). Đối với các ngành CNVH tại ĐKKT Vân Đồn Quảng Ninh còn liên kết với nhau qua thương hiệu: **Ha Long Bay**.

2.3.2 Trung tâm dịch vụ sản xuất và tiêu dùng cấp cao cho các ngành CNVH

Các doanh nghiệp thuộc ngành CNVH, phần lớn là các doanh nghiệp vừa và nhỏ, siêu nhỏ. Các doanh nghiệp này đều có các nhu cầu về:

a) Dịch vụ sản xuất cấp cao: Dịch vụ sản xuất cấp cao (với ý nghĩa cấp cao hơn dịch vụ sản xuất thông thường trong các hoạt động sản xuất của doanh nghiệp, nằm bên ngoài doanh nghiệp) gồm: i) Dịch vụ về tài chính; Dịch vụ thông tin thị trường; Bảo hiểm; ii) Dịch vụ về khoa học và công nghệ, liên quan đến các công nghệ (chiến lược, quản lý và kỹ thuật), đặc biệt là dịch vụ cung ứng vật liệu mới, công nghệ chế tác và công nghệ thông tin; iii) Dịch vụ hay môi trường về khởi nghiệp các sản phẩm mới gắn với nguồn nhân lực mới; Dịch vụ cung cấp các không gian sáng tạo, không gian kết nối thúc đẩy sáng tạo. Ví dụ như các Trung tâm đào tạo, Trung tâm hợp tác với các lớp học dành cho những người có đam mê với lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật, sáng tạo, thông qua tổ chức các buổi seminar, hội thảo, workshop, cuộc thi...

b) Dịch vụ tiêu dùng cấp cao: Dịch vụ tiêu dùng cấp cao (với ý nghĩa cấp cao hơn các dịch vụ tiêu dùng từng sản phẩm của mỗi doanh nghiệp, mà mang tính trình diễn cộng đồng, quốc gia, quốc tế), gồm: i) Trung tâm văn hóa và nghệ thuật với các gallery triển lãm, thư viện, phòng đa năng, chuyên tổ chức các sự kiện như các buổi tọa đàm, hội thảo, chiếu phim, biểu diễn âm nhạc... ii) Trung tâm thương mại và giải trí bao gồm các cửa hàng hoặc các gian hàng bán đồ thời trang, phụ kiện, sản phẩm thủ công mỹ nghệ..., các quán cà phê, nhà hàng, các không gian vui chơi giải trí như chơi trò chơi điện tử; iii) Trung tâm hội trợ, lễ hội, Trung tâm chiếu phim, Trung tâm trình diễn ca nhạc, thời trang...thúc đẩy các hoạt động thương mại tiêu dùng sản phẩm CNVH; iv) Không gian trực tuyến cung cấp thông tin về các sự kiện văn hóa và nghệ thuật sắp và đang diễn ra trên cả nước, chia sẻ quan điểm của các nhà bình luận có chuyên môn cao... giúp kết nối người sáng tạo và người tiêu thụ sản phẩm.

c) Nhu cầu và cung ứng về dịch vụ sản xuất và tiêu dùng cấp cao: Khi nhu cầu về dịch vụ sản xuất và tiêu dùng cấp cao vượt quá khả năng đáp ứng của doanh nghiệp tất yếu dẫn đến hình thành tổ chức, doanh nghiệp cung ứng. Trung tâm CNVH về thực chất là Trung tâm dịch vụ cho các ngành CNVH. Dịch vụ chủ yếu cho hai lĩnh vực mà các doanh nghiệp CNVH (đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ, siêu nhỏ chưa có điều kiện tiếp cận) là dịch vụ sản xuất cấp cao và dịch vụ tiêu dùng cấp cao. Hiện tại chưa có một số liệu tính toán tỷ trọng số lao động hay doanh nghiệp dịch vụ sản xuất và tiêu dùng cấp cao trong lĩnh vực CNVH, để dự báo quy mô đất xây dựng Trung tâm

CNVH (nơi bố trí các doanh nghiệp dịch vụ sản xuất và tiêu dùng cấp cao), dự kiến số lao động tập trung tại Trung tâm CNVH chiếm tỷ lệ khoảng 10 - 15% số lao động hay doanh nghiệp thuộc các ngành CNVH.

Bảng 2.4 Nhu cầu về dịch vụ sản xuất và tiêu dùng cấp cao của các ngành CNVH và khả năng bố trí trong Trung tâm CNVH

TT	Ngành	Dịch vụ sản xuất cấp cao			Dịch vụ tiêu dùng cấp cao	
1	Quảng cáo: Phát triển ý tưởng - Tiền sản xuất - Hậu kỳ - Phân phối	Dịch vụ tài chính; Thông tin thị trường	Không gian sáng tạo, khởi nghiệp	Phương tiện công nghệ số	Địa điểm Trưng bày; Giới thiệu sản phẩm;	Không gian công cộng thúc đẩy VH cộng đồng
2	Kiến trúc: Phát triển ý tưởng - Thiết kế - Thẩm định; Xây dựng - Cung ứng	Dịch vụ tài chính; Thông tin thị trường	Không gian sáng tạo, khởi nghiệp	Công nghệ trình diễn 3 D - BIM	Địa điểm Trưng bày; Giới thiệu sản phẩm;	
3	Phần mềm và các trò chơi giải trí					
3.1	Phần mềm máy tính: Tạo phiên bản - Điều chỉnh - Hoàn thiện – Cung ứng	Dịch vụ tài chính; Thông tin thị trường	Không gian sáng tạo, khởi nghiệp	Công nghệ thông kỹ thuật số	Địa điểm Trưng bày; Giới thiệu sản phẩm	Không gian công cộng thúc đẩy VH cộng đồng
3.2	Trò chơi giải trí: Tạo phiên bản - Điều chỉnh - Hoàn thiện – Cung ứng	Dịch vụ tài chính; Thông tin thị trường	Không gian sáng tạo, khởi nghiệp	Công nghệ thông kỹ thuật số	Địa điểm Trưng bày; Giới thiệu sản phẩm	Không gian công cộng thúc đẩy VH cộng đồng
4	Thủ công mỹ nghệ: Phát triển ý tưởng – Tạo lập mẫu – Sản xuất hàng loạt - Cung ứng	Dịch vụ tài chính; Thông tin thị trường	Không gian sáng tạo, khởi nghiệp tạo mẫu mới,	Công nghệ thông kỹ thuật số; Công nghệ chế tác	Địa điểm Trưng bày; Giới thiệu sản phẩm	
5	Thiết kế: Tạo lập sản phẩm - Hoàn thiện - Định hình - Phân phối sản phẩm.	Dịch vụ tài chính; Thông tin thị trường	Không gian sáng tạo, khởi nghiệp	Công nghệ thông kỹ thuật số	Địa điểm Trưng bày; Giới thiệu sản phẩm	Không gian công cộng thúc đẩy VH cộng đồng
6	Điện ảnh: Phát triển kịch bản; Tiền sản xuất; Sản xuất; Hậu kỳ; Phân phối; Sản xuất các sản phẩm phụ	Dịch vụ tài chính; Thông tin thị trường	Không gian sáng tạo, khởi nghiệp phát triển kịch bản;	Công nghệ thông kỹ thuật số	Địa điểm Trưng bày; Giới thiệu phim, sản phẩm phụ	Không gian công cộng thúc đẩy văn hóa cộng đồng
7	Xuất bản: Mua bản quyền bản thảo; Chuẩn	Dịch vụ tài chính;	Không gian sáng tạo,	Công nghệ thông kỹ	Địa điểm Trưng bày;	Không gian công cộng

	bị bản thảo; Biên tập; Thiết kế hay bố cục xuất bản phẩm; Thăm dò thị trường; In ấn; Hoàn thiện: Phát hành.	Thông tin thị trường	khởi nghiệp về sáng tác	thuật số	Triển lãm giới thiệu sản phẩm,	thúc đẩy văn hóa cộng đồng
8	Thời trang: Sản xuất nguyên liệu (sợi, da, lông thú...); Thiết kế thời trang; Sản xuất; Phân phối.	Dịch vụ tài chính; Thông tin thị trường	Không gian sáng tạo, khởi nghiệp về sáng tác mẫu	Công nghệ thông kỹ thuật số	Địa điểm Trưng bày; Triển lãm giới thiệu sản phẩm,	Không gian công cộng thúc đẩy văn hóa cộng đồng
9	Nghệ thuật biểu diễn: Nghệ sỹ và các chuyên gia sáng tác, biên đạo, dựng kịch bản..	Dịch vụ tài chính; Thông tin thị trường	Không gian sáng tạo, khởi nghiệp sáng tác mẫu	Công nghệ thông kỹ thuật số	Địa điểm biểu diễn	Không gian công cộng thúc đẩy VH cộng đồng
10	Mỹ thuật, nhiếp ảnh, triển lãm: Mỹ thuật, Nhiếp ảnh, Triển lãm	Dịch vụ tài chính; Thông tin thị trường	Không gian sáng tạo, khởi nghiệp về sáng tác mẫu	Công nghệ thông kỹ thuật số	Địa điểm Trưng bày; Triển lãm giới thiệu sản phẩm,	Không gian công cộng thúc đẩy văn hóa cộng đồng
11	Truyền hình và phát thanh: Sản xuất chương trình: Kiểm tra; Chỉnh sửa; Phát sóng	Dịch vụ tài chính; Thông tin thị trường	Không gian sáng tạo, khởi nghiệp sáng tác mẫu	Công nghệ thông kỹ thuật số	Địa điểm Trưng bày, giới thiệu sản phẩm,	Không gian công cộng thúc đẩy VH cộng đồng
12	Du lịch văn hóa: vận chuyển, lưu trú, khám phá, vui chơi giải trí, mua sắm	Dịch vụ tài chính; Thông tin thị trường	Không gian sáng tạo, khởi nghiệp	Công nghệ thông kỹ thuật số	Địa điểm Trưng bày, giới thiệu sản phẩm,	Không gian công cộng thúc đẩy VH cộng đồng

2.3.3 Cơ hội bố trí các ngành CNVH tại ĐKKT Vân Đồn

ĐKKT Vân Đồn, gắn với Di sản thế giới Vịnh Hạ Long, danh thắng Bái tử Long, đảo Cát Bà và các cơ chế đặc thù là địa điểm rất thích hợp để phát triển ngành CNVH. Theo các định hướng phát triển không gian chức năng, cơ hội bố trí các ngành CNVH tại ĐKKT Vân Đồn được tổng hợp trong bảng 2.5.

Các loại hình CNVH không thích hợp bố trí tại Vân Đồn là những ngành có hoạt động sản xuất gây ô nhiễm môi trường hay là các ngành có giá trị gia tăng không cao. Các ngành CNVH có thể bố cục thành cụm CNVH đơn ngành hoặc đa ngành:

- Cụm CNVH đơn ngành: Cụm CN Phần mềm và trò chơi giải trí; Cụm CN Thủ công mỹ nghệ; Cụm CN Thiết kế; Cụm CN Điện ảnh; Cụm CN Thời trang; Cụm CN

Nghệ thuật biểu diễn; Cụm CN Mỹ thuật, nhiếp ảnh, triển lãm; Cụm CN truyền hình và phát thanh;

- Cụm CNVH một số cụm ngành: Cụm CN Kiến trúc và Thiết kế; Cụm CN Thời trang và Nghệ thuật biểu diễn; Cụm CN Xuất bản và Mỹ thuật, nhiếp ảnh, triển lãm...

- Một số ngành có thể gắn với tất cả các cụm ngành CNVH như: Quảng cáo; Phần mềm và trò chơi giải trí; Du lịch văn hóa.

Các ngành CNVH đều có thể có một phần hoạt động chức năng nằm trong Trung tâm CNVH, như: sáng tạo khởi nghiệp, tiêu dùng sản phẩm...

Bảng 2.5 Bảng xác định cơ hội bố trí các ngành CNVH tại ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh

TT	Các loại hình CNVH	Mức độ phù hợp của từng công đoạn sản xuất có thể bố trí tại ĐKKT Vân Đồn				Mức độ phù hợp với mô hình bố trí tại ĐKKT Vân Đồn	
		Sáng tạo sản phẩm	Sản xuất	Tiêu dùng sản phẩm	Khởi nghiệp	Cụm, TT đơn ngành	Bố trí thành cụm, trung tâm đa ngành
1	Quảng cáo	xx	x	xx	xxx	-	Gắn với tất cả các ngành
2	Kiến trúc	x	x	x	xx	-	(1); (2); (5); (11); (12)
3	Phần mềm và trò chơi giải trí	xxx	xxx	xxx	xxx	xxx	Gắn với tất cả các ngành
4	Thủ công mỹ nghệ	x	x	x	xx	x	(1); (3); (4); (5); (11) (12)
5	Thiết kế	xx	x	xx	xx	xx	(1); (2); (3); (4); (5); (12)
6	Điện ảnh	xx	x	xx	xx	xx	(3); (6); (7); (8); (9); (10); (11); (12)
7	Xuất bản	xx	x	xx	xx	x	(1); (3); (6); (7); (8); (9); (10); (11); (12)
8	Thời trang	xxx	x	xxx	xxx	xx	(1); (3); (6); (7); (8); (9); (10); (11); (12)
9	Nghệ thuật biểu diễn					xx	(1); (3); (6); (7); (8); (9); (10); (11); (12)
10	Mỹ thuật, nhiếp ảnh, triển lãm	xx	xxx	xx	xx	xx	(1); (3); (6); (7); (8); (9); (10); (11); (12)
11	Truyền hình và phát thanh	xx	xx	xx	xx	x	(1); (3); (6); (7); (8); (9); (10); (11); (12)
12	Du lịch văn hóa	xx	xx	xx	xx	x	Gắn với tất cả các ngành

Ghi chú: xxx: mức độ phù hợp cao; xx: mức độ phù hợp trung bình; x: mức độ phù

hợp thấp.

2.3.4 Đào tạo nguồn nhân lực CNVH và mối quan hệ giữa các trung tâm đào tạo:

CNVH là ngành công nghiệp đòi hỏi nguồn lao động chất lượng cao. Việc đào tạo nguồn lao động này thông qua một số các cơ sở đào tạo đại học, viện nghiên cứu chính, được tổng hợp trong bảng 2.6. Tại đây có tới hơn 40 trường đại học và học viện có liên quan, cần thiết phải hình thành được mối quan hệ và kết nối.

Theo Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội Quảng Ninh đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 (được chính phủ phê duyệt ngày 31/12/2013 tại Quyết định số 2622/QĐ-TTg), dự kiến tại Quảng Ninh phát triển Đại học Đa ngành Hạ Long thành trường đại học tiêu chuẩn quốc tế, và tạo lập Đại học Quốc tế tại ĐKKT Vân Đồn.

Bảng 2.6 Bảng xác định mối quan hệ giữa các trường đại học, viện nghiên cứu (miền Bắc) có liên quan với các ngành CNVH tại Quảng Ninh

TT	Trường ĐH, Viện nghiên cứu quốc gia có liên quan đến các ngành CNVH	Đào tạo nguồn nhân lực	Hợp tác liên kết với địa phương
1	<i>Quảng cáo</i>		
	Học viện Báo chí Tuyên truyền	x	x
	Học viện Ngoại giao	x	x
	Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông (phía Bắc)	xx	xx
	ĐH Khoa học Xã hội và Nhân văn (ĐHQG Hà Nội)	xx	xx
	ĐH Công nghiệp Hà Nội	x	x
	ĐH Công nghệ thông tin và Truyền thông (ĐH Thái Nguyên)	x	x
2	<i>Kiến trúc</i>		
	Trường ĐH Kiến trúc Hà Nội	xx	xx
	Trường ĐH Xây dựng	xx	xx
	Viện ĐH Mở Hà Nội	x	x
3	<i>Phần mềm và trò chơi giải trí</i>		
	ĐH Bách khoa Hà Nội	xx	xx
	ĐH Công nghiệp Hà Nội	xx	xx
	ĐH Kinh tế Kỹ thuật Công nghiệp	x	x
	ĐH FPT	xx	x
	ĐH Khoa học và Công nghệ Hà Nội	x	xx
	Viện ĐH Mở Hà Nội	x	x
	ĐH Hà Nội	xx	xx

	ĐH Công nghệ (ĐHQG Hà Nội)	xx	xx
	Học viện Công nghệ Bưu chính Viễn thông (phía Bắc)	x	x
	Học viện Kỹ thuật Mật mã	xx	x
	ĐH Công nghệ thông tin và Truyền thông (ĐH Thái Nguyên)	xx	x
	ĐH Công nghiệp Quảng Ninh	x	x
4	<i>Thủ công mỹ nghệ</i>		
	ĐH Mỹ thuật Công nghiệp	xx	xx
	ĐH Mỹ thuật Việt Nam	x	x
5	<i>Thiết kế</i>		
	ĐH Mỹ thuật Công nghiệp	x	x
	ĐH Mỹ thuật Việt Nam	x	x
	ĐH Sư phạm Nghệ thuật Trung ương Hà Nội	x	x
	Đại học FPT	xx	x
	Viện ĐH Mở Hà Nội	x	x
6	<i>Điện ảnh</i>		
	ĐH Sân khấu – Điện ảnh Hà Nội	xx	xx
7	<i>Xuất bản</i>		
	ĐH Khoa học Xã hội và Nhân văn (ĐHQG Hà Nội)	xx	xx
	Học viện Báo chí Tuyên truyền	xx	xx
	ĐH Văn hóa Hà Nội	x	x
8	<i>Thời trang</i>		
	ĐH Mỹ thuật Công nghiệp	xx	xx
	ĐH Sư phạm Nghệ thuật Trung ương Hà Nội	x	x
	Viện Đại học Mở Hà Nội	x	x
9	<i>Nghệ thuật biểu diễn,</i>		
	Đại học Văn hóa Hà Nội	x	x
	Học viện Âm nhạc Quốc gia Việt Nam	xx	xx
10	<i>Mỹ thuật, nhiếp ảnh, triển lãm</i>		
	ĐH Mỹ thuật Công nghiệp	xx	xx
	ĐH Mỹ thuật Việt Nam	xx	xx
	ĐH Sư phạm Nghệ thuật Trung ương Hà Nội	x	x
11	<i>Truyền hình và phát thanh</i>		
	Học viện Báo chí Tuyên truyền	xx	xx
	ĐH Sân khấu – Điện ảnh Hà Nội	xx	xx
12	<i>Du lịch văn hóa</i>		
	ĐH Văn hóa Hà Nội	xx	xx
	ĐH Hùng Vương	x	x
	ĐH Khoa học Xã hội và Nhân văn (ĐHQG Hà Nội)	x	x

2.4 Đặc điểm của ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh

2.4.1 Giới thiệu tóm tắt về Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Quảng Ninh có liên quan

Ngày 31/12/2013, Chính phủ ra Quyết định số 2622/QĐ-TTg phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội Quảng Ninh đến 2020, tầm nhìn đến 2030. Mục tiêu phấn đấu đến năm 2030, xây dựng Quảng Ninh trở thành tỉnh dịch vụ công nghiệp hiện đại, trung tâm du lịch quốc tế; Bảo tồn và phát huy bền vững Di sản thế giới Vịnh Hạ Long và những khác biệt, đặc sắc của Vịnh Bái Tử Long... Đến năm 2030, tỷ trọng dịch vụ chiếm 51% GDP; GDP (bình quân đầu người đạt 20.000 USD (gấp khoảng 3 lần so với hiện tại); Đến năm 2020, du lịch trở thành một trong những nguồn tăng trưởng kinh tế chính với lượng du khách khoảng 10,5 triệu lượt người.

Phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng, trong đó có tuyến đường bộ Hạ Long nối với đường cao tốc Hà Nội – Hải Phòng; Hạ Long – Vân Đồn – Móng Cái; Tuyến đường sắt Hà Nội – Cái Lân; Hạ Long – Móng Cái, Lạng Sơn – Mũi Chùa... Sân bay quốc tế Vân Đồn; Tuyến nối Yên Tử - Hạ Long - Cửa Ông trở thành “Tuyến đường lịch sử” văn hóa đời Trần.

Tập trung phát triển hai khu kinh tế (KKT): KKT cửa khẩu Móng Cái và KKT ven biển Vân Đồn. Trong đó, KKT Vân Đồn được xây dựng phát triển thành khu kinh tế đặc biệt, là cửa ngõ giao thương quốc tế và là trung tâm về:

- Dịch vụ du lịch: Du lịch biển – đảo cao cấp gắn với công nghiệp giải trí hiện đại có casino, để thúc đẩy các ngành nghề và dịch vụ khác như mua sắm, thời trang, biểu diễn nghệ thuật, phim trường, mỹ thuật, thể thao và các khu vực giải trí hiện đại khác; Phát triển trung tâm du thuyền và dịch vụ cảng du lịch, dịch vụ y tế, giáo dục chất lượng cao, trung tâm dịch vụ cao cấp về tài chính, ngân hàng, dịch vụ công nghệ thông tin và truyền thông quốc tế.

- Công nghiệp: Phát triển công nghiệp xanh, sạch, công nghệ cao, hướng vào phục vụ phát triển du lịch, công nghiệp giải trí, xuất khẩu.

- Hợp tác vùng và quốc gia: Trong đó nhấn mạnh hợp tác với Hải Phòng trong

mối quan hệ với Di sản Vịnh Hạ Long, đảo Cát Bà; với Hà Nội về khoa học công nghệ và đào tạo nguồn nhân lực; với các tỉnh lân cận;

- Hợp tác quốc tế: Phát huy mối quan hệ vốn có giữa Quảng Ninh với Trung Quốc, Hàn Quốc, mở rộng hợp tác với các đối tác khác trong các nước ASEAN, các Quốc gia phát triển...

2.4.2 Giới thiệu tóm tắt về huyện đảo Vân Đồn, Quảng Ninh

a) Vị trí và đặc điểm điều kiện tự nhiên của Vân Đồn, Quảng Ninh

Vân Đồn là một huyện đảo của Quảng Ninh, huyện lỵ là thị trấn Cái Rồng trên đảo Cái Bầu, cách thành phố Hạ Long gần 50km về phía Tây – Tây Nam. Huyện Vân Đồn giáp vùng biển huyện Tiên Yên và huyện Đàm Hà về phía Bắc; phía Tây giáp thành phố Cẩm Phả, phía Đông giáp vùng biển huyện Cô Tô; phía Nam giáp vịnh Hạ Long và vùng biển Cát Bà (Hải Phòng).

Huyện Vân Đồn hợp thành bởi hai quần đảo Cái Bầu và Vân Hải, có tổng diện tích tự nhiên khoảng hơn 2.171 km² gồm 551km² diện tích đất nổi, 1620km² diện tích vùng biển với hơn 600 hòn đảo lớn nhỏ, trong đó hơn 20 đảo có người ở; Dân cư huyện Vân Đồn vào khoảng 43 ngàn dân, tập trung chủ yếu ở thị trấn Cái Rồng và các xã Đông Xá, Hạ Long, Quan Lạn..

Vân Đồn nằm trong khu vực nhiệt đới gió mùa, khí hậu mang tính chất hải đảo nóng ẩm, mưa nhiều. Từ tháng 3 đến tháng 8, gió Đông Nam từ biển thổi vào mát mẻ, từ tháng 10 đến tháng 2 năm sau, khí hậu lạnh do ảnh hưởng của gió mùa Đông Bắc, Do là vùng đảo nên nhiệt độ không bao giờ xuống dưới 0 độ C. Lượng mưa trung bình/năm ở khu vực quần đảo Cái Bầu là 1.748mm, quần đảo Vân Hải là 2.442mm. Nhiệt độ trung bình/năm ở Vân Đồn 22 độ C; Độ ẩm không khí 84%.

b) Vân Đồn và mối liên hệ vùng: Trong mối liên hệ vùng, Vân Đồn có nhiều ưu đãi từ hành lang phát triển công nghiệp Hà Nội – Hải Phòng – Hạ Long – Hải Hà – Móng Cái. KKT Vân Đồn nằm trong tuyến hành lang phát triển duyên hải Bắc Bộ với những trung tâm phát triển như: KKT cửa khẩu Móng Cái – KCN Hải Hà – Trung tâm khai thác than lớn nhất cả nước Cẩm Phả + Cửa Ông – Thành phố di sản Hạ long – Khu đô thị/công nghiệp/dịch vụ cảng biển Lạch Huyện + Đàm Nhà Mạc. Tuyến đường

cao tốc Hà Nội - Móng Cái, đoạn Hải Phòng - Hạ Long - Móng Cái và cảng hàng không quốc tế Vân Đồn đang được đầu tư xây dựng.

Vị trí của Vân Đồn kề liền Vịnh Hạ Long là Di sản thiên nhiên thế giới. Theo xu hướng phát triển du lịch, khu vực Châu Á Thái Bình Dương sẽ là một thị trường du khách hàng đầu, nếu tối ưu hóa được các lợi thế sẵn có. Vân Đồn sẽ chiếm được thị phần đáng kể của thị trường đang phát triển nhanh chóng này.

Vân Đồn nằm gần các thị trường có mức độ tăng trưởng lớn không chỉ riêng Hà Nội, Hải Phòng, Hạ Long mà còn cả khu vực ASEAN và một số nước châu Á. Trong bán kính bay 4 – 5 giờ sẽ cho phép Vân Đồn tiếp cận thị trường với 3,5 tỷ người, trong đó 17% là từ các nước ASEAN, tương đương với GDP là 22 tỷ USD. Trong bán kính lái xe từ 4 – 5 giờ, Vân Đồn tiếp cận một thị trường 23 triệu người, trong đó 23% là từ Trung Quốc và 77% còn lại từ Việt Nam, tương ứng với 62 tỷ USD.

c) Nền tảng lịch sử và văn hóa biển của Vân Đồn: Năm 1149, vua Lý Anh Tông triều Lý chính thức lập Vân Đồn, đồng thời Vân Đồn trở thành thương cảng đầu tiên của Đại Việt, trong giao thương với các nước trong khu vực Đông Á và Thế Giới như: Nhật Bản, Trung Quốc, Ấn Độ, Thái Lan, Indonesia... Di tích Thương cảng Vân Đồn vừa chứa đựng dấu ấn của nhà Trần về chiến công chống giặc ngoại xâm, lại vừa có dấu ấn về giao thương và buôn bán. Cư dân Vân Đồn có thể coi là nét gạch nối trong quá trình phát triển từ đất liền tiến ra biển; có sự tích hợp giữa truyền thống văn hóa khai thác biển với yếu tố lịch sử chống giặc ngoại xâm trên biển.

d) Tiềm năng kinh tế của Vân Đồn: Vân Đồn là nơi có nhiều tiềm năng để phát triển kinh tế dịch vụ du lịch. Vào năm 2017, vườn quốc gia Bái Tử Long được công nhận là Vườn di sản thứ 38 của ASEAN do hội tụ được 6 tiêu chí: Tính toàn vẹn sinh thái, tính đại diện, tính tự nhiên, tính bảo tồn cao, kế hoạch quản lý, bảo tồn và tính pháp lý. Đây là vườn di sản thứ 6 của Việt Nam; trước đó là vườn quốc gia Ba Bể, Hoàng Liên, Kon Ka Kinh, Chư Mom Ray và U Minh Thượng.

2.4.3 Giới thiệu tóm tắt về ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh

a) Mô hình ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh

Mô hình Khu kinh tế ven biển Vân Đồn, Quảng Ninh đã được khẳng định cùng

với việc Chính phủ phê duyệt Quy hoạch chung KKT Vân Đồn. Song dường như Mô hình này đã không đáp ứng được nhu cầu phát triển, và đang được nghiên cứu chuyển sang Mô hình Đặc khu hành chính - kinh tế. Trong đó có nhiều đề xuất về cơ chế, chính sách ưu đãi vượt trội về: Mô hình tổ chức chính quyền địa phương; Các ngành nghề được ưu tiên, trong đó có CNVH; Chính sách ưu đãi thuế, trong đó có lĩnh vực khởi nghiệp sáng tạo, trung tâm nghiên cứu và phát triển; Chính sách riêng về tài chính, ngân hàng, trong đó cho phép lưu hành một số đồng tiền tự do chuyển đổi khác; Về đất đai; Về thị thực xuất nhập cảnh...

b) Quy hoạch chung Khu KKT Vân Đồn Quảng Ninh

Ngày 19/8/2009, tại Quyết định số 1296/QĐ-TTg, Chính phủ phê duyệt Quy hoạch chung KKT Vân Đồn, đến năm 2020 và tầm nhìn đến 2030, với nội dung:

- Về tính chất: KKT Vân Đồn được vận hành theo quy chế riêng nhằm phục vụ nhu cầu phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Quảng Ninh và vùng Duyên hải Đông Bắc; Trung tâm du lịch biển đảo chất lượng cao, dịch vụ vui chơi giải trí cao cấp vùng Bắc bộ, đảo Hải Nam và các thành phố phía Đông Trung Quốc; Đầu mối giao thông quốc tế, động lực chính để phát triển vùng kinh tế trọng điểm Bắc bộ.

- Về vị trí, phạm vi, quy mô: Gồm toàn bộ huyện đảo Vân Đồn, cả phần đất liền và mặt biển (thuộc chủ quyền của Việt Nam); Quy mô diện tích: khoảng 2.171 km², trong đó diện tích đất tự nhiên 551 km², diện tích vùng biển rộng 1.620 km².

- Về dự báo dân số, lao động: Dân số: Đến năm 2020 đạt khoảng 150.000 người; Lao động: tỷ lệ lao động dịch vụ, thương mại, chiếm khoảng 54%.

- Về quy mô đất đai xây dựng:

+ Đất khu chức năng kinh tế phi nông nghiệp: Đến năm 2020: 5.683,0 ha trong đó đất dành cho du lịch: 4.730 ha; đất dành cho thương mại: 333 ha; đất dành cho công nghiệp: 620 ha.

+ Đất xây dựng khu dân cư: Đến năm 2020: 3.095 ha, trong đó đất xây dựng khu đô thị 2.800 ha, đất ở nông thôn 295 ha

+ Các loại đất khác.

- Về định hướng phát triển không gian: Khu kinh tế Vân Đồn được phân thành các khu chức năng: Khu du lịch; Khu trung tâm thương mại và tài chính quốc tế; Trung tâm đầu mối giao thương và hậu cần; KCN sạch; Các khu nông nghiệp, lâm nghiệp, thủy sản; Khu dân cư và các khu chức năng khác,

- Định hướng phát triển không gian các khu chức năng:

+ Khu trung tâm kinh doanh mới và Khu vực cảng Cá: Khu trung tâm thương mại mới được phát triển tại xã Đoàn Kết, đảo Cái Bàu với diện tích 1.500 ha;

+ Hình thành khu trụ sở hành chính của Khu kinh tế Vân Đồn và một số công trình văn phòng, dịch vụ, thương mại. Xây dựng các công trình hạ tầng xã hội: bệnh viện, trường học quốc tế, trường đại học, phân viện đại học, trung tâm huấn luyện kỹ năng, công viên trung tâm, sân vận động và trung tâm thể thao;

+ Xây dựng một số khu ở mới, gắn kết với các làng mạc hiện hữu được tổ chức lại, nâng cấp cơ sở hạ tầng xã hội và kỹ thuật;

+ Khu vực cảng cá, KCN chế biến thủy, hải sản;

+ Khu vực sân bay và khu phi thuế quan.

+ Khu cảng biển Vân Đồn và cảng Vạn Hoa.

+ Khu nghỉ dưỡng phức hợp và cáp treo.

+ Đô thị Cái Rồng: Quy mô diện tích khoảng 2.500 ha, có chức năng là thương mại – dịch vụ.

+ Đảo Trà Bần, Đảo Cảnh Cước, Đảo Ngọc Vũng: Hình thành một số khu nghỉ dưỡng, phục vụ du lịch biển- đảo, gắn với khu trung tâm đảo; Cải tạo, nâng cấp các khu làng mạc hiện hữu trên đảo.

- Thiết kế đô thị và kiểm soát phát triển: Nguyên tắc thiết kế đô thị: Gìn giữ và phát huy không gian cảnh quan sinh thái; Bảo tồn các công trình kiến trúc di sản văn hóa – lịch sử và khu vực cảnh quan đẹp; Kết hợp hài hòa và khai thác hiệu quả các cơ hội phát triển giữa Khu kinh tế Vân Đồn với các vùng lân cận như thành phố Hạ Long, Di sản Vịnh Hạ Long, thành phố Cẩm Phả, thị trấn Tiên Yên, KCN - cảng biển Hải Hà, thành phố cửa khẩu Móng Cái...

- Về định hướng phát triển hệ thống hạ tầng kỹ thuật:

+ Giao thông đối ngoại: Xây dựng đường cao tốc đầu nối với Quốc lộ 18 và đường cao tốc Nội Bài – Móng Cái tại Mông Dương và tại Tiên Yên; Mở rộng tỉnh lộ 334, thông đến cảng Vạn Hoa; Xây dựng mới sân bay quốc tế Vân Đồn; Hình thành hệ thống cảng, bến tàu vận tải hành khách, hàng hóa, bến du thuyền và cảng cá trên cơ sở nâng cấp cảng hiện có Vạn Hoa, Cái Rồng và xây dựng cảng, bến tàu thuyền mới; Xây dựng tuyến đường sắt nối sân bay Vân Đồn với tuyến đường sắt quốc gia; Xây dựng các tuyến đường nội bộ kết nối các khu vực chức năng và tạo thành các trục không gian cảnh quan của một đô thị hiện đại.

+ Cao độ san nền khu vực tập trung xây dựng: $\geq 3,5\text{m}$; Thoát nước mưa theo nguyên tắc tự chảy, phân theo các lưu vực riêng.

+ Nguồn cấp nước: Tận dụng khai thác nguồn nước mặt tại chỗ kết hợp đưa nước từ đất liền ra đảo. Sử dụng công nghệ khử mặn tạo nguồn nước ngọt ổn định.

+ Cấp điện: Từ mạng lưới truyền tải quốc gia, thông qua các trạm 110/22KV.

+ Thoát nước thải và vệ sinh môi trường: Xây dựng các trạm xử lý nước thải và trạm xử lý rác thải với công nghệ tiên tiến cho từng khu vực.

Đồ án quy hoạch Quy hoạch chung KKT Vân Đồn, đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030 chắc chắn sẽ phải điều chỉnh phù hợp với Mô hình Đặc khu theo Luật đơn vị hành chính – kinh tế đặc biệt được phê duyệt.

c) Các dự án đang triển khai trong KKT Vân Đồn: Tại KKT Vân Đồn hiện đang có nhiều dự án quy mô lớn đã và đang triển khai. Đây là các dự án mang tính đột phá, mở đầu cho việc hình thành một KKT ven biển tầm cỡ quốc gia và quốc tế. Các dự tiêu biểu đang đầu tư vào KKT Vân Đồn gồm:

Bảng 2.7 Các dự án lớn hiện đầu tư vào KKT Vân Đồn, Quảng Ninh

TT	Tên Dự Án	Địa Điểm	Mục Tiêu	Quy Mô
1	Dự án quốc lộ 4B	Phía Tây đảo Cái Bàu	Kết nối giữa KKT Vân Đồn với cao tốc Hà Nội - Hạ Long - Móng Cái, thông thương với cửa khẩu quốc tế Móng Cái.	Chiều dài tuyến 28,65km.
2	Dự án cầu Vân Tiên	Nối giữa KKT Vân Đồn	Kết nối huyện Vân Đồn với các huyện Miền Đông và cửa	Diện tích đất sử dụng

		(huyện Vân Đồn) với huyện Tiên Yên	khẩu quốc tế Móng Cái.	18.000 m2.
3	Dự án sân bay Quốc tế Vân Đồn	Khu vực xã Đoàn Kết, thuộc đảo Cái Bàu	Sân bay Quốc tế phục vụ cho vùng Duyên hải Bắc bộ, vùng Đông Bắc và hỗ trợ cho Sân bay Nội Bài khi cần thiết;	400ha
4	Dự án Cảng phía Bắc đảo Cái Bàu	Xã Đải Xuyên và xã Vạn Yên	Liên kết hàng hải với các địa phương và khu vực Đông Bắc Á, Trung Quốc	1000 ha
5	Dự án khu phi thuế quan - KCN sạch tại	Xã Bình Dân	-Hoàn thiện hệ thống cơ sở hạ tầng KKT Vân Đồn	500 - 700ha
6	Dự án khu vui chơi giải trí tổng hợp có thưởng (Casino)	xã Vạn Yên	Dự án trọng điểm về du lịch, tạo nên sự khác biệt và độc đáo so với các địa điểm du lịch khác.	1.800 ha

2.4.4 Dự báo số lao động CNVH thuộc Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn đến năm 2030:

a) Phương pháp dự báo:

Việc tính toán sơ bộ số lao động trong các ngành CNVH dựa theo: Quy mô dân số; Tỷ lệ số lao động các ngành CNVH trung bình trên thế giới chiếm tỷ lệ 2,2%; Tỷ lệ doanh thu/lao động của các ngành CNVH trên thế giới trung bình gấp khoảng 1,83 lần so với lao động của các ngành kinh tế khác; Tỷ lệ đóng góp doanh thu (Việt Nam dự kiến đến 2030, các ngành CNVH đóng góp khoảng 7% tổng doanh thu). Dự kiến đến năm 2030, tỷ lệ số lao động các ngành CNVH trong tổng số lao động vào khoảng 3,8%. Việc tính toán số lao động trong ngành CNVH cho Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh được tính theo 3 kịch bản gắn với giả định:

- Kịch bản 1: Khi mới hình thành, Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn giai đoạn đầu (đến năm 2020) chỉ tập trung hỗ trợ cho các doanh nghiệp CNVH của tỉnh Quảng Ninh;

- Kịch bản 2: Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn, giai đoạn sau (năm 2020 – năm 2025) hỗ trợ cho cả các doanh nghiệp CNVH tại các tỉnh lân cận: Lạng Sơn, Bắc Giang, Hải Dương và Hải Phòng;

- Kịch bản 3: Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn, giai đoạn tiếp sau (năm 2025 – năm 2030), trong bối cảnh chia sẻ thị trường với Trung tâm CNVH tại Hà Nội, hỗ trợ cho các tỉnh thuộc Vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ (Hải Phòng, Hải Dương, Hưng Yên, Bắc Ninh, Vĩnh Phúc); cho các tỉnh thuộc vùng Duyên hải Bắc Bộ (Hải Phòng, Thái Bình, Nam Định, Ninh Bình) và các tỉnh miền Bắc khác.

b) Dự báo số lao động CNVH thuộc Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn giai đoạn đến năm 2025:

Phương pháp dự báo về số lao động trong ngành CNVH được trình bày tại phần trên, căn cứ vào số dân và tỷ trọng của số lao động trong ngành CNVH. Dự kiến số lao động trong lĩnh vực dịch vụ sản xuất và tiêu dùng cấp cao tại Trung tâm CNVH Vân Đồn chiếm 2,5% số lao động trong ngành CNVH tại Quảng Ninh. ĐKKT Vân Đồn là đặc khu của hội nhập quốc tế, vì vậy tại Trung tâm CNVH dự kiến sẽ có các lao động và doanh nghiệp nước ngoài. Dự báo số lao động và doanh nghiệp nước ngoài chiếm khoảng 15%. Giai đoạn 2020 - 2025, dự kiến số lao động từ 4 tỉnh kề liền: Lạng Sơn, Bắc Giang, Hải Dương và Hải Phòng tập trung tại Trung tâm CNVH Vân Đồn chiếm 0,3% số lao động ngành CNVH tại 4 tỉnh.

c) Dự báo số lao động CNVH thuộc Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn giai đoạn năm 2025 - 2030:

Dự kiến số lao động dịch vụ sản xuất và tiêu dùng cấp cao tại Trung tâm CNVH Vân Đồn chiếm 3% số lao động trong ngành CNVH tại Quảng Ninh. ĐKKT - Văn hóa Vân Đồn là Đặc khu cấp Quốc gia, nên số doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ sản xuất và tiêu dùng cấp cao không chỉ đáp ứng nhu cầu của các doanh nghiệp của ngành CNVH trong tỉnh Quảng Ninh mà còn phải đáp ứng nhu cầu của khu vực:

- 7 tỉnh của Vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ, gồm 7 tỉnh: Hải Phòng, Hà Nội, Quảng Ninh, Hải Dương, Hưng Yên, Bắc Ninh và Vĩnh Phúc.

