

**Số Quý II năm 2026**

**CHUYÊN ĐỀ:**

**CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN KINH TẾ THỂ THAO Ở  
CHÂU Á VÀ MỘT SỐ QUỐC GIA TRÊN THẾ GIỚI**

*Hà Nội, tháng 5 năm 2026*

## **LỜI NÓI ĐẦU**

*Trong bối cảnh kinh tế toàn cầu tiếp tục chuyển động mạnh mẽ và thể thao ngày càng khẳng định vai trò như một ngành kinh tế tổng hợp có giá trị gia tăng cao. Các quốc gia không chỉ tập trung hoàn thiện khung pháp lý, nâng cao hiệu quả quản trị thể thao chuyên nghiệp mà còn thúc đẩy thu hút đầu tư, phát triển công nghiệp thể thao, kinh tế sự kiện, bản quyền truyền hình, công nghệ số và các mô hình hợp tác công – tư trong lĩnh vực này.*

*Tại châu Á, nhiều nền kinh tế lớn tiếp tục đẩy mạnh chiến lược đưa thể thao trở thành động lực tăng trưởng mới, gắn với phát triển du lịch, dịch vụ và xây dựng thương hiệu quốc gia. Song song đó, các quốc gia châu Âu, châu Mỹ và Trung Đông cũng triển khai các sáng kiến cải cách quản trị, tăng cường minh bạch tài chính, mở rộng thị trường thể thao chuyên nghiệp và đầu tư mạnh vào cơ sở hạ tầng hiện đại, hướng tới mục tiêu phát triển bền vững.*

*Bản điểm tin Quý II tổng hợp những chính sách, chương trình và xu hướng nổi bật trong phát triển kinh tế thể thao tại khu vực châu Á và một số quốc gia trên thế giới, qua đó cung cấp góc nhìn toàn cảnh về cách các nước đang định vị thể thao như một trụ cột quan trọng của nền kinh tế hiện đại.*

**Ban biên tập**

# **TRUNG QUỐC HOÀN THIỆN KHUNG PHÁP LÝ PHÁT TRIỂN CÔNG NGHIỆP THỂ THAO: THỂ THAO TRỞ THÀNH NGÀNH KINH TẾ CHIẾN LƯỢC**

Luật Thể thao năm 2022 của nước Cộng hòa Nhân dân Trung Hoa đã đánh dấu bước chuyển quan trọng trong tư duy phát triển thể thao, khi dành riêng Chương VII quy định về công nghiệp thể thao, xác lập rõ vị thế của thể thao như một ngành kinh tế có vai trò chiến lược trong phát triển quốc gia. Không chỉ dừng lại ở mục tiêu nâng cao sức khỏe nhân dân hay thành tích thi đấu, thể thao được đặt trong tổng thể phát triển kinh tế – xã hội với quy hoạch bài bản, cơ chế điều phối rõ ràng và chính sách hỗ trợ cụ thể.

Theo Điều 69, Nhà nước xây dựng quy hoạch phát triển công nghiệp thể thao, mở rộng quy mô thị trường, nâng cao sức sống và thúc đẩy phát triển chất lượng cao nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của người dân về rèn luyện, giải trí và tiêu dùng thể thao. Đây là định hướng xuyên suốt, khẳng định công nghiệp thể thao không phát triển tự phát mà được đặt trong chiến lược dài hạn, có mục tiêu cụ thể và cơ chế triển khai đồng bộ. Chính quyền nhân dân từ cấp huyện trở lên có trách nhiệm thiết lập cơ chế phối hợp liên ngành, bảo đảm sự tham gia của nhiều lĩnh vực trong quá trình phát triển, từ tài chính, đầu tư, quy hoạch, khoa học công nghệ đến văn hóa và du lịch.

Luật cũng nhấn mạnh vai trò điều tiết và hỗ trợ của Nhà nước đối với các lĩnh vực sản xuất hàng hóa thể thao, dịch vụ thể thao và các ngành liên quan. Không gian phát triển của kinh tế thể thao được mở rộng thông qua định hướng tích hợp với y tế, văn hóa, du lịch, chăm sóc người cao tuổi và khoa học công nghệ. Điều này cho thấy thể thao được xem là một mắt xích quan trọng trong hệ sinh thái kinh tế đa ngành, góp phần kích thích tiêu dùng, thúc đẩy đổi mới sáng tạo và tạo việc làm.