- 5 tỉnh Vùng duyên hải Bắc Bộ, gồm Quảng Ninh, Hải Phòng, Thái Bình, Nam Định, Ninh Bình

- 4 tỉnh kề liền, gồm: Lạng Sơn, Bắc Giang, Hải Dương và Hải Phòng

Giai đoạn 2025 - 2030, dự kiến số lao động từ 4 tỉnh kề liền chiếm 0,6% số lao

động ngành CNVH tại 4 tỉnh.

Dự báo số lao động và doanh nghiệp nước ngoài chiếm khoảng 30% số lao động làm việc tại Trung tâm.

c) Tổng hợp dự báo số lao động CNVH thuộc Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn đến năm 2030: Đây là cơ sở quan trọng cho việc dự kiến quy mô đất đai xây dựng Trung tâm CNVH được trình bày tại Chương 3.

Bảng 2.8 Tổng hợp dự báo số lao động tại Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh

Loại	Đơn vị	Năm 2015	Năm 2020	Năm 2025	Năm 2030
Số lao động Quảng Ninh tại TTCNVH Vân Đồn					
Dân số Quảng Ninh*	ngàn người	1.209	1.262	1.307	1.343
Số lao động (chiếm 55%)	ngàn người	665	694	719	739
Tỷ lệ lao động CNVH	%	2,2	2,6	3,1	3,8
Số lao động CNVH	ngàn người		18	22	28
Tỷ lệ tại TT CNVH Vân Đồn	%			2,5	3
<u>Số lao động tại TTCNVH Vân Đồn</u>	<i>ngàn người</i>			0,55	0,84
Số LĐ Lạng Sơn, Bắc Giang, Hải Dương, Hải Phòng tại TTCNVH Vân Đồn					
Dân số tại 4 tỉnh *	ngàn người	6.135	6.394	6.610	6.761
Số lao động (chiếm 55%)	ngàn người		3.517	3.636	3.718
Tỷ lệ lao động CNVH	%	2,2	2,6	3,1	3,8
Số lao động CNVH	ngàn người		91	113	141
Tỷ lệ tại TT CNVH Vân Đồn	%			0,3	0,6
<u>Số lao động tại TT CNVH Vân Đồn</u>	<i>ngàn người</i>			0,34	0,85
Tổng số lao động VN làm việc tại TT CNVH Vân Đồn	ngàn người			0,89	1,69
Tỷ lệ lao động nước ngoài trên tổng số lao động	%			15	30
<u>Số lao động nước ngoài</u>	<i>ngàn người</i>			0,16	0,72
Tổng số lao động làm việc tại TT CNVH Vân Đồn	ngàn người			1,05	2,41

Nguồn: (*) cuốn sách “Dự báo dân số Việt Nam 2014-2049” (2016) của Tổng cục thống kê (11)

2.5 Một số lý luận và mô hình phát triển có liên quan đến Trung tâm CNVH trên thế giới

2.5.1 Một số hệ thống lý luận có liên quan

a) Lý luận về “Không gian thứ ba”:

Trong bài viết “*Can Architecture Make Us More Creative?*” (27), Jonathan C. Molloy đã lý luận về các không gian kiến trúc hỗ trợ sự sáng tạo bắt đầu với ví dụ về công trình MIT. Vào năm 1942, giữa Chiến tranh thế giới thứ 2, Phòng Thí Nghiệm Phóng xạ MIT của Mỹ cần mở rộng nhằm phát triển công nghệ radar máy bay. Để đáp ứng nhu cầu lớn và bức thiết này một tòa nhà với khoảng hơn 23 ngàn m² được xây dựng. Công trình đã nhanh chóng trở thành trung tâm nghiên cứu quân sự mang tính đột phá. Sau chiến tranh, thay vì phá dỡ tòa nhà, MIT tiếp tục sử dụng. Một số tổ chức nghiên cứu đã chuyển đến đây như Phòng thí nghiệm nghiên cứu Điện tử; Hạt nhân; Khoa Ngôn ngữ học... Kết quả là: Tại một địa điểm, hỗn hợp kì lạ của những con người không biết gì về nhau, đã tích lũy được khối lượng những thành tựu đột phá về khoa học và công nghệ không thể tin được. Đó là nơi ra đời video game đầu tiên; vật lý vi sóng đầu tiên, nhiếp ảnh tốc độ cao, máy tính hiện đại... Điều này được tạo bởi nơi đây đã làm các nhà khoa học từ những ngành nghề rất khác nhau tụ hợp lại và tương tác lẫn nhau. Một chuyên gia làm việc tại đây đã có tổng kết: Ở những tòa nhà cao tầng với diện tích không gian từng tầng nhỏ, có ít sự nghiên cứu đa dạng; Những cuộc gặp gỡ trong thang máy thường kết thúc ở đại sảnh; Còn những cuộc gặp gỡ ở hành lang thường dẫn đến những cuộc thảo luận chuyên ngành.

Nhà xã hội học Ray Oldenburg (người Mỹ, sinh năm 1932, nổi tiếng vì nghiên cứu về tầm quan trọng của những nơi tập trung cộng đồng không chính thức) đã gọi những không gian, nơi mọi người tụ hợp và tương tác, là “**Không gian thứ ba**”, môi trường tách biệt khỏi nhà ở hay nơi làm việc. Nhiều chuyên gia về xã hội học nổi tiếng khác cho rằng: Sự tương tác xảy ra khi các lĩnh vực chuyên môn khác nhau tụ hợp trong một không gian vật lý. Đó là nơi nảy sinh những **sáng kiến đột phá** (ít gắn với kinh nghiệm của cá nhân, đơn ngành). Sự tương tác này còn được gọi là “Sự lan tràn kiến thức” – những sáng kiến nảy sinh khi các ý tưởng gặp nhau. Những không gian này về cơ bản là không gian kiến trúc, vì vậy, người ta cho rằng kiến trúc có vai trò

giúp con người trở lên sáng tạo.

Isaac Kohane, nhà nghiên cứu thuộc trường đại học Y Khoa Havard, Hoa Kỳ đã tiến hành điều tra trên các nhóm nhà nghiên cứu để đánh giá ảnh hưởng của sự gần gũi giữa các nhà nghiên cứu và chất lượng công việc của họ. Kết quả cho thấy, các nhà nghiên cứu càng gần nhau thì chất lượng nghiên cứu càng cao một cách rõ rệt. Kết quả nghiên cứu tốt nhất được tạo ra bởi nhóm các nhà khoa học làm việc cách nhau 10m, những nghiên cứu ít kết quả hơn thường là những nghiên cứu của nhóm các nhà khoa học cách nhau trên 1km. Kohane cho rằng: “Nếu muốn mọi người làm việc hiệu quả với nhau, cần tạo ra những công trình kiến trúc hỗ trợ sự tương tác vật lý thường xuyên. Ngay cả trong thời đại công nghệ, khi mà những nhà nghiên cứu dành nhiều thời gian trên mạng internet, những không gian gần gũi thân mật vẫn rất quan trọng”.

Kevin Dunbar, nhà tâm lý học ở Đại học McGill, Canada đã nghiên cứu sự ra đời của các ý tưởng trong phòng thí nghiệm. Kết quả là, hầu hết các ý tưởng quan trọng nảy sinh không phải trong các cuộc họp chuyên môn mà là trong những cuộc gặp mặt thông thường tại phòng thí nghiệm, nơi mà các nhà nghiên cứu gặp nhau và chia sẻ các nghiên cứu họ đang thực hiện. Trong bản đồ hình thành ý tưởng mà Dunbar đã tạo ra, nền tảng ban đầu của ý tưởng không phải là kính hiển vi mà đó là cái bàn nơi mọi người tụ họp. Công cụ tạo ra ý tưởng hiệu quả nhất là một bàn tròn với nhóm người bàn luận xung quanh. Những cuộc gặp gỡ, tụ họp là môi trường ra đời những kết hợp mới mẻ, nơi thông tin lan truyền từ dự án này sang dự án khác.

Từ những lý luận này, đã ra đời các tổ hợp nghiên cứu, quy tụ nhiều tổ chức để cùng tham gia sáng tạo và tạo lập sản phẩm như *Thành phố khoa học* hay *Công viên Khoa học*. Trung tâm CNVH – “Không gian thứ ba”, nơi tập trung các chuyên gia trong lĩnh vực của 12 ngành khác nhau, cũng nên được hình thành trên cơ sở lý luận như vậy.

b) Lý luận về Tầng lớp sáng tạo: Nhà lý thuyết đô thị Richard Florida (người Mỹ, sinh năm 1957), trong cuốn sách nổi tiếng của ông có tên “*Sự trỗi dậy của Tầng lớp sáng tạo*”(47), cho rằng, tầng lớp xã hội mới này là chìa khóa để các đô thị, các khu vực lãnh thổ tăng trưởng và phát triển; Sản xuất công nghiệp không còn là nền

tăng phát triển của đô thị mà thay vào đó là sự gia tăng của Tầng lớp sáng tạo.

c) Lý luận về yếu tố sự kiện – Chợ hay Hội chợ sáng tạo:

Đối với một Trung tâm CNVH, yếu tố sự kiện là không thể thiếu. Nói cách khác, sự kiện chính là sức sống, sức thu hút của Trung tâm CNVH. Nếu Trung tâm CNVH không có sự kiện, sẽ không thu hút được cộng đồng cũng như không quảng bá được thương hiệu và sản phẩm CNVH. Vì hệ thống ngành nghề CNVH đa dạng nên sự kiện trung tâm CNVH cũng đa dạng về chủng loại và đối tượng nhắm đến. Các sự kiện đều có tính mở, không giới hạn đối tượng tham gia, tạo cơ hội lan truyền văn hóa một cách mạnh mẽ. Vì tính đặc thù như vậy nên trung tâm CNVH phải kết hợp được các không gian tổ chức sự kiện trong nhà và ngoài trời với cấu trúc linh hoạt, phù hợp với nhiều loại hình sự kiện khác nhau. Một trong những loại hình tổ chức sự kiện như vậy là “Chợ sáng tạo” hay “Hội chợ”

Theo nghiên cứu “*Ảnh hưởng ưa thích của người tiêu dùng đối với các Công viên văn hoá và sáng tạo trên mô hình thái độ hành vi*”(62) của Shwu-Ing Wu và Man-Li Tian (Trường ĐH Công nghệ Chin-yi, Đài Loan), Chợ sáng tạo hay Hội chợ là không gian, sự kiện thúc đẩy thái độ của người tiêu dùng. Các loại hình Chợ sáng tạo nổi tiếng trên thế giới là Spitalfields Market, Up Market, và Portobello Market tại London, Anh. Các loại hình chợ như Chợ sáng tạo, Chợ đêm, Chợ đường phố là bản sắc văn hóa quen thuộc ở các nước Châu Á như Thái Lan, Đài Loan, Hồng Kông, Malaysia, Việt Nam và công chúng rất thích mua sắm ở những loại hình chợ như vậy. Nhìn chung, Chợ sáng tạo là nơi những nhà sáng tạo bán sản phẩm của họ đến người tiêu dùng. Vì những nhà sáng tạo có thể gặp gỡ và trao đổi sản phẩm với nhau nên chợ không chỉ là nơi bán sản phẩm, đó còn là nơi trao đổi văn hóa.

2.5.2 Mô hình về không gian vật lý và không gian trực tuyến:

a) Không gian vật lý: Đây là hệ thống không gian thật, là nơi tập trung của cộng đồng CNVH đa ngành, như các cơ sở hạ tầng, văn phòng, xưởng studio, không gian khởi nghiệp, không gian đào tạo; không gian hội chợ, không gian tái tạo như nhà hàng, quán cà phê, không gian thể thao, giải trí...

b) Không gian trực tuyến quảng bá và huy động vốn: là hệ thống không gian ảo như trang web, mạng xã hội như facebook và ứng dụng điện thoại thông minh, gồm:

- ***Các trang thông tin riêng*** của doanh nghiệp, nghệ nhân, nghệ sỹ tương tự như các trang thông tin trên facebook hoặc website; các trang quảng bá, tra cứu thông tin về doanh nghiệp, sản phẩm CNVH (tương tự như trang thương mại điện tử); nơi thu thập đánh giá của người sử dụng đối với sản phẩm CNVH theo nhu cầu của thị trường. Đây là mô hình đã được áp dụng trong Apple Store, chợ ứng dụng điện thoại thông minh lớn thứ 2 thế giới.

- ***Các trang thông tin gọi đầu tư cho sản phẩm:*** Trong hoàn cảnh nhiều người có khả năng sáng tạo, ý tưởng hay song thiếu các nguồn lực như vốn đầu tư, nguồn lao động, cơ sở hạ tầng sản xuất để đưa các ý tưởng thành hiện thực. Đây là một dạng của mô hình Kickstarter (là Công ty công ích Mỹ có trụ sở tại Brooklyn, New York). Mô hình này tạo lập một phương thức huy động vốn theo hình thức Crowdfunding toàn cầu tập trung vào sự sáng tạo. Kickstarter đã nhận được hơn 1,9 tỷ đô la cam kết từ 9,4 triệu người ủng hộ 257000 dự án sáng tạo, như phim ảnh, âm nhạc, sân khấu, truyện tranh, báo chí, trò chơi điện tử, công nghệ và các dự án liên quan khác...

- ***Các trang thông tin về những sự kiện đã và sắp diễn ra.*** Đây là các trang thông tin quan trọng đối với cá nhân và doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp khởi nghiệp như văn bản pháp luật, quy định có liên quan, trả lời các thắc mắc hỏi đáp.

2.5.3 Các lý thuyết mô hình tổ hợp Công nghiệp sáng tạo và Trung tâm CNVH

a) Tổ hợp công nghiệp công nghệ cao (Technopole và Cluster)

Thuật ngữ ***Technopole*** là một từ tiếng Pháp dùng để miêu tả tổ hợp công nghiệp thế kỉ 21 được phổ biến bởi Manuel Castells (nhà xã hội học người Tây Ban Nha, sinh năm 1942) và Sir Peter Hall (nhà đô thị học người Anh, 1932- 2014, cha đẻ của khái niệm về KCN). Technopole là trung tâm sản xuất công nghệ cao trong nghiên cứu, đào tạo và thương mại. Thuật ngữ này khác với các tổ hợp công nghiệp thông thường trước đó ở chỗ thay vì chỉ tập trung vào sản xuất, Technopole có động cơ và mục đích chính là tạo ra ***sự kết hợp giữa nghiên cứu, đào tạo và kinh doanh***. Năm 2001, chính phủ Anh đã ứng dụng lý thuyết Technopole vào chiến lược tái thiết các khu vực nội thành ở Anh. Họ đã vạch ra 3 yếu tố cho sự thành công của cụm khá giống với lý luận của

Castells và Halls: i) Sự tồn tại của mạng lưới kết nối và hoạt động đối tác; ii) Nền tảng đổi mới vững chắc với các hoạt động hỗ trợ Nghiên cứu và Phát triển R&D; iii) Nền tảng kỹ năng và nguồn lao động tay nghề cao.

Thuật ngữ **Cluster** (cụm) được miêu tả và phổ biến bởi nhà kinh tế học Michael Porter (người Mỹ, sinh năm 1947, giáo sư ĐH Harvard) vào năm 1990. Theo Michael Porter, Cluster là một tổ ***hợp kết nối các công ty, nhà cung cấp, các ngành công nghiệp liên quan và các tổ chức chuyên môn***. Thuật ngữ Cluster lần đầu tiên được sử dụng bởi Porter trong cuốn sách “*Lợi thế cạnh tranh của quốc gia*”(56), tập trung vào miêu tả môi trường kinh doanh đa chiều trong sự cạnh tranh nền kinh tế vi mô ở phạm vi địa phương. Porter cho rằng các hoạt động kinh tế bên trong Cluster thực tế gắn với các hoạt động xã hội, con người, là chất keo gắn kết cộng đồng. Đây là mô hình phát triển kinh tế dựa trên sự tập trung về mặt địa lý giữa các định chế có liên quan đến nhau: i) Các doanh nghiệp sản xuất; ii) Các doanh nghiệp đầu tư mạo hiểm, doanh nghiệp cung ứng, cơ quan chính phủ; iii) Trung tâm nghiên cứu và trường đại học...trong một lĩnh vực cụ thể, ví dụ như công nghệ thông tin; iv) Hệ thống các công trình dịch vụ hạ tầng kinh tế và xã hội có liên quan...Cụm Kinh tế này giúp cộng đồng phát triển theo cấp số nhân, bởi những người sống và làm việc bên trong cụm đều kết nối với nhau theo cách nào đó. Sự thành công của Mô hình Thung lũng Silicon, Mỹ và cả quốc gia Israel một phần là do áp dụng sáng tạo mô hình lý thuyết Cụm kinh tế này. Gần đây, thành phố Du Bai, thuộc Các tiểu vương quốc Ả Rập Thống nhất, được đánh giá là một đô thị hiện đại cũng được xây dựng dựa trên nguyên tắc của mô hình này.

b) Thành phố khoa học (Science City); Công viên khoa học (Science Park):

Sản xuất công nghiệp thường diễn ra theo chuỗi: Nguyên liệu đầu vào – Tổ chức sản xuất (gắn với quản lý và trang thiết bị) – Sản phẩm – Thị trường hóa. Trong kinh tế thị trường, sản phẩm mới hay sản phẩm có khả năng cạnh tranh sẽ quyết định sự sống còn của doanh nghiệp. Ngoài hoạt động sản xuất, các doanh nghiệp phải có hoạt động nghiên cứu nhằm tạo lập ra sản phẩm mới và thị trường hóa sản phẩm đó. Vì vậy, bên cạnh các KCN (Industrial Park) nơi tập trung các doanh nghiệp sản xuất, dần xuất hiện các khu tập trung các doanh nghiệp khoa học công nghệ (gắn với các trường

đại học) tạo thành Công viên công nghệ hay Công viên khoa học (University Research Park, Science Park, Science and Technology Park...); quy mô lớn hơn, mở rộng với nhiều chức năng hơn ngoài khoa học công nghệ, tạo thành Thành phố khoa học.

Science City, theo Manuel Castells và Sir Peter Halls, giống như một thị trấn khoa học với các công trình được quy hoạch, xây dựng và quản lý bởi Chính phủ. Mục tiêu chính của *Science City* là phát triển các tiến bộ khoa học và các hoạt động liên kết nghiên cứu bằng cách tập trung chuyên gia vào một không gian đô thị chất lượng cao. Đó là một không gian biệt lập để nhà khoa học, nhà nghiên cứu và học giả xây dựng một cộng đồng mạng lưới trí tuệ thúc đẩy tiến bộ tập thể. Các tổ hợp này được khởi đầu từ cuối những năm 50.

Tài liệu nghiên cứu của Ari-Veikko Anttiroiko - giáo sư đại học Tampere Phần Lan với tên gọi *“Thành phố Khoa học: các đặc điểm và thách thức trong tương lai”*(39) đã nêu 5 đặc điểm cốt lõi của Science City: i) Chính phủ đóng vai trò là khởi xướng, ở cả quy mô địa phương, khu vực và quốc gia; ii) Tập trung vào các hoạt động khoa học, nghiên cứu gắn với trường đại học; iii) Hầu như không có hoạt động sản xuất công nghiệp; iv) Sự phát triển quy hoạch đô thị rõ nét; v) Không gian đô thị bao gồm cơ sở hạ tầng, công trình kiến trúc, không gian giải trí và tái tạo.

Công viên khoa học (hay Công viên Công nghệ - Technology Park), mặc dù giống với Thành phố khoa học ở chỗ có chính phủ và trường đại học là nhà khởi xướng chính nhưng cởi mở hơn ở việc có sự tham gia của các công ty tư nhân, doanh nghiệp khởi nghiệp. Trái ngược với Thành phố khoa học, tổ hợp này hoạt động tự chủ hơn. Đây là khu vực được thiết kế với mục đích tập hợp và thu hút số lượng lớn các công ty công nghiệp công nghệ cao. Điều này mang lại việc làm và kỹ năng cho người lao động. Mục tiêu toàn cầu của Công viên khoa học là thu hút đầu tư vào các doanh nghiệp tư nhân để mang lại sự phát triển bền vững.

Mô hình Công viên Khoa học (Science Park) hiện được quan tâm hơn so với mô hình Technopole và Cluster (Tổ hợp hay Cụm công nghiệp), do mô hình này khuyến khích sự hợp tác và liên doanh giữa các ngành công tư, giữa trường đại học và các doanh nghiệp. Theo Castells và Halls, sự hấp dẫn của mô hình *Công viên khoa học*

nằm ở mối liên kết và hợp tác giữa 3 thành phần: i) Các trung tâm nghiên cứu và trường đại học; ii) Các công ty lớn; iii) Các công ty vừa và nhỏ.

Công viên Công nghệ thường được hình thành bắt đầu từ một trường đại học, một cơ sở sản xuất hoặc một phòng thí nghiệm trọng điểm tầm cỡ quốc gia. Công viên cũng là nơi khởi nghiệp các doanh nghiệp mới. Một trong các chỉ số để đánh giá sự thành công của Công viên Công nghệ là số lượng bằng phát minh, sáng chế.

Mô hình Công viên Công nghệ được phát triển khắp trên thế giới, đặc biệt phổ biến tại các quốc gia phát triển, ví dụ tại Bắc Mỹ có hơn 170 Công viên công nghệ.

c) Công viên Kinh doanh (Business Park)

Các khu tập trung doanh nghiệp dịch vụ kinh doanh, thương mại tạo thành Công viên Thương mại (Business Park). Đây là nơi tập trung xây dựng công trình văn phòng cho hoạt động dịch vụ thương mại hóa sản phẩm, tài chính, kết nối thị trường... Năm 2016, trên thế giới có khoảng gần 140 Công viên Kinh doanh. Riêng thành phố Dubai có đến 12 Công viên loại này.

Công viên Thương mại điển hình được xây dựng trong giai đoạn đầu là: Công viên Thương mại Aztec West, Gloucestershire, Anh (Aztec West Business Park), hình thành năm 1980, là một trong số 27 Công viên Thương mại tại Anh, gồm các trung tâm logistic, văn phòng, thương mại...; Công viên Thương mại Vitra, Weil Am Rhein, Đức, của nhà sản xuất đồ nội thất Thụy Sĩ Vitra, hình thành vào năm 1989. Đây là nơi tập hợp được các thiết kế kiến trúc của các kiến trúc sư hàng đầu thế giới nên còn được gọi là Công viên Kiến trúc Vitra (Vitra Campus Architecture).; Công viên Thương mại Business Park Chiswick, London, Anh liên quan đến các sản phẩm công nghệ cao, hình thành vào năm 1998...

Cũng như Công viên công nghệ, Công viên Kinh doanh (hay Công viên Thương mại) là mô hình phát triển trước đây chưa từng có. Cùng với các KCN, các công viên này là nơi sản sinh ra tài năng, tinh thần kinh doanh, khả năng cạnh tranh và được coi là một trong những hệ thống kết cấu hạ tầng quan trọng cho sự tăng trưởng trong nền kinh tế tri thức. Đây cũng là nơi các cơ quan của chính phủ, các trường đại học và các doanh nghiệp hợp tác để nuôi dưỡng tinh thần đổi mới, sáng tạo; nơi nghiên cứu,

chuyển giao và thương mại hóa công nghệ; nơi hình thành các văn hóa liên kết, đặc trưng cơ bản của nền kinh tế số.

d) Mô hình Quận Văn hóa (Cultural District)

Quận văn hóa hay Địa phương văn hóa là một mô hình để xây dựng chiến lược phát triển địa phương bền vững dựa trên khía cạnh văn hóa, làm nổi bật bản sắc địa phương, sử dụng các di sản văn hóa như là công cụ cho sự phát triển.

Theo Maurizio Carta (nhà quy hoạch đô thị và kiến trúc người Ý), trong cuốn *“Lập kế hoạch trong lĩnh vực văn hóa: các cấu trúc và chiến lược bảo vệ văn hóa ở Sicilia”*, cho rằng: Bản sắc văn hóa địa phương là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến mạng lưới các ngành CNVH, giúp khai thác hết tiềm năng của khu vực. Việc đặt trọng tâm vào nền tảng văn hóa là công cụ hữu hiệu để thu hút khách du lịch, thúc đẩy nhu cầu tiêu thụ sản phẩm và dịch vụ văn hóa ở thị trường địa phương. Để quá trình này được thực hiện, cần phải có sự tham gia của các cá nhân, tổ chức và hoạt động kinh tế trong bối cảnh không gian kiến trúc – cảnh quan – xã hội chất lượng cao kết hợp với các dịch vụ và cơ sở hạ tầng hỗ trợ.

Luciana Lazzeretti (nhà nghiên cứu sản phẩm văn hóa và bảo tàng người Ý, Trường đại học Florence), trong nghiên cứu *“Các quy trình nghệ thuật văn hoá của Thành phố nghệ thuật: Cụm khôi phục nghệ thuật ở Florence”*(48) đã nhận định: Nghệ sĩ và Di sản văn hóa là nền tảng hình thành *Quận văn hóa* như một Hệ thống Văn hóa cấp cao địa phương. Đây được coi là “Nơi ươm mầm doanh nghiệp khởi nghiệp, là cầu nối giữa kinh tế và cộng đồng văn hóa, kết nối các nền văn hóa khác nhau”, là “Dạng không gian xã hội-kinh tế- địa phương đa ngành được đặc trưng bởi tổ hợp không gian đặt gần nhau và loại hình công việc liên quan đến văn hóa”.

Trong nghiên cứu *“Quận văn hóa, ngành du lịch và sự bền vững”*(50) của Giulio Maggiore (người Ý, Trường ĐH Unitelma Sapienza) quan niệm: “*Quận văn hóa* là không gian đô thị hướng tới các hoạt động văn hóa nghệ thuật (như bảo tàng, thư viện, nhà hát, triển lãm, phòng khán giả), không gian tổ chức các hoạt động CNVH (như các studio, xưởng thiết kế, văn phòng thiết kế) cùng với các không gian hoạt động truyền thống thu hút khách tham quan (như các nhà hàng, quán bar, cửa hàng bán sản phẩm).

Các khu vực tổ hợp văn hóa và sáng tạo là sản phẩm của sự kết hợp giữa đô thị hóa, văn hóa và sáng tạo”.

Phần lớn các chuyên gia cho rằng yếu tố tạo sự thành công của Quận văn hóa là: Nghiên cứu và tìm ra bản sắc liên kết xã hội thông qua văn hóa; Sản xuất dựa trên sự đổi mới, tri thức và nguồn nhân lực thông qua đào tạo, mạng lưới liên kết, các dự án; Phổ biến kiến thức và sự hợp tác liên ngành tạo nên các hoạt động kinh tế đa ngành và tạo ra những mối quan hệ liên kết giữa doanh nghiệp mới; Quan điểm phát triển dựa trên các hoạt động xã hội và kinh tế bền vững; Lập kế hoạch chiến lược, với sự tham gia của các bên liên quan ở địa phương.

Một số ví dụ về Mô hình quận văn hóa trên thế giới:

- High House Production Park: là một sự hợp tác giữa Nhà hát Hoàng gia, Trường Cao đẳng Sáng tạo Quốc gia, Acme Studios, Hội đồng Thurrock và Hội đồng Nghệ thuật Anh; có diện tích rộng 5,6ha. Trung tâm bao gồm 2 tòa nhà cho Nhà hát Hoàng gia, một workshop sản xuất và một trung tâm phục trang. Khu vực cũng bao gồm Viện Kỹ năng Quốc gia, không gian cho doanh nghiệp nhỏ và studio cho nghệ sĩ.

- Here East, Queen Elizabeth Olympic Park, Stratford, Anh: là một khuôn viên kết hợp kinh doanh, công nghệ, truyền thông, giáo dục và dữ liệu. Khuôn viên có diện tích khoảng 11ha, với hạ tầng là một trong những cơ sở hạ tầng công nghệ tiên tiến nhất trên thế giới, với kết nối băng thông gần như không giới hạn và công suất năng lượng cao. Here East có 4 tầm nhìn chính: i) Giáo dục và đào tạo kỹ năng: cung cấp nguồn lao động chuyên ngành kỹ thuật số đầu tiên của Anh, với những kỹ năng cần thiết để phát triển nền kinh tế kỹ thuật số; ii) Việc làm: Tạo ra hơn 7.500 việc làm tại chỗ và trong cộng đồng địa phương, tạo điều kiện cho người dân địa phương nâng cao kỹ năng và tăng trưởng kinh tế; iii) Doanh nghiệp: không gian chi phí thấp với cơ sở hạ tầng sáng tạo do TechHub và Space Studios cung cấp cho doanh nghiệp khởi nghiệp; iv) Môi trường: Thúc đẩy hợp tác và đổi mới, kết nối những doanh nghiệp mới thành lập, các doanh nghiệp lâu năm, các nhà đầu tư mạo hiểm và các viện nghiên cứu ở một nơi để chia sẻ kiến thức và chuyên môn. Khuôn viên chứa ba tòa nhà chính bao gồm trung tâm đổi mới, thính phòng và một tòa nhà với không gian giáo dục, studio

phát thanh, không gian văn phòng, trung tâm dữ liệu hiện đại, ăn uống, giải trí...

Có thể thấy, những vấn đề về CNHV cũng như các mô hình có liên quan đến Trung tâm CNVH là những vấn đề mới, thậm chí khác biệt tại mỗi quốc gia, song đây cũng là những bài học, kinh nghiệm ban đầu cho Việt Nam trong tiến trình thực hiện Chiến lược phát triển các ngành CNVH, cũng như Trung tâm CNVH.

2.5.4 Các dạng công trình kiến trúc có liên quan đến Trung tâm CNVH hay Công nghiệp sáng tạo

Mô hình CNVH còn rất mới trên thế giới. Đề tài khảo sát 446 công trình kiến trúc trên thế giới xây dựng trong thế kỷ 21, được tập hợp ngẫu nhiên trên WEB bmkctn.com, tương tự như cách điều tra xã hội học. Kết quả như sau:

- Các công trình liên quan đến CNHV chiếm khoảng 24% số công trình khảo sát. Điều này góp phần khẳng định xu thế ngày càng rõ rệt về sự phát triển của CNVH, ngành công nghiệp mới nổi dựa trên tài nguyên chủ yếu là sự sáng tạo.

- Xuất hiện ngày càng nhiều công trình văn hóa mang tính tích hợp nhiều ngành, thể hiện xu hướng của các hoạt động kết nối các ngành, cộng đồng, thúc đẩy hoạt động đổi mới sáng tạo. Xuất hiện các hạng mục công trình kiến trúc với chức năng mới, trước đây chưa từng có, trước hết là các trung tâm gắn với các ngành CNVH. Đây là cơ sở quan trọng cho việc đề xuất các hạng mục công trình dự kiến xây dựng trong Trung tâm CNVH tại phần tiếp theo.

Bảng 2.9 Bảng tổng hợp kết quả điều tra số, loại công trình liên quan đến Trung tâm CNVH hay Công nghiệp sáng tạo trên website bmkctn.com

TT	Tên công trình	Số lượng	Tỷ lệ (%)
1	<i>Nhóm công trình liên quan Trung tâm CNVH cấp Quốc gia - Quốc tế liên quan đến đổi mới sáng tạo</i>	24	5,38
1.1	Trung tâm triển lãm; Bảo tàng nghệ thuật đương đại, khoa học	10	2,24
1.2	Trung tâm nghệ thuật biểu diễn	2	0,45
1.3	Trung tâm điện ảnh	1	0,22
1.4	Trung tâm văn hóa tổng hợp	3	0,67
1.5	Trung tâm khoa học công nghệ, sáng tạo	6	1,35
1.6	Trung tâm kinh doanh	1	0,22
1.7	Khu đô thị văn hóa, quận văn hóa	1	0,22
2	<i>Nhóm công trình liên quan Trung tâm CNVH cấp địa phương,</i>	83	18,61

	<i>tổ chức, doanh nghiệp của 12 ngành CNVH</i>		
2.1	Công trình nhà văn phòng kết hợp trưng bày sản phẩm	3	0,67
2.2	Cụm công trình văn phòng, văn phòng cho thuê, thúc đẩy hoạt động đổi mới sáng tạo	3	0,67
2.3	Tổ hợp hay trung tâm đào tạo, nghiên cứu, chuyển giao công nghệ, thư viện	17	3,81
2.4	Bảo tàng, Trung tâm nghệ thuật đương đại gắn với phổ biến khoa học công nghệ, thúc đẩy đổi mới sáng tạo	21	4,71
2.5	Trung tâm triển lãm, biểu diễn, hội hợp tổng hợp – Trung tâm văn hóa	19	4,26
2.6	Trung tâm Nghệ thuật biểu diễn	10	2,24
2.7	Trung tâm Truyền hình, phát thanh	2	0,45
2.8	Trung tâm Thời trang	1	0,22
2.9	Trung tâm Nghệ thuật thị giác	1	0,22
2.10	Bảo tàng và trung tâm Thủ công mỹ nghệ	1	0,22
2.11	Vườn, không gian trưng bày nghệ thuật đương đại ngoài trời	3	0,67
2.12	Trường đại học, viện nghiên cứu CNVH	2	0,45
3	<i>Tổng cộng 1 và 2</i>	107	23,99
	Tổng cộng số công trình khảo sát	446	100

(Bảng tổng hợp trên không tính đến các công trình: Bảo tàng, Trung tâm văn hóa; Trung tâm triển lãm quốc gia, Thư viện quốc gia, Trung tâm hội nghị quốc gia, quốc tế; Trung tâm truyền hình, phát thanh quốc gia; Văn phòng, Trung tâm tài chính, Trung tâm nghiên cứu, Trung tâm thương mại...thông thường không trực tiếp gắn với 12 ngành CNVH). Nguồn: bmktn.com (37)

CHƯƠNG 3: MÔ HÌNH VÀ GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CNVH TẠI ĐKKT VÂN ĐỒN, QUẢNG NINH

3.1 Quan điểm, nguyên tắc hình thành Mô hình và giải pháp quy hoạch Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh

3.1.1 Quan điểm chung về phát triển các ngành CNVH tại Việt Nam

- Chiến lược phát triển các ngành CNVH Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 đã được Chính phủ phê duyệt tại Quyết định số 1755/QĐ-TTg, ngày 08/9/2016. Theo đó, phát triển 12 ngành CNVH là sự nghiệp của toàn dân, là một trong những ngành kinh tế sản xuất, dịch vụ quan trọng hàng đầu và có vai trò nổi bật, đến năm 2030 doanh thu của các ngành CNVH chiếm khoảng 7% GDP. Các ngành CNVH hay Công nghiệp sáng tạo thuộc những ngành công nghiệp mới nổi. Doanh thu của các ngành CNVH gấp 2,44 lần so với tổng hợp chung của các ngành kinh tế khác, tại điều kiện cho Việt Nam tiến nhanh và bắt kịp với các Nước phát triển và các Nước công nghiệp mới. Các ngành CNVH là những nhóm ngành phát huy được tiềm lực của Việt Nam là một quốc gia có truyền thống về văn hóa và con người giàu năng lực sáng tạo. Việt Nam bước đầu đã hình thành được các hành lang pháp lý cho việc phát triển các ngành CNVH.

- CNVH là điểm giao của nghệ thuật, sản xuất, kinh doanh và khoa học – công nghệ, giữa bản sắc văn hóa quốc gia và hội nhập quốc tế. Chính vì vậy CNVH không thể phát triển nếu chỉ dựa vào thế mạnh của bản thân hay tập hợp các doanh nghiệp CNVH riêng rẽ mà còn phải dựa vào sự phát triển của cộng đồng CNVH. Không gian cốt lõi cho cộng đồng CNVH chính là Trung tâm CNVH. Vị thế của ngành CNVH, của địa phương một phần được xác định thông qua vị thế của Trung tâm CNVH.

- Các ngành CNVH chỉ có thể phát triển khi: i) Hình thành được hệ thống kết cấu hạ tầng phát triển đồng bộ, đặc biệt là Trung tâm CNVH; Hệ thống cơ sở dữ liệu quốc gia về các ngành CNVH...; ii) Đổi mới thể chế, thị trường thị trường nhằm giải phóng sức sản xuất, đặc biệt là thị trường các sản phẩm văn hóa, thị trường khoa học công nghệ gắn với nền kinh tế số, thị trường lao động, thị trường tài chính, thị trường quyền sử dụng đất có liên quan; iii) Quảng bá thương hiệu quốc gia cho các ngành CNVH,

đặc biệt là nâng cao nhận thức xã hội, phát triển công chúng đối với các ngành CNVH.

- Một trong những nhiệm vụ, giải pháp mang tính đột phá trong Chiến lược phát triển các ngành CNVH tại Việt Nam giai đoạn tới là hình thành Trung tâm CNVH cấp quốc tế và quốc gia tại Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, tại 8 khu vực gắn với Di sản văn hóa, thiên nhiên thế giới và tại 3 Đặc khu hành chính - kinh tế - văn hóa Vân Đồn, Bắc Vân Phong, Phú Quốc. Các Di sản thế giới là địa điểm thuận lợi về: Hình ảnh, thương hiệu, nguồn cảm hứng cho việc tạo lập và tiêu dùng các sản phẩm của các ngành CNVH Việt Nam tại thị trường nội địa và trên thế giới. 3 ĐKKT là nơi phù hợp cho việc xây dựng môi trường không gian hội nhập quốc tế. Trung tâm CNVH sẽ trở thành nơi góp phần: i) Thúc đẩy cơ quan quản lý nhà nước, doanh nghiệp và cộng đồng xã hội Việt Nam tiếp xúc, gặp gỡ và trao đổi thường xuyên với các doanh nghiệp, nhà đầu tư quốc tế để quảng bá tiềm năng, lợi thế, tìm kiếm và mở rộng thị trường, mạng lưới đối tác nhằm gia tăng xuất khẩu sản phẩm văn hóa, du lịch văn hóa; thu hút đầu tư và công nghệ; củng cố niềm tin của các doanh nghiệp quốc tế đầu tư vào CNVH tại Việt Nam. ii) Là hình mẫu về đổi mới, sáng tạo cho các Trung tâm CNVH cấp tỉnh khác, điểm khởi đầu cho việc hình thành cụm CNVH, Hành lang CNVH; Đô thị và Vùng Công nghiệp sáng tạo.