Trong lĩnh vực sản xuất, Nhà nước khuyến khích doanh nghiệp tăng cường đầu tư nghiên cứu – phát triển, ứng dụng công nghệ mới, quy trình mới và vật liệu mới nhằm thúc đẩy chuyển đổi, nâng cấp ngành sản xuất hàng hóa thể thao. Đây là nền tảng để hình thành các thương hiệu thể thao có giá trị gia tăng cao, từng bước nâng cao năng lực cạnh tranh trên thị trường quốc tế. Song song với đó, khu vực dịch vụ được định hướng phát triển đa dạng, từ thể dục – giải trí, thi đấu – triển lãm, dịch vụ sân bãi, môi giới thể thao đến đào tạo chuyên môn. Các mô hình kinh doanh mới được khuyến khích hình thành, từng bước chuẩn hóa và nâng cao chất lượng dịch vụ.

Một điểm đáng chú ý là các lĩnh vực công nghiệp thể thao đáp ứng điều kiện theo quy định sẽ được hưởng chính sách ưu đãi về tài chính, thuế và đất đai. Cơ chế ưu đãi này tạo động lực mạnh mẽ thu hút nguồn lực xã hội, đặc biệt là khu vực tư nhân, tham gia đầu tư vào thị trường thể thao. Điều 74 khẳng định rõ Nhà nước khuyến khích khu vực tư nhân xây dựng cơ sở vật chất, phát triển sản phẩm và cung cấp dịch vụ thể thao, qua đó mở rộng quy mô thị trường và nâng cao tính cạnh tranh.

Ở phương diện thể thao chuyên nghiệp, Luật đặt mục tiêu hoàn thiện hệ thống phát triển, mở rộng các kênh chuyên nghiệp hóa vận động viên và huấn luyện viên, nâng cao mức độ chuẩn hóa của nền thể thao chuyên nghiệp. Các câu lạc bộ thể thao được yêu cầu hoàn thiện cơ chế quản trị nội bộ, nâng cao cấu trúc quản trị doanh nghiệp và phát huy vai trò chủ thể thị trường. Điều này cho thấy định hướng phát triển thể thao chuyên nghiệp gắn liền với nguyên tắc thị trường, tăng tính minh bạch và hiệu quả hoạt động.

Về phát triển vùng, Nhà nước thiết lập cơ chế phối hợp và tương tác giữa các khu vực, thúc đẩy chia sẻ nguồn lực và phát triển hài hòa. Đồng thời, khuyến khích địa phương khai thác lợi

thể đặc thù để phát triển các ngành công nghiệp thể thao mang bản sắc vùng miền và dân tộc. Cách tiếp cận này không chỉ giúp đa dạng hóa sản phẩm thể thao mà còn góp phần bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống thông qua hoạt động thể thao.

Nhận thức rõ vai trò của nguồn nhân lực, Luật khuyến khích các cơ sở giáo dục đại học đủ điều kiện mở ngành, chuyên ngành liên quan đến công nghiệp thể thao; đẩy mạnh hợp tác trường – doanh nghiệp; tăng cường giáo dục nghề nghiệp và đào tạo chuyên sâu. Việc hình thành đội ngũ nhân lực chất lượng cao được xem là yếu tố then chốt bảo đảm sự phát triển bền vững của ngành trong dài hạn.

Bên cạnh đó, Nhà nước hoàn thiện hệ thống thống kê công nghiệp thể thao, thực hiện giám sát và định kỳ công bố dữ liệu. Đây là cơ sở quan trọng để đánh giá chính xác quy mô, tốc độ tăng trưởng và hiệu quả của ngành, từ đó phục vụ công tác hoạch định chính sách một cách khoa học.

Có thể khẳng định, khung pháp lý về công nghiệp thể thao trong Luật Thể thao năm 2022 đã tạo nền tảng vững chắc để phát triển kinh tế thể thao theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại và hội nhập. Thể thao không còn chỉ được nhìn nhận như một hoạt động xã hội hay phong trào quần chúng, mà đã được xác định là một ngành kinh tế có chiến lược, có cơ chế hỗ trợ toàn diện và định hướng phát triển dài hạn. Đây chính là bước đi quan trọng nhằm biến thể thao trở thành động lực tăng trưởng mới, đóng góp tích cực vào sự phát triển kinh tế – xã hội và nâng cao chất lượng cuộc sống của người dân.

*Biên dịch HY (Theo [http://en.npc.gov.cn.cdurl.cn/2022-06/24/c\\_1000608.htm](http://en.npc.gov.cn.cdurl.cn/2022-06/24/c_1000608.htm))*

## **TRUNG QUỐC COI CÔNG NGHIỆP THỂ THAO LÀ ĐỘNG LỰC TĂNG TRƯỞNG MỚI TRONG 5 NĂM TỚI**

Trong chiến lược phát triển kinh tế giai đoạn mới, Trung Quốc xác định công nghiệp thể thao, đặc biệt là thể thao ngoài trời, sẽ trở thành một trong những động lực tăng trưởng quan trọng của nền kinh tế trong 5 năm tới. Định hướng này không chỉ thể hiện qua các tuyên bố chính sách mà còn được tích hợp trực tiếp vào Kế hoạch 5 năm lần thứ 15 (2026–2030), cho thấy vị thế ngày càng rõ nét của thể thao trong cấu trúc phát triển quốc gia.

Theo Ủy ban Cải cách và Phát triển Quốc gia (NDRC) – cơ quan hoạch định kinh tế hàng đầu của Trung Quốc – phát triển công nghiệp thể thao và thể thao ngoài trời sẽ là một nội dung trọng tâm trong các kế hoạch phát triển kinh tế – xã hội sắp tới. Điều này đồng nghĩa với việc thể thao được đặt ngang tầm với nhiều ngành dịch vụ và sản xuất chủ lực khác, trở thành cấu phần quan trọng trong chiến lược kích thích tiêu dùng và mở rộng thị trường nội địa.

Phát biểu tại họp báo ở Bắc Kinh, bà Chen Jun, Vụ trưởng Vụ Phát triển Xã hội thuộc NDRC, cho biết cơ quan này sẽ phối hợp với Tổng cục Thể thao Trung Quốc xây dựng các chương trình phát triển mới dành riêng cho ngành thể thao ngoài trời. Mục tiêu là tiếp tục hoàn thiện chính sách hỗ trợ, từ quy hoạch, đầu tư hạ tầng đến cơ chế tài chính, nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho lĩnh vực này bứt phá trong giai đoạn tới.

Một trong những mục tiêu cụ thể được đưa ra là đến năm 2030 xây dựng khoảng 100 điểm đến thể thao ngoài trời chất lượng cao trên phạm vi cả nước. Các khu này sẽ được đầu tư đồng bộ về cơ sở vật chất, đủ năng lực cung cấp dịch vụ chuyên nghiệp và tổ chức đa dạng sự kiện thể thao quy mô lớn. Những

địa phương có lợi thế về tài nguyên thiên nhiên, cảnh quan và nền tảng phát triển sẽ được ưu tiên để xây dựng các điểm đến thể thao ngoài trời đạt chuẩn quốc tế, qua đó kết hợp phát triển thể thao với du lịch và dịch vụ.

Để hiện thực hóa mục tiêu trên, Chính phủ Trung Quốc sẽ tăng cường hỗ trợ tài chính thông qua ngân sách trung ương và các quỹ chuyên biệt, trong đó có quỹ phúc lợi công cộng từ xổ số thể thao. Nguồn lực này sẽ được sử dụng để đầu tư các địa điểm thể thao ngoài trời đủ điều kiện cũng như các công trình dịch vụ công liên quan. Đồng thời, các tổ chức tài chính được khuyến khích mở rộng tín dụng cho doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực thể thao, tạo điều kiện thu hút thêm vốn tư nhân tham gia phát triển hạ tầng và dịch vụ.