3.1.2 Quan điểm về Mô hình Trung tâm CNVH

a) Về khái niệm chung: Xuất phát từ nhu cầu thực tiễn và các bài học kinh nghiệm về phát triển Trung tâm CNVH tại các Quốc gia phát triển, Trung tâm CNVH tại Việt Nam trong giai đoạn đến năm 2030 là Mô hình phát triển mới, thể hiện được:

- Trung tâm CNVH là một phần của Hệ thống kết cấu hạ tầng ngành CNVH – Hệ thống kết cấu hạ tầng phát triển, thuộc Hệ thống kết cấu hạ tầng quốc gia, là nền tảng cho sự hình thành và phát triển các công trình, cụm CNVH hay Công nghiệp sáng tạo trong tỉnh, vùng và quốc gia. Đây là hệ thống: i) Kết nối về thể chế và cơ chế quản lý...; ii) Kết nối về vật chất thật và ảo: Không gian địa lý, Không gian trực tuyến, Tài chính, Logistics; Kinh doanh; Nghiên cứu và phát triển...; iii) Kết nối về con người và tổ chức (trong và ngoài tổ chức, trong và ngoài nước) và iv) Kết nối về văn hóa (trong và ngoài địa phương, trong và ngoài nước).

- Trung tâm CNVH là “Không gian thứ 3”, là không gian tổ chức các hoạt động dịch vụ sản xuất và tiêu dùng cấp cao của cộng đồng doanh nghiệp. Thay vì tập trung vào sản xuất và kinh doanh các sản phẩm thông dụng, thiếu tính cạnh tranh, đây là nơi sáng tạo và trình diễn các sản phẩm mới với giá trị gia tăng cao, nâng cao vị thế của cộng đồng, thông qua: i) Tự hợp và tương tác lẫn nhau giữa các cá nhân, tổ chức của 12 ngành CNVH và liên quan; ii) Gắn kết được các hoạt động sản xuất với nghiên cứu, đào tạo và kinh doanh theo trình độ quốc gia, quốc tế.

- Trung tâm CNVH là không gian khẳng định vai trò của Tầng lớp sáng tạo, thể hiện rõ xu thế: Sản xuất công nghiệp không còn là nền tảng cho sự phát triển của quốc gia mà thay vào đó là sự gia tăng của Tầng lớp sáng tạo – Tầng lớp trung lưu mới. Từ đây, như hạt nhân lan tỏa ra các miền của đất nước.

- Trung tâm CNVH là không gian của các sự kiện trình diễn các sản phẩm CNVH mới của tỉnh, vùng, quốc gia và khu vực ASEAN, Đông Á và quốc tế.

- Trung tâm CNVH là cầu nối cộng đồng kinh tế, văn hóa trong và ngoài nước; Là không gian thúc đẩy liên kết xã hội thông qua văn hóa; thúc đẩy sản xuất dựa trên đổi mới tri thức và nguồn nhân lực thông qua đào tạo, tạo nên các hoạt động kinh tế đa ngành; Là nơi ươm mầm khởi nghiệp doanh nghiệp CNVH thế hệ mới.

- Trung tâm CNVH là một khu vực văn hóa (tương tự như khái niệm “Quận văn hóa”), sử dụng các di sản, truyền thống, bản sắc văn hóa địa phương như là tài nguyên cho phát triển; là một mô hình kinh doanh đặc biệt, không chỉ mang lại các giá trị thương mại mà còn lan tỏa các giá trị văn hóa cộng đồng, tạo dựng thương hiệu khu vực và quốc gia;

- Trung tâm CNVH được quy hoạch thành không gian đô thị chất lượng cao với đặc điểm: Chính phủ đóng vai trò là người khởi xướng, các trung tâm nghiên cứu, trường đại học, các doanh nghiệp triển khai thực hiện; Không có các hoạt động sản xuất công nghiệp, mà bao gồm các cơ sở hạ tầng, công trình văn phòng làm việc, công trình thương mại, triển lãm, không gian giải trí và tái tạo. Trung tâm CNVH được quy hoạch và thiết kế kiến trúc, cảnh quan hiện đại và thân thiện, tạo thành môi trường làm việc lý tưởng, phù hợp với các loại hình, quy mô của doanh nghiệp CNVH, thúc đẩy

các yếu tố sáng tạo trong việc tạo lập sản phẩm mới.

- Trung tâm CNVH cũng như các cụm CNVH góp phần tạo ra sức mạnh và sự khác biệt của mô hình Đặc khu hành chính – kinh tế và văn hóa. Đây không chỉ là nơi đặc biệt tập trung phát triển kinh tế mà còn là nơi hình thành các sáng kiến, mô hình và giải pháp mới phù hợp với xu thế phát triển trong thế kỷ 21 và hội nhập quốc tế thực sự. Tại đây, khu vực tư nhân chứ không phải chính sách của chính phủ hoạch định mục tiêu đầu tư, là nơi thúc đẩy tự do kinh doanh, sáng tạo và chăm chỉ dựa trên nguyên tắc công bằng, đảm bảo sở hữu trí tuệ và bình đẳng thị trường, là hình mẫu cho các khu vực khác của đất nước.

Về phương diện quản lý nhà nước, Trung tâm CNVH được định nghĩa:

Trung tâm CNVH là nơi tập trung các hoạt động nghiên cứu và phát triển, ứng dụng và ươm tạo công nghệ, khởi nghiệp doanh nghiệp, đào tạo nguồn nhân lực, cung ứng dịch vụ công nghệ và tài chính cho ngành CNVH; nơi tập trung kinh doanh các sản phẩm CNVH; có ranh giới địa lý xác định, được thành lập theo điều kiện, trình tự và thủ tục quy định của Chính phủ. Trung tâm CNVH có quy mô diện tích không vượt quá 75ha và không dưới 10ha (xem phần 2.3.3 Quy mô đất đai..).

Trung tâm CNVH có nhiệm vụ chính: i) Thực hiện các hoạt động nghiên cứu và phát triển, ứng dụng và ươm tạo công nghệ; ii) Tạo môi trường thuận lợi khởi nghiệp và sáng tạo; iii) Tạo môi trường kết nối cùng hợp tác, phát triển; iii) Đào tạo nguồn nhân lực; iv) Cung ứng dịch vụ công nghệ và tài chính cho ngành CNVH; v) Tổ chức hội chợ, triển lãm, trình diễn sản phẩm của các ngành CNVH; vi) Thu hút các nguồn lực trong nước và ngoài nước để thúc đẩy hoạt động của Trung tâm CNVH.

b) Các yếu tố chính làm nên cấu trúc của Trung tâm CNVH :

- **Yếu tố con người hay Tầng lớp sáng tạo:** Trung tâm CNVH là môi trường, không gian cho việc hình thành, hỗ trợ và phát triển Tầng lớp sáng tạo. Cấu trúc mô hình trung tâm CNVH được quyết định dựa theo nhu cầu của cộng đồng CNVH bao gồm các cá nhân và doanh nghiệp tham gia làm việc tại Trung tâm CNVH và các cụm, doanh nghiệp CNVH khác có liên quan. Con người làm việc trong Trung tâm bao gồm

cả người Việt Nam và nước ngoài. Vì vậy yếu tố đa ngôn ngữ là không thể thiếu. Tại đây ít nhất sử dụng 2 ngôn ngữ chính là tiếng Việt và tiếng Anh.

- **Yếu tố không gian liên kết hay không gian thứ 3:** Trung tâm CNVH có cấu trúc không gian bao gồm không gian vật lý và không gian trực tuyến, có vai trò hỗ trợ cho nhau trong việc liên kết và tạo sự tiếp cận dễ dàng cho người sử dụng. Không gian trực tuyến là nơi liên kết mạng lưới cộng đồng CNVH trên phạm vi rộng lớn, không bị giới hạn về mặt địa lý, quảng bá các thông tin, sự kiện của không gian vật lý đến cộng đồng, mở ra cơ hội thị trường toàn cầu. Không gian vật lý là nơi tạo sự liên kết trực tiếp giữa cộng đồng CNVH, là nơi cung cấp các dịch vụ cho doanh nghiệp.... Tóm lại, không gian trực tuyến là cái nền ảo dựa trên mạng internet, còn không gian vật lý là cái nền thực, cả hai đều không thể thiếu đối với sự tồn tại và phát triển bền vững của Trung tâm CNVH. Trong điều kiện Việt Nam, không gian trực tuyến cần trở nên phổ biến, không chỉ là các mô hình quảng bá thương hiệu doanh nghiệp, doanh nhân, sản phẩm như mô hình thương mại điện tử hiện tại, mà là mô hình thúc đẩy dân chủ hóa sản xuất trong lĩnh vực CNVH, mô hình tập hợp, liên kết doanh nghiệp, cộng đồng doanh nghiệp CNVH; mô hình thu thập đánh giá của người sử dụng sản phẩm trong và ngoài nước và đặc biệt là mô hình gọi vốn đầu tư cho sản phẩm (Crowdfunding).

- **Yếu tố sự kiện hay yếu tố của sự thu hút:** Đối với một Trung tâm CNVH, yếu tố sự kiện là không thể thiếu. Nói cách khác, sự kiện chính là sức sống, sức thu hút của Trung tâm CNVH. Nếu Trung tâm CNVH không có sự kiện, sẽ không thu hút được cộng đồng cũng như không quảng bá được thương hiệu và sản phẩm CNVH. Vì hệ thống ngành nghề CNVH đa dạng nên sự kiện tại Trung tâm CNVH cũng đa dạng về chủng loại và đối tượng nhắm đến. Các sự kiện đều có tính mở, không giới hạn đối tượng tham gia, tạo cơ hội lan truyền văn hóa một cách mạnh mẽ. Vì tính đặc thù như vậy nên Trung tâm CNVH phải kết hợp được các không gian tổ chức sự kiện trong nhà và ngoài trời với cấu trúc linh hoạt, phù hợp với nhiều loại hình sự kiện khác nhau. Ngoài việc tổ chức các sự kiện như Chợ sáng tạo, Hội chợ sáng tạo như trong các nước phát triển, Trung tâm CNVH tại Vân Đồn Quảng Ninh còn hướng đến các sự kiện lễ hội văn hóa, hoạt động quảng bá văn hóa mang tính địa phương.

c) Mô hình Trung tâm CNVH là tích hợp của các mô hình có liên quan đến sáng tạo, đổi mới:

Trung tâm CNHVH là một mô hình tri thức – văn hóa của thế kỷ 21, vì vậy nó tích hợp bên trong các nội dung của 3 mô hình chính sau:

- Mô hình Technopole và Cluster hay Tổ hợp công nghiệp công nghệ cao: với nội dung là nơi tập hợp các cá nhân, doanh nghiệp trong lĩnh vực nghiên cứu, đào tạo và kinh doanh trong lĩnh vực công nghệ cao gắn trực tiếp hay nằm trong các cụm CNVH.

- Mô hình Science Park - Công viên Khoa học; Mô hình Business Park - Công viên Kinh doanh: với nội dung là nơi hợp tác và liên kết giữa các cơ quan chính phủ, tổ chức tư nhân, trường đại học và các doanh nghiệp trong lĩnh vực CNVH; là nơi sản sinh ra tài năng, tinh thần kinh doanh và khả năng cạnh tranh. Đây cũng là nơi nuôi dưỡng tinh thần đổi mới, sáng tạo; tinh thần Quốc gia khởi nghiệp, Đô thị khởi nghiệp, Doanh nghiệp khởi nghiệp; nơi hình thành các văn hóa liên kết, đặc trưng cơ bản của Nền kinh tế liên kết hay Nền kinh tế số.

- Mô hình Cultural District - Mô hình Quận Văn hóa: với nội dung là một đô thị được chia thành nhiều khu vực, nhiều quận. Trung tâm CNVH với tầm quan trọng, vị thế và tiềm lực về kinh tế, điểm nhấn về văn hóa, hoàn toàn có thể trở thành một khu vực văn hóa điển hình, văn hóa của thế kỷ 21.

3.1.3 Quan điểm, nguyên tắc QHXD Trung tâm CNVH gắn với Di sản thế giới Vịnh Hạ Long, tại ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh

a) Quan điểm, nguyên tắc QHXD Trung tâm CNVH:

- ***Quan điểm 1- Tạo cảm hứng thúc đẩy đổi mới sáng tạo:*** Trung tâm CNVH là trung tâm thúc đẩy sự phát triển của ngành CNVH với các không gian kiến trúc và cảnh quan gợi cảm hứng sáng tạo, nhờ đó tạo nên những sản phẩm văn hóa mới, đột phá thu hút cả thị trường trong và ngoài nước.

- ***Quan điểm 2- Không gian lớn và có chất lượng:*** Các ý tưởng sáng tạo cần những không gian lớn tập hợp các cá nhân, tổ chức của nhiều ngành CNVH khác nhau. Đầu tư vào các cơ sở hạ tầng quy mô lớn sẽ tạo cơ hội kết nối các doanh nghiệp, dẫn

đến sự đổi mới trong doanh nghiệp. Chất lượng xây dựng hướng theo tiêu chuẩn tại các Nước phát triển.

- ***Quan điểm 3- Điểm đến của doanh nghiệp tư nhân trong và ngoài nước:*** Trung tâm CNVH phải là môi trường sáng tạo chuyên nghiệp, thu hút không chỉ các doanh nghiệp địa phương mà còn cả các doanh nghiệp quốc tế. Điều này sẽ tạo ra cơ hội cho các doanh nghiệp khởi nghiệp hợp tác với các doanh nghiệp tiên phong trong ngành. Để đạt được điều này, Trung tâm CNVH phải có hệ thống giao thông và mạng lưới kết nối số hoàn hảo; Quy định văn bản, trình bày và các hướng dẫn trước hết bằng hai thứ tiếng Anh và Việt.

- ***Quan điểm 4 - Thúc đẩy sự hợp tác và gắn kết xã hội:*** Trung tâm CNVH không chỉ là một cơ sở hạ tầng phát triển thông thường, mà phải là mạng lưới có tính chuyên nghiệp, kết nối giữa Trung tâm CNVH với các cụm CNVH trong và ngoài ĐKKT; Kết nối giữa nghệ sĩ, nhà sáng chế và nhà tạo lập sản phẩm, cũng như kết nối cộng đồng văn hóa sáng tạo và cộng đồng địa phương. Để có được điều này, quy hoạch Trung tâm CNVH phải tạo lập ra các không gian mở như hệ thống hành lang, quảng trường...là không gian liên kết các cộng đồng các ngành CNVH. Việc liên kết còn có ý nghĩa trong việc tận dụng tối đa các không gian sử dụng chung giữa các cá nhân và cộng đồng doanh nghiệp, ví dụ như không gian sáng tạo, khởi nghiệp; không gian đào tạo; không gian nghiên cứu; không gian trưng bày triển lãm; không gian tổ chức sự kiện...” Mở “và “Gắn kết” không chỉ giữa Con người và Con người, mà còn giữa Con người với Tự nhiên và Con người với Niềm tin.

- ***Quan điểm 5 - Thiết kế vì môi trường và phát triển bền vững:*** Trung tâm CNVH cần có thiết kế vì môi trường, hạn chế phát thải khí carbon, tiết kiệm năng lượng. Trung tâm CNVH cũng cần được quy hoạch và thiết kế theo xu hướng Kiến trúc bền vững (Sustainable Architecture). Việc thiết kế vì môi trường và phát triển bền vững tạo ra hình ảnh thương hiệu xanh, góp phần cho ĐKKT Vân Đồn trở thành một Đô thị sinh thái, Đô thị thông minh.

- ***Quan điểm 6 - Bảo tồn và phát triển đặc trưng văn hóa địa phương như là một thương hiệu:*** Nền tảng văn hóa địa phương là điểm đặc trưng tạo nên sức hút

khác biệt cho Trung tâm CNVH và nhận diện thương hiệu, vì vậy phải quy hoạch và xây dựng trên nguyên tắc tôn trọng, giữ gìn và tôn vinh Di sản văn hóa thế giới tại địa phương (Vịnh Hạ Long - Ha Long Bay) và Di sản văn hóa của địa phương (Vịnh Bái Tử Long). Việc áp dụng các mô hình quy hoạch, kiến trúc và cảnh quan theo phong cách quốc tế phải được đặt vào bối cảnh địa phương và điều chỉnh theo các đặc trưng của địa phương. Trong trường hợp này, xu hướng hay phong cách kiến trúc: Chủ nghĩa Khu vực kết nối là tương đối phù hợp- Critical regionalism (Phong cách kiến trúc bắt nguồn từ Kiến trúc Hiện đại, nhưng gắn liền với bối cảnh địa lý, văn hóa địa phương).

- ***Quan điểm 7 - Quy hoạch với tầm nhìn rộng hơn, hướng tới tương lai:*** Việc quy hoạch Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn phải gắn với sự phát triển của các ngành CNVH không chỉ tại thị trường Quảng Ninh, Vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ, Vùng duyên hải Bắc Bộ, mà còn vươn tới thị trường khu vực ASEAN, quốc gia khác.

b) Quan điểm, nguyên tắc QHXD kết nối Trung tâm CNVH với các khu vực chức năng khác trong ĐKKT Vân Đồn: Trung tâm CNVH không chỉ tồn tại độc lập trong ĐKKT Vân Đồn mà là một khu vực chức năng trong ĐKKT, có mối quan hệ với các khu vực chức năng khác:

- ***Kết nối với các công trình hạ tầng xã hội:*** Trung tâm CNVH cần được đáp ứng các nhu cầu của người lao động làm việc trong Trung tâm CNVH: các công trình dịch vụ công cộng, nhà ở, công viên vui chơi giải trí...

- ***Kết nối với các cụm sản xuất CNVH:*** Trung tâm CNVH cần kết nối với các khu sản xuất công nghiệp (nhà máy, xưởng sản xuất) để phục vụ cho các ngành CNVH như thời trang, thủ công mỹ nghệ...;

- ***Kết nối về hệ thống hạ tầng kỹ thuật :*** Trung tâm CNVH được kết nối với hệ thống giao thông bên ngoài qua các đầu mối giao thông: Cảng biển quốc tế; Cảng hàng không quốc tế và các tuyến giao thông đường bộ, đường sắt quốc gia. Vị trí càng gần các công trình đầu mối giao thông này bao nhiêu, cơ hội thành công càng lớn bấy nhiêu. Ngoài ra, Trung tâm CNVH còn được quy hoạch đáp ứng các yêu cầu về Chuẩn bị kỹ thuật đất xây dựng (liên quan đến lựa chọn địa điểm xây dựng đáp ứng được

Biến đổi khí hậu, nước biển dâng, bão); Cấp điện; Cấp và thoát nước; Vệ sinh môi trường và hệ thống cáp thông tin liên lạc...

3.2 Môi quan hệ giữa Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh với các Trung tâm CNVH khác – Hệ thống mạng lưới

3.2.1 Mỗi quan hệ

Trung tâm CNVH không phải là thực thể tồn tại độc lập, mà là điểm khởi đầu. Mỗi quan hệ giữa Trung tâm CNVH với các thực thể khác gồm:

a) Mỗi quan hệ đồng cấp và chia sẻ thị trường: Đây là mối quan hệ giữa các Trung tâm CNVH cấp quốc gia và quốc tế, tại địa điểm gắn với Di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới, tại 3 trung tâm của đất nước Hà Nội, Đà Nẵng, TP Hồ Chí Minh và 3 ĐKKT Vân Đồn, Bắc Vân Phong, Phú Quốc. Trung tâm CNVH tại Vân Đồn, Quảng Ninh cùng hợp tác, cùng chia sẻ thị trường trong và ngoài nước với các Trung tâm CNVH khác.

b) Mỗi quan hệ quốc tế để hội nhập: CNVH là ngành công nghiệp mới nổi, gắn với nền kinh tế tri thức, vì vậy, Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn phải là cửa mở về các sản phẩm văn hóa, gắn với thương hiệu Ha Long Bay để hội nhập. Mà chỉ có hội nhập, mới có nguồn lực về công nghệ, về tài chính để thực hiện. Sự thành công về hội nhập quốc tế của ĐKKT Vân Đồn có sự đóng góp quan trọng của Trung tâm CNVH, cùng với các mô hình kinh doanh bất động sản và tiêu dùng cấp cao khác (Nghỉ dưỡng, Casino).

c) Mỗi quan hệ trong nước để lan tỏa thúc đẩy phát triển ngành CNVH: Trung tâm CNVH được hình thành để thúc đẩy phát triển 12 ngành CNVH. Trung tâm CNVH tại Vân Đồn có vai trò thúc đẩy phát triển các cụm CNVH tại Quảng Ninh, và các tỉnh lân cận trong vùng Đông Bắc và vùng Đồng bằng Sông Hồng.

d) Mỗi quan hệ tương hỗ để tồn tại và phát triển bền vững: Để hình thành và phát triển thành công Mô hình Trung tâm CNVH, phải xây dựng được mối kết nối với các tổ chức chuyên ngành có liên quan, trong việc đào tạo nguồn nhân lực, tài chính, khoa học và công nghệ, cũng như hệ thống cơ sở hạ tầng kỹ thuật và hạ tầng xã hội có liên quan (dịch vụ công cộng, nhà ở, nghỉ ngơi giải trí...).

3.2.2 Hệ thống mạng lưới

Từ mối quan hệ nêu trên, hình thành một Hệ thống mạng lưới các Trung tâm CNVH, gồm các Mạng lưới thành phần sau:

a) Mạng lưới kết nối các Trung tâm CNVH cấp quốc gia và quốc tế:

Mạng lưới này có 3 dạng: Cấp IA, IB và IC:

- Mạng lưới kết nối các Trung tâm CNVH cấp quốc gia và quốc tế với nhau: Đây là mạng lưới kết nối Trung tâm CNVH cấp quốc gia và quốc tế tại 8 địa điểm gắn với Di sản thế giới và tại thành phố Hà Nội, TP Hồ Chí Minh và thành phố Đà Nẵng, tại 3 ĐKKT Vân Đồn, Bắc Vân Phong và Phú Quốc. Đây là Mạng lưới Cấp IA, mang tính khởi đầu, đột phá cho phát triển các ngành CNVH.

- Mạng lưới kết nối các Trung tâm CNVH cấp quốc gia và quốc tế của Việt Nam với các Trung tâm CNVH, cụm CNVH, vùng văn hóa và Trung tâm chuyên ngành có liên quan (Công nghệ, Đầu tư tài chính) tại các nước ASEAN, Trung Quốc, Anh, Mỹ và các quốc gia phát triển khác, đặc biệt là tại các nước ASEAN, theo Tuyến đường Di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới (với 38 địa điểm). Đây là mạng lưới cấp IB, mạng lưới hội nhập quốc tế.

- Mạng lưới kết nối các Trung tâm CNVH cấp quốc gia và quốc tế với các Trung tâm CNVH cấp vùng, tỉnh (đặt tại các thành phố của các tỉnh); Mạng lưới cấp IC này còn có vai trò lan tỏa tinh thần khởi nghiệp, sáng tạo ra cả nước.

Trong mạng lưới này, điểm nút – Trung tâm CNVH gắn với Di sản thế giới Vịnh Hạ Long, tại ĐKKT Vân Đồn là điểm nút quan trọng tại khu vực miền Bắc, cùng chia sẻ thị trường và vai trò xã hội với Trung tâm CNVH tại Hà Nội và Ninh Bình.

b) Mạng lưới kết nối các Trung tâm CNVH với các Trung tâm, Cụm chuyên ngành có liên quan khác

Mạng lưới này thuộc Cấp II, mạng lưới nội bộ có 2 dạng: Cấp IIA và IIB.

- Mạng lưới kết nối Trung tâm CNVH với các Trường Đại học, Viện nghiên cứu, Trung tâm đầu tư tài chính trong nước. Đây là Mạng lưới Cấp IIA

- Mạng lưới kết nối Trung tâm CNVH với các Cụm CNVH đơn ngành và đa ngành. Đây là Mạng lưới Cấp IIB.

Theo nguyên tắc của Mô hình mạng lưới này, mỗi tỉnh sẽ xây dựng Hệ thống mạng lưới Trung tâm CNVH cấp tỉnh với các trung tâm và cụm chuyên ngành có liên quan khác, dạng Cấp III.

3.2.3 Phát triển Hệ thống mạng lưới theo các kịch bản có liên quan tại ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh

Phù hợp với tiến trình thực hiện Chiến lược phát triển các ngành CNVH Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 đã được Chính phủ phê duyệt. Đến năm 2030, tại ĐKKT Vân Đồn Quảng Ninh phải hình thành được Trung tâm CNVH và hệ thống mạng lưới kết nối có liên quan.

Bảng 3.1 Hệ thống mạng lưới kết nối Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn – Tiến trình thực hiện

TT	Loại	Dự báo tiến trình thực hiện Hệ thống mạng lưới kết nối với Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn			Ghi chú
		2018 - 2020	2020- 2025	2025-2030	
1	Mạng lưới kết nối các Trung tâm CNVH cấp quốc gia và quốc tế. Cấp IA và IB	Hình thành mạng lưới cấp IA	Hình thành mạng lưới IB	Mạng lưới đi vào hoạt động và mang lại hiệu quả cho xã hội	Tiến hành cùng với việc nghiên cứu và hình thành Trung tâm CNVH
2	Mạng lưới kết nối các Trung tâm CNVH cấp quốc gia và quốc tế với các Trung tâm CNVH cấp vùng, tỉnh. Cấp IC		Hình thành mạng lưới, trước hết IC	Mạng lưới đi vào hoạt động và mang lại hiệu quả cho xã hội	Tiến hành cùng với việc nghiên cứu và hình thành Trung tâm CNVH
3	Mạng lưới kết nối với các Trung tâm, cụm chuyên ngành có liên quan. Cấp IIA và IIB	Hình thành mạng lưới Cấp IIA	Hình thành mạng lưới Cấp IIA và IIB	Mạng lưới đi vào hoạt động và mang lại hiệu quả cho xã hội	Tiến hành cùng với việc hình thành Trung tâm, cụm chuyên ngành có liên quan
4	Mạng lưới Cấp III			Hình thành	Tiến hành cùng

				mạng lưới	việc tuyên truyền quảng bá trong toàn tỉnh
--	--	--	--	-----------	--

3.3 Quy mô đất đai và lựa chọn địa điểm xây dựng Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh

3.3.1 Quy mô đất đai của Trung tâm CNVH

a) Nguyên tắc đề xuất: Quy mô đất đai của Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn có nhiều kịch bản khác nhau. Các kịch bản này dựa trên:

- Quy mô số lao động dự kiến làm việc tại Trung tâm CNVH (được trình bày tại Chương 2 – Cơ sở khoa học);

- Kinh nghiệm của thế giới tổng hợp từ quy mô của các Mô hình Trung tâm CNVH và các mô hình phát triển có liên quan khác. Trong đó đặc biệt là yếu tố liên kết giữa các chức năng trong Trung tâm, theo quan điểm này độ lớn của Trung tâm CNVH không vượt quá khoảng cách có thể đi bộ được (15 phút), khoảng 800 -1000m với vận tốc khoảng 4km/h đảm bảo được hiệu quả của sự liên kết trong “Không gian thứ ba”. Với quy mô này Mô hình Trung tâm CNVH có thể coi là một ***Đơn vị phát triển về văn hóa***.

- Mức độ sử dụng chung không gian với các khu vực chức năng xung quanh;
- Kịch bản phát triển của ngành CNVH và các lĩnh vực chuyên môn khác;
- Mức độ hội nhập quốc tế gắn với việc sử dụng nguồn công nghệ và lao động của nước ngoài;
- Mức độ thành công của Mô hình Đặc khu hành chính – kinh tế Vân Đồn...
- Quy mô đất đai của Trung tâm CNVH được đề xuất với quy mô tối thiểu và các khả năng tăng quy mô.

- Quy mô đất đai của mô hình kinh tế khác đang thực hiện tại Việt Nam: Cụm công nghiệp với quy mô diện tích không vượt quá 75ha và không dưới 10ha. Cụm công nghiệp làng nghề với quy mô diện tích không vượt quá 75ha và không dưới 5ha.

b) Các kịch bản quy mô đất đai của Trung tâm CNVH:

- Với dự báo số lao động làm việc trong Trung tâm CNVH tại Vân Đồn khoảng

từ 1000 đến 2400 người. Với quy mô dự kiến khoảng 100 lao động/ha đất (theo mô hình các KCN tập trung, Khu công nghệ cao và các mô hình khác có liên quan), quy mô diện tích đất đai tối thiểu của Trung tâm CNVH tại Vân Đồn bắt đầu với quy mô khoảng 10ha.

- Việc mở rộng quy mô của Trung tâm CNVH phụ thuộc vào: i) Mức độ mở rộng phạm vi liên kết, phục vụ các doanh nghiệp, cụm CNVH không phải chỉ tại 4 tỉnh lân cận tại Lạng Sơn, Bắc Giang, Hải Dương, Hải Phòng mà cả Vùng đồng bằng Bắc Bộ và các tỉnh biên giới phía Bắc; ii) Mức độ hội nhập, mở rộng liên kết quốc tế với sự gia tăng số chuyên gia nước ngoài làm việc tại Trung tâm CNVH. Trong trường hợp này quy mô tối đa của một Đơn vị phát triển về văn hóa – khoảng 75ha (đáp ứng được khoảng cách có thể đi bộ được 800 -1000m).

- Với sự biến động về quy mô đất đai, nên quy hoạch các Trung tâm CNVH tại Vân Đồn phải linh hoạt, đáp ứng được các nhu cầu thay đổi theo thời gian. Trong trường hợp khi nhu cầu đất quá lớn, việc mở rộng không có hiệu quả cần thiết phải xây dựng thêm các Trung tâm CNVH khác, theo dạng Trung tâm CNVH 1; 2...

Bảng 3.2 Quy mô đất đai Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn

TT	Loại	Dự báo quy mô đất đai Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn Quảng Ninh			Ghi chú
		2018- 2025	2025-2030	2030 - tương lai	
1	Quy mô tối thiểu	10ha	24ha	-	
2	Quy mô tối đa		75ha	-	
3	Quy mô mở rộng			75ha x n	n: đơn vị phát triển

3.3.2 Lựa chọn địa điểm bố trí Trung tâm CNVH

a) Nguyên tắc lựa chọn địa điểm: Nhiều nghiên cứu đã chỉ ra rằng, Trung tâm CNVH thường xuất hiện ở các khu vực đô thị lớn, nơi có chính sách và thị trường mở, văn hóa đa dạng và có nhiều dịch vụ công cộng. ĐKKT Vân Đồn là khu vực mới phát triển, chưa có các điều kiện trở thành một khu vực đô thị lớn, vậy nên địa điểm bố trí Trung tâm CNVH cần đáp ứng được các yêu cầu sau:

- Kề liền với khu vực được tập trung phát triển giai đoạn đầu, nơi hiện tập trung các dự án về các công trình đầu mối giao thông, dự án phát triển du lịch; dự án trung

tâm hành chính kinh tế của KKT;

- Kết nối thuận tiện với hệ thống kết cấu hạ tầng kỹ thuật, đặc biệt là công trình đầu mối giao thông;

- Có quỹ đất đáp ứng được nhu cầu của Trung tâm CNVH và có khả năng mở rộng trong tương lai; an toàn khi xảy ra bão, nước biển dâng;

- Đặt gần các cụm sản xuất CNVH;

- Liên hệ thuận tiện với trung tâm dịch vụ công cộng của KKT, nhà ở và công viên nghỉ ngơi, giải trí.

- Vị trí có tầm nhìn cảnh quan tự nhiên đẹp.

b) Các vị trí phù hợp: Theo định hướng phát triển không gian các khu chức năng tại KKT ven biển Vân Đồn, Trung tâm CNVH được đặt trong khu đất thương mại nằm tại khu vực đảo Cái Bàu. Vị trí bố trí có thể tại khu vực sau: i) Trung tâm hành chính và dịch vụ công cộng. Tại đây có bệnh viện, trường quốc tế, trường và phân viện đại học, công viên trung tâm, sân vận động...ii) Khu trung tâm kinh doanh mới - Khu trung tâm thương mại, tài chính quốc tế. Đây là các địa điểm thuận lợi tiếp cận các đầu mối giao thông quốc gia và quốc tế như sân bay Vân Đồn; gần với khu vực có thể bố trí Cụm sản xuất CNVH tại khu vực dành cho đất công nghiệp; kề liền với các khu nhà ở.

Bảng 3.3 Mức độ quan trọng của các nhân tố lựa chọn địa điểm xây dựng Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn

TT	Nhân tố địa điểm	Tầm quan trọng		
		2018 -2020	2020-2025	2025-2030
1	Kề liền với khu vực tập trung phát triển giai đoạn đầu	xxx	xx	x
2	Kết nối thuận tiện HTKT, đặc biệt là đầu mối giao thông	xxx	xx	xx
3	Có đủ quỹ đất đáp ứng nhu cầu, có khả năng mở rộng, an toàn khi bão, nước biển dâng	xxx	xx	xx
4	Đặt gần các cụm sản xuất CNVH	xx	xxx	xxx
5	Liên hệ thuận tiện với trung tâm công cộng, nhà ở, công viên của KKT	xx	xx	xx
6	Vị trí có tầm nhìn cảnh quan đẹp	x	x	x

Ghi chú: xxx: Quan trọng nhất; xx: Quan trọng trung bình; x: Có vai trò nhất định

3.4 Giải pháp quy hoạch định hướng phát triển không gian Trung tâm CNVH

3.4.1 Các không gian chức năng trong Trung tâm CNVH

a) Các không gian chức năng (không gian vật lý) trong Trung tâm CNVH:

Hệ thống các không gian chức năng đề xuất tại đây là hệ thống **Không gian vật lý**, còn hệ thống **Không gian trực tuyến** (mạng internet) bao trùm lên toàn bộ hệ thống không gian này. Từ các kinh nghiệm bố trí các KCN, Khu công nghệ cao, Công viên công nghệ, Công viên kinh doanh, Cụm công nghiệp sáng tạo, đề xuất các loại không gian chức năng trong Trung tâm CNVH, bao gồm:

- **Không gian cho bộ phận pháp lý, quản lý, điều hành:** Đây không chỉ đơn thuần là bộ phận quản lý bất động sản Trung tâm CNVH mà là một tổ chức có vai trò đảm bảo tính pháp lý, quyền sở hữu theo thông lệ quốc tế, thúc đẩy kết nối Trung tâm CNVH tại Vân Đồn với các địa điểm khác trong hệ thống mạng lưới liên kết liên quan.

- **Không gian cho các hoạt động văn phòng** (dịch vụ sản xuất cấp cao) gắn với đặc điểm của 12 ngành CNVH, là các hoạt động liên quan đến đào tạo, nghiên cứu khoa học và chuyển giao công nghệ; thư viện, hệ thống cơ sở dữ liệu và kết nối trực tuyến; đầu tư tài chính; sáng tạo và khởi nghiệp. Không gian này có thể bố trí cho từng ngành hoặc từng cụm ngành.

- **Không gian cho các hoạt động giới thiệu và thương mại hóa sản phẩm** (dịch vụ tiêu dùng cấp cao) của 12 ngành CNVH: Không gian tổ chức sự kiện: trưng bày, triển lãm, trình diễn, hội chợ, lễ hội.

- **Không gian cho các hoạt động tái tạo:** Bao gồm đất cây xanh công viên, công trình tập luyện thể thao, công trình nghỉ ngơi giải trí, nhà hàng, sinh hoạt cộng đồng, kết nối con người trong Trung tâm CNVH với môi trường tự nhiên.

- **Không gian bố trí các công trình đầu mối hạ tầng kỹ thuật:** Bao gồm hệ thống và công trình đầu mối thoát nước mưa, cấp nước, cấp điện và thông tin liên lạc; thu gom và xử lý nước thải, rác thải.

- **Không gian giao thông, quảng trường:** Bao gồm hệ thống giao thông và công trình đầu mối giao thông nội bộ, gồm đường cho ô tô và cho người đi bộ.

- **Khu vực đất dự trữ phát triển.**

b) Dự kiến cơ cấu chiếm đất của các khu chức năng trong Trung tâm CNVH:

Cơ cấu chiếm đất của các khu chức năng trong Trung tâm CNVH theo bảng sau:

Bảng 3.4 Bảng cơ cấu sử dụng đất trong Trung tâm CNVH tại Vân Đồn

TT	Loại đất	Tỷ lệ chiếm đất (%)	Ghi chú
1	Khu quản lý, điều hành Trung tâm CNVH	1-2	Không gian cho hoạt động pháp lý, quản lý, điều hành
2	Khu trình diễn, trưng bày thương mại hóa sản phẩm	15- 20	Không gian cho hoạt động dịch vụ tiêu dùng cấp cao
3	Khu văn phòng	35- 40	Không gian cho hoạt động dịch vụ sản xuất cấp cao
4	Khu cây xanh công viên, nghỉ ngơi giải trí	20	Không gian cho hoạt động tái tạo
5	Khu các công trình đầu mối HTKT	2 - 3	
6	Hệ thống giao thông nội bộ	12- 15	

Ghi chú: Khu đất dự trữ phát triển không tính vào cơ cấu sử dụng đất.

3.4.2 Định hướng phát triển không gian Trung tâm CNVH

a) Ý tưởng quy hoạch:

Từ kinh nghiệm bố trí KCN, Khu công nghệ cao, Công viên công nghệ, Công viên kinh doanh, Cụm công nghiệp sáng tạo và Đặc trưng của Trung tâm CNVH là linh hoạt, luôn có nhu cầu mở rộng và là không gian văn hóa, đề xuất Mô hình định hướng phát triển không gian Trung tâm CNVH theo một dạng của tự nhiên: Mô hình “Lá cây” (tương tự như “Mô hình trục xương sống”).

Trong Mô hình này có 3 thành phần mang tính hình tượng: i) Trục cuống, gân chính của lá cây. Đây là bộ phận ít thay đổi; ii) Các trục gân nhánh lá. Đây là bộ phận hay thay đổi, dài ngắn, phù hợp với điều kiện của môi trường xung quanh; iii) Phần lá cây. Đây là bộ phận làm đầy giữa trục gân chính và trục gân nhánh của lá, tạo nên hình dáng của lá. Theo mô hình này, Trung tâm CNVH chia thành 3 nhóm chức năng chính:

- Nhóm có quy mô diện tích ít thay đổi: Khu quản lý, điều hành; Khu trưng bày, thương mại hóa sản phẩm. Các khu này đặt tại trung tâm, như gân chính của lá
- Nhóm có quy mô diện tích hay thay đổi: Khu văn phòng. Khu vực này kết nối

với Khu vực trung bày, thương mại hóa sản phẩm, như hệ thống gân nhánh lá gắn với gân chính của lá. Khu vực này luôn tiềm ẩn khả năng mở rộng linh hoạt.

- Nhóm có vai trò kết nối hai nhóm trên:

+ Khu cây xanh công viên, nghỉ ngơi giải trí; như phần thịt lá kết nối gân chính và gân nhánh của lá; Kết nối Khu vực trung bày, thương mại hóa sản phẩm với Khu vực văn phòng.

+ Điểm giao của “gân lá chính” và “gân nhánh lá” tạo thành các điểm nút. Trong Trung tâm CNVH đây chính là hệ thống quảng trường, không gian giao tiếp trong và ngoài nhà.

b) Định hướng quy hoạch chung: Về cơ bản có 2 dạng: Quy hoạch kiểu ô cờ và Quy hoạch kiểu linh hoạt.

- **Quy hoạch theo kiểu ô cờ:** Là kiểu quy hoạch phân chia Trung tâm CNVH thành ô quy hoạch, được giới hạn bởi các tuyến giao thông nội bộ. Đây là dạng quy hoạch dễ kiểm soát, lấy giao thông, quảng trường giao thông làm trục tổ hợp. Các công trình, cụm công trình bố trí gắn liền với trục giao thông.

- **Quy hoạch theo kiểu linh hoạt:** Là kiểu quy hoạch phân chia Trung tâm CNVH thành các khu vực một cách linh hoạt. Đây là dạng quy hoạch mang tính linh hoạt, lấy các tổ hợp các cụm công trình làm yếu tố hình thành các trục tổ hợp. Đường giao thông chỉ có vai trò kết nối các cụm công trình.

Mỗi một dạng quy hoạch đều có các ưu điểm và nhược điểm, việc lựa chọn áp dụng phụ thuộc vào ý tưởng, khả năng kiểm soát của các nhà tư vấn thiết kế và theo điều kiện môi trường của địa điểm xây dựng Trung tâm CNVH.

c) Định hướng quy hoạch các khu chức năng đặc thù:

- Khu quản lý, điều hành: Khu vực có quy mô diện tích nhỏ. Các công trình trong khu vực chủ yếu dạng văn phòng. Sử dụng chung các dịch vụ công cộng với các khu vực chức năng khác (ăn uống, giải trí...)

- Khu văn phòng: Khu vực có quy mô diện tích lớn nhất, chia thành các cụm theo đơn ngành, hoặc các nhóm đa ngành. Công trình văn phòng trong khu vực theo các mô

hình văn phòng dạng hiện đại (xem phần tiếp theo).

- Khu trung bày, thương mại hóa sản phẩm: Khu vực có quy mô diện tích lớn, đặt tại trung tâm của Trung tâm CNVH, là không gian kết nối tất cả các khu chức năng của Trung tâm CNVH và của Trung tâm CNVH với bên ngoài.

- Khu cây xanh công viên, nghỉ ngơi giải trí: Khu vực có quy mô diện tích lớn, vừa tập trung vừa phân tán, kết nối tất cả các khu chức năng của Trung tâm CNV. Tại đây có diện tích cây xanh, mặt nước, tuyến đường đi bộ, kiến trúc nhà và các công trình nghỉ ngơi giải trí.

- Khu vực giao thông và quảng trường: Hệ thống giao thông gồm giao thông cơ giới và giao thông đi bộ. Hệ thống giao thông đi bộ kết hợp kết hợp với vỉa hè của tuyến giao thông cơ giới và các tuyến đi bộ trong công viên. Tuyến đi bộ này có thể kết hợp với tuyến đi xe đạp. Kết nối từ các trục giao thông chính vào các cụm nhà là hệ thống quảng trường, dạng đảo tròn hoặc chữ nhật.

3.5 Giải pháp quy hoạch không gian kiến trúc cảnh quan Trung tâm CNVH

3.5.1 Quan điểm tổ chức không gian kiến trúc

a) Quan điểm chung:

- Quy hoạch tổ chức không gian kiến trúc cảnh quan phải góp phần thúc đẩy các hoạt động mang tính liên kết, cộng đồng, biến Trung tâm CNVH tại đây trở thành một “nơi trốn” không chỉ có giá trị về khoa học công nghệ, kinh tế và văn hóa trong lĩnh vực CNVH, mà còn góp phần cho sự thành công và lan tỏa của Mô hình đặc khu hành chính - kinh tế Vân Đồn, Quảng Ninh.

- Quy hoạch tổ chức không gian kiến trúc cảnh quan phải theo định hướng lâu dài, mang tính phát triển bền vững, phù hợp với tính chất của Trung tâm CNVH, không gian cho hoạt động dịch vụ và tiêu dùng cấp cao; được tổ chức theo nguyên tắc: Hôm nay là công trình kiến trúc, ngày mai là di sản văn hóa.

- Quy hoạch tổ chức không gian kiến trúc cảnh quan phải góp phần định hình được hình thái không gian kiến trúc đô thị của Trung tâm CNVH, hiện đại về hình thức bên ngoài (theo phong cách Kiến trúc vị lai – Vì tương lai), phong phú về nội dung văn hóa bên trong (theo phong cách Chủ nghĩa khu vực kết nối – Địa phương và

hội nhập); mang tính độc đáo, thậm chí mang tính đặc hữu (chỉ riêng đây mới có phù hợp với thương hiệu Ha Long Bay). Vì vậy, việc quy hoạch phải độc đáo từ ý tưởng, đến tổ chức không gian và hình thức kiến trúc của công trình, góp phần hình thành diện mạo đô thị hiện đại, bền vững mang tầm cỡ quốc gia và quốc tế của Đặc khu hành chính – kinh tế Vân Đồn, Quảng Ninh;

b) Về nhân tố tạo lập cảnh quan:

- Khu vực quy hoạch được phân thành các ô với các cụm công trình văn phòng của 12 ngành CNVH và cụm công trình trưng bày, thương mại hóa sản phẩm, được liên kết chủ yếu bằng hệ thống không gian mở là các tuyến hành lang vườn hoa, công viên kết hợp với các công trình tái tạo như câu lạc bộ giải trí, nhà hàng.

- Hệ thống các điểm nút không gian là các quảng trường giao thông, quảng trường giao tiếp. Đây cũng là điểm nhìn chính từ bên ngoài.

- Khu vực quy hoạch có môi trường cảnh quan tự nhiên tuyệt vời của vịnh Bái Tử Long xung quanh. Quy hoạch tổ chức không gian kiến trúc cảnh quan phải tận dụng, hài hòa và được tổ chức định hướng ra biển. Hình thành một số điểm nhấn kiến trúc, song không phá vỡ đường viền cảnh quan tự nhiên chung.

c) Về quản lý, vận hành không gian kiến trúc cảnh quan:

- Tổ chức kiến trúc cảnh quan trong toàn Trung tâm CNVH không chỉ được thiết kế công phu, đầu tư xây dựng có chất lượng, mà còn phải được quản lý cẩn thận, đến từng chi tiết, dưới sự điều hành chung của Ban quản lý Trung tâm CNVH, từ hình thức của công trình kiến trúc đến tổ chức sân vườn, các công trình kiến trúc nhỏ, tượng đài, vòi phun nước, chiếu sáng cảnh quan.

- Các giải pháp quy hoạch kiến trúc cảnh quan phải đảm bảo sự kết hợp hài hòa giữa quyền lợi của Nhà nước, cộng đồng dân cư địa phương và nhà đầu tư.

3.5.2 Bố cục và tổ chức không gian các khu vực trọng tâm, các tuyến, các điểm nhấn và các điểm nhìn quan trọng.

a) Bố cục của các công trình theo tuyến: Để tăng tính liên kết theo tuyến của các công trình trong từng ô đất, việc thiết kế các ô đất theo các giải pháp sau:

- Sử dụng hàng rào thưa để giảm bớt phân tách giữa các công trình;

- Thống nhất khoảng xây lùi và cao độ phần bệ của các công trình cao tầng
- Sử dụng các tuyến cây xanh để liên kết các khối công trình tại các ô đất.

b) Công trình trọng tâm, tạo điểm nhấn tiêu biểu:

- Cụm công trình trọng tâm và tạo điểm nhấn tiêu biểu thuộc khu trung bày, thương mại hóa sản phẩm.
- Các công trình điểm nhấn trong Khu công viên cây xanh và quảng trường, dọc theo các trục đường đi bộ.

c) Phân vùng kiến trúc cảnh quan: Tính độc đáo hay đặc hữu của Trung tâm CNVH tại Vân Đồn, còn được xác định theo phân vùng kiến trúc cảnh quan:

- Phân vùng 1: Khu vực có liên quan đến cảnh quan biển, đảo vịnh Bái Tử Long và di tích văn hóa lịch sử tại Vân Đồn;
- Phân vùng 2: Khu vực không gian, điểm nút kết nối không gian cộng đồng;
- Phân vùng 3: Khu vực có liên quan đến từng khu vực chức năng theo đặc thù của từng ngành CNVH;
- Phân vùng 4: Khu vực tổ chức các hoạt động sự kiện, sôi động cả ban ngày lẫn ban đêm (liên quan đến việc chiếu sáng cảnh quan ban đêm).
- Phân vùng 5: Tuyến vườn hoa – công viên để liên kết các không gian hoạt động công cộng.

Mỗi một phân vùng được thiết kế kiến trúc cảnh quan riêng, góp phần vào tính đa dạng về kiến trúc cảnh quan của Trung tâm CNVH.

3.5.3 Bố cục mặt bằng và tổ chức không gian các khu vực đặc thù - Khu vực văn phòng

a) Dạng nhà văn phòng tại Trung tâm CNVH:

Do đặc điểm của Trung tâm CNVH gắn với các yếu tố sáng tạo, nên nhà văn phòng tại đây có cấu trúc xây dựng mang tính đặc thù, không giống như các tòa nhà văn phòng thông thường. Theo Ewelina Adamus, chuyên gia nghiên cứu và phát triển nơi làm việc (28), hiện nay có 4 dạng văn phòng chính:

- ***Văn phòng riêng biệt (Cellular office)*** bao gồm các phòng khép kín được thiết

kế cho các văn phòng làm việc và quản lý nằm dọc theo các hành lang. Loại văn phòng này thường có số lượng lớn các nơi lưu trữ (tủ hoặc kệ mở), một vài phòng lớn để họp và có thể có một khu vực chung là căng tin. Văn phòng riêng biệt có ưu điểm là tạo điều kiện cho quá trình tập trung, đảm bảo tính bảo mật và sự riêng tư, có thể cá nhân hóa các không gian văn phòng. Tuy nhiên, nó có nhược điểm là khó kết nối giữa các nhóm làm việc, cản trở giao tiếp và trao đổi kiến thức giữa các nhóm, không có khả năng chia sẻ các thiết bị văn phòng (mỗi phòng có trang bị máy in, máy fax, vv riêng) và làm cho việc quản lý nhóm và theo dõi công việc của các quản lý trở nên khó khăn.

-Văn phòng mở (Open office) là một không gian rộng lớn được sắp xếp các bàn làm việc. Có ít địa điểm lưu trữ hơn so với văn phòng riêng biệt. Phòng họp thường có vách ngăn di động để linh hoạt trong bố trí. Một số văn phòng mở có thiết kế các không gian giao tiếp nhỏ (soft seating - chỗ ngồi mềm) để nhân viên có thể trao đổi với nhau mà không cần sử dụng đến không gian lớn như phòng họp. Ưu điểm của văn phòng mở là các nhân viên có thể dễ dàng và nhanh chóng trao đổi với nhau, chia sẻ các thiết bị văn phòng và điều chỉnh không gian tùy theo sự thay đổi và phát triển của công ty. Tuy nhiên, có nhược điểm là mức độ ồn cao, thiếu điều kiện thoải mái để thực hiện công việc yên tĩnh và tập trung, thiếu tính riêng tư hoặc bảo mật tài liệu.

-Văn phòng khu vực (Zonal office) được thiết kế để nhân viên có thể tiếp cận các khu vực khác nhau thực hiện các công việc cụ thể. Nếu hợp tác là một khía cạnh quan trọng trong một công ty cụ thể, thì các khu vực hội họp sẽ chiếm ưu thế trong việc sắp xếp không gian. Bàn làm việc được đặt trong một không gian mở, thường với một vài bức tường ngăn làm tăng sự thoải mái trong công việc. Loại văn phòng này được đặc trưng bởi một số lượng lớn các không gian kết nối bao gồm phòng họp và một số khu vực được thiết kế để tổ chức các không gian giao tiếp nhỏ. Văn phòng bao gồm một số phòng khép kín để nhân viên tập trung làm việc. Ưu điểm của loại văn phòng này là có các không gian để nhân viên làm việc theo từng điều kiện cụ thể, có thể dễ dàng giao tiếp trao đổi giữa các nhân viên trong cùng một nhóm mà không làm ảnh hưởng đến các nhóm khác, tiếng ồn thấp hơn so với không gian mở. Tuy nhiên, loại văn phòng này cũng có nhược điểm tương tự như loại Văn phòng mở

- ***Văn phòng dựa theo hoạt động (Activity Based Office)*** là giải pháp tiếp cận các khu vực khác nhau dựa trên 3 hoạt động chính của nhân viên văn phòng là quản trị, tập trung và giao tiếp. Bố cục dạng văn phòng này bao gồm nhiều phòng họp kích thước khác nhau, không gian cho các cuộc gặp gỡ trao đổi thân mật, bắt điện thoại, các không gian cho hoạt động không bị làm phiền (phòng đọc, phòng yên tĩnh) và một khán phòng. Ưu điểm của loại văn phòng này là có thể lựa chọn không gian làm việc tùy theo hoạt động, phong cách làm việc linh hoạt, tăng cường giao tiếp giữa các nhân viên, tiếp cận được với các không gian hỗ trợ hiệu quả làm việc, khả năng thay đổi môi trường làm việc và tiếp cận với những người khác nhau, trao đổi tri thức và hợp tác tốt hơn giữa các đồng nghiệp. Nhược điểm của loại văn phòng này là thiếu bàn làm việc chỉ định cho các nhân viên cụ thể, không thể cá nhân hóa không gian làm việc, bắt buộc phải làm việc ở các khu vực dành cho các hoạt động cụ thể, phải dọn bàn làm việc sau khi kết thúc công việc.

Tùy theo nhu cầu của các cá nhân và doanh nghiệp, có thể kết hợp các loại văn phòng trên để tạo ra dạng văn phòng phù hợp nhất.

b) Các dạng tổ hợp nhà văn phòng: Tổ hợp nhà văn phòng thường được hình thành theo mô hình khai thác và quản lý. Theo kinh nghiệm thế giới, tổ hợp nhà văn phòng có các dạng:

- Cụm văn phòng của các doanh nghiệp hay do một doanh nghiệp xây dựng sau đó cho các doanh nghiệp khác thuê.

- Cụm văn phòng kết hợp nơi trưng bày, kinh doanh sản phẩm, hội họp, (còn có tên gọi là trung tâm kinh doanh)

- Tổ hợp hay trung tâm đào tạo, nghiên cứu, chuyển giao công nghệ gắn với thư viện, cơ sở dữ liệu.

Các cụm, tổ hợp văn phòng theo các dạng trên thường được bố cục thành từng cụm theo từng ngành CNVH hay theo cụm tổ hợp một số ngành CNVH. Trong thực tiễn, mỗi cụm tổ hợp văn phòng có diện tích khoảng 3 – 5 ha. Với quy mô Trung tâm CNVH có diện tích 30ha, thì diện tích đất Khu văn phòng vào khoảng 12 ha, có thể bố trí 3 – 4 cụm công trình. Với quy mô Trung tâm CNVH có diện tích 75ha, thì diện

tích đất Khu văn phòng vào khoảng 30ha, có thể bố trí khoảng 6 - 8 cụm công trình.

3.5.4 Bố cục mặt bằng và tổ chức không gian các khu vực đặc thù - Khu vực trình diễn, thương mại hóa sản phẩm

a) Các hạng mục công trình:

- Khu vực trưng bày và thương mại hóa sản phẩm có tính tổng hợp:

+ Bảo tàng, trung tâm Nghệ thuật đương đại, gắn với phổ biến khoa học công nghệ, thúc đẩy đổi mới sáng tạo;

+ Trung tâm triển lãm, biểu diễn, hội họp tổng hợp – Trung tâm văn hóa.

Theo kết quả điều tra cho thấy, 2 hạng mục công trình trên xuất hiện nhất (chiếm đến khoảng 9% số lượng công trình kiến trúc được khảo sát).

+ Trung tâm kinh doanh: là dạng kết hợp giữa văn phòng và nơi trưng bày và thương mại hóa sản phẩm.

- Khu vực trưng bày và thương mại hóa sản phẩm có tính chuyên ngành:

Trung tâm Thủ công mỹ nghệ; Trung tâm Nghệ thuật thị giác (Quảng cáo, Kiến trúc, Thiết kế, Điện ảnh, Xuất bản, Mỹ thuật, nhiếp ảnh, triển lãm); Trung tâm Nghệ thuật biểu diễn; Trung tâm phần mềm và trò chơi giải trí; Trung tâm truyền hình và phát thanh; Trung tâm Du lịch văn hóa;

Trong các công trình nêu trên đều có các không gian cho giao tiếp như cà phê, nhà hàng... Hình thức công trình theo phong cách kiến trúc hiện đại. Đối với Trung tâm CNVH có thể tồn tại cả hai dạng, có cụm công trình mang tính tổng hợp và có cụm công trình mang tính chuyên ngành. Về quy mô, theo tổng hợp bảng 3.5, các cụm công trình thường có quy mô trung bình khoảng 1,5 - 3ha. Với quy mô Trung tâm CNVH có diện tích 30ha, thì diện tích đất Khu trình diễn, trưng bày, thương mại hóa sản phẩm vào khoảng 6 ha, có thể bố trí 2 - 3 cụm công trình. Với quy mô Trung tâm CNVH có diện tích 70ha, thì diện tích đất Khu trình diễn, trưng bày, thương mại hóa sản phẩm vào khoảng 15ha, có thể bố trí khoảng 4 - 6 cụm công trình.

Bảng 3.5 Một số hình ảnh minh họa về quy mô, chức năng của một số công trình kiến trúc trong Trung tâm CNVH

TT	Tên công trình, địa điểm	KTS, năm hoàn	Quy mô; Cấp Quốc gia,	Chức năng chính
----	--------------------------	---------------	-----------------------	-----------------

		hành	quốc tế	
A	Khu văn phòng			
1	Tổ hợp công trình văn phòng đa chức năng Tortona 37, Milan, Ý	Matteo Thun; 2009	DT đất XD: 39000m ² ; 3 tầng; Quốc gia	Văn phòng cho doanh nghiệp nhỏ, siêu nhỏ thuê; không gian thúc đẩy sáng tạo
2	Trung tâm kinh doanh Business Garden Warszawa, Ba Lan	Massimiliano Fuksas và Doriana; 2013	DT đất XD: 7 ha; 5 -7 tầng; Quốc gia	Văn phòng, cửa hàng và trung tâm hội nghị
3	Trung tâm Đổi mới sáng tạo UC Anacleto Angelini, Chile	Alejandro Aravena; Elemental; 2015	DT sàn: 8176 m ² ; 11 tầng; Quốc gia	Văn phòng làm việc của doanh nghiệp, tổ chức và các nhà nghiên cứu
B	Khu trình diễn, trưng bày thương mại hóa sản phẩm			
4	Trung tâm Sáng tạo Truyền thông Run Run Shaw, Hong Kong	Daniel Libeskind; 2010	DTXD: 24.619 m ² ; 9 tầng; Quốc gia	Khoa học máy tính, tiếng Anh, truyền thông, tin học ứng dụng và tương tác truyền thông; nhà hát đa năng, sân khấu âm thanh, phòng thí nghiệm, phòng học, không gian trưng bày, quán cà phê và nhà hàng.
5	Trung tâm khoa học Phaenom, Wolfsburg, Đức	Zaha Hadid; 2005	DT đất XD: 15000m ² ; 3- 4 tầng; Quốc gia - Quốc tế	Trung tâm khoa học, triển lãm tương tác
6	Tháp đổi mới Innovation Tower, Hong Kong	Zaha Hadid; 2013	DT sàn 15000m ² ; 15 tầng; Quốc gia	Trung tâm thiết kế của ngành CNVH, nơi học tập, nghiên cứu và làm việc
7	Thành phố Nghệ thuật và Khoa học, Valencia, Tây Ban Nha	Santiago Calatrava; Félix Candela; 2008	DT đất: 35ha; 2- 3 tầng; Quốc gia - Quốc tế	Rạp chiếu phim 3D, bảo tàng tương tác khoa học, vườn cây, công viên biển, nhà hát Opera và trung tâm văn hoá, hoà nhạc và tổ chức sự kiện.
8	Bảo tàng Nghệ thuật đương đại New York, Mỹ	Nishizawa Ryue, Sejima Kazuyo; 2007	DT sàn: 8176 m ² ; 8 tầng; Quốc gia, Quốc tế	Trưng bày các tác phẩm nghệ thuật đương đại của các nghệ sĩ đã được công nhận, nơi khơi tạo các ý tưởng mới.
9	Chi nhánh của Bảo tàng Nghệ thuật đương đại Chicago	Renzo Piano; 2009	DTXD: 25000m ² ; 3 tầng; Quốc	Bảo tàng nghệ thuật đương đại, biểu diễn nghệ thuật đương đại, văn phòng và

			gia, Quốc tế	dịch vụ
10	Bảo tàng Nghệ thuật đương đại Pompidou-Metz, Lorraine, Pháp	Shigeru Ban ; 2010	DT sàn 10.660m ² ; 4 tầng; Quốc gia, Quốc tế	Triển lãm luân phiên, nơi lưu giữ, trưng bày Nghệ thuật đương đại
11	Bảo tàng Âm nhạc trải nghiệm và Khoa học viễn tưởng EMP, Washington, Mỹ	Frank Ghery; 2014	Diện tích sàn 13.000m ² ; 3 tầng; Quốc gia, Quốc tế	Triển lãm, trưng bày các tác phẩm điêu khắc, âm thanh và các nguồn tài nguyên giáo dục nghệ thuật đương đại
12	Bảo tàng nghệ thuật đương đại thế kỷ 21, Kanazawa, Nhật Bản	SANAA; 2005	DT đất: 26964m ² ; 2 tầng; Quốc gia, quốc tế	Bảo tàng nghệ thuật đương đại, thư viện, giảng đường
13	Bảo tàng Nghệ thuật Quốc gia Thế kỷ 21, Rome, Italia	Zaha Hadid; 2009	DT đất: 27000m ² ; 3 tầng; Quốc gia, quốc tế	Bảo tàng nghệ thuật đương đại, triển lãm, nghiên cứu ngôn ngữ, thời trang, điện ảnh, thính phòng, thư viện, quán cà phê, nhà hàng...
14	Trung tâm Nghệ thuật đương đại Córdoba, Tây Ban Nha	Fuensanta Nieto, Enrique Sobejano; 2013	DTXD: 12000m ² ; 2 tầng; Quốc gia	Không gian làm việc, phòng thí nghiệm, không gian trưng bày, hội thảo, chiếu phim, trình diễn
15	Trung tâm triển lãm Dongdaemun Design Plaza, Seoul, Hàn Quốc	Zaha Hadid; 2014	DT đất XD 65000m ² ; Quốc gia – Quốc tế	Công bố và triển lãm sản phẩm mới; trình diễn công cộng; kinh doanh; mua sắm và giải trí
16	Công trình triển lãm Incheon Tri-bowl, Khu kinh tế tự do Incheon, Hàn Quốc	iArc Architects; 2013	DT đất 12300m ² ; 3 tầng; Quốc gia - quốc tế	Tổ chức các sự kiện, triển lãm, biểu diễn
17	Trung tâm văn hoá Sendai, Miyagi, Nhật Bản	Toyo Ito; 2007	DTXD: 2.933m ² ; 7 tầng; Quốc gia	Thư viện, trưng bày nghệ thuật, phòng nghe nhìn, xưởng phim, gian hàng internet, khu vực DVD, quán café – Không gian lan truyền công nghệ
18	Trung tâm Văn hoá Heyda Aliyev, Baku, Azerbaijan	Zaha Hadid; 2007- 2013	DTXD: 90071m ² 2- 5 tầng; Quốc gia - Quốc tế	Thư viện, bảo tàng, phòng họp, hội trường, các phòng triển lãm nhỏ và khu ẩm thực
19	Trung tâm văn hóa nghệ thuật Louis Vuitton, Paris, Pháp	Frank Gehry; 2014	DTXD: 11700m ² ; 2 tầng; Quốc	Phòng họp, nhà hàng, cửa hàng sách, phòng trưng bày các tác phẩm nghệ thuật sắp đặt.

			gia - Quốc tế	
20	Trung tâm Văn hóa Quốc tế Oscar Niemayer, Asturias, Tây Ban Nha	Oscar Niemayer; 2011	DT đất: 2- 4 tầng; Quốc gia - Quốc tế.	Tích hợp: triển lãm, âm nhạc, kịch, múa, nghệ thuật ẩm thực, đào tạo và giáo dục. một trong 8 TT văn hóa quốc tế hàng đầu thế giới (G8 về văn hóa)
21	Trung tâm Nghệ thuật Utzon tại Aalborg, Đan Mạch	Jørn Utzon; 2008	DTXD: 2700m ² ; 1- 2 tầng; Quốc gia	Trung bày, triển lãm kiến trúc và các nghệ thuật khác, phòng hội thảo và thiết kế, thư viện và lưu trữ, biểu diễn âm nhạc
22	Trung tâm Khoa học Ma Cao, Trung Quốc	Leoh Minh Pei; 2009	DTXD: 23000m ² 1-5 tầng; Quốc gia	Triển lãm, trung bày, hội nghị, hội thảo, chiếu phim, tháp thiên văn, dịch vụ vui chơi giải trí
23	Trung tâm Nghệ thuật biểu diễn Kilden, Kristiansand, Na Uy	ALA Architects; 2012	DTXD: 15000m ² ; Quốc gia - Quốc tế	Phòng hoà nhạc 1200 chỗ ngồi, nhà hát opera với 750 chỗ, hội trường đa năng và hội trường, văn phòng, nhà xưởng, không gian diễn tập
24	Trung tâm nghệ thuật biểu diễn Esplanade, Singapore	DPA, MWP; 2002	DT đất 6 ha; 3 tầng; Quốc gia - Quốc tế	Nhà hát, phòng hòa nhạc, phòng đa năng, tập luyện, biểu diễn ngoài trời, thư viện, mua sắm, ăn uống; 4 ngôn ngữ chính thức được sử dụng: tiếng Hoa, Malay, Tamil, tiếng Anh
25	Trung tâm điện ảnh Busan; Hàn Quốc	Coop Himmelb; 2012	DT đất XD: 55000m ² ; 2- 7 tầng	Nhà hát, rạp chiếu bóng, sân khấu ngoài trời

Nguồn: Từ mạng internet

Một số hình ảnh minh họa về quy mô, chức năng, phong cách kiến trúc của công trình có liên quan được trình bày trong bảng 3.5 là cơ sở để định hướng thiết kế kiến trúc tại Khu trung bày, thương mại hóa sản phẩm.

3.5.5 Bố cục mặt bằng và tổ chức không gian các khu vực đặc thù - Khu vực cây xanh công viên, nghỉ ngơi giải trí

a) Bố cục chung: Về cơ bản, khu vực có bố cục theo dạng công viên, tận dụng tối đa điều kiện địa hình, hoặc mô phỏng theo địa hình tự nhiên tại địa phương. Tại Vân Đồn, Quảng Ninh có thể là địa hình biển đảo, núi, mặt nước.... Tại đây trồng các

cây xanh có màu sắc đa dạng, theo các mùa.

b) Bố cục mang tính đặc thù: Trong công viên có thể xây dựng các nhà kính giới thiệu hệ thống thực vật tại các nước trên thế giới; Trung tâm thể thao, giải trí tạo môi trường nghỉ ngơi cho các cá nhân có thể thư giãn, nảy sinh ý tưởng sáng tạo mới. Tại một số quốc gia, trong khu vực này có thể bố trí cả công trình khách sạn cho khách đến Trung tâm CNHVH lưu trú. Công viên cũng là không gian mở cho trưng bày triển lãm, cho Chợ, hay Hội chợ sáng tạo trưng bày sản phẩm của ngành CNVH ngoài trời.

3.5.6 Các chỉ tiêu kinh tế kỹ thuật

Theo các quy định chung về QHXD, các chỉ tiêu kinh tế kỹ thuật (hay còn gọi là quy định kiểm soát phát triển) tại Trung tâm CNVH, gồm: Chức năng sử dụng đất, cơ cấu chiếm đất, mật độ xây dựng, chiều cao tầng, diện tích sàn, số lao động và số người lưu trú. Đây là những chỉ tiêu mang tính định hướng cho việc quản lý, thiết kế phù hợp với các mục tiêu chung. Tại ĐKKT Vân Đồn, các chỉ tiêu kinh tế kỹ thuật đề xuất cho Trung tâm CNVH tại bảng 3.6.

Bảng 3.6 Bảng một số chỉ tiêu kinh tế kỹ thuật các khu vực tại Trung tâm CNVH tại Vân Đồn, Quảng Ninh

TT	Loại đất	Cơ cấu chiếm đất (%)	Quy mô chiếm đất theo kịch bản (ha)		Chiều cao tầng (tầng)	Diện tích sàn (m2)	Số lao động, lưu trú (người)
			10ha	75ha			
1	Khu quản lý, điều hành Trung tâm CNVH	1,5	0,15	1,1	2- 7		25-30m2 sàn/ng
2	Khu trưng bày, thương mại hóa sản phẩm	20	2	15,0	2- 7		
3	Khu văn phòng	40	4	30,0	5-7		25-30m2 sàn/ng
4	Khu cây xanh công viên, nghỉ ngơi giải trí	20	2	15,0	1-2		
5	Khu các công trình đầu mối HTKT	3,5	0,35	2,6			
6	Hệ thống giao thông nội bộ	15	1,5	11,3			
	Tổng cộng		10	75			

3.5.7 Thương hiệu và tác giả thiết kế kiến trúc

Doanh nghiệp và sản phẩm nổi tiếng của các ngành CNVH thường gắn với thương hiệu. Hạ Long Bay địa danh Di sản thế giới nổi tiếng chắc chắn được các doanh nghiệp sử dụng cho việc tạo lập các thương hiệu.

Với các công trình kiến trúc xây dựng tại Trung tâm CNVH, đề xuất mời các kiến trúc sư nổi tiếng thế giới thiết kế. Đây là xu hướng rất rõ trên thế giới khi xây dựng các công trình văn hóa, trung tâm văn hóa mang tầm cỡ quốc gia- quốc tế. Những kiến trúc sư nổi tiếng trên thế giới hiện tại là các kiến trúc sư được trao giải thưởng Pritzker - được coi như giải Nobel trong kiến trúc. Trên thế giới có thể kể đến các kiến trúc sư nổi tiếng đã thiết kế nhiều công trình văn hóa khắp trên thế giới như: **Richard Meier** (KTS người Mỹ - 12/10/1934), được tặng giải thưởng Pritzker năm 1984; **Oscar Niemeyer** (KTS người Brasil- 15/12/1907 - 05/12/2012), giải thưởng Pritzker 1988 (cùng KTS Gordon Bunshaft). Trung tâm hành chính Brasilia, Brazil, do ông tham gia thiết kế chính, được tôn vinh là Di sản thế giới (năm 1987); **Frank Owen Gehry** (KTS người Mỹ- 28/2/1929), thưởng Pritzker 1989; **Renzo Piano** (KTS người Ý - 14/9/1937), giải thưởng Pritzker 1998; **Norman Robert Foster** (KTS người Anh - 1/6/1935), giải thưởng Pritzker 1999; **Jorn Utzon** (KTS người Đan Mạch 9/4/1918- 29/11/2008) với công trình nổi tiếng Nhà hát Opera Sydney - Di sản thế giới (2007), giải thưởng Pritzker 2003; **Zaha Hadid** (KTS người Anh, gốc Iraq, 31/10/1950 - 31/3/2016), giải thưởng Pritzker 2004; **Shigeru Ban** (KTS người Nhật - 05/8/1957), giải thưởng Pritzker 2014...

3.6 Giải pháp quy hoạch định hướng hệ thống công trình HTKT và môi trường

3.6.1 Nguyên tắc chung

- Hệ thống công trình HTKT trong Trung tâm CNVH tương tự như hệ thống công trình HTKT tại các KCN, khu công nghệ cao và các khu vực đô thị gồm: Chuẩn bị kỹ thuật đất xây dựng và hệ thống thoát nước mưa, hệ thống giao thông, hệ thống cấp điện, nước, thông tin liên lạc, hệ thống thu gom xử lý nước thải và rác thải. Các hệ thống này cần tiến hành đồng bộ.

- Để đảm bảo tính chủ động sớm đưa Trung tâm CNVH vào hoạt động hạn chế đến mức thấp nhất sự phụ thuộc vào hệ thống hạ tầng kỹ thuật từ bên ngoài, cần thiết

phải dự kiến các phương án HTKT bổ sung, ví dụ như: Sử dụng năng lượng mặt trời, năng lượng gió tạo nguồn điện năng; Ứng dụng công nghệ khử mặn để xây dựng nhà máy nước; Xây dựng các trạm xử lý nước thải cục bộ với công nghệ xử lý tiên tiến với các trạm quan trắc môi trường hiện đại...

- Ứng dụng các công nghệ xây dựng tiên tiến trong việc chống sạt lở đất, xói mòn tại các khu đất ven biển, ăn mòn kết cấu...

3.6.2 Giải pháp quy hoạch hệ thống HTKT

Việc quy hoạch khu công trình đầu mối HTKT và hệ thống giao thông tại Trung tâm CNVH tương tự như các KCN, khu công nghệ cao và khu dân cư đô thị khác, chủ yếu làm rõ các yếu tố đặc thù của Trung tâm CNVH được nêu trong phần nguyên tắc.

3.7 Mô hình triển khai đầu tư xây dựng, quản lý và khai thác

3.7.1 Đầu tư xây dựng, quản lý và vận hành

a) Kịch bản 1: Đầu tư xây dựng, quản lý và vận hành do một doanh nghiệp tổ chức thực hiện chính, có thể liên doanh liên kết để thực hiện. Doanh nghiệp - Công ty kinh doanh hạ tầng kỹ thuật Trung tâm CNVH này thực hiện chuẩn bị đầu tư, tiếp nhận đất đai, đầu tư hệ thống hạ tầng kỹ thuật và xây dựng công trình theo quy định chung, kết nối tìm kiếm đối tác trong và ngoài nước vào thuê đất hoặc diện tích văn phòng, thương mại để hoạt động. Công ty kinh doanh HTKT Trung tâm CNVH là Ban quản lý điều hành Trung tâm CNVH, với vai trò điều phối chung.

b) Kịch bản 2: Công ty kinh doanh HTKT Trung tâm CNVH là doanh nghiệp được chính quyền tỉnh Quảng Ninh thuê để thực hiện theo các nội dung như Kịch bản 1. Việc tìm kiếm nguồn vốn theo hình thức huy động vốn quốc tế (Chứng khoán, Crowdfunding).

3.7.2 Tiến trình thực hiện triển khai đề án Trung tâm CNVH tại ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh

a) Giai đoạn 1 – Giai đoạn hình thành, năm 2018 - 2020:

i) UBND Đặc khu nghiên cứu, đề xuất chủ trương trình Chính phủ phê duyệt; Chuẩn bị đầu tư: Tổ chức hội thảo quốc tế để xây dựng nhiệm vụ, tìm kiếm đối tác tham gia thực hiện; ii) Lựa chọn nhà đầu tư thực hiện và hình thành tổ chức kiểm tra giám sát công khai nhà đầu tư thực hiện dự án; iii) Đầu tư xây dựng cơ sở vật chất:

HTKT, công trình và không gian ngoài nhà, hệ thống cơ sở dữ liệu, trang thông tin và mạng internet trực tuyến. Ngay trong giai đoạn này đã phải tiến hành thiết lập các mối liên kết trong và ngoài nước có liên quan đến đầu tư, phát triển của Trung tâm CNVH và Hệ thống mạng lưới Trung tâm CNVH.

b) Giai đoạn vận hành, năm 2020-2025:

i) Tạo lập các không gian đổi mới sáng tạo, không gian đào tạo, chuyển giao công nghệ; không gian trình diễn; ii) Tổ chức các sự kiện thu hút các nhà đầu tư, khai thác và truyền bá hình ảnh Trung tâm CNVH trong và ngoài nước, thu hút nhiều cộng đồng CNVH khác nhau đến Trung tâm CNVH, kể cả dạng trực tuyến; iii) Lan truyền văn hóa khởi nghiệp, khát vọng trở thành Tầng lớp sáng tạo trong cộng đồng CNVH.

c) Giai đoạn điều chỉnh và mở rộng, năm 2025 - 2030:

i) Xây dựng hoàn thiện và bổ sung các công trình, theo quy hoạch; ii) Trong trường hợp nhu cầu mở rộng quá lớn, tiến hành lập Trung tâm CNVH mới.

KẾT LUẬN

1) Kết luận

a) Những nhận thức chung:

- Phát triển các ngành CNVH hiện trở thành xu thế tại các Nước phát triển và các Nước công nghiệp mới. Việt Nam, là Quốc gia đang phát triển, có nền kinh tế hiện chủ yếu dựa vào việc khai thác tài nguyên và vốn đầu tư nước ngoài (FDI) trong công nghiệp. Phát triển ngành CNVH, thuộc nhóm ngành có giá trị gia tăng cao lại phát huy được tiềm năng của quốc gia giàu tài nguyên văn hóa, là một trong những cơ hội lớn để Việt Nam có thể chủ động vươn lên, hội nhập. Đây cũng là lĩnh vực gắn trực tiếp với cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ 4, Nền kinh tế số và Quốc gia khởi nghiệp.

- Theo Chiến lược phát triển các ngành CNVH Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030, ngành CNVH Việt Nam gồm 12 ngành: Quảng cáo; Kiến trúc; Phần mềm và trò chơi giải trí; Thủ công mỹ nghệ; Thiết kế; Điện ảnh; Xuất bản; Thời trang; Nghệ thuật biểu diễn; Mỹ thuật, nhiếp ảnh, triển lãm; Truyền hình và phát thanh; Du lịch văn hóa. Việc hình thành Hệ thống ***Trung tâm CNVH cấp quốc gia và quốc tế*** tại thành phố Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, thành phố Đà Nẵng và tại 8 khu vực gắn với các Di sản văn hóa, thiên nhiên thế giới được xác định là điểm đột phá để thực hiện Chương trình này.

- Cuộc đua tranh trong nền kinh tế thị trường hiện nay và tương lai là đua tranh về sự đổi mới, sáng tạo, từ công nghệ đến nguồn nhân lực, quản lý và liên kết. 3 Đặc khu hành chính- kinh tế tại Vân Đồn, Bắc Vân Phong và Phú Quốc không chỉ là tiền đồn về an ninh quốc phòng, kinh tế mà còn là nơi tiếp nhận các ý tưởng, công nghệ quốc tế để Việt Nam hình thành các mô hình phát triển mới, trong đó có Mô hình Trung tâm CNVH – Trung tâm Công nghiệp sáng tạo.

- Mô hình Trung tâm CNVH gắn với Di sản thế giới Vịnh Hạ Long tại ĐKKT Vân Đồn khi thành công sẽ là hình mẫu cho việc hình thành hệ thống Trung tâm CNVH, thúc đẩy phát triển ngành CNVH tại Quảng Ninh, Vùng Kinh tế trọng điểm Bắc Bộ và Vùng Duyên hải Bắc Bộ.

b) Khái niệm Trung tâm CNVH:

Định nghĩa Trung tâm CNVH: Về phương diện quản lý nhà nước, Trung tâm CNVH là nơi tập trung các hoạt động nghiên cứu và phát triển, ứng dụng và ươm tạo công nghệ tạo lập sản phẩm mới, khởi nghiệp doanh nghiệp, đào tạo nguồn nhân lực, cung ứng dịch vụ công nghệ và tài chính cho các cá nhân, doanh nghiệp, tổ chức ngành CNVH; nơi tập trung kinh doanh các sản phẩm CNVH; có ranh giới địa lý xác định, được thành lập theo điều kiện, trình tự và thủ tục quy định của Chính phủ; có quy mô diện tích không vượt quá 75ha và không dưới 10ha.