Những kết quả đạt được trong giai đoạn trước là nền tảng quan trọng cho bước phát triển tiếp theo. Theo số liệu của Chính phủ, tổng diện tích sàn của các công trình thể thao trên toàn quốc hiện đạt 4,23 tỷ mét vuông; 1.547 công viên thể thao mới đã được đưa vào sử dụng. Các chỉ tiêu này cho thấy Trung Quốc đã hoàn thành trước thời hạn nhiều mục tiêu đặt ra trong Kế hoạch 5 năm lần thứ 14 (2021–2025), khẳng định đà tăng trưởng tích cực của ngành.

Triển vọng thị trường cũng được đánh giá khả quan. Các tổ chức nghiên cứu dự báo quy mô thị trường thể thao ngoài trời của Trung Quốc có thể vượt 3.000 tỷ nhân dân tệ (khoảng 422 tỷ USD) vào cuối năm 2025. Con số này phản ánh xu hướng gia tăng mạnh mẽ của tiêu dùng thể thao trong xã hội, nhất là khi người dân ngày càng quan tâm đến sức khỏe, lối sống năng động và trải nghiệm giải trí gắn với thiên nhiên.

Theo ông Yang Xuedong, Vụ trưởng Vụ Kinh tế thuộc Tổng cục Thể thao Trung Quốc, những năm gần đây công nghiệp thể thao nước này phát triển nhanh cả về quy mô lẫn chất lượng. Cơ cấu ngành có sự chuyển dịch tích cực, với tỷ trọng dịch vụ ngày càng

tăng. Bên cạnh tiêu dùng truyền thống như quần áo, giày dép, thiết bị thể thao, các hình thức tiêu dùng dịch vụ như xem thi đấu, du lịch thể thao, tập luyện thể dục – giải trí đang nổi lên mạnh mẽ.

Trong nửa đầu năm 2025, hơn 500 sự kiện thể thao được khảo sát đã giúp mỗi địa phương tăng thêm khoảng 30 triệu nhân dân tệ tiêu dùng. Điều này cho thấy thể thao không chỉ tạo giá trị trực tiếp từ bán vé hay tài trợ, mà còn kích thích chi tiêu ở các lĩnh vực liên quan như lưu trú, ăn uống, vận tải và bán lẻ.

Ở lĩnh vực sản xuất, ngành thiết bị thể thao tiếp tục duy trì đà tăng trưởng ổn định. Hiện Trung Quốc có hơn 63.000 doanh nghiệp sản xuất thiết bị thể thao; giá trị sản lượng toàn ngành đã tăng từ 1,12 nghìn tỷ nhân dân tệ năm 2015 lên hơn 1,5 nghìn tỷ nhân dân tệ hiện nay, tương đương mức tăng 34%. Sự kết hợp giữa thiết bị thể thao và các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo, dữ liệu lớn và thực tế ảo đang tạo ra các sản phẩm thông minh, hấp dẫn giới trẻ và mở rộng không gian tiêu dùng.

Không chỉ tập trung vào thị trường nội địa, Trung Quốc còn chủ động mở rộng hợp tác quốc tế trong lĩnh vực thể thao. Hội chợ Nhập khẩu Quốc tế Trung Quốc đã thiết lập khu vực chuyên biệt dành cho hàng hóa và sự kiện thể thao, tạo điều kiện để các sản phẩm, công nghệ và dịch vụ thể thao chất lượng cao từ nước ngoài tiếp cận thị trường Trung Quốc. Qua đó, ngành thể thao trong nước được bổ sung nguồn lực, đồng thời nâng cao tiêu chuẩn và năng lực cạnh tranh.

Việc đưa công nghiệp thể thao vào trung tâm chiến lược phát triển giai đoạn 2026–2030 cho thấy Trung Quốc đang nhìn nhận thể thao như một ngành kinh tế tổng hợp, có khả năng lan tỏa rộng và đóng góp trực tiếp vào tăng trưởng. Từ hạ tầng, sản xuất, dịch vụ đến tiêu dùng và thương mại quốc tế, thể thao đang được định vị là “động cơ mới” của nền kinh tế trong bối cảnh

chuyển dịch sang mô hình tăng trưởng dựa nhiều hơn vào thị trường nội địa và tiêu dùng chất lượng cao.