Trung tâm CNVH có nhiệm vụ, vai trò: Thực hiện các hoạt động nghiên cứu và phát triển, ứng dụng và ươm tạo công nghệ tạo lập sản phẩm mới, khởi nghiệp doanh nghiệp, đào tạo nguồn nhân lực, cung ứng dịch vụ công nghệ và tài chính cho ngành CNVH; Tổ chức hội chợ, triển lãm, sự kiện trình diễn, quảng bá sản phẩm của các ngành CNVH; Thu hút các nguồn lực trong nước và ngoài nước để thúc đẩy hoạt động của Trung tâm CNVH và ngành CNVH; Điểm nút của hệ thống mạng lưới kết nối, tương tác, hỗ trợ cá nhân, doanh nghiệp trong ngành CNVH; gắn với mạng lưới truyền thông và thu hút công chúng; hình thành cơ hội kết nối toàn cầu và mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm, nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm.

Mô hình Trung tâm CNVH: là mô hình mới trên thế giới và chưa từng có tại Việt Nam với các đặc trưng:

- Là một thành phần của Hệ thống kết cấu hạ tầng ngành CNVH – Hạ tầng cho phát triển; là một hệ sinh thái khởi nghiệp trong lĩnh vực CNVH.

- Là “không gian thứ ba” tách biệt khỏi không gian sản xuất và không gian thương mại hóa sản phẩm của mỗi doanh nghiệp. Đây là không gian tổ chức các hoạt động dịch vụ sản xuất và tiêu dùng cấp cao của cộng đồng doanh nghiệp CNVH; nơi hình thành, sáng tạo sản phẩm mới với giá trị gia tăng cao, thông qua tụ hợp, tương tác và gắn kết cá nhân, tổ chức của 12 ngành CNVH và liên quan ở trong và ngoài nước.

- Là không gian khẳng định xu hướng: Sản xuất công nghiệp không còn là nền tảng cho phát triển của quốc gia mà thay vào đó là sự gia tăng của Tầng lớp sáng tạo.

- Là không gian của các sự kiện trình diễn các sản phẩm CNVH mới của tỉnh,

vùng, quốc gia và khu vực ASEAN, Đông Á và quốc tế.

- Là cầu nối giữa cộng đồng kinh tế, văn hóa trong và ngoài nước; thúc đẩy liên kết xã hội thông qua văn hóa; thúc đẩy sản xuất dựa trên sự đổi mới tri thức và nguồn nhân lực thông qua đào tạo, tạo nên các hoạt động kinh tế đa ngành và là nơi ươm mầm khởi nghiệp các doanh nghiệp CNVH thế hệ mới.

- Là một khu vực văn hóa, sử dụng các di sản, truyền thống, bản sắc văn hóa địa phương là tài nguyên cho phát triển, đặc biệt là khu vực có Di sản thế giới như Vịnh Hạ Long; là một mô hình kinh doanh đặc biệt, không chỉ mang lại các giá trị thương mại mà còn lan tỏa các giá trị văn hóa cộng đồng, tạo dựng thương hiệu quốc gia;

- Là không gian đô thị chất lượng cao, nơi Chính phủ đóng vai trò là người khởi xướng, các trung tâm nghiên cứu, trường đại học, các doanh nghiệp trong và ngoài nước triển khai thực hiện, có quy hoạch và kiến trúc cảnh quan hiện đại và thân thiện, tạo thành môi trường làm việc lý tưởng, thúc đẩy các yếu tố sáng tạo trong việc tạo lập sản phẩm mới.

- Không chỉ đơn thuần là một không gian vật lý, mà còn sử dụng không gian thực và ảo để kết nối và phát triển, nhằm hỗ trợ các cá nhân, tổ chức, doanh nghiệp và các dự án trong thời gian ngắn hạn hoặc dài hạn.

Mô hình Trung tâm CNVH được đề xuất trong nghiên cứu là sự tích hợp của các mô hình có liên quan đến sáng tạo, đổi mới trên thế giới: Mô hình Technopole và Cluster hay Tổ hợp công nghiệp công nghệ cao; Mô hình Science Park - Công viên Khoa học; Mô hình Business Park - Công viên Kinh doanh; Mô hình Cultural District - Mô hình Quận Văn hóa; Mô hình Chợ hay Hội chợ sáng tạo. Ngoài ra, còn tham khảo các mô hình về KCN, Cụm công nghiệp và Khu công nghệ cao hiện đang thực hiện tại Việt Nam; Xu hướng phát triển các trung tâm, tổ hợp công trình, công trình liên quan đến Trung tâm CNVH trên thế giới từ đánh giá 107 công trình kiến trúc liên quan.

c) Về hệ thống mạng lưới, địa điểm xây dựng Trung tâm CNVH:

- **Về hệ thống mạng lưới:** Trung tâm CNVH không phải là thực thể tồn tại độc lập, mà là điểm khởi đầu. Mối quan hệ giữa Trung tâm CNVH với các thực thể khác

gồm: Mỗi quan hệ đồng cấp và chia sẻ thị trường của các Trung tâm CNHV cấp quốc gia và quốc tế; Mỗi quan hệ quốc tế; Mỗi quan hệ trong nước với các cụm CNVH; Mỗi quan hệ tương hỗ với các tổ chức có liên quan. Việt Nam (cũng như tỉnh Quảng Ninh) cần hình thành Hệ thống mạng lưới các Trung tâm CNVH gồm: Mạng lưới kết nối các Trung tâm CNVH cấp quốc gia và quốc tế trong và ngoài nước (với 3 dạng Cấp IA; IB; IC); Mạng lưới kết nối các Trung tâm CNVH với các Trung tâm, Cụm chuyên ngành khác có liên quan (với 2 dạng Cấp IIA và IIB); Mạng lưới Trung tâm CNVH cấp tỉnh, địa phương (dạng Cấp III). Trong đó mạng lưới Cấp I có vai trò đặc biệt quan trọng, cần sớm triển khai thực hiện, để đến kết thúc giai đoạn 2020 -2025 có thể đi vào hoạt động và mang lại hiệu quả cho xã hội.

- **Về địa điểm:** Nghiên cứu đã chỉ ra các nguyên tắc về lựa chọn địa điểm căn cứ theo đặc điểm của Trung tâm CNVH gắn với tiến trình thực hiện Đặc khu hành chính – kinh tế Vân Đồn, Quảng Ninh, đề xuất một số vị trí cụ thể có thể lựa chọn đầu tư xây dựng Trung tâm CNVH tại Vân Đồn.

d) Về QHXD Trung tâm CNVH

- Về nguyên tắc QHXD chung :

+ Trung tâm CNVH được quy hoạch phù hợp với quy hoạch chung xây dựng Đặc khu hành chính – kinh tế Vân Đồn, tỉnh Quảng Ninh đã được phê duyệt; là bước cụ thể hóa của quy hoạch chung.

+ Trung tâm CNVH được quy hoạch nhằm đáp ứng nhu cầu tạo lập không gian kiến trúc, cảnh quan, môi trường thúc đẩy sáng tạo.

+ Trung tâm CNVH được quy hoạch thành một không gian tập trung lớn thể hiện sức mạnh của sự kết nối, và có chất lượng phù hợp với quy định quốc tế tại các Nước phát triển.

+ Thể hiện là điểm đến của doanh nghiệp trong và ngoài nước, thông qua môi trường sáng tạo chuyên nghiệp, với hệ thống giao thông và kết nối số hoàn hảo, cũng như hệ thống thông tin chỉ dẫn bằng tiếng Anh và tiếng Việt.

+ Trung tâm CNVH không phải là trung tâm độc lập, mà là một điểm nút của Hệ thống mạng lưới các trung tâm CNVH và cụm CNVH.

+ Được quy hoạch và thiết kế kiến trúc vì môi trường và phát triển bền vững.

+ Đặc trưng văn hóa địa phương (Di sản thế giới, quốc gia) không chỉ là thương hiệu cho Trung tâm mà còn là nguồn cảm hứng cho việc quy hoạch, thiết kế kiến trúc, cảnh quan và tổ chức nội thất công trình.

+ Quy hoạch phải có tầm nhìn xa trong tương lai với sự phát triển của thị trường CNVH vươn xa tới thị trường ASEAN, Đông Á và thế giới.

+ Quy hoạch cũng như thiết kế kiến trúc công trình trong Trung tâm CNVH và sự kết hợp hài hòa giữa hai yếu tố: “Mở” và “Kết nối” giữa con người với con người; con người với tự nhiên và con người với niềm tin.

- Về bố trí các khu chức năng trong Trung tâm CNVH: Nghiên cứu cũng đã đề xuất các nguyên tắc bố trí 6 khu chức năng trong Trung tâm CNVH, gồm: Khu quản lý, điều hành; Khu trưng bày, thương mại hóa sản phẩm; Khu văn phòng ; Khu cây xanh công viên, nghỉ ngơi giải trí; Khu các công trình đầu mối HTKT; Hệ thống giao thông nội bộ. Cơ cấu sử dụng đất trong Trung tâm CNVH như sau:

TT	Loại đất	Tỷ lệ chiếm đất (%)	Ghi chú
1	Khu quản lý, điều hành Trung tâm CNVH	1-2	Không gian cho hoạt động pháp lý, quản lý, điều hành
2	Khu trình diễn, trưng bày thương mại hóa sản phẩm	15- 20	Không gian cho hoạt động dịch vụ tiêu dùng cấp cao
3	Khu văn phòng	35- 40	Không gian cho hoạt động dịch vụ sản xuất cấp cao
4	Khu cây xanh công viên, nghỉ ngơi giải trí	20	Không gian cho hoạt động tái tạo
5	Khu các công trình đầu mối HTKT	2 - 3	
6	Hệ thống giao thông nội bộ	12- 15	

- Về định hướng phát triển không gian:

+ Căn cứ theo đặc điểm của Trung tâm CNVH, các khu chức năng trong Trung tâm CNVH có thể phân thành: i) Nhóm có quy mô diện tích ít thay đổi: Khu quản lý, điều hành; Khu trưng bày, thương mại hóa sản phẩm; ii) Nhóm có quy mô diện tích hay thay đổi: Khu văn phòng, luôn tiềm ẩn khả năng mở rộng linh hoạt; Nhóm có vai trò kết nối hai nhóm trên.

+ Đề xuất giải pháp cho việc bố trí 3 nhóm trên, theo hình tượng của một “chiếc lá”: Nhóm 1 - ít thay đổi như cuống chính của lá; Nhóm 2 - hay thay đổi như gân nhánh lá; Nhóm 3, liên kết hai nhóm như phần thịt lá. Đây là hình tượng dễ nhớ tương tự như mô hình quy hoạch mang trên “trục xương sống” được sử dụng rộng rãi trong thiết kế kiến trúc.

+ Đề xuất 2 giải pháp quy hoạch Trung tâm CNVH: giải pháp quy hoạch theo kiểu “ô cò” và giải pháp theo kiểu “linh hoạt” phù hợp với mô hình “chiếc lá”.

+ Đề xuất các định hướng quy hoạch từng khu chức năng trong Trung tâm CNVH, trong đó làm rõ sự khác biệt về quy hoạch của từng khu chức năng.

- Về quy hoạch không gian kiến trúc cảnh quan:

+ Đề xuất các quan điểm về tổ chức không gian kiến trúc chung vừa đảm bảo phù hợp với cảnh quan chung của Đặc khu mà còn trở thành một “nơi chốn”, địa điểm dễ ghi nhận gắn với thương hiệu Di sản thế giới; Không gian kiến trúc cảnh quan phải được tổ chức mang tính lâu dài, theo tinh thần văn hóa của thời đại, vừa hiện đại vừa thấm đẫm văn hóa bản địa; Xác lập các nhân tố tạo lập cảnh quan chính; Phương thức quản lý, vận hành không gian kiến trúc cảnh quan.

+ Đề xuất các giải pháp bố cục và tổ chức không gian kiến trúc cảnh quan các khu vực trọng tâm, các tuyến, các điểm nhấn và điểm nhìn quan trọng. Trong đó, đặc biệt chú ý về việc phân vùng cảnh quan với 5 phân vùng cụ thể; Xác định các hạng mục công trình dự kiến trong Trung tâm CNVH, trước hết tại Khu văn phòng, Khu trưng bày, thương mại hóa sản phẩm, tổ chức sự kiện, Khu cây xanh vui chơi giải trí; Tổng hợp một số ví dụ có tính minh họa, định hướng cho tổ chức không gian kiến trúc cảnh quan cụm công trình và công trình.

- Về các quy định kiểm soát phát triển: Đề xuất các khung chỉ tiêu kinh tế kỹ thuật để kiểm soát phát triển về QHXD Trung tâm CNVH. Đây là các chỉ tiêu mang tính đặc thù của một mô hình mới tại Việt Nam.

e) Về đầu tư xây dựng và quản lý vận hành

- Đề xuất 2 kịch bản đầu tư xây dựng, quản lý vận hành Trung tâm CNVH tại Đặc khu hành chính – kinh tế Vân Đồn, theo nguyên tắc: Nhà nước khởi xướng, doanh

nghiệp thực hiện.

- Đề xuất 3 giai đoạn: Giai đoạn hình thành; Giai đoạn vận hành; Giai đoạn điều chỉnh mở rộng. Các đề xuất nêu rõ các nội dung công việc phải làm trong từng giai đoạn để đưa Trung tâm CNVH sớm vào hoạt động và tổ chức có hiệu quả hoạt động của Trung tâm CNVH sau này.

2) Kiến nghị: Trong điều kiện của đề tài, các kết quả nghiên cứu còn giới hạn trong phạm vi chuyên môn hẹp, cần tiếp tục được mở rộng, bổ sung, hoàn thiện gắn với quá trình tổ chức đầu tư xây dựng và vận hành Trung tâm CNVH. Cùng với việc triển khai nghiên cứu, hình thành Trung tâm CNVH, tiến hành:

- Về phương diện quốc gia: Khẳng định sự tất yếu của mô hình phát triển các ngành CNVH và vị thế của Tầng lớp sáng tạo trong toàn xã hội; đảm bảo sở hữu trí tuệ, bình đẳng thị trường, nhằm tạo dựng niềm tin, thúc đẩy tinh thần cộng đồng tự do kinh doanh và sáng tạo.

- Về phương diện địa phương: Thúc đẩy các hoạt động liên kết với các tổ chức đào tạo và nghiên cứu, doanh nghiệp có liên quan trong và ngoài nước tham gia vào mô hình Trung tâm CNVH; Đào tạo và hình thành đội ngũ quản lý chuyên nghiệp và quốc tế hóa cho Trung tâm CNVH.

- Về hợp tác quốc tế: Tận dụng tối đa kinh nghiệm và thương hiệu của các cá nhân và tổ chức có liên quan về CNVH (trong đó có quy hoạch, kiến trúc) trong việc hình thành, quản lý, vận hành Trung tâm CNVH và hệ thống mạng lưới Trung tâm CNVH và cụm CNVH theo chuẩn mực quốc tế.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tài liệu tiếng Việt

1. Nguyễn Thị Thu Hà (2017), *Khung pháp lý đối với các Không gian sáng tạo Việt Nam*, British Council.
2. Nguyễn Thị Hương (2008), “Phát triển ngành CNVH ở nước ta trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế”, *Tạp chí Lý luận chính trị*, (10).
3. Trương Uyên Ly (2014), *Không gian sáng tạo tại Việt Nam*, British Council.
4. Nguyễn Danh Ngà (2009), “Một vài nét về CNVH ở Việt Nam”, *Hội thảo CNVH ở Việt Nam - Thực trạng và giải pháp*, Hà Nội.
5. Nguyễn Tri Nguyên (2006), *Văn hoá - Tiếp cận lý luận và thực tiễn*, NXB Văn hoá Thông tin và Viện Văn hoá Thông tin.
6. Tô Huy Rứa (2006), “Xây dựng và phát triển ngành CNVH ở nước ta”, *Tạp chí Cộng sản*, (1).
7. Châu Quốc Tuấn (2014), *Phát triển du lịch biển đảo vịnh Bái Tử Long, tỉnh Quảng Ninh*, Luận án tiến sĩ ngành Kinh tế phát triển, Học viện nông nghiệp Việt Nam
8. Phạm Đình Tuyền (2017), *Di sản thế giới tại ASEAN “Một tầm nhìn, Một bản sắc, Một cộng đồng”*, NXB Xây dựng, Hà Nội.
9. Nhóm Ngân hàng Thế giới và Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2016), *Việt Nam 2035: Hướng tới Thịnh vượng, Sáng tạo, Công bằng và Dân chủ - Báo cáo tổng quan*.
10. Andy C. Pratt (2017), *Không gian sáng tạo, Kinh nghiệm từ Châu Âu: Những bài học cho Việt Nam*, British Council.
11. Tổng Cục Thống kê (2016), *Dự báo dân số Việt Nam 2014-2049*, NXB Thông Tấn, Hà Nội.
12. Quyết định số: 581/QĐ-TTg, ngày 6/5/2009 của Chính phủ phê duyệt “*Chiến lược phát triển văn hóa Việt Nam đến năm 2020*”.
13. Nghị quyết số 13-NQ/TW, ngày 6/1/2012 của Hội nghị lần thứ 4 Ban Chấp hành Trung ương Đảng khóa XI về “*Xây dựng hệ thống kết cấu hạ tầng đồng bộ nhằm đưa nước ta cơ bản trở thành nước công nghiệp theo hướng hiện đại vào năm 2020*”.
14. Nghị quyết số 33-NQ/TW ngày 9/6/2014 Hội nghị Trung ương 9 khóa XI về “*Xây dựng và phát triển văn hóa, con người Việt Nam đáp ứng yêu cầu phát triển bền vững đất nước*”.
15. Quyết định số 1755/QĐ-TTg, ngày 8/9/2016 của Chính phủ phê duyệt “*Chiến lược phát triển các ngành CNVH Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*”.
16. Nghị định số 109/2017/NĐ-CP, ngày 21/09/2017 của Chính phủ về “*Quy định về bảo vệ và quản lý Di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới ở Việt Nam*”.
17. Nghị định số 99/2003/NĐ-CP, ngày 28/8/2003 của Chính phủ về việc ban hành “*Quy chế Khu công nghệ cao*”.
18. Nghị định số 29/2008/NĐ-CP, ngày 14/3/2008 của Chính phủ quy định về “*Khu*

công nghiệp, khu chế xuất và khu kinh tế”.

19. Nghị định số 68/2017/NĐ-CP, ngày 25/5/2017 của Chính phủ về “*Quản lý phát triển Cụm công nghiệp*”.
20. Quyết định số 1296/QĐ-TTg, ngày 19/8/2009 của Chính phủ phê duyệt “*Quy hoạch chung xây dựng KKT Vân Đồn tỉnh Quảng Ninh đến năm 2020 tầm nhìn đến năm 2030*”.
21. Quyết định số 2622/QĐ-TTg, ngày 31/12/2013, của Chính phủ phê duyệt “*Quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Quảng Ninh đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*”.
22. Quyết định số 3594/QĐ-UBND ngày 27/9/2016 của UBND huyện Vân Đồn về việc phê duyệt “*Quy hoạch tổng phát triển du lịch huyện Vân Đồn đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*”.

Báo chí, internet

23. Đông Mai (2016), *Hoàn thiện mô hình quản lý Di sản Thế giới tại Việt Nam*, <http://www.nhandan.com.vn>.
24. Nguyễn Thị Thu Phương (2016), *Công nghiệp văn hóa Việt Nam: Góc nhìn thể chế*, <http://baoquocte.vn>.
25. Phạm Thu Thủy (2016), *Những gợi mở cho công nghiệp văn hóa Việt Nam từ thực tiễn của Nhật Bản*, <http://cjs.inas.gov.vn>.
26. Trinh Trần (2017), *Thực trạng ngành game Việt: Vẫn làm giàu cho nước ngoài*, <http://infogame.vn>.
27. Jonathan C. Molloy (2013), *Can Architecture Make Us More Creative?*, <https://www.archdaily.com>
28. Ewelina Adamus (2017), *What type of office suits your company?*, <https://www.nowystylgroup.com>
29. <http://www.chinhphu.vn>
30. <http://www.quangninh.gov.vn/>
31. <https://www.gso.gov.vn>
32. <http://whc.unesco.org>
33. <http://whc.unesco.org/en/list/672>
34. https://en.wikipedia.org/wiki/Cultural_industry
35. https://vi.wikipedia.org/wiki/Quảng_Ninh
36. <https://en.wikipedia.org/wiki/Office>
37. <http://bmktcn.com/>
38. <https://thongtindoanhnghiep.co>

Tài liệu tiếng Anh

39. Ari-Veikko Anttiroiko (2004), “Science Cities: Their characteristics and future

- challenges”, *International Journal of Technology Management*, 28.
- 40.Asia - Europe Foundation (2015), *Cultural and creative hubs network*.
- 41.BOP Consulting (2010), *Mapping the creative industries: a tool kit*, British Council, London.
- 42.British Council (2016), *Creative Economy Report 2015/16*.
- 43.Manuel Castells và Peter Hall (1994), *Technopoles of the World - The making of 21 st Century Industrial Complexes*, Routledge, New York.
- 44.Jon Dovey và Andy C. Pratt (2016), *Creative Hubs: Understanding the New Economy*, British Council.
- 45.Bahar Durmaz, Stephen Platt và Tan Yigitcan Iar (2010), “Creativity, culture tourism and place-making: Istanbul and London film industries”, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4 (3), pp. 198-213.
- 46.EY (2015), *Cultural times: the first global map of cultural and creative industries*.
- 47.Richard Florida (2002), *Rise of the Creative Class*, Basic Books.
- 48.Luciana Lazzeretti (2012), *The remarkable resilience of Florence, city of art*, Nghiên cứu trong Hội thảo Networked regions and cities in times of fragmentation: Developing smart, sustainable and inclusive places.
- 49.Ling Low (2017), *Connecting creative communities, creative hubs in Malaysia, Thailand, Indonesia and Philippines*, British Council.
- 50.Giulio Maggiore và Immacolata Vellecco (2012), “Cultural Districts, Tourism and Sustainability”, *Strategies for Tourism Industry - Micro and Macro Perspectives*, pp. 241-266.
- 51.Janine Matheson và Gillian Easson (2015), *Creative HubKit: Made by hubs for emerging hubs*, British Council.
- 52.Morris Hargreaves McIntyre (2012), *Culture Segments New Zealand 2011 report*, Creative New Zealand.
- 53.Ray Oldenburg (1989), *The Great Good Place*, Paragon House, New York.
- 54.Sebastian Olma (2012), *The Serendipity Machine, A Disruptive Business Model for Society 3.0*, Society 3.0 Foundation.
- 55.Tin Phan (2016), *Coworking Spaces: From industrial complexes to the fourth industrial revolution?*, Luận văn ngành Kiến trúc, The Oslo School of Architecture and Design.
- 56.Michael Porter(1998), *The Competitive Advantage of Nations*.
- 57.Donovan Rypkema và Hristina Mikic (2016), *Cultural heritage & creative industries*, Creative Economy Group Foundation, Serbia
- 58.UNDP và UNESCO (2013), *Creative economy report 2013 special edition: Widening local development path ways*, UNDP, Mỹ.
- 59.UNESCO (2007), *Statistics on cultural industries: Framework for the Elaboration of National Data Capacity Building Projects*, UNESCO Asia and Pacific Regional Bureau for Education, Thái Lan.

- 60.UNESCO (2009), *The 2009 UNESCO framework for cultural statistics*, UNESCO Institute for Statistics, Quebec.
- 61.UNCTAD (2015), *Creative economy outlook and country profiles: trends in international trade in creative industries*.
- 62.Shwu-Ing Wu¹ và Man-Li Tian (2017), *Impact of Consumers' Preference for Cultural and Creative Parks on the Attitude Behavior Model*, Canadian Center of Science and Education.

MÔ HÌNH & GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA GẮN VỚI DI SẢN THỂ GIỚI VỊNH HẠ LONG TẠI ĐẶC KHU KINH TẾ VÂN ĐỒN, QUẢNG NINH

MỞ ĐẦU

NGÀNH: KIẾN TRÚC

GVHD: TS.KTS PHẠM ĐÌNH TUYẾN

LỚP: KDHN1511

HVCH: KTS. PHẠM THU TRANG

HÌNH VẼ: 0.1

PHẦN MỞ ĐẦU

LÝ DO LỰA CHỌN ĐỀ TÀI



Phát triển CNVH luôn dành được sự quan tâm của nhiều quốc gia, trong đó có Việt Nam. Chiến lược phát triển các ngành CNVH Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030 đã được chính phủ phê duyệt năm 2016.



Một trong những giải pháp trong Chiến lược phát triển CNVH là hình thành Hệ thống TTCNVH cấp quốc gia và quốc tế tại Hà Nội, Hồ Chí Minh, Đà Nẵng và tại 8 khu vực gắn với các Di sản văn hóa, thiên nhiên thế giới.



Việt Nam đang nghiên cứu đề xuất Mô hình Đặc khu hành chính - kinh tế tại Vân Đồn, Bắc Vân Phong, Phú Quốc. Trong các mô hình đều đề cập tới việc xây dựng TTCNVH. Đặc biệt, TTCNVH văn hóa Vân Đồn còn gắn với Di sản Vịnh Hạ Long.

ĐỐI TƯỢNG NGHIÊN CỨU:

Trung tâm CNVH gắn với Di sản thể giới

PHẠM VI NGHIÊN CỨU

Mô hình & giải pháp quy hoạch mang tính định hướng

PHẠM VI KHÔNG GIAN

Đặc khu hành chính - kinh tế Vân Đồn, gắn với Di sản thiên nhiên thế giới Vịnh Hạ Long, Quảng Ninh;

PHẠM VI THỜI GIAN

Theo các mốc thời gian: 2018, 2020, 2025 và 2030.

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU:

Thu thập tài liệu liên quan => Tổng hợp và hệ thống hóa => Nghiên cứu, so sánh => Nhận diện vấn đề thực tiễn và các nhân tố tác động liên quan=> Dự báo các kịch bản phát triển theo tiến trình thực tiễn => Đề xuất các mô hình giải pháp phù hợp với các kịch bản phát triển => Khái quát hóa thành lý luận.

MỤC ĐÍCH & MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU

Hình thành luận cứ khoa học về Mô hình TTCNVH gắn với Di sản thể giới, góp phần triển khai Chiến lược phát triển CNVH Việt Nam; phát triển các ngành CNVH trở thành những ngành kinh tế dịch vụ quan trọng, đóng góp vào tăng trưởng kinh tế và giải quyết việc làm, đáp ứng nhu cầu sáng tạo, hưởng thụ và tiêu dùng văn hóa; quảng bá thương hiệu sản phẩm, dịch vụ văn hóa và phát triển các ngành lợi thế, tiềm năng Việt Nam.

PHẦN MỞ ĐẦU

PHẦN NỘI DUNG

PHẦN KẾT LUẬN

CHƯƠNG 1 TỔNG QUAN VỀ TRUNG TÂM CNVH

- 1.1 Các khái niệm liên quan đến ngành CNVH và Trung tâm CNVH
- 1.2 Bối cảnh nền kinh tế - văn hóa Việt Nam đối với phát triển ngành CNVH
- 1.3 Thực trạng phát triển ngành CNVH tại Việt Nam
- 1.4 Thực trạng phát triển ngành CNVH tại Quảng Ninh và Vân Đồn
- 1.5 Vai trò, xu hướng phát triển ngành CNVH, Trung tâm CNVH trên thế giới
- 1.6 Các vấn đề thực tiễn đặt ra cho việc hình thành Mô hình và giải pháp quy hoạch Trung tâm CNVH tại Đặc khu kinh tế Vân Đồn, Quảng Ninh

CHƯƠNG 2 CƠ SỞ KHOA HỌC CHO VIỆC THIẾT LẬP MÔ HÌNH VÀ GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CNVH TẠI ĐẶC KHU KINH TẾ VÂN ĐỒN, QUẢNG NINH

- 2.1 Các cơ sở pháp lý
- 2.2 Di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới tại Việt Nam và Di sản thiên nhiên thế giới Vịnh Hạ Long
- 2.3 Các ngành CNVH và Trung tâm Dịch vụ sản xuất và tiêu dùng cấp cao cho các ngành CNVH
- 2.4 Đặc điểm của Đặc khu kinh tế Vân Đồn, Quảng Ninh
- 2.5 Một số lý luận và mô hình phát triển có liên quan đến Trung tâm CNVH trên thế giới

CHƯƠNG 3 MÔ HÌNH VÀ GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CNVH TẠI ĐẶC KHU KINH TẾ VÂN ĐỒN, QUẢNG NINH

- 3.1 Quan điểm, nguyên tắc hình thành Mô hình và giải pháp quy hoạch TTCNVH tại ĐKKT Vân Đồn, Quảng Ninh
- 3.2 Mối quan hệ giữa TTCNVH Vân Đồn với các TTCNVH khác - Hệ thống mạng lưới
- 3.3 Quy mô đất đai và lựa chọn địa điểm xây dựng TTCNVH tại ĐKKT Vân Đồn
- 3.4 Giải pháp quy hoạch định hướng phát triển không gian TTCNVH
- 3.5 Giải pháp quy hoạch không gian kiến trúc cảnh quan TTCNVH
- 3.6 Giải pháp quy hoạch định hướng hệ thống công trình hạ tầng kỹ thuật và môi trường
- 3.7 Mô hình triển khai đầu tư xây dựng, quản lý và khai thác

MÔ HÌNH & GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA GẮN VỚI DI SẢN THỂ GIỚI VỊNH HẠ LONG TẠI ĐẶC KHU KINH TẾ VĂN ĐỒN, QUẢNG NINH

PHẦN NỘI DUNG

NGÀNH: KIẾN TRÚC

GVHD: TS.KTS PHẠM ĐÌNH TUYẾN

LỚP: KDHN1511

HVCH: KTS. PHẠM THU TRANG

HÌNH VẼ: 1.1

CÁC KHÁI NIỆM CÓ LIÊN QUAN ĐẾN NGÀNH CNVH & TRUNG TÂM CNVH

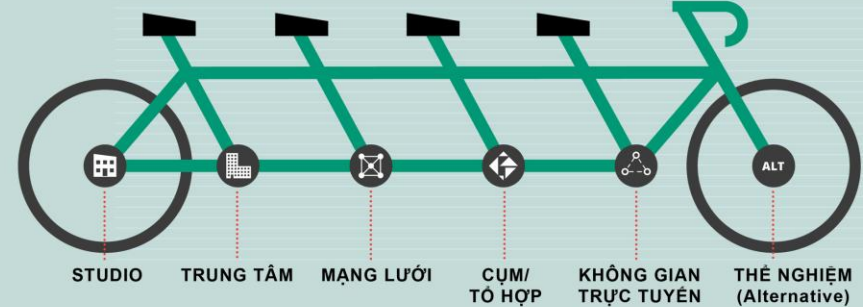


- 01 SÁNG TẠO**
Khởi nguồn ra các ý tưởng & nội dung
- 02 SẢN XUẤT**
Sản xuất các sản phẩm văn hóa bằng các công cụ chuyên môn, cơ sở hạ tầng hỗ trợ
- 03 PHÂN PHỐI**
Đưa sản phẩm văn hóa đến người tiêu dùng (bán buôn, bán lẻ, cho thuê)
- 04 QUẢNG BÁ, TRUYỀN TẢI**
Thông qua truyền bá sản phẩm văn hóa, truyền tải thông tin và kiến thức văn hóa
- 05 TIÊU THỤ**
Tiêu thụ các sản phẩm văn hóa hoặc tham gia vào các hoạt động, trải nghiệm văn hóa

Theo Hội đồng Anh, **không gian sáng tạo** là nơi tụ họp, chia sẻ không gian và hỗ trợ kết nối, phát triển kinh doanh và thu hút cộng đồng trong lĩnh vực sáng tạo, văn hóa và công nghệ.



CÁC MÔ HÌNH KHÔNG GIAN SÁNG TẠO CỦA HỘI ĐỒNG ANH



➔ TRUNG TÂM CNVH...



LÀ HỆ THỐNG KẾT CẤU HẠ TẦNG CNVH, hệ thống dịch vụ sản xuất và tiêu dùng cấp cao trong lĩnh vực CNVH, **không gian sáng tạo** của cộng đồng CNVH



LÀ CỤM/TỔ HỢP KHÔNG GIAN SÁNG TẠO TẠI MỘT KHU VỰC ĐỊA LÝ (địa điểm vật lý và trực tuyến); Đa chức năng; Nằm trong mạng lưới không gian sáng tạo và là một trong những điểm nút quan trọng



CÓ ĐỊA ĐIỂM ĐẶT TẠI NƠI có tiềm năng về tài nguyên văn hóa, nguồn lao động sáng tạo và môi trường thúc đẩy sáng tạo, hội nhập quốc tế.

➔ HỆ THỐNG MẠNG LƯỚI HÌNH THÀNH TỪ TRUNG TÂM CNVH



MÔ HÌNH & GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA GẮN VỚI DI SẢN THẾ GIỚI VỊNH HẠ LONG TẠI ĐẶC KHU KINH TẾ VẠN ĐỒN, QUẢNG NINH

PHẦN NỘI DUNG

NGÀNH: KIẾN TRÚC

GVHD: TS.KTS PHẠM ĐÌNH TUYẾN

HÌNH VẼ: 1.2

BỐI CẢNH NỀN KINH TẾ - VĂN HÓA VIỆT NAM ĐỐI VỚI PHÁT TRIỂN NGÀNH CNVH

LỚP: KDHN1511

HVCH: KTS. PHẠM THU TRANG



BỐI CẢNH & XU HƯỚNG NỀN KINH TẾ VIỆT NAM

Diện tích đất liền: 331.699 km²
thứ 66 thế giới

Dân số năm 2017: 95,414 triệu
thứ 14 thế giới

GDP năm 2016: 200,493 tỷ \$
thứ 48 thế giới

GDP/người năm 2016: 2164 \$
thứ 134 thế giới



XU HƯỚNG

Nền kinh tế
khai thác tài nguyên
& lao động giản đơn

Nền kinh tế
tri thức



3 YẾU TỐ CHÍNH LÀM NÊN NỀN VĂN HÓA ĐA DẠNG VÀ PHONG PHÚ CỦA VIỆT NAM



Cộng đồng
54 dân tộc với
nền tảng văn hóa
khác nhau



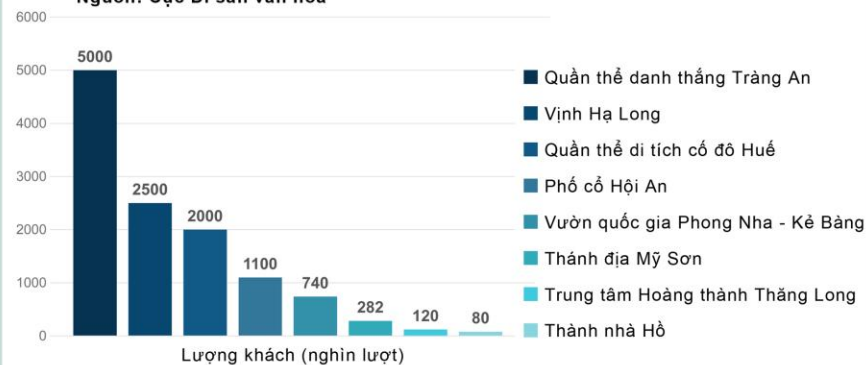
Sự khác biệt về
địa hình, khí hậu &
phân bố dân tộc đã
tạo ra những vùng
văn hoá đặc trưng
riêng



Lịch sử
hàng nghìn năm,
chịu ảnh hưởng của
nhiều nền văn hóa

LƯỢNG KHÁCH DU LỊCH ĐẾN DI SẢN THẾ GIỚI VIỆT NAM NĂM 2015

Nguồn: Cục Di sản văn hóa



8 DI SẢN THẾ GIỚI TẠI VIỆT NAM

01

QUẢNG NINH
Vịnh Hạ Long

02

HÀ NỘI
Hoàng thành Thăng Long

03

NINH BÌNH
Quần thể danh thắng Tràng An

04

THÀNH HÓA
Thành nhà Hồ

05

QUẢNG BÌNH
Vườn quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng

06

HUẾ
Quần thể di tích cổ đô Huế

07

QUẢNG NAM
Thánh địa Mỹ Sơn

08

QUẢNG NAM
Phố cổ Hội An

Việt Nam hoàn toàn có thể tận dụng lợi thế của mình để phát triển các ngành CNVH và coi đó là một trong những ngành mũi nhọn để phát triển quốc gia bền vững.

MÔ HÌNH & GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA GẮN VỚI DI SẢN THỂ GIỚI VỊNH HẠ LONG TẠI ĐẶC KHU KINH TẾ VẠN ĐỒN, QUẢNG NINH

PHẦN NỘI DUNG

NGÀNH: KIẾN TRÚC

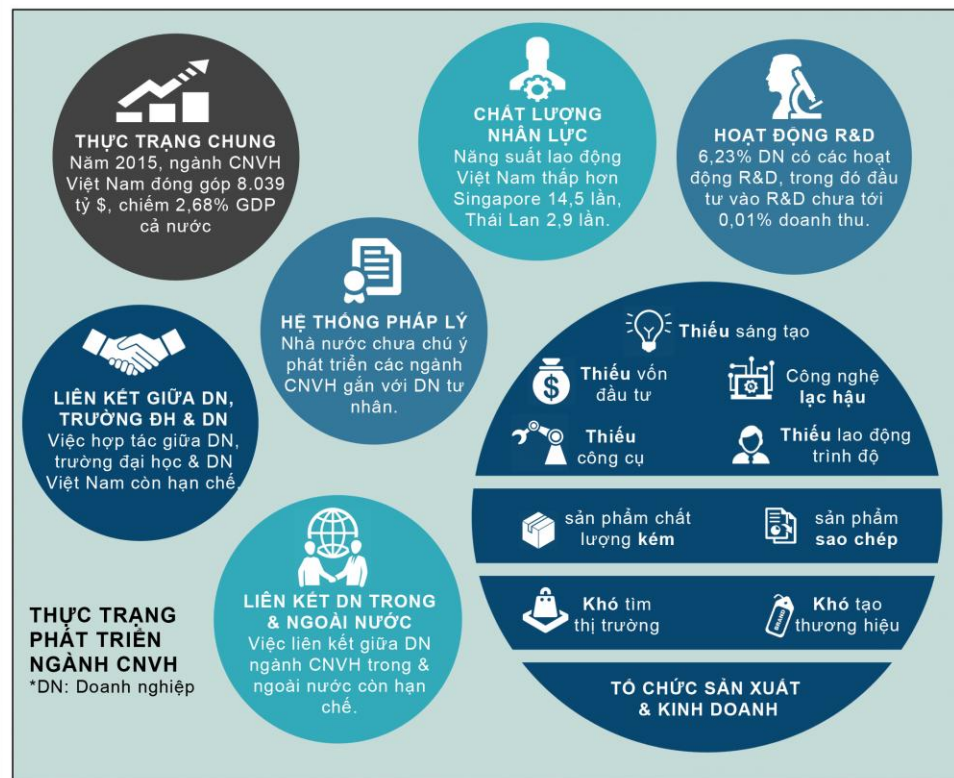
GVHD: TS.KTS PHẠM ĐÌNH TUYẾN

HÌNH VẼ: 1.3

THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN NGÀNH CNVH TẠI VIỆT NAM

LỚP: KDH1511

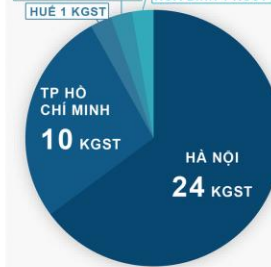
HVCH: KTS. PHẠM THU TRANG



SỐ LƯỢNG KGST Ở CÁC TỈNH THÀNH VIỆT NAM NĂM 2014

Nguồn: Trương Uyên Ly (2014), Không gian sáng tạo tại Việt Nam

HẢI PHÒNG 1 KGST
HUẾ 1 KGST
HÀ NỘI 24 KGST
TP HỒ CHÍ MINH 10 KGST
HÀ NỘI 24 KGST



CÁC VẤN ĐỀ CỦA KHÔNG GIAN SÁNG TẠO (KGST) TẠI VIỆT NAM

- Hệ thống quản lý các ngành CNVH phân tách
- Sự thiếu liên kết giữa các KGST và giữa cộng đồng CNVH
- Khó khăn trong việc duy trì hoạt động về tài chính
- Khó khăn trong việc xin cấp phép/kiểm duyệt

CÁC MÔ HÌNH KHÔNG GIAN SÁNG TẠO TẠI VIỆT NAM

- Thư viện Triển lãm
Sự kiện văn hóa

Heritage Space
Nhà Sàn Collective
Work Room Four
- Quán cafe Quán bar
Sự kiện văn hóa

Manzi
Tổ chim xanh
Hanoi Rock City
- Xưởng studio
Workshop đào tạo

Hanoi Doclab
Creative Lab by UP
ADC Academy
- Văn phòng coworking
Hội thảo workshop

HanoiHub
Toong Coworking
UP Coworking
- Cửa hàng sản phẩm CNVH
Quán cafe Quán bar
Sự kiện văn hóa

Khu X98
Saigon Outcast
- Thư viện Triển lãm
Văn phòng coworking
Xưởng studio
Workshop đào tạo

Quán cafe Quán bar
Cửa hàng sản phẩm CNVH
Sự kiện văn hóa
Hội thảo tọa đàm

Hanoi Creative City
- Không gian trực tuyến

<https://hanoigravine.com/vi/>
<http://www.andofotherthings.com/>

MÔ HÌNH & GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA GẮN VỚI DI SẢN THẾ GIỚI VỊNH HẠ LONG TẠI ĐẶC KHU KINH TẾ VÂN ĐỒN, QUẢNG NINH

PHẦN NỘI DUNG

NGÀNH: KIẾN TRÚC

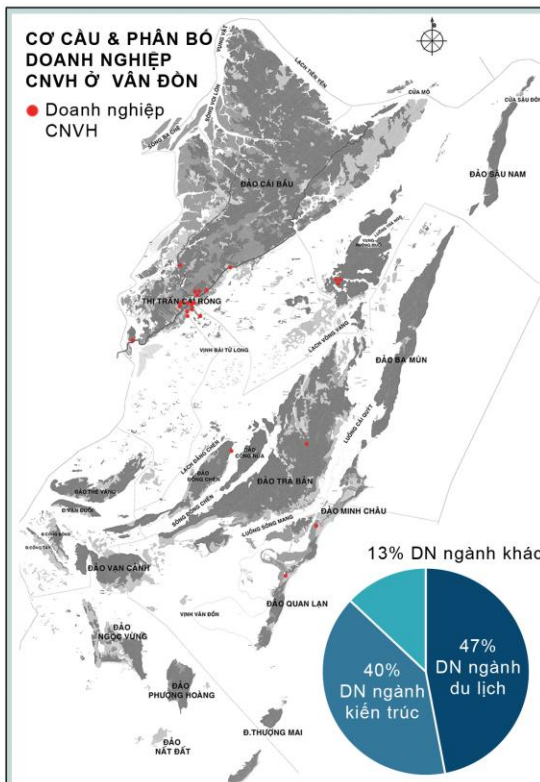
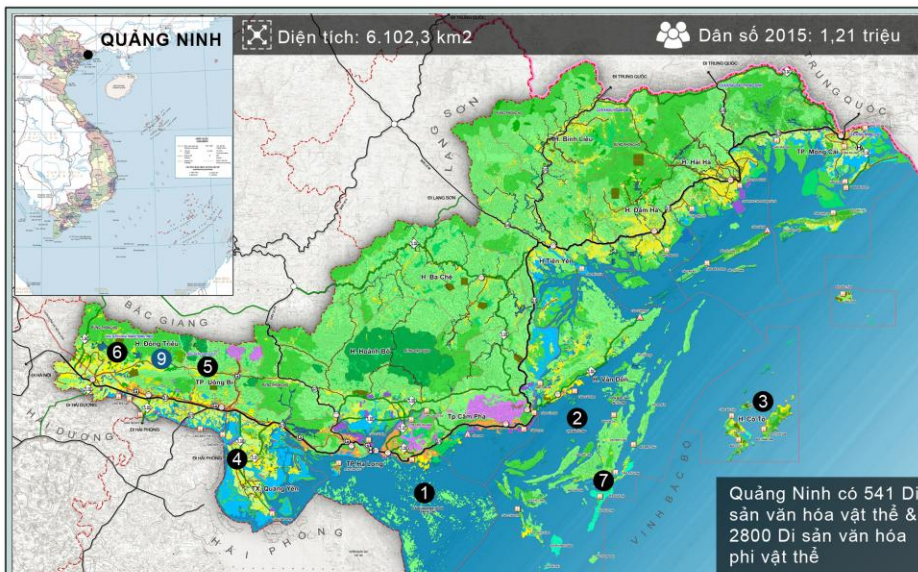
GVHD: TS.KTS PHẠM ĐÌNH TUYẾN

HÌNH VẼ: 1.4

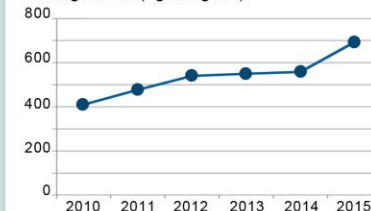
THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN NGÀNH CNVH TẠI QUẢNG NINH & ĐKKT VÂN ĐỒN

LỚP: KDH1511

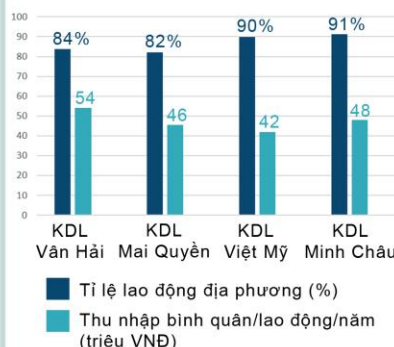
HVCH: KTS. PHẠM THU TRANG



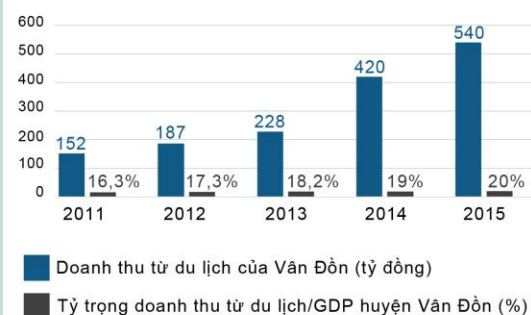
LƯỢNG KHÁCH DU LỊCH ĐẾN VÂN ĐỒN GIAI ĐOẠN 2010 - 2015
 Nguồn: QH tổng thể phát triển du lịch huyện Vân Đồn đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030



TỈ LỆ LAO ĐỘNG ĐỊA PHƯƠNG & THU NHẬP HÀNG NĂM CỦA LAO ĐỘNG Ở 4 KHU ĐI LỊCH TẠI VÂN ĐỒN



DOANH THU TỪ DU LỊCH CỦA HUYỆN VÂN ĐỒN GIAI ĐOẠN 2011 - 2015
 Nguồn: QH tổng thể phát triển du lịch huyện Vân Đồn đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030



NHỮNG HẠN CHẾ CỦA NGÀNH CNVH TẠI VÂN ĐỒN

- Thiếu cơ sở hạ tầng
- Sản phẩm CNVH nghèo nàn
- Trình độ thiết bị, công nghệ thấp
- Thiếu lao động CNVH, lao động trình độ cao
- Công tác tuyên truyền thương hiệu còn hạn chế
- Số lượng các doanh nghiệp ít, thiếu liên kết

MÔ HÌNH & GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA GẮN VỚI DI SẢN THẾ GIỚI VỊNH HẠ LONG TẠI ĐẶC KHU KINH TẾ VĂN ĐỒN, QUẢNG NINH

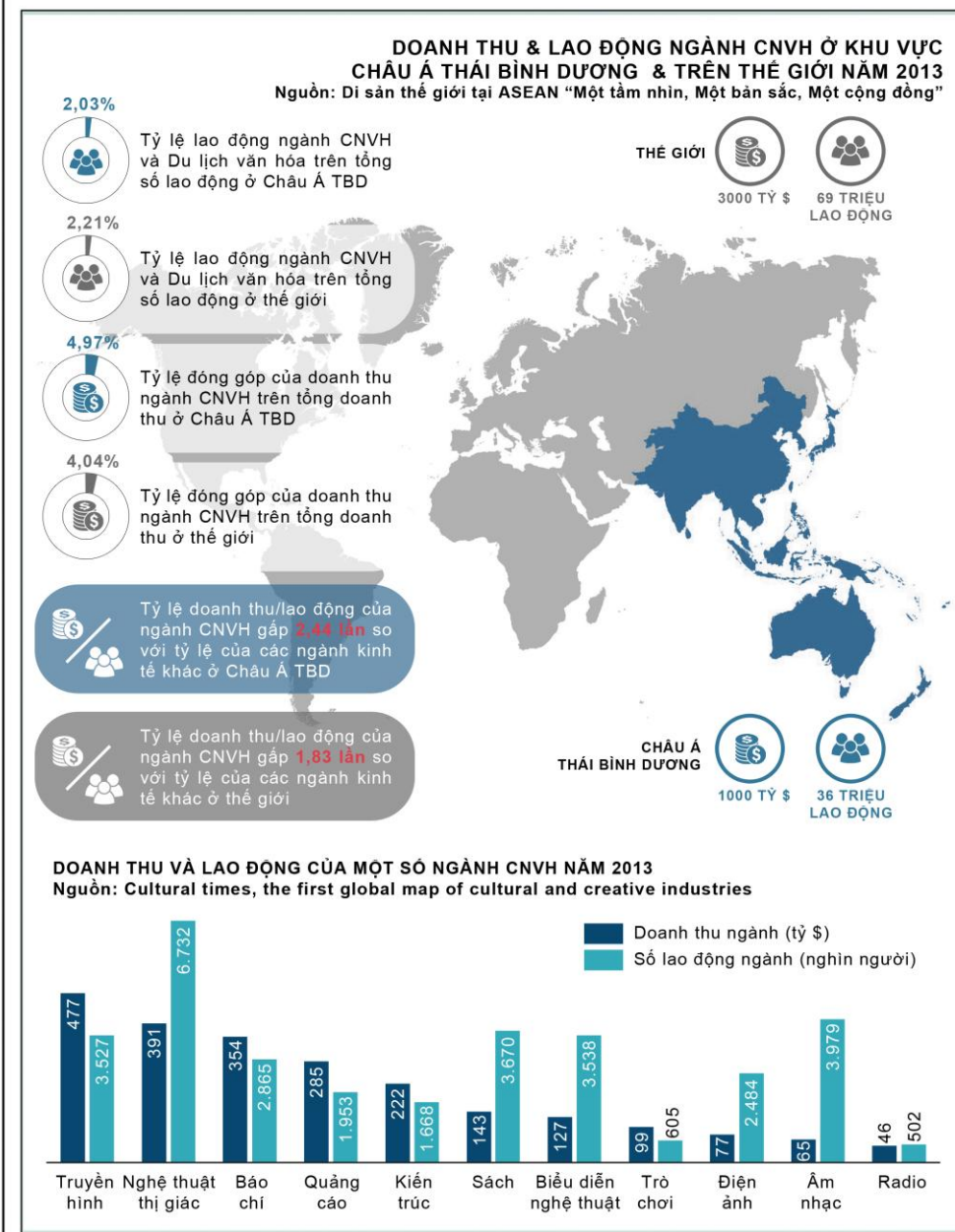
PHẦN NỘI DUNG

NGÀNH: KIẾN TRÚC

GVHD: TS.KTS PHẠM ĐÌNH TUYẾN

HÌNH VẼ: 1.5

VAI TRÒ, XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN CÁC NGÀNH CNVH & TRUNG TÂM CNVH TRÊN THẾ GIỚI



CÁC XU HƯỚNG CÓ LIÊN QUAN ĐẾN PHÁT TRIỂN CNVH TRÊN THẾ GIỚI

SỰ TRỖI DẬY CỦA NHÓM NƯỚC CN MỚI & ASEAN

XU THẾ NỀN KINH TẾ TOÀN CẦU

XU THẾ ĐUA TRANH THƯƠNG HIỆU

XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN CÔNG NGHỆ MỚI

XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP SÁNG TẠO



MÔ HÌNH & GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA GẮN VỚI DI SẢN THỂ GIỚI VỊNH HẠ LONG TẠI ĐẶC KHU KINH TẾ VÂN ĐỒN, QUẢNG NINH

PHẦN NỘI DUNG

NGÀNH: KIẾN TRÚC

GVHD: TS.KTS PHẠM ĐÌNH TUYẾN

LỚP: KDHN1511

HVCH: KTS. PHẠM THU TRANG

HÌNH VẼ: 1.6

CÁC VẤN ĐỀ THỰC TIỄN ĐẶT RA CHO MÔ HÌNH & GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CNVH VÂN ĐỒN



NHU CẦU PHÁT TRIỂN CHUNG NGÀNH CNVH QUỐC GIA

Tăng tỷ lệ đóng góp cho doanh thu của ngành CNVH Việt Nam, từ 2,68% lên **7%** vào năm 2030

Năm 2035, **50%** dân số Việt Nam gia nhập tầng lớp trung lưu, dẫn đến nhu cầu sản phẩm CNVH tăng.

CNVH là lĩnh vực Việt Nam có **cơ hội cạnh tranh** với các quốc gia khác, trong xu thế toàn cầu.



CƠ CHẾ & CHÍNH SÁCH QUẢN LÝ

Xây dựng cơ chế chính sách đặc biệt, liên ngành, phù hợp với quy định chung của thể giới, tạo điều kiện phát triển CNVH.



MÔI TRƯỜNG THÚC ĐẨY NĂNG LỰC ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

Tăng cường đầu tư vào R&D, ở cả doanh nghiệp và Nhà nước; Hình thành các tổ chức cung ứng dịch vụ R&D cho doanh nghiệp, đặc biệt là doanh nghiệp vừa và nhỏ.



TỔ CHỨC SẢN XUẤT & KINH DOANH SẢN PHẨM CNVH

Lao động trình độ cao; Sử dụng công cụ, công nghệ cao; Thúc đẩy sáng tạo gắn với bản quyền tác giả... Coi trọng chất lượng sản phẩm. Khai thác thương hiệu Di sản.

CÁC VẤN ĐỀ THỰC TIỄN CHUNG CỦA NGÀNH CNVH & SẢN PHẨM CNVH VIỆT NAM



ĐÀO TẠO NHÂN LỰC TRÌNH ĐỘ CAO

Tập trung đào tạo lao động trình độ cao, trong đó có lao động CNVH.



LIÊN KẾT DN & TRƯỜNG ĐẠI HỌC, TRONG & NGOÀI NƯỚC

Doanh nghiệp sản xuất phải kết nối với doanh nghiệp công nghệ; Việc hợp tác giữa doanh nghiệp CNVH trong và ngoài nước, đặc biệt với các nước phát triển, là tất yếu.



HÌNH THÀNH MÔ HÌNH TÍCH HỢP GIẢI QUYẾT ĐỒNG BỘ VẤN ĐỀ THỰC TIỄN

Trung tâm CNVH **hỗ trợ các công đoạn thuộc chuỗi sản xuất** mà các doanh nghiệp CNVH, chủ yếu là doanh nghiệp **vừa, nhỏ và siêu nhỏ**.

CÁC VẤN ĐỀ THỰC TIỄN CẦN NGHIÊN CỨU VỀ MÔ HÌNH & GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CNVH TẠI ĐKKT VÂN ĐỒN

*TTCNVH: Trung tâm CNVH

● TTCNVH

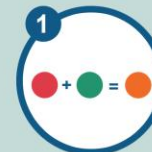
● Di sản thể giới

● TTCNVH gắn với Di sản thể giới

Làm rõ khái niệm TTCNVH gắn với Di sản thể giới, cụ thể là Di sản Vịnh Hạ Long và ĐKKT Vân Đồn.

Mối quan hệ giữa TTCNVH gắn với Di sản thể giới và các TTCNVH khác trong khu vực.

Quy mô, tính chất và địa điểm xây dựng của TTCNVH tại Vân Đồn, gắn với quy hoạch chung.



Các mô hình tổ chức định hướng phát triển không gian TTCNVH.

Các khu vực chức năng trong TTCNVH, mối quan hệ về chức năng và không gian.

Mối quan hệ giữa TTCNVH với các khu vực chức năng khác của KKT Vân Đồn



Các định hướng về không gian kiến trúc cảnh quan chính trong TTCNVH.

Mô hình tổ chức thực hiện và quản lý vận hành TTCNVH.

Khái quát hóa thành hệ thống lý luận để áp dụng quy hoạch xây dựng các TTCNVH khác trên cả nước.



MÔ HÌNH & GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA GẮN VỚI DI SẢN THỂ GIỚI VỊNH HẠ LONG TẠI ĐẶC KHU KINH TẾ VĂN ĐỒN, QUẢNG NINH

PHẦN NỘI DUNG

NGÀNH: KIẾN TRÚC

GVHD: TS.KTS PHẠM ĐÌNH TUYẾN

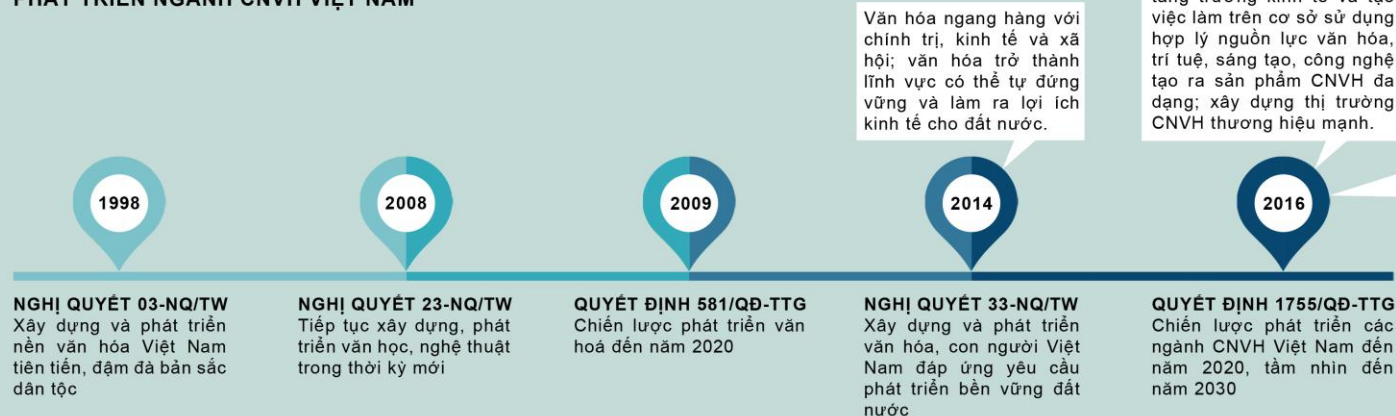
HÌNH VẼ: 2.1

CƠ SỞ PHÁP LÝ LIÊN QUAN ĐẾN NGÀNH CNVH & PHÁT TRIỂN TRUNG TÂM CNVH TẠI VIỆT NAM

LỚP: KDH1511

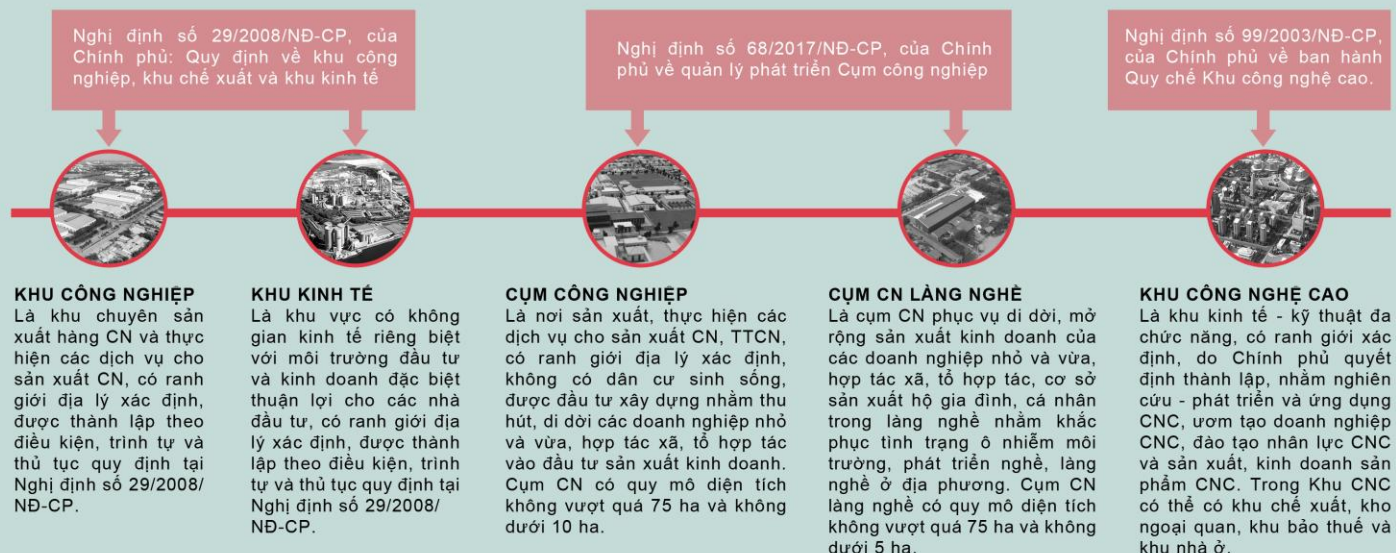
HVCH: KTS. PHẠM THU TRANG

CÁC VĂN BẢN PHÁP LÝ LÀ CƠ SỞ HÌNH THÀNH HỆ THỐNG LÝ LUẬN PHÁT TRIỂN NGÀNH CNVH VIỆT NAM



“HUY ĐỘNG CÁC NGUỒN LỰC TRONG XÃ HỘI ĐỂ HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN 3 TRUNG TÂM CNVH TẠI HÀ NỘI, ĐÀ NẴNG, THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH VÀ MỘT SỐ TRUNG TÂM GẮN VỚI CÁC DI SẢN VĂN HÓA, THIÊN NHIÊN THẾ GIỚI”.
QUYẾT ĐỊNH 1755/QĐ-TTG Chiến lược phát triển các ngành CNVH Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030

CÁC VĂN BẢN PHÁP LÝ CÓ LIÊN QUAN ĐẾN VIỆC XÁC ĐỊNH MÔ HÌNH TRUNG TÂM CNVH



MÔ HÌNH & GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA GẮN VỚI DI SẢN THẾ GIỚI VỊNH HẠ LONG TẠI ĐẶC KHU KINH TẾ VÂN ĐỒN, QUẢNG NINH

PHẦN NỘI DUNG

NGÀNH: KIẾN TRÚC

GVHD: TS.KTS PHẠM ĐÌNH TUYẾN

HÌNH VẼ: 2.2

DI SẢN VĂN HÓA & THIÊN NHIÊN THẾ GIỚI TẠI VIỆT NAM & DI SẢN THIÊN NHIÊN THẾ GIỚI VỊNH HẠ LONG

LỚP: KDHN1511

HVCH: KTS. PHẠM THU TRANG



SƠ ĐỒ TUYẾN DI SẢN THẾ GIỚI TẠI VIỆT NAM
 Nguồn: Di sản thế giới tại ASEAN
 “Một tâm nhìn, một bản sắc, một cộng đồng”

GHI CHÚ

— TUYẾN ĐƯỜNG QUA DI SẢN VĂN HÓA ĐƯỢC UNESCO CÔNG NHẬN
 - - - - - TUYẾN ĐƯỜNG QUA CÁC LOẠI HÌNH DI SẢN KHÁC

TRUNG TÂM CNVH TẠI VIỆT NAM

- I. Trung tâm CNVH tại Hà Nội
- II. Trung tâm CNVH tại Đà Nẵng
- III. Trung tâm CNVH tại TP. Hồ Chí Minh

DI SẢN THẾ GIỚI TẠI VIỆT NAM

1. Quần thể di tích Cố đô Huế
2. Vịnh Hạ Long
3. Phố cổ Hội An
4. Thánh địa Mỹ Sơn
5. Vườn quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng
6. Khu di tích trung tâm Hoàng Thành Thăng Long
7. Thành nhà Hồ
8. Quần thể danh thắng Tràng An

DI SẢN PHI VẬT THỂ TẠI VIỆT NAM

1. Nhã nhạc cung đình Huế
2. Không gian văn hóa Công chiêng Tây Nguyên
3. Dân ca Quan họ Bắc Ninh
4. Ca Trù
5. Hội Gióng tại đền Phù Đổng và đền Sóc Hà Nội
6. Hát Xoan Phú Thọ
7. Tín ngưỡng thờ cúng Hùng Vương
8. Dân ca Tài tử
9. Dân ca Ví Giặm Nghệ Tĩnh
10. Nghi lễ và trò chơi Kéo co
11. Tín ngưỡng thờ Mẫu

KHU DỰ TRỮ SINH QUYỀN TẠI VIỆT NAM

1. Rừng ngập mặn Cần Giờ
2. Vườn quốc gia Cát Tiên
3. Đảo Cát Bà
4. Khu dự trữ sinh quyển rừng ngập mặn đồng bằng sông Hồng
5. Khu dự trữ sinh quyển sông Mekong
6. Khu dự trữ sinh quyển Tây Nghệ An
7. Vườn quốc gia mũi Cà Mau
8. Cù Lao Chàm - Hội An
9. Cao nguyên Lang Biang

CÔNG VIÊN ĐỊA CHẤT TOÀN CẦU TẠI VIỆT NAM

1. Công viên đá Đồng Văn

DI SẢN TƯ LIỆU THẾ GIỚI TẠI VIỆT NAM

1. Một bản triều Nguyễn (gồm 34.618 tấm, là những văn bản chữ Hán-Nôm được khắc ngược trên gỗ để in sách, vào thế kỷ 19,20)
2. 82 bia tiến sỹ của triều đại Lê và Mạc tại Văn Miếu- Quốc Tử Giám



Vịnh Hạ Long có diện tích 150.000 ha, bao gồm 1969 hòn đảo.

Vịnh Hạ Long được UNESCO tôn vinh là Di sản thế giới năm 1994 về giá trị thẩm mỹ và mở rộng lần 2 năm 2000 về giá trị địa chất, địa mạo.

1/7 kỳ quan thiên nhiên của thế giới.

top 3 Di sản UNESCO ấn tượng nhất Châu Á

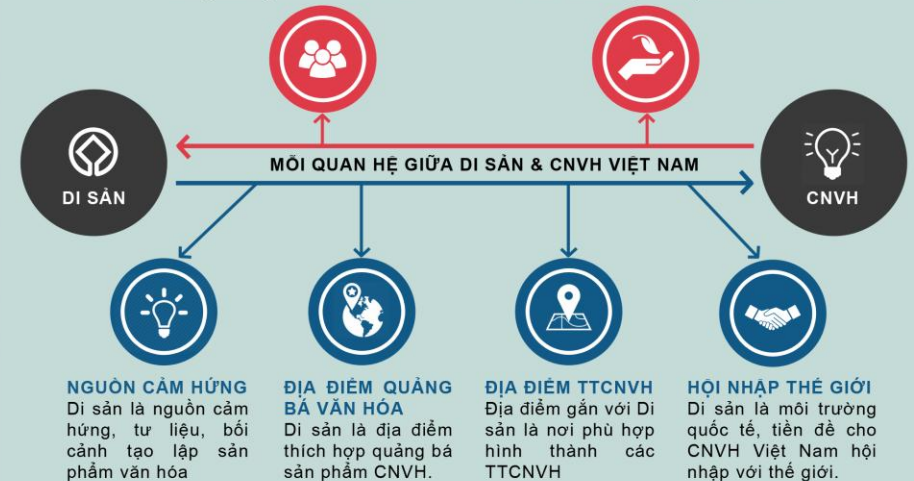
top 10 điểm thăm quan đẹp nhất Đông Nam Á

top 15 kiến tạo tự nhiên kỳ diệu nhất thế giới

top 20 kỳ quan địa chất đẹp nhất thế giới

GẮN KẾT DI SẢN & CỘNG ĐỒNG
 Thông qua CNVH gắn với Di sản, công chúng biết đến Di sản.

BẢO TỒN & PHÁT TRIỂN DI SẢN
 CNVH góp phần bảo tồn và phát triển bền vững khu vực Di sản.



MÔ HÌNH & GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA GẮN VỚI DI SẢN THỂ GIỚI VỊNH HẠ LONG TẠI ĐẶC KHU KINH TẾ VĂN ĐỒN, QUẢNG NINH

PHẦN NỘI DUNG

NGÀNH: KIẾN TRÚC

GVHD: TS.KTS PHẠM ĐÌNH TUYẾN

LỚP: KDNH1511

HVCH: KTS. PHẠM THU TRANG

HÌNH VẼ: 2.3

CÁC NGÀNH CNVH & TRUNG TÂM DỊCH VỤ SẢN XUẤT & TIÊU DÙNG CẤP CAO CHO CÁC NGÀNH CNVH

CÁC DỊCH VỤ SẢN XUẤT & TIÊU DÙNG CẤP CAO MÀ TTCNVH CUNG CẤP

DỊCH VỤ SẢN XUẤT CẤP CAO



DỊCH VỤ TIÊU DÙNG CẤP CAO



Ngành CNVH ít thích hợp bố trí tại ĐKKT Văn Đồn là những ngành có hoạt động sản xuất gây ô nhiễm môi trường hoặc ngành có giá trị gia tăng không cao.

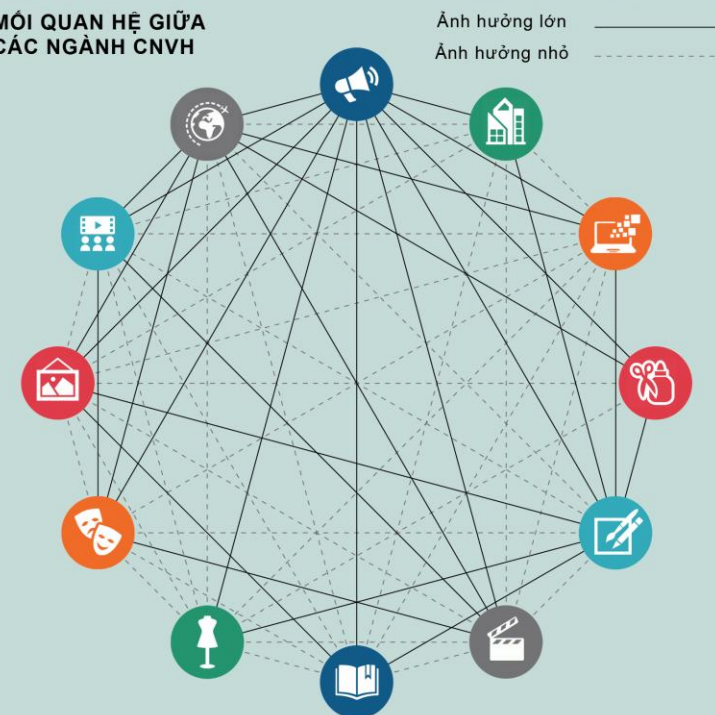
Các ngành CNVH mà Văn Đồn có lợi thế là các ngành văn hóa nghệ thuật, ngành kinh doanh nội dung số và ngành du lịch văn hóa

BẢNG ĐÁNH GIÁ MỨC ĐỘ PHÙ HỢP CỦA TỪNG BƯỚC SẢN XUẤT CÓ THỂ BỐ TRÍ TẠI TTCNVH VĂN ĐỒN

● phù hợp cao ● phù hợp trung bình ● phù hợp thấp

	Khởi nghiệp	Sáng tạo	Sản xuất	Tiêu dùng sản phẩm
Quảng cáo	●	●	●	●
Kiến trúc	●	●	●	●
Phần mềm & trò chơi giải trí	●	●	●	●
Thủ công mỹ nghệ	●	●	●	●
Thiết kế	●	●	●	●
Điện ảnh	●	●	●	●
Xuất bản	●	●	●	●
Thời trang	●	●	●	●
Nghệ thuật biểu diễn	●	●	●	●
Mỹ thuật Nhiếp ảnh Triển lãm	●	●	●	●
Truyền hình phát thanh	●	●	●	●
Du lịch văn hóa	●	●	●	●

MỐI QUAN HỆ GIỮA CÁC NGÀNH CNVH



MỘT SỐ CỤM NGÀNH CNVH CÓ THỂ HÌNH THÀNH

CỤM VĂN HÓA NGHỆ THUẬT



CỤM CÔNG NGHỆ THÔNG TIN



CỤM ĐIỆN ẢNH - TRUYỀN HÌNH - NGHỆ THUẬT BIỂU DIỄN



CỤM BÁO CHÍ & TRUYỀN THÔNG



CỤM BẢO TỒN & PHÁT TRIỂN VĂN HÓA



MÔ HÌNH & GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA GẮN VỚI DI SẢN THẾ GIỚI VỊNH HẠ LONG TẠI ĐẶC KHU KINH TẾ VÂN ĐỒN, QUẢNG NINH

PHẦN NỘI DUNG

NGÀNH: KIẾN TRÚC

GVHD: TS.KTS PHẠM ĐÌNH TUYẾN

HÌNH VẼ: 2.4.1

ĐẶC ĐIỂM CỦA ĐẶC KHU KINH TẾ VÂN ĐỒN QUẢNG NINH

LỚP: KDNH1511

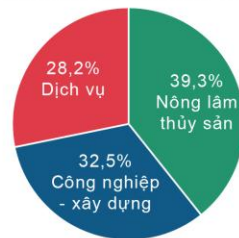
HVCH: KTS. PHẠM THU TRANG



TỐC ĐỘ TĂNG TRƯỞNG KINH TẾ VÂN ĐỒN THEO GIÁ TRỊ SẢN XUẤT 2010 - 2014 (%)

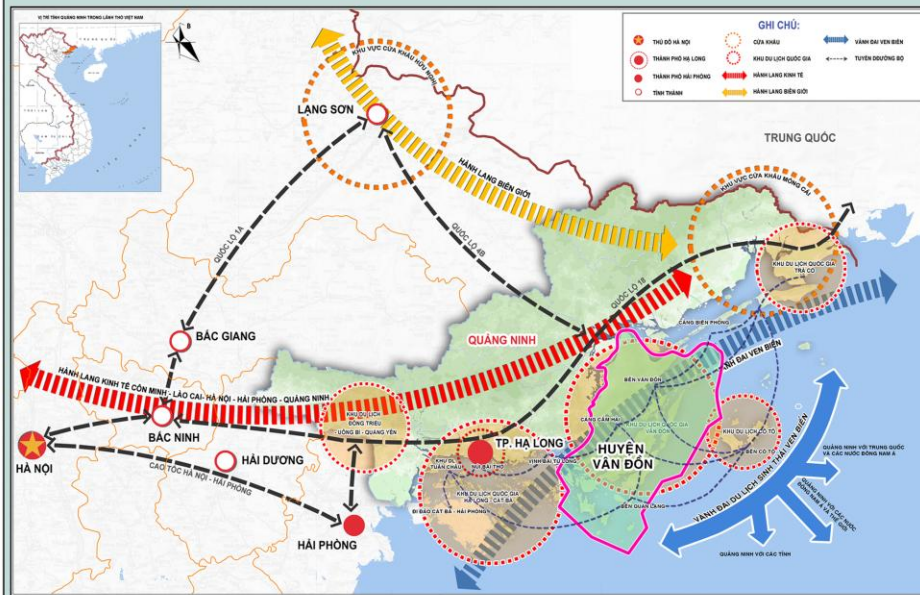


CƠ CẤU KINH TẾ VÂN ĐỒN NĂM 2014

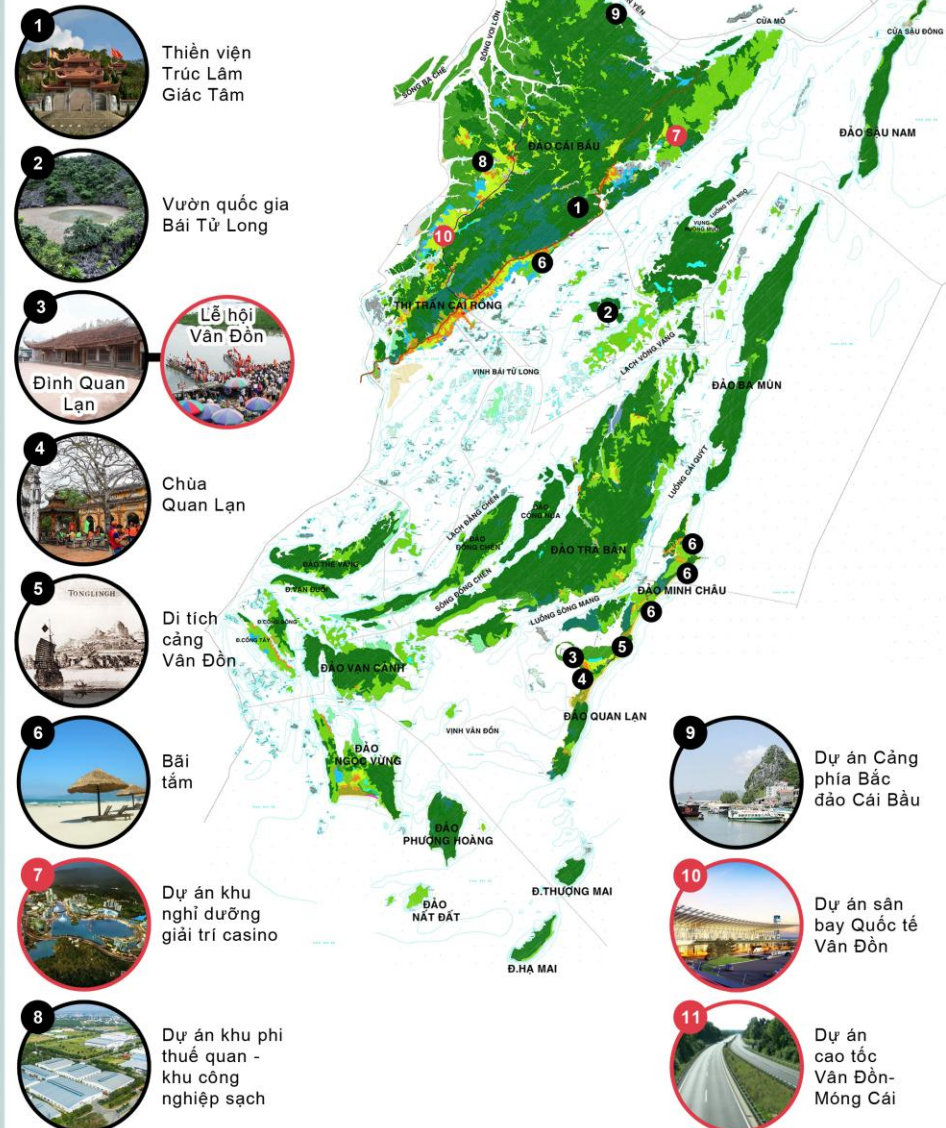


HUYỆN ĐẢO VÂN ĐỒN TRONG MÔI LIÊN HỆ VÙNG

Nguồn: quy hoạch tổng thể phát triển du lịch huyện Vân Đồn đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030



CÁC CÔNG TRÌNH & DỰ ÁN THU HÚT KHÁCH DU LỊCH & ĐẦU TƯ TẠI VÂN ĐỒN



MÔ HÌNH & GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA GẮN VỚI DI SẢN THỂ GIỚI VỊNH HẠ LONG TẠI ĐẶC KHU KINH TẾ VĂN ĐỒN, QUẢNG NINH

PHẦN NỘI DUNG

NGÀNH: KIẾN TRÚC

GVHD: TS.KTS PHẠM ĐÌNH TUYẾN

HÌNH VẼ: 2.4.2

LUẬT ĐƠN VỊ HÀNH CHÍNH - KINH TẾ ĐẶC BIỆT & DỰ BẢO LAO ĐỘNG TẠI TRUNG TÂM CNVH VĂN ĐỒN

LỚP: KDH1511

HVCH: KTS. PHẠM THU TRANG

LUẬT ĐƠN VỊ HÀNH CHÍNH - KINH TẾ ĐẶC BIỆT ÁP DỤNG VÀO ĐẶC KHU KINH TẾ VĂN ĐỒN



TỔ CHỨC CHÍNH QUYỀN ĐỊA PHƯƠNG
Mô hình Trưởng đơn vị hành chính - kinh tế đặc biệt.