*Biên dịch HY (Theo*

*[https://english.www.gov.cn/english.www.gov.cn/news/202509/09/content\\_WS68c01bccc6d0868f4e8f56f2.html](https://english.www.gov.cn/english.www.gov.cn/news/202509/09/content_WS68c01bccc6d0868f4e8f56f2.html))*

## LIỆU NGÀNH THỂ THAO VÀ THỂ HÌNH CỦA TRUNG QUỐC CÓ THỂ THỨC ĐẨY LÀN SÓNG TIÊU DÙNG MỚI?

Trong bối cảnh kinh tế Trung Quốc đang nỗ lực tìm kiếm những động lực tăng trưởng mới nhằm kích thích tiêu dùng nội địa, ngành thể thao và thể hình đang nổi lên như một lĩnh vực giàu tiềm năng. Khi thu nhập người dân không ngừng tăng lên và quá trình đô thị hóa tiếp tục diễn ra nhanh chóng, nhu cầu về rèn luyện sức khỏe, cải thiện thể chất và theo đuổi lối sống năng động ngày càng trở nên phổ biến. Nhận thấy xu thế này, Chính phủ Trung Quốc đã chủ động định vị thể thao và thể hình như một cấu phần quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế – xã hội giai đoạn mới.

Tháng 8/2025, Quốc vụ viện Trung Quốc ban hành văn bản “Ý kiến về khai thác tiềm năng tiêu dùng thể thao và thúc đẩy phát triển chất lượng cao ngành thể thao”, đặt mục tiêu đến năm 2030 quy mô toàn ngành vượt 7.000 tỷ nhân dân tệ (tương đương gần 1.000 tỷ USD). Văn bản này thể hiện rõ quyết tâm nâng cấp toàn diện hệ sinh thái thể thao theo hướng hiện đại, chuyên nghiệp và hội nhập quốc tế. Chính sách nhấn mạnh phát triển đồng thời cả phía cung và phía cầu: mở rộng cơ sở vật chất, xây dựng các sự kiện thể thao chuyên nghiệp, hình thành doanh nghiệp thể thao có sức cạnh tranh toàn cầu, đồng thời khuyến khích sáng tạo mô hình tiêu dùng mới, mở rộng không gian tập luyện và tăng cường ứng dụng công nghệ số.

Dù tăng trưởng nhanh trong những năm gần đây, thị trường thể thao Trung Quốc vẫn được đánh giá là còn nhiều dư địa so với các nền kinh tế phát triển. Năm 2023, khoảng 39% dân số Trung Quốc thường xuyên tham gia hoạt động thể chất. Tỷ lệ này thấp hơn so với nhiều quốc gia phương Tây, cho thấy tiềm

năng mở rộng còn rất lớn. Tỷ lệ hội viên phòng gym năm 2022 chỉ đạt 2,8%, trong khi tại Mỹ con số này gần 20%. Mức chi tiêu bình quân của nhóm người tập luyện thường xuyên cũng thấp hơn đáng kể so với các thị trường trưởng thành. Tuy nhiên, chính khoảng cách này lại mở ra cơ hội tăng trưởng dài hạn khi Trung Quốc sở hữu dân số hơn 1,4 tỷ người và tầng lớp trung lưu đang ngày càng mở rộng.

Số liệu cho thấy năm 2023, giá trị gia tăng của ngành thể thao đạt 1,49 nghìn tỷ nhân dân tệ, chiếm 1,15% GDP và duy trì tốc độ tăng trưởng hai con số trong nhiều năm liên tiếp. Thu nhập khả dụng bình quân đầu người năm 2024 tăng hơn 5%, tạo nền tảng vững chắc cho tiêu dùng các sản phẩm và dịch vụ gắn với lối sống. Trong bối cảnh tiêu dùng truyền thống có dấu hiệu chững lại, thể thao được xem là lĩnh vực có khả năng kích hoạt nhu cầu mới, đặc biệt ở các mảng dịch vụ, du lịch, giải trí và công nghệ.

Động lực phát triển ngành thể thao không chỉ xuất phát từ mục tiêu kinh tế mà còn gắn liền với yêu cầu cải thiện sức khỏe cộng