NGÀNH NGHỀ ƯU TIÊN
Công nghệ cao; Công nghiệp hỗ trợ công nghệ cao; Du lịch sinh thái; CNVH; Dịch vụ hàng không & hậu cần hàng không; Dịch vụ thương mại và mua sắm.



ƯU ĐÃI THUẾ
Ưu đãi thuế các lĩnh vực như khởi nghiệp & sáng tạo, trung tâm nghiên cứu & phát triển, dự án y tế, giáo dục.



TÀI CHÍNH, NGÂN HÀNG
Bên cạnh tiền đồng Việt Nam, cho phép lưu hành một số đồng tiền tự do chuyển đổi khác.



ĐẤT ĐAI
Ưu đãi trong việc cho thuê, mua đất; thời hạn sử dụng tối đa 99 năm đối với dự án ngành ưu tiên.



THỊ TRƯỜNG
Miễn thị thực với thời gian tạm trú ít hơn 30 ngày.

CÁC HỆ SỐ TÍNH TOÁN DỰ KIẾN ĐỂ TÍNH SỐ LAO ĐỘNG TẠI TRUNG TÂM CNVH VĂN ĐỒN



Dự kiến đến năm 2030, tỷ lệ lao động ngành CNVH chiếm 2,2-3,8% tổng số lao động.



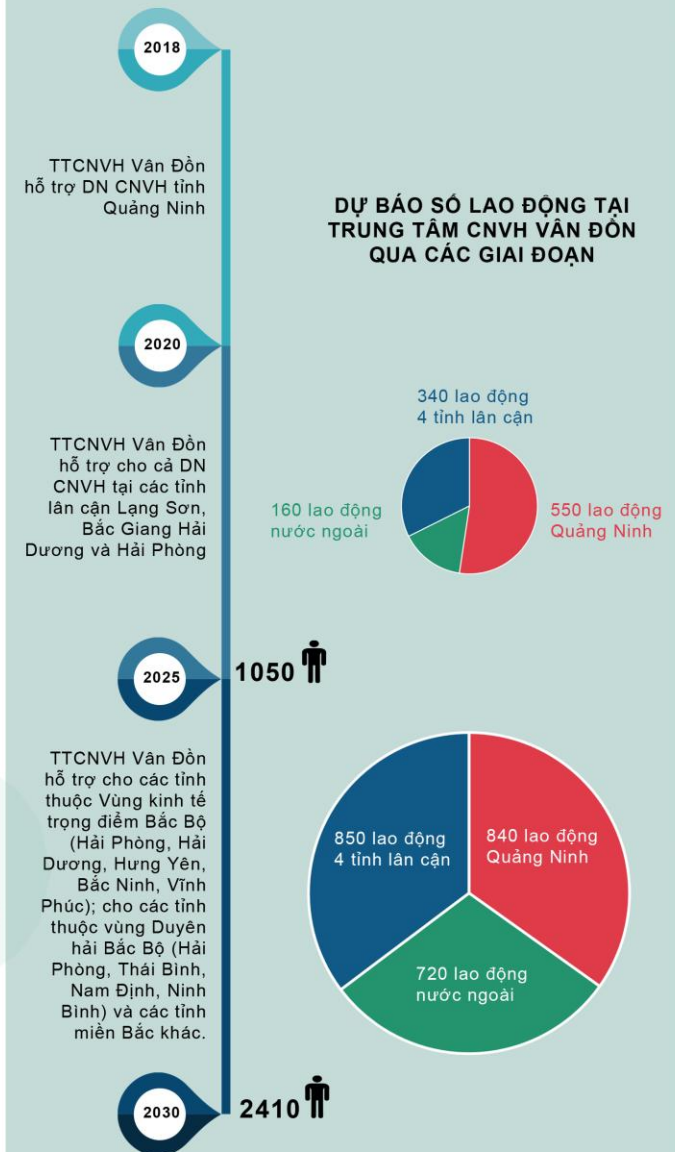
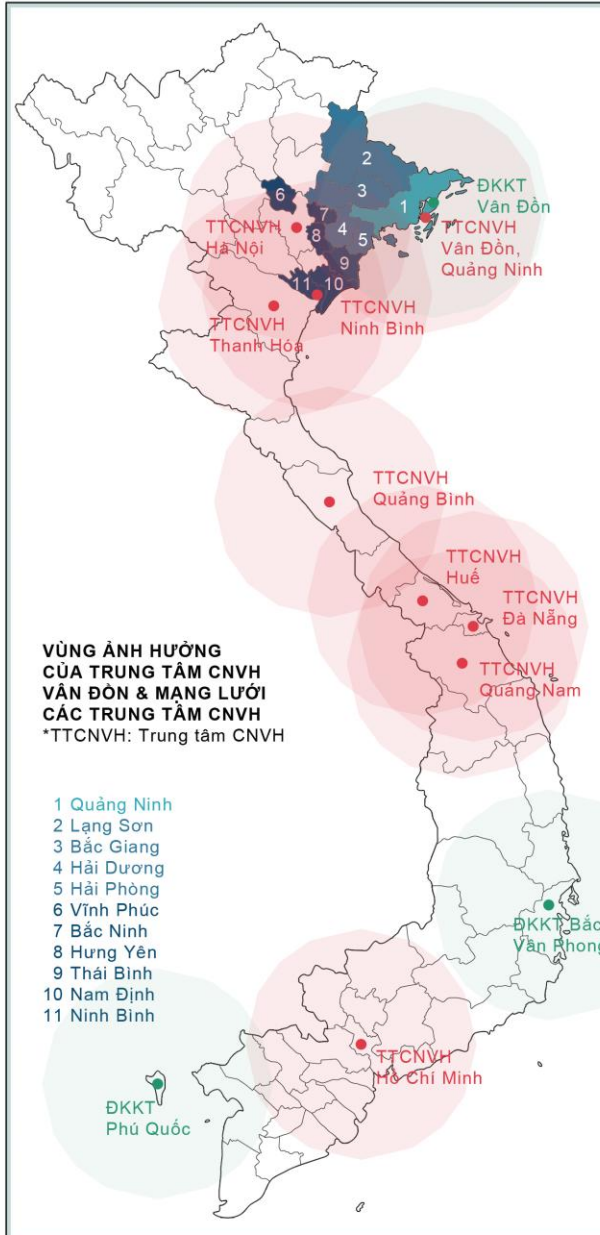
Dự kiến đến năm 2030, 2,5-3% lao động CNVH Quảng Ninh làm việc tại TTCNVH Văn Đồn.



Dự kiến đến năm 2030, 0,3-0,6% lao động CNVH tại 4 tỉnh lân cận làm việc ở TTCNVH Văn Đồn.



Dự báo số lao động nước ngoài chiếm khoảng 15 - 30% số lao động tại TT CNVH Văn Đồn.



MÔ HÌNH & GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA GẮN VỚI DI SẢN THỂ GIỚI VỊNH HẠ LONG TẠI ĐẶC KHU KINH TẾ VẠN ĐỒN, QUẢNG NINH

PHẦN NỘI DUNG

NGÀNH: KIẾN TRÚC

GVHD: TS.KTS PHẠM ĐÌNH TUYẾN

LỚP: KDHN1511

HVCH: KTS. PHẠM THU TRANG

HÌNH VẼ: 2.5

MỘT SỐ LÝ LUẬN & MÔ HÌNH PHÁT TRIỂN CỎ LIÊN QUAN ĐẾN TRUNG TÂM CNVH TRÊN THẾ GIỚI

CÁC LÝ LUẬN CỎ LIÊN QUAN ĐẾN TTCNVH TRÊN THẾ GIỚI

LÝ LUẬN VỀ KHÔNG GIAN THỨ 3



Nhà xã hội học **Ray Oldenburg** đã gọi những không gian, nơi mọi người tụ họp và tương tác, là **Không gian thứ ba**, môi trường tách biệt khỏi nhà ở hay nơi làm việc. Những cuộc gặp gỡ, tụ họp là môi trường nảy sinh ý tưởng sáng tạo, ra đời những kết hợp mới mẻ.

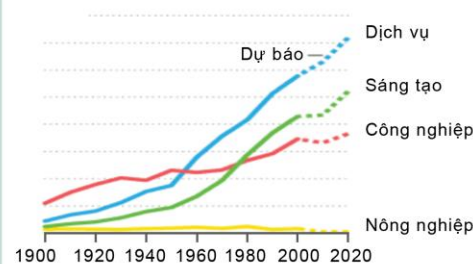


LÝ LUẬN VỀ TĂNG LỚP SÁNG TẠO



Nhà lý thuyết đô thị **Richard Florida** cho rằng, **Tăng lớp sáng tạo** là chìa khóa để các đô thị, các khu vực lãnh thổ tăng trưởng và phát triển; Sản xuất công nghiệp không còn là nền tảng cho sự phát triển của đô thị mà thay vào đó là sự gia tăng của **Tăng lớp sáng tạo**.

Xu hướng gia tăng lượng người lao động ở các ngành theo Richard Florida



LÝ LUẬN VỀ SỰ KIỆN - HỘI CHỢ SÁNG TẠO

Theo nghiên cứu "Ảnh hưởng ưa thích của người tiêu dùng đối với các công viên văn hóa và sáng tạo trên mô hình thái độ hành vi" của Shwu-Ing Wu và Man-Li Tian, **Chợ sáng tạo** là không gian thúc đẩy thái độ của người tiêu dùng. Chợ sáng tạo là nơi nhà sáng tạo bán sản phẩm đến người tiêu dùng. Vì những nhà sáng tạo có thể gặp gỡ và trao đổi sản phẩm nên chợ còn là nơi trao đổi văn hóa.



CÁC HỌC GIẢ NGHIÊN CỨU MÔ HÌNH TỔ HỢP LIÊN KẾT SÁNG TẠO



Manuel Castells



Sir Peter Halls



Michael Porter



Ari-Veikko Anttiroiko



Giulio Maggiore

TECHNOPOLE & CLUSTER 1

Technopole là từ dùng để miêu tả tổ hợp công nghiệp được phổ biến bởi nhà xã hội học **Manuel Castells** và nhà đô thị học **Sir Peter Halls**. **Technopole** có mục đích chính là tạo ra sự kết hợp giữa nghiên cứu, đào tạo và kinh doanh. Thuật ngữ **Cluster** (cụm) được phổ biến bởi nhà kinh tế học **Michael Porter**. Theo **Michael Porter**, **Cluster** là tổ hợp kết nối các công ty, nhà cung cấp, các ngành công nghiệp liên quan và các tổ chức chuyên môn.



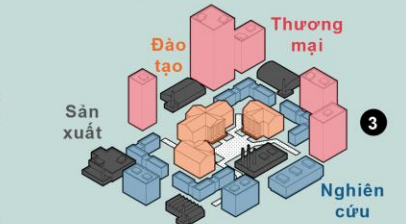
SCIENCE CITY 2

Science City là không gian biệt lập để các nhà khoa học, nhà nghiên cứu và học giả xây dựng cộng đồng trí tuệ thúc đẩy tiến bộ tập thể. Theo giáo sư **Ari-Veikko Anttiroiko**, 5 đặc điểm của **Science City**: Chính phủ khởi xướng; Tập trung nghiên cứu gắn với trường đại học; Hầu như không sản xuất công nghiệp; Phát triển quy hoạch đô thị rõ nét; Không gian đô thị gồm cơ sở hạ tầng, công trình kiến trúc, không gian giải trí và tái tạo;



SCIENCE PARK 3

Science Park là khu vực được thiết kế với mục đích tập hợp và thu hút số lượng lớn các công ty công nghiệp công nghệ cao. Mô hình này khuyến khích sự hợp tác và liên doanh giữa các ngành công tư, giữa trường đại học và các doanh nghiệp.



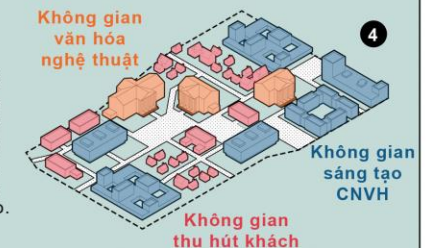
Ảnh minh họa 1,2,3 được lấy từ nghiên cứu "Coworking spaces, from industrial complex to the fourth industrial revolution" của KTS. Tin Phan.

BUSINESS PARK

Business Park là nơi tập trung xây dựng các công trình văn phòng cho các hoạt động dịch vụ thương mại hóa sản phẩm, dịch vụ tại chính, kết nối thị trường...

CULTURAL DISTRICT 4

Theo giáo sư **Giulio Maggiore**, **Cultural District** là không gian đô thị hướng tới các hoạt động văn hóa nghệ thuật (như bảo tàng, thư viện, nhà hát, phòng triển lãm, phòng khán giả), không gian tổ chức các hoạt động CNVH (như studio, xưởng thiết kế, văn phòng thiết kế) cùng với các không gian thu hút khách tham quan (như nhà hàng, quán bar, cửa hàng bán sản phẩm). Các khu vực tổ hợp văn hóa sáng tạo là sản phẩm của sự kết hợp giữa đô thị hóa, văn hóa và sáng tạo.



MÔ HÌNH & GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA GẮN VỚI DI SẢN THỂ GIỚI VỊNH HẠ LONG TẠI ĐẶC KHU KINH TẾ VĂN ĐỒN, QUẢNG NINH

PHẦN NỘI DUNG

NGÀNH: KIẾN TRÚC

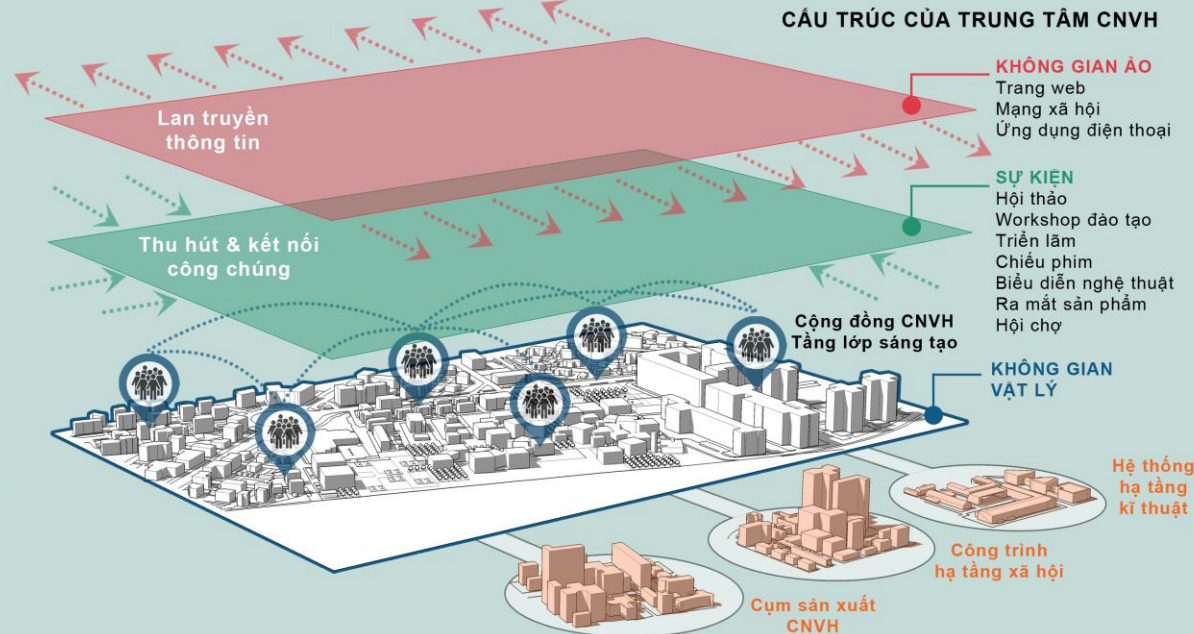
GVHD: TS.KTS PHẠM ĐÌNH TUYẾN

HÌNH VẼ: 3.1

QUAN ĐIỂM, NGUYÊN TẮC HÌNH THÀNH MÔ HÌNH & GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TTCNVH TẠI ĐKKT VĂN ĐỒN

LỚP: KDNH1511

CẤU TRÚC CỦA TRUNG TÂM CNVH



CỘNG ĐỒNG CNVH

- Nghệ nhân nghệ sĩ
- Nhà nghiên cứu
- DN khởi nghiệp
- DN vừa & nhỏ
- Chi nhánh DN lớn

KHÔNG GIAN ẢO (Song ngữ)

- Hồ sơ doanh nghiệp, nghệ sĩ, nghệ nhân
- Quảng cáo, bày bán sản phẩm CNVH
- Gọi vốn sản phẩm CNVH (kickstarter)
- Thông tin sự kiện đã & sắp diễn ra
- Thông tin hỗ trợ

KHÔNG GIAN VẬT LÝ

- Chính phủ khởi xướng
- Trung tâm nghiên cứu, trường ĐH, các DN triển khai thực hiện
- Không có hoạt động sản xuất công nghiệp
- Bao gồm cơ sở hạ tầng, văn phòng, công trình thương mại, triển lãm, không gian tái tạo...
- Mạng tính văn hóa & nghệ thuật

NHIỆM VỤ CỦA TT CNVH

- Thực hiện các hoạt động R&D, ứng dụng & ương tạo công nghệ
- Tạo thuận lợi khởi nghiệp, sáng tạo
- Tạo môi trường kết nối cùng phát triển
- Đào tạo nhân lực
- Cung ứng dịch vụ công nghệ & tài chính
- Quảng bá sản phẩm & dịch vụ CNVH
- Thu hút các nguồn lực trong & ngoài nước

7 QUAN ĐIỂM, NGUYÊN TẮC QUY HOẠCH & XÂY DỰNG TRUNG TÂM CNVH



TẠO CẢM HỨNG ĐỔI MỚI SÁNG TẠO

TTCNVH cần có các không gian kiến trúc và cảnh quan gợi cảm hứng sáng tạo.



KHÔNG GIAN LỚN & CÓ CHẤT LƯỢNG

Đầu tư vào cơ sở hạ tầng quy mô lớn sẽ tạo cơ hội kết nối DN, dẫn đến sự đổi mới trong DN. Chất lượng xây dựng hướng theo tiêu chuẩn tại các Nước phát triển.



ĐIỂM ĐẾN CỦA DN TRONG & NGOÀI NƯỚC

TTCNVH tạo cơ hội cho các DN khởi nghiệp hợp tác với các DN tiên phong trong ngành. TTCNVH phải có hệ thống giao thông và mạng lưới kết nối số hoàn hảo, quy định và hướng dẫn bằng tiếng Anh và Việt.



THÚC ĐẨY HỢP TÁC & GẮN KẾT XÃ HỘI

TTCNVH kết nối với các cụm CNVH trong và ngoài ĐKKT, kết nối nghệ sĩ, nhà sáng chế và nhà tạo lập sản phẩm, kết nối cộng đồng CNVH và cộng đồng địa phương. Phải tạo lập các không gian mở, không gian sử dụng chung giữa các cá nhân và cộng đồng DN...



THIẾT KẾ VÌ MÔI TRƯỜNG & PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

TTCNVH cần có thiết kế vì môi trường, hạn chế phát thải khí carbon, tiết kiệm năng lượng. Điều này tạo ra hình ảnh thương hiệu xanh, góp phần cho ĐKKT Văn Đồn trở thành Đô thị sinh thái, Đô thị thông minh.



BẢO TỒN & PHÁT TRIỂN VĂN HÓA ĐỊA PHƯƠNG NHƯ LÀ 1 THƯƠNG HIỆU

Quy hoạch và xây dựng trên nguyên tắc giữ gìn và tôn vinh các Di sản văn hóa địa phương (Vịnh Hạ Long - Hạ Long Bay và Vịnh Bái Tử Long).



QUY HOẠCH VỚI TÂM NHÌN PHÁT TRIỂN XA HƠN TRONG TƯƠNG LAI

Quy hoạch TTCNVH Văn Đồn phải gắn với sự phát triển của ngành CNVH không chỉ tại Quảng Ninh, Vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ, Vùng duyên hải Bắc Bộ, mà còn vươn tới thị trường khu vực ASEAN và các quốc gia khác.

MÔ HÌNH & GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA GẦN VỚI DI SẢN THỂ GIỚI VỊNH HẠ LONG TẠI ĐẶC KHU KINH TẾ VĂN ĐÓN, QUẢNG NINH

PHẦN NỘI DUNG

NGÀNH: KIẾN TRÚC

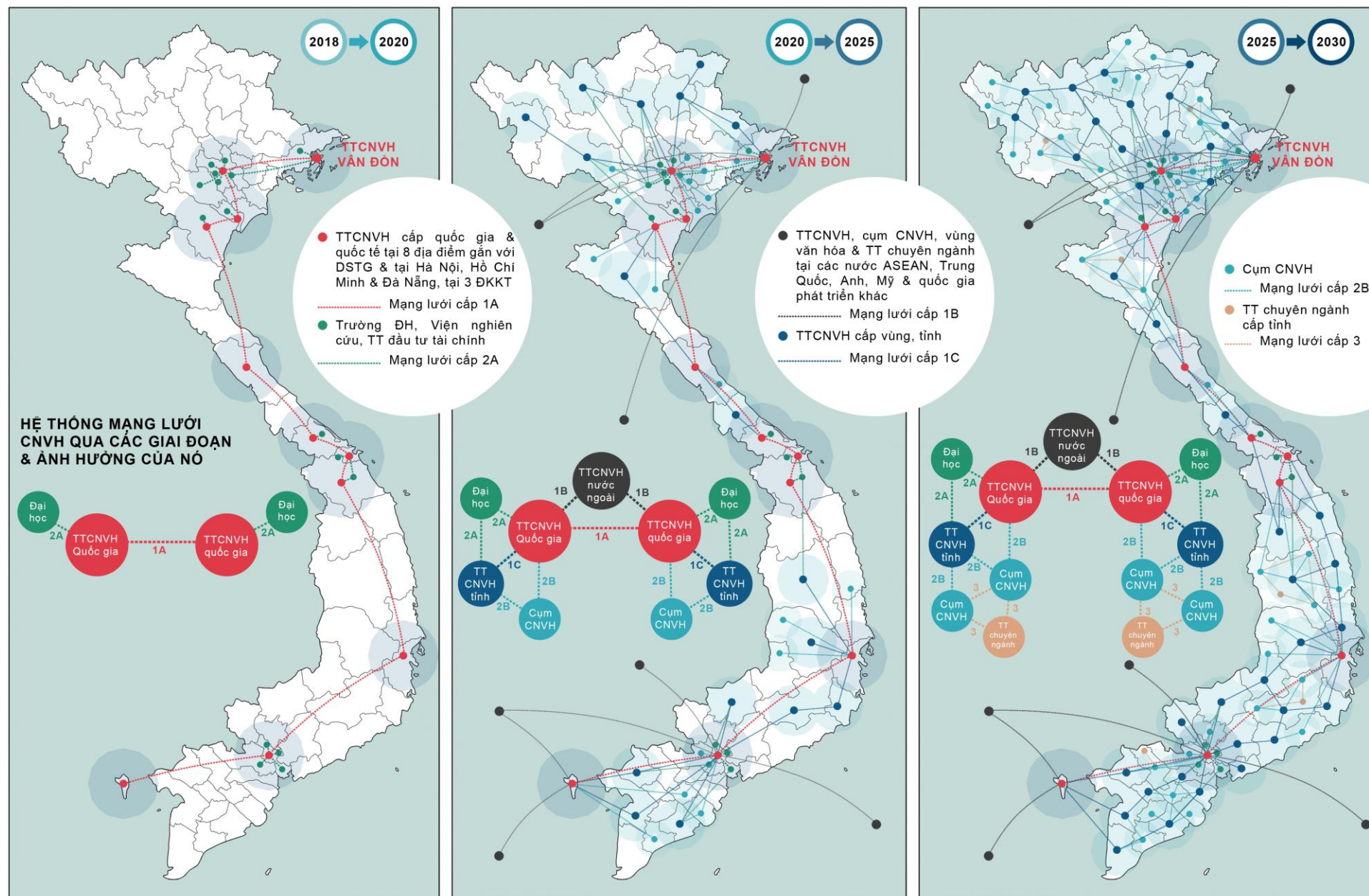
GVHD: TS.KTS PHẠM ĐÌNH TUYẾN

HÌNH VẼ: 3.2

MỐI QUAN HỆ GIỮA TRUNG TÂM CNVH VĂN ĐÓN VỚI CÁC TRUNG TÂM CNVH KHÁC - HỆ THỐNG MẠNG LƯỚI

LỚP: KDNH1511

HVCH: KTS. PHẠM THU TRANG



MÔ HÌNH & GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA GẮN VỚI DI SẢN THỂ GIỚI VỊNH HẠ LONG TẠI ĐẶC KHU KINH TẾ VĂN ĐỒN, QUẢNG NINH

PHẦN NỘI DUNG

NGÀNH: KIẾN TRÚC

GVHD: TS.KTS PHẠM ĐÌNH TUYẾN

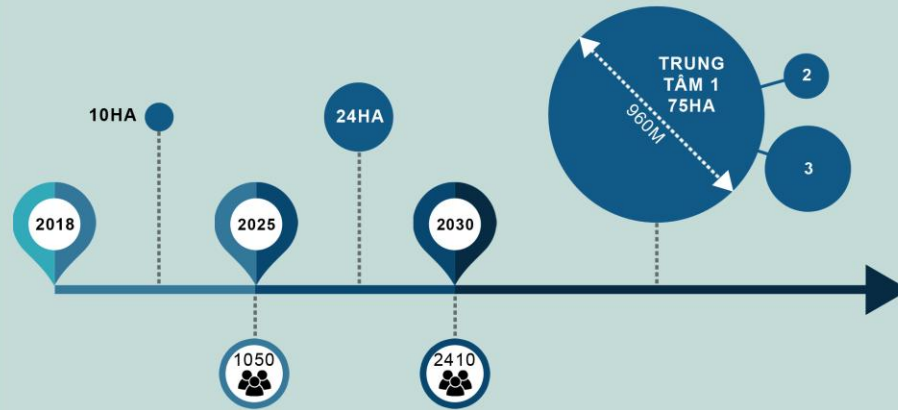
LỚP: KDHN1511

HVCH: KTS. PHẠM THU TRANG

HÌNH VẼ: 3.3.1

QUY MÔ ĐẤT ĐAI & LỰA CHỌN ĐỊA ĐIỂM XÂY DỰNG TRUNG TÂM CNVH TẠI ĐKKT VĂN ĐỒN, QUẢNG NINH

QUY MÔ CỦA TRUNG TÂM CNVH QUA CÁC GIAI ĐOẠN



CÁC YẾU TỐ XÁC ĐỊNH QUY MÔ TỐI ĐA & TỐI THIỂU CỦA 1 TTCNVH

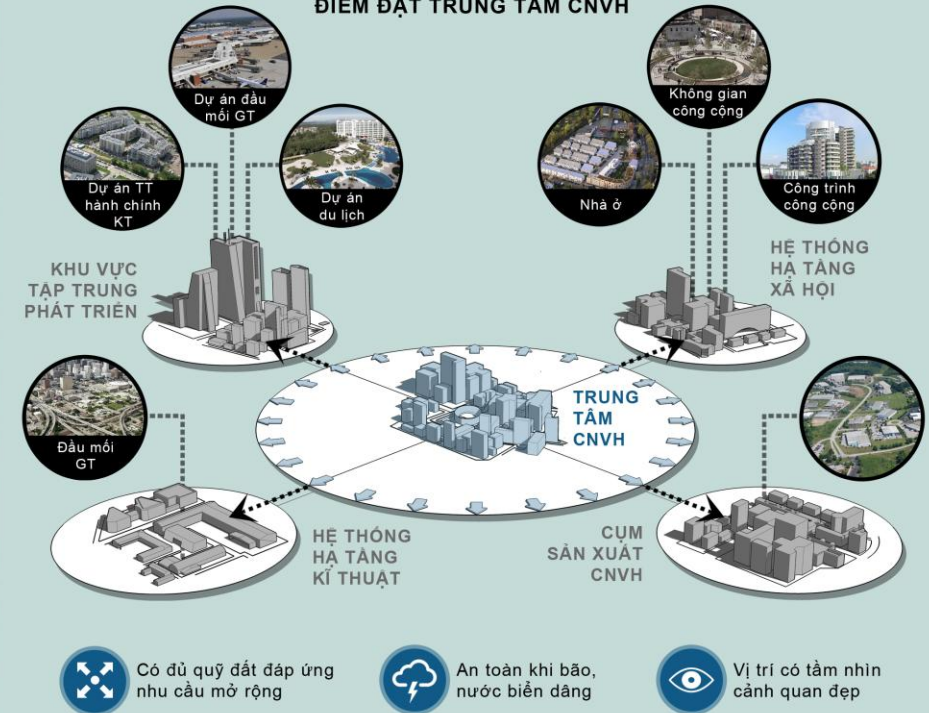
- Số lao động dự kiến làm việc tại TTCNVH
- Mật độ dự kiến 100 lao động/ha
- Quy mô không vượt quá bán kính đi bộ 15 phút với vận tốc 4km/h
- Quy mô của các mô hình kinh tế khác tại Việt Nam:
 $10ha \leq \text{Cụm CN} \leq 75ha$
 $5ha \leq \text{Cụm CN làng nghề} \leq 75ha$

$10HA \leq \text{TTCNVH} \leq 75HA$

CÁC YẾU TỐ XÁC ĐỊNH QUY MÔ MỞ RỘNG CỦA TTCNVH Ở ĐKKT VĂN ĐỒN

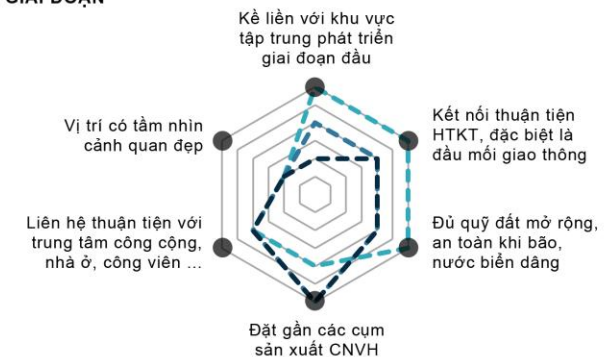
- Mức độ thành công của Mô hình Đặc khu hành chính – kinh tế Văn Đồn
- Kịch bản phát triển của ngành CNVH & các lĩnh vực chuyên môn khác
- Mức độ hội nhập quốc tế gắn với việc sử dụng công nghệ & lao động nước ngoài
- Mức độ sử dụng chung các không gian với các khu vực chức năng xung quanh
- Mức độ mở rộng phạm vi liên kết, phục vụ DN, cụm CNVH không chỉ tại 4 tỉnh lân cận mà cả Vùng đồng bằng Bắc Bộ và các tỉnh biên giới phía Bắc

CÁC YẾU TỐ LỰA CHỌN ĐỊA ĐIỂM ĐẶT TRUNG TÂM CNVH



MỨC ĐỘ QUAN TRỌNG CỦA CÁC NHÂN TỐ LỰA CHỌN ĐỊA ĐIỂM THEO CÁC GIAI ĐOẠN

- Giai đoạn 2018-2020
- Giai đoạn 2020-2025
- Giai đoạn 2025-2030



MÔ HÌNH & GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA GẮN VỚI DI SẢN THỂ GIỚI VỊNH HẠ LONG TẠI ĐẶC KHU KINH TẾ VẠN ĐỒN, QUẢNG NINH

PHẦN NỘI DUNG

NGÀNH: KIẾN TRÚC

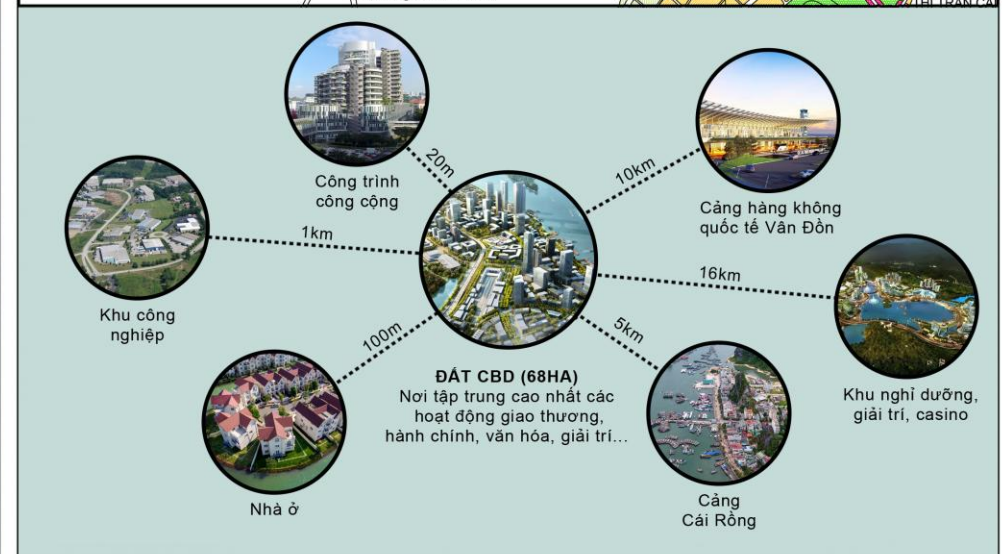
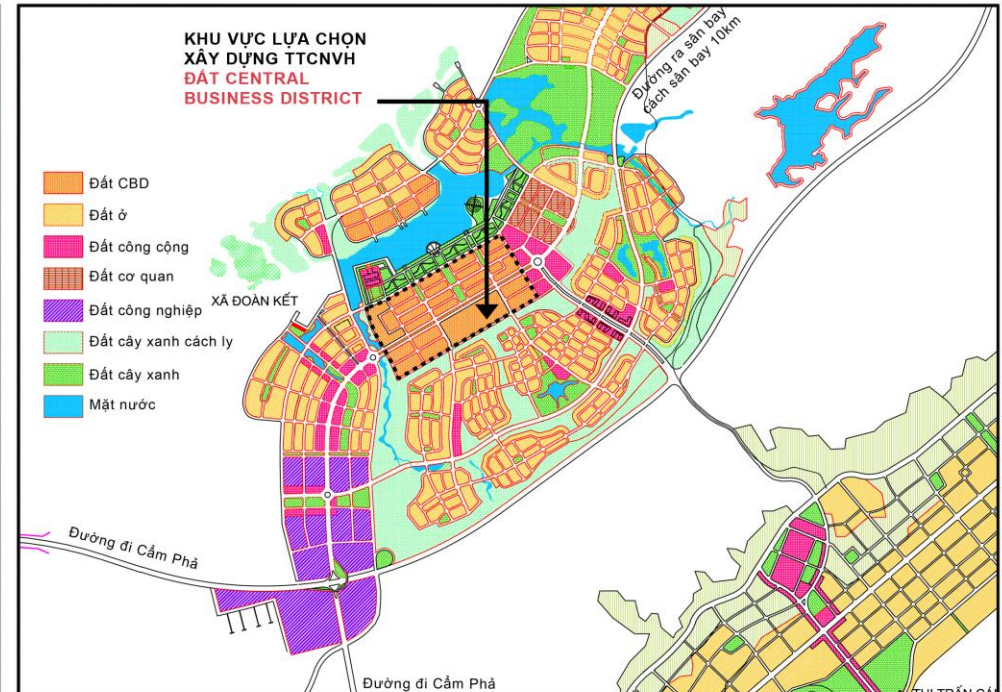
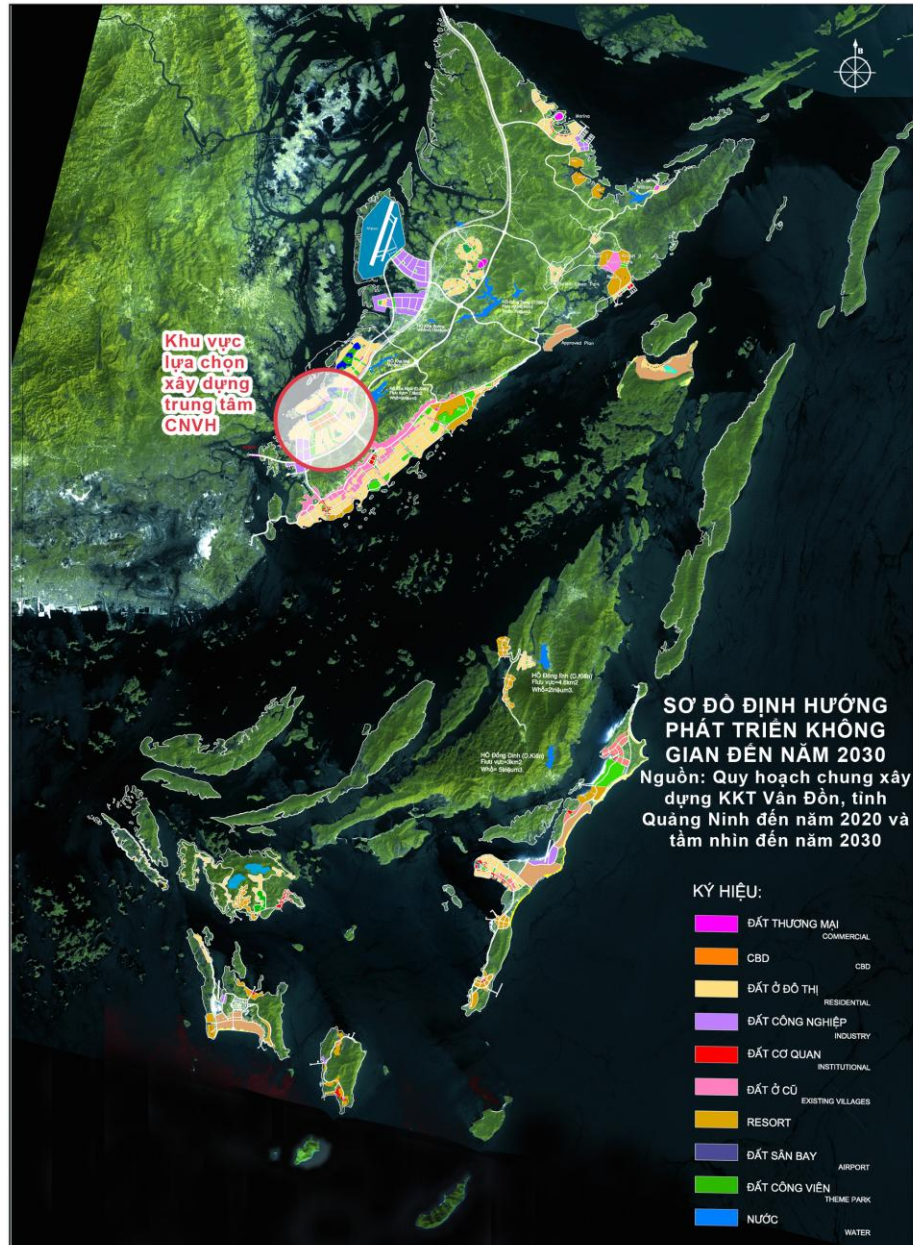
GVHD: TS.KTS PHẠM ĐÌNH TUYẾN

LỚP: KDHN1511

HVCH: KTS. PHẠM THU TRANG

HÌNH VẼ: 3.3.2

LỰA CHỌN ĐỊA ĐIỂM XÂY DỰNG
TRUNG TÂM CNVH TẠI ĐKKT VẠN ĐỒN, QUẢNG NINH



MÔ HÌNH & GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA GẮN VỚI DI SẢN THỂ GIỚI VỊNH HẠ LONG TẠI ĐẶC KHU KINH TẾ VĂN ĐỒN, QUẢNG NINH

PHẦN NỘI DUNG

NGÀNH: KIẾN TRÚC

GVHD: TS.KTS PHẠM ĐÌNH TUYẾN

HÌNH VẼ: 3.4

GIẢI PHÁP ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN KHÔNG GIAN TRUNG TÂM CNVH

LỚP: KĐHN1511

HVCH: KTS. PHẠM THU TRANG

CƠ CẤU CÁC KHÔNG GIAN CHỨC NĂNG TRONG TTCNVH



1-2%

BỘ PHẬN PHÁP LÝ, QUẢN LÝ & ĐIỀU HÀNH
Quản lý bất động sản TTCNVH, đảm bảo tính pháp lý, thúc đẩy kết nối TTCNVH Văn Đồn với các địa điểm khác.



15-20%

KHÔNG GIAN GIỚI THIỆU & THƯƠNG MẠI HÓA SẢN PHẨM
Không gian tổ chức sự kiện: trưng bày, triển lãm, trình diễn, hội chợ, lễ hội.



35-40%

KHÔNG GIAN VĂN PHÒNG
Đào tạo, nghiên cứu, chuyển giao công nghệ; thư viện, hệ thống dữ liệu và kết nối trực tuyến; đầu tư; sáng tạo và khởi nghiệp.



20%

KHÔNG GIAN TÁI TẠO

Bao gồm đất cây xanh công viên, công trình thể thao, giải trí, nhà hàng, sinh hoạt cộng đồng, kết nối con người với tự nhiên.



2%

CÔNG TRÌNH ĐẦU MỐI HẠ TẦNG KỸ THUẬT

Hệ thống và công trình đầu mối thoát nước mưa, cấp nước, cấp điện và thông tin liên lạc; thu gom và xử lý nước thải, rác thải.



12-15%

KHÔNG GIAN GIAO THÔNG, QUẢNG TRƯỜNG

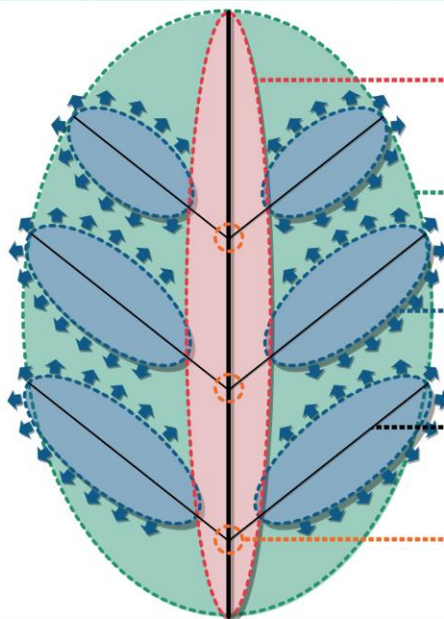
Bao gồm hệ thống giao thông và công trình đầu mối giao thông nội bộ, gồm đường cho ô tô và cho người đi bộ.



KHU VỰC ĐẤT DỰ TRÙ PHÁT TRIỂN

Ý TƯỞNG QUY HOẠCH

MÔ HÌNH LÁ CÂY



KHU VỰC ÍT THAY ĐỔI QUY MÔ

Khu quản lý, điều hành; Khu trưng bày, thương mại hóa sản phẩm

KHÔNG GIAN KẾT NỐI

Khu cây xanh công viên, nghỉ ngơi giải trí

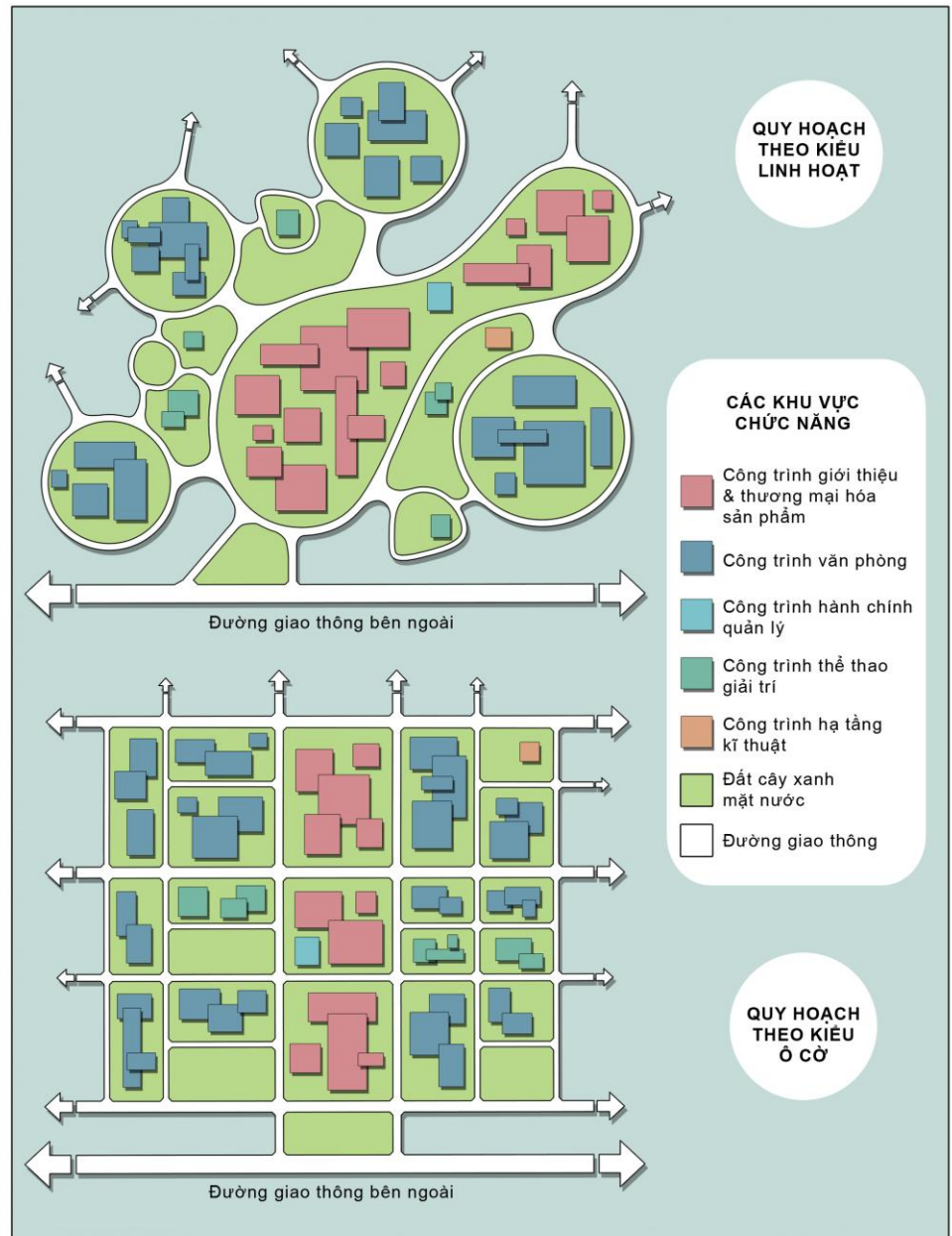
KHU VỰC QUY MÔ THAY ĐỔI

Khu văn phòng

TRỤC GIAO THÔNG

ĐIỂM NÚT

Hệ thống quảng trường, không gian giao tiếp trong và ngoài nhà



MÔ HÌNH & GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA GẮN VỚI DI SẢN THỂ GIỚI VỊNH HẠ LONG TẠI ĐẶC KHU KINH TẾ VĂN ĐỒN, QUẢNG NINH

PHẦN NỘI DUNG

LỚP: KDHN1511

GVHD: TS.KTS PHẠM ĐÌNH TUYẾN

HVCH: KTS. PHẠM THU TRANG

HÌNH VẼ: 3.5.1

GIẢI PHÁP QUY HOẠCH KHÔNG GIAN KIẾN TRÚC CẢNH QUAN TRUNG TÂM CNVH

QUAN ĐIỂM TỔ CHỨC KHÔNG GIAN KIẾN TRÚC



THÚC ĐẨY LIÊN KẾT, LAN TỎA MÔ HÌNH ĐKKT

Thúc đẩy liên kết, biến TTCNVH thành "nơi trổn" của KCN, kinh tế và văn hóa, góp phần cho sự thành công và lan tỏa Mô hình ĐKKT Văn Đồn.



HÔM NAY LÀ CÔNG TRÌNH KIẾN TRÚC, NGÀY MAI LÀ DI SẢN VĂN HÓA

Định hướng lâu dài, phát triển bền vững, phù hợp với tính chất của TTCNVH, không gian cho hoạt động dịch vụ và tiêu dùng cấp cao;



KHÔNG GIAN & HÌNH THỨC KIẾN TRÚC ĐỘC ĐÁO, TẦM CỠ QUỐC TẾ

Định hình hình thái không gian kiến trúc TTCNVH, hiện đại về hình thức, phong phú về nội dung văn hóa bên trong, mang tính độc đáo, đặc hữu.



Khu vực QH được phân thành các ô với các cụm công trình văn phòng và cụm công trình thương mại hóa sản phẩm, được liên kết bằng các tuyến hành lang vườn kết hợp với công trình tái tạo.



Hệ thống các điểm nút không gian là các quảng trường giao thông, quảng trường giao tiếp. Đây cũng là điểm nhìn chính từ bên ngoài.



QH tổ chức không gian kiến trúc cảnh quan phải hài hòa với cảnh quan biển. Hình thành điểm nhấn kiến trúc, song không phá vỡ đường viền cảnh quan tự nhiên.



QUAN ĐIỂM TỔ CHỨC KHÔNG GIAN KIẾN TRÚC CẢNH QUAN

Thiết kế công phu, đầu tư xây dựng chất lượng, được quản lý cẩn thận, chi tiết, dưới sự điều hành chung của Ban quản lý TTCNVH.



Giải pháp QH kiến trúc cảnh quan và sử dụng đất, phải đảm bảo kết hợp hài hòa giữa quyền lợi của Nhà nước, dân cư địa phương và nhà đầu tư.

GIẢI PHÁP THIẾT KẾ BỐ CỤC CÔNG TRÌNH THEO TUYẾN



Sử dụng hàng rào thưa để giảm bớt phân tách không gian giữa các công trình.



Thống nhất khoảng xây lùi và cao độ phân bố của các công trình cao tầng.



Sử dụng các tuyến cây xanh để liên kết các khối công trình tại các ô đất.

GIẢI PHÁP BỐ CỤC CÔNG TRÌNH TRỌNG TÂM TẠO ĐIỂM NHẤN



Cụm công trình trọng tâm tạo điểm nhấn thuộc khu trưng bày, thương mại hóa sản phẩm.



Các công trình điểm nhấn trong khu công viên cây xanh và quảng trường, dọc theo các trục đường đi bộ.

PHÂN VÙNG KIẾN TRÚC CẢNH QUAN



Khu vực có liên quan đến cảnh quan biển, vịnh Bái Tử Long và di tích tại Văn Đồn



Khu vực không gian, điểm nút kết nối không gian cộng đồng



Khu vực chức năng theo đặc thù của từng ngành CNVH



Khu vực tổ chức các hoạt động sự kiện sôi động (liên quan đến chiếu sáng ban đêm)



Tuyến vườn hoa – công viên để liên kết các không gian hoạt động cộng đồng

MÔ HÌNH & GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA GẮN VỚI DI SẢN THỂ GIỚI VỊNH HẠ LONG TẠI ĐẶC KHU KINH TẾ VĂN ĐỒN, QUẢNG NINH

PHẦN NỘI DUNG

NGÀNH: KIẾN TRÚC

GVHD: TS.KTS PHẠM ĐÌNH TUYẾN

LỚP: KĐHN1511

HVCH: KTS. PHẠM THU TRANG

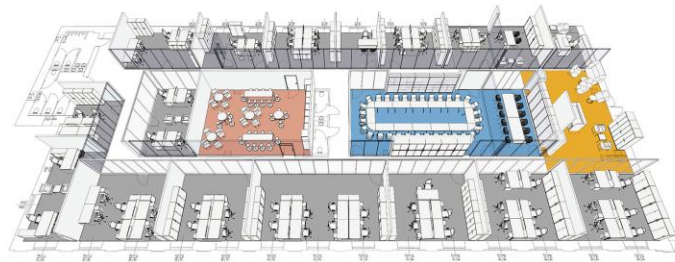
HÌNH VẼ: 3.5.2

ĐỊNH HƯỚNG KHÔNG GIAN KIẾN TRÚC TRUNG TÂM CNVH

4 LOẠI VĂN PHÒNG CHÍNH HIỆN NAY

Theo Ewelina Adamus, chuyên gia nghiên cứu & phát triển nơi làm việc

Tùy theo nhu cầu của các cá nhân và doanh nghiệp, có thể kết hợp các loại văn phòng trên để tạo ra dạng văn phòng phù hợp nhất.



CELLULAR OFFICE

Ưu điểm: tạo điều kiện cho quá trình tập trung, đảm bảo tính bảo mật và sự riêng tư, có thể cá nhân hóa các không gian văn phòng.

Nhược điểm: khó kết nối, cản trở giao tiếp và trao đổi kiến thức, không có khả năng chia sẻ các thiết bị văn phòng và làm cho việc quản lý và theo dõi công việc của các quản lý trở nên khó khăn.



OPEN OFFICE

Ưu điểm: các nhân viên có thể dễ dàng và nhanh chóng trao đổi với nhau, có thể chia sẻ các thiết bị văn phòng và điều chỉnh không gian văn phòng tùy theo sự thay đổi và phát triển của công ty.

Nhược điểm: mức độ ồn cao, thiếu điều kiện thoải mái để thực hiện công việc yên tĩnh và tập trung, thiếu sự riêng tư trong công việc hoặc bảo mật tài liệu.



ZONAL OFFICE

Ưu điểm: có các không gian để nhân viên làm việc theo từng điều kiện cụ thể, có thể dễ dàng giao tiếp trao đổi giữa các nhân viên trong cùng một nhóm mà không làm ảnh hưởng đến các nhóm khác, tiếng ồn thấp hơn so với không gian mở.

Nhược điểm: thiếu sự riêng tư trong công việc hoặc bảo mật tài liệu.

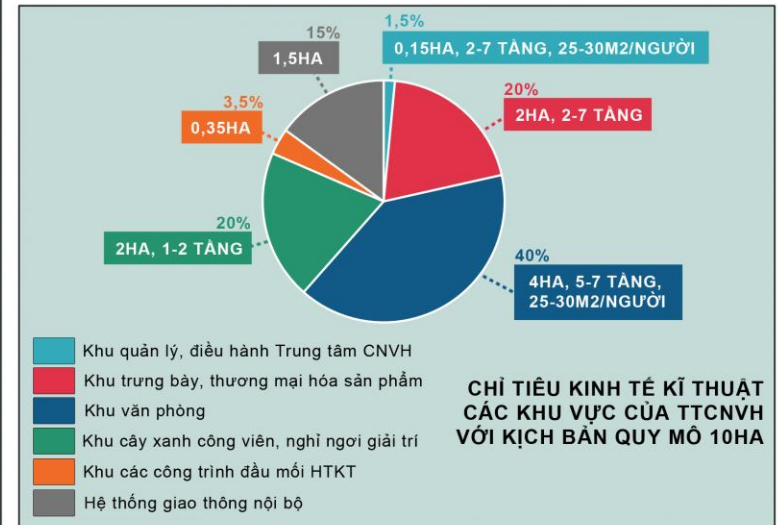
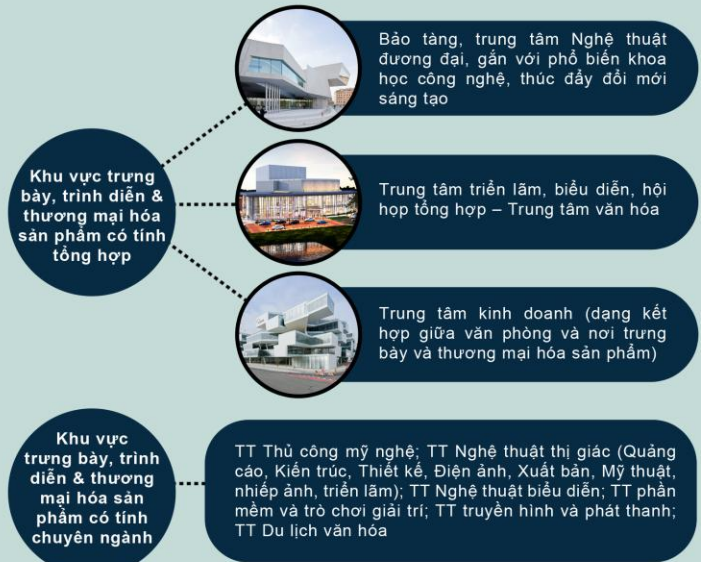


ACTIVITY BASED OFFICE

Ưu điểm: có thể lựa chọn không gian làm việc tùy theo hoạt động, phong cách làm việc linh hoạt, khả năng thay đổi môi trường làm việc và tiếp cận với những người khác nhau, trao đổi tri thức và hợp tác tốt hơn giữa các đồng nghiệp.

Nhược điểm: thiếu bản làm việc chỉ định cho các nhân viên cụ thể, không thể cá nhân hóa không gian làm việc, phải dọn bàn làm việc sau khi kết thúc công việc và cất đồ cá nhân vào tủ khóa.

ĐỊNH HƯỚNG TỒN CHỨC KHÔNG GIAN KHU VỰC TRƯNG BÀY, THƯƠNG MẠI HÓA SẢN PHẨM



MÔ HÌNH & GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA GẮN VỚI DI SẢN THẾ GIỚI VỊNH HẠ LONG TẠI ĐẶC KHU KINH TẾ VẠN ĐỒN, QUẢNG NINH

PHẦN NỘI DUNG

NGÀNH: KIẾN TRÚC

GVHD: TS.KTS PHẠM ĐÌNH TUYẾN

HÌNH VẼ: 3.5.3

MINH HỌA MỘT SỐ CÔNG TRÌNH KIẾN TRÚC CÓ THỂ ÁP DỤNG VÀO TRUNG TÂM CNVH

LỚP: KDNH1511

HVCH: KTS. PHẠM THU TRANG



Tổ hợp công trình văn phòng đa chức năng Tortona
37, Milan, Ý (Matteo Thun; 2009)
Văn phòng cho doanh nghiệp nhỏ, siêu nhỏ; không gian thúc đẩy sáng tạo



Trung tâm Đổi mới sáng tạo UC Anacleto
Angelini, Chile (Alejandro Aravena; Elemental; 2015)
Văn phòng làm việc của doanh nghiệp, tổ chức và các nhà nghiên cứu



Công trình triển lãm Incheon Tri-bowl
Khu KT tự do Incheon, Hàn Quốc (iArc Architects; 2013)
Tổ chức sự kiện, triển lãm, biểu diễn



Trung tâm văn hoá Sendai, Miyagi, Nhật Bản (Toyo Ito; 2007)
Thư viện, trưng bày nghệ thuật, phòng nghe nhìn, xưởng phim, gian hàng, quán café - không gian lan truyền công nghệ



Trung tâm văn hóa nghệ thuật Louis Vuitton
Paris, Pháp (Frank Gehry; 2014)
Phòng họp, nhà hàng, cửa hàng sách, phòng trưng bày các tác phẩm nghệ thuật sắp đặt.



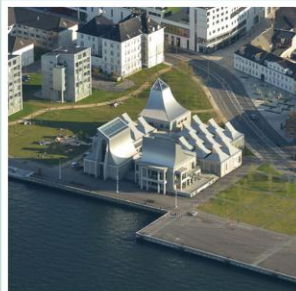
Trung tâm Văn hóa Quốc tế Oscar Niemeyer
Asturias, Tây Ban Nha (Oscar Niemeyer; 2011)
Triển lãm, âm nhạc, kịch, múa, nghệ thuật âm thực, đào tạo và giáo dục.



Thành phố Nghệ thuật và Khoa học, Valencia, Tây Ban Nha (Santiago Calatrava; Félix Candela; 2008)
Rap 3D, bảo tàng, nhà hát Opera, trung tâm văn hoá, hoà nhạc và tổ chức sự kiện.



Bảo tàng Nghệ thuật đương đại New York, Mỹ (Nishizawa Ryue, Sejima Kazuyo; 2007)
Trưng bày các tác phẩm nghệ thuật đương đại của các nghệ sĩ đã được công nhận, nơi khơi tạo các ý tưởng mới.



Trung tâm Nghệ thuật Utzon tại Aalborg
Đan Mạch (Jørn Utzon; 2008)
Trưng bày, triển lãm kiến trúc và các nghệ thuật khác, phòng hội thảo và thiết kế, thư viện, biểu diễn âm nhạc



Tháp đổi mới Innovation Tower
Hong Kong (Zaha Hadid; 2013)
Trung tâm thiết kế của ngành CNVH, nơi học tập, nghiên cứu và làm việc



Trung tâm Sáng tạo Truyền thông Run Run Shaw
HongKong (Daniel Libeskind; 2010)
Tin học, truyền thông; nhà hát, phòng thí nghiệm, phòng học, trưng bày, quán cà phê, nhà hàng.



Bảo tàng Âm nhạc trải nghiệm và Khoa học viễn tưởng EMP
Washington, Mỹ (Frank Gehry; 2014)
Triển lãm tác phẩm điêu khắc, âm thanh và các tài nguyên giáo dục nghệ thuật đương đại



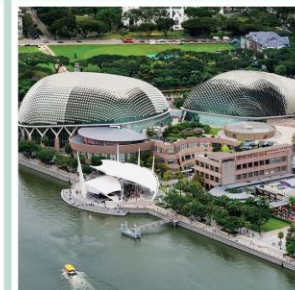
Trung tâm Nghệ thuật biểu diễn Kilden
Kris-tiansand, Na Uy (ALA Architects; 2012)
Phòng hoà nhạc, nhà hát opera, hội trường, văn phòng, nhà xưởng, không gian diễn tập



Trung tâm Nghệ thuật đương đại Córdoba
Tây Ban Nha (Fuensanta Nieto, Enrique Sobejano; 2013)
Không gian làm việc, phòng thí nghiệm, không gian trưng bày, hội thảo, chiếu phim, trình diễn



Trung tâm triển lãm Dongdaemun Design Plaza
Seoul, Hàn Quốc (Zaha Hadid; 2014)
Công bố và triển lãm sản phẩm mới; trình diễn công cộng; kinh doanh; mua sắm và giải trí



Trung tâm nghệ thuật biểu diễn Esplanade
Singapore (DPA, MWP; 2002)
Nhà hát, phòng hòa nhạc, phòng đa năng, tập luyện, biểu diễn ngoài trời, thư viện, khu mua sắm, ăn uống

MÔ HÌNH & GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA GẮN VỚI DI SẢN THỂ GIỚI VỊNH HẠ LONG TẠI ĐẶC KHU KINH TẾ VĂN ĐỒN, QUẢNG NINH

PHẦN NỘI DUNG

NGÀNH: KIẾN TRÚC

GVHD: TS.KTS PHẠM ĐÌNH TUYẾN

LỚP: KDH1511

HVCH: KTS. PHẠM THU TRANG

HÌNH VẼ: 3.6

GIẢI PHÁP HỆ THỐNG CÔNG TRÌNH HTKT & MÔI TRƯỜNG
MÔ HÌNH ĐẦU TƯ XÂY DỰNG, QUẢN LÝ & KHAI THÁC

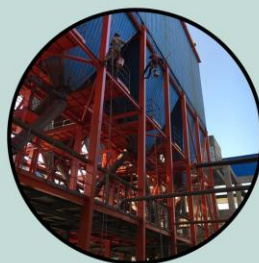
NGUYÊN TẮC XÂY DỰNG HỆ THỐNG CÔNG TRÌNH HẠ TẦNG KỸ THUẬT & MÔI TRƯỜNG



Tiến hành đồng bộ các hệ thống: Chuẩn bị kỹ thuật đất xây dựng và hệ thống thoát nước mưa, hệ thống giao thông, hệ thống cấp điện, nước, thông tin liên lạc, hệ thống thu gom xử lý nước thải và rác thải.



Dự kiến phương án HTKT bổ sung, như: Sử dụng năng lượng mặt trời, năng lượng gió tạo nguồn điện năng; Ứng dụng công nghệ khử mặn để xây dựng nhà máy nước; Xây dựng các trạm xử lý nước thải cục bộ với công nghệ xử lý tiên tiến với các trạm quan trắc môi trường hiện đại...



Ứng dụng các công nghệ xây dựng tiên tiến trong việc chống sụt lở đất, xói mòn tại các khu đất ven biển, ăn mòn kết cấu...

MÔ HÌNH XÂY DỰNG, QUẢN LÝ & VẬN HÀNH TTCNVH



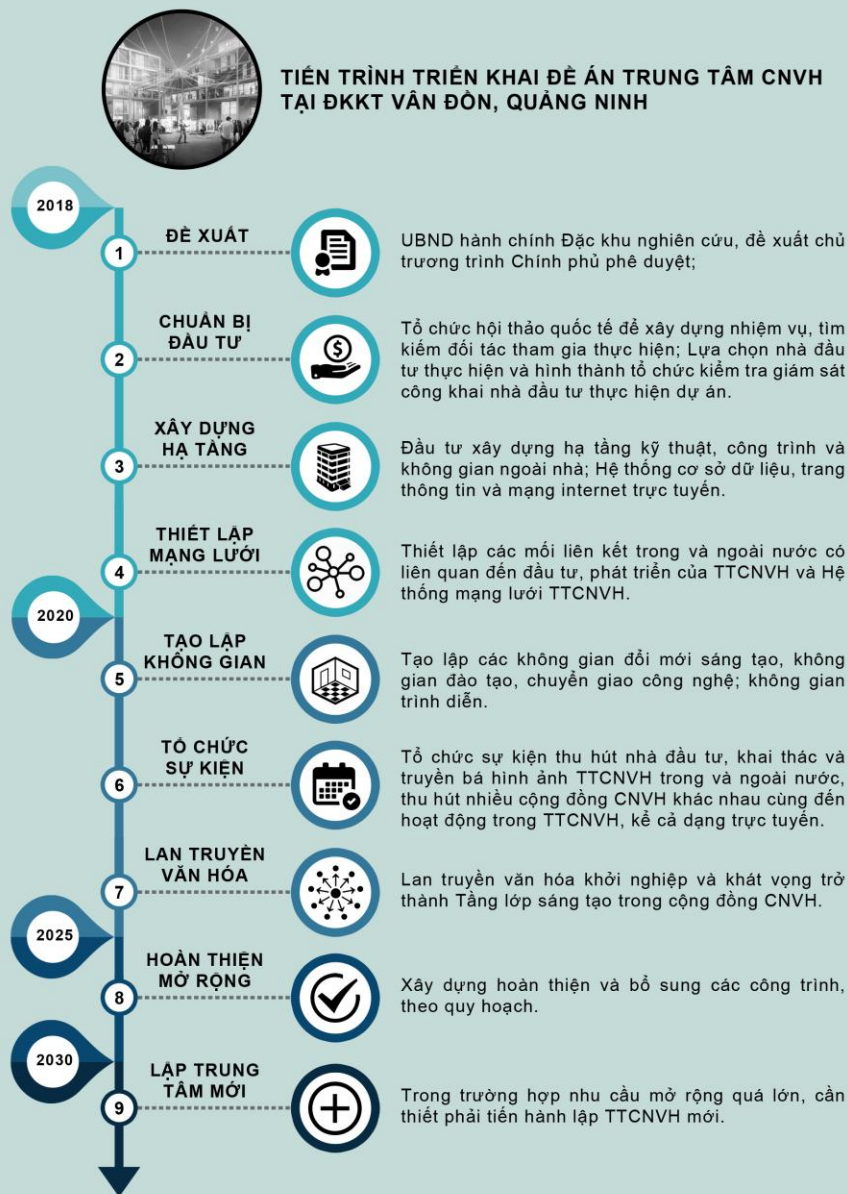
Đầu tư xây dựng, quản lý và vận hành do một doanh nghiệp tổ chức thực hiện chính, có thể liên doanh liên kết để thực hiện.

Công ty kinh doanh hạ tầng kỹ thuật Trung tâm CNVH là doanh nghiệp được chính quyền tỉnh Quảng Ninh thuê để thực hiện.

CÁC NỘI DUNG DOANH NGHIỆP- CÔNG TY KINH DOANH HẠ TẦNG KỸ THUẬT TTCNVH THỰC HIỆN



TIẾN TRÌNH TRIỂN KHAI ĐỀ ÁN TRUNG TÂM CNVH TẠI ĐKKT VĂN ĐỒN, QUẢNG NINH



MÔ HÌNH & GIẢI PHÁP QUY HOẠCH TRUNG TÂM CÔNG NGHIỆP VĂN HÓA GẮN VỚI DI SẢN THỂ GIỚI VỊNH HẠ LONG TẠI ĐẶC KHU KINH TẾ VẠN ĐỒN, QUẢNG NINH

KẾT LUẬN

NGÀNH: KIẾN TRÚC

GVHD: TS.KTS PHẠM ĐÌNH TUYẾN

LỚP: KDHN1511

HVCH: KTS. PHẠM THU TRANG

HÌNH VẼ: 4.1

PHẦN KẾT LUẬN

NHẬN THỨC CHUNG

Phát triển ngành CNVH là một trong những cơ hội lớn để Việt Nam có thể chủ động vươn lên, hội nhập.

Việc hình thành Hệ thống TTCNVH cấp quốc gia và quốc tế tại Hà Nội, TP Hồ Chí Minh, Đà Nẵng và 8 khu vực gắn với Di sản thể giới là điểm đột phá để thực hiện Chiến lược phát triển CNVH VN.

3 Đặc khu hành chính - kinh tế Vân Đồn, Bắc Vân Phong và Phú Quốc là nơi hình thành mô hình phát triển mới, trong đó có Mô hình TTCNVH.

Sự thành công của mô hình TTCNVH gắn với Di sản Vịnh Hạ Long tại ĐKKT Vân Đồn sẽ là hình mẫu hình thành hệ thống TTCNVH Việt Nam.

Là một thành phần của Hệ thống kết cấu hạ tầng ngành CNVH.

Là không gian tổ chức hoạt động dịch vụ sản xuất và tiêu dùng cấp cao của cộng đồng CNVH; nơi sáng tạo sản phẩm mới thông qua gắn kết cá nhân, tổ chức CNVH và liên quan trong và ngoài nước.

Là không gian khẳng định xu hướng: nền tảng cho phát triển quốc gia là sự gia tăng của Tầng lớp sáng tạo.

Là không gian của các sự kiện trình diễn các sản phẩm CNVH mới của tỉnh, vùng, quốc gia và khu vực ASEAN, Đông Á và quốc tế.

Là cầu nối giữa cộng đồng kinh tế, văn hóa; thúc đẩy liên kết; thúc đẩy sản xuất dựa trên đổi mới và đào tạo nguồn nhân lực, tạo nên hoạt động kinh tế đa ngành và là nơi ươm mầm khởi nghiệp DN CNVH.

Là khu vực văn hóa, sử dụng di sản, bản sắc văn hóa địa phương làm tài nguyên phát triển; là mô hình kinh doanh đặc biệt, mang lại giá trị thương mại, lan tỏa giá trị văn hóa, tạo dựng thương hiệu quốc gia;

Là không gian đô thị chất lượng, do Chính phủ khởi xướng, các TT nghiên cứu, trường ĐH, và DN thực hiện, có quy hoạch và kiến trúc cảnh quan hiện đại, môi trường làm việc lý tưởng, thúc đẩy sáng tạo.

Sử dụng không gian thực và ảo hỗ trợ cá nhân, tổ chức, DN trong thời gian ngắn hoặc dài hạn.

MÔ HÌNH TRUNG TÂM CNVH

Về phương diện quản lý nhà nước, TTCNVH là nơi tập trung các hoạt động nghiên cứu và phát triển, ứng dụng và ươm tạo công nghệ tạo lập sản phẩm mới, khởi nghiệp doanh nghiệp, đào tạo nguồn nhân lực, cung ứng dịch vụ công nghệ và tài chính cho các cá nhân, doanh nghiệp, tổ chức ngành CNVH; nơi tập trung kinh doanh các sản phẩm CNVH; có ranh giới địa lý xác định, được thành lập theo điều kiện, trình tự và thủ tục quy định của Chính phủ; có quy mô diện tích không vượt quá 75ha và không dưới 10ha.

HỆ THỐNG MẠNG LƯỚI

Mối quan hệ giữa TTCNVH với các thực thể khác gồm: Mối quan hệ đồng cấp và chia sẻ thị trường của các TTCNVH cấp quốc gia và quốc tế; Mối quan hệ quốc tế; Mối quan hệ trong nước với các cụm CNVH; Mối quan hệ tương hỗ với các tổ chức có liên quan.

LỰA CHỌN ĐỊA ĐIỂM

Đề xuất yếu tố lựa chọn địa điểm và vị trí xây dựng TTCNVH Vân Đồn.

NGUYÊN TẮC QUY HOẠCH XÂY DỰNG TTCNVH

-QH phù hợp với QH chung, thành một không gian tập trung lớn thể hiện sức mạnh kết nối.
-TT là điểm đến của DN trong và ngoài nước, thông qua môi trường sáng tạo chuyên nghiệp.
-TT là điểm nút của Hệ thống mạng lưới TT và cụm CNVH.
-QH và thiết kế kiến trúc vì môi trường, phát triển bền vững.
-Di sản là thương hiệu, nguồn cảm hứng cho QH, thiết kế.
-QH tầm nhìn xa với sự phát triển CNVH vươn tới quốc tế.
-Kết hợp 2 yếu tố: "Mở" và "Kết nối" con người, tự nhiên và niềm tin.

BỐ TRÍ CÁC KHU CHỨC NĂNG TTCNVH

6 khu chức năng gồm: Khu quản lý, điều hành; Khu trưng bày, thương mại hóa sản phẩm; Khu văn phòng; Khu cây xanh công viên, nghỉ ngơi giải trí; Khu công trình đầu mối HTKT; Hệ thống giao thông nội bộ.

ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN KHÔNG GIAN

Đề xuất giải pháp bố trí theo hình "chiếc lá". Đề xuất 2 giải pháp QH: "ô cờ" và "lĩnh hoạt". Đề xuất định hướng QH từng khu chức năng.

QUY HOẠCH KHÔNG GIAN KIẾN TRÚC CẢNH QUAN

Đề xuất quan điểm tổ chức không gian kiến trúc chung. Đề xuất giải pháp bố cục và tổ chức không gian kiến trúc cảnh quan các khu vực trọng tâm, các tuyến, điểm nhấn và điểm nhìn quan trọng. Phân vùng cảnh quan. Xác định hạng mục công trình dự kiến. Tổng hợp ví dụ minh họa, định hướng không gian kiến trúc cụm công trình, công trình.

CÁC QUY ĐỊNH KIỂM SOÁT PHÁT TRIỂN

Đề xuất khung chỉ tiêu kinh tế kỹ thuật

ĐẦU TƯ XÂY DỰNG & QUẢN LÝ VẬN HÀNH

Đề xuất 2 kịch bản theo nguyên tắc: Nhà nước khởi xướng, DN thực hiện. Đề xuất 3 giai đoạn: Giai đoạn hình thành; Giai đoạn vận hành; Giai đoạn điều chỉnh mở rộng.

KIẾN NGHỊ

Về phương diện quốc gia: Khẳng định sự tất yếu của mô hình phát triển các ngành CNVH và vị thế của Tầng lớp sáng tạo trong toàn xã hội; đảm bảo sở hữu trí tuệ, bình đẳng thị trường, nhằm tạo dựng niềm tin, thúc đẩy tinh thần cộng đồng tự do kinh doanh và sáng tạo.

Về phương diện địa phương: Thúc đẩy liên kết với các tổ chức đào tạo và nghiên cứu, DN liên quan trong và ngoài nước tham gia vào mô hình TTCNVH; Đào tạo và hình thành đội ngũ quản lý chuyên nghiệp và quốc tế hóa cho TTCNVH.

Về hợp tác quốc tế: Tận dụng tối đa kinh nghiệm và thương hiệu của các cá nhân và tổ chức có liên quan về CNVH (trong đó có quy hoạch, kiến trúc) trong việc hình thành, quản lý, vận hành TTCNVH và hệ thống mạng lưới TT CNVH và cụm CNVH theo chuẩn mực quốc tế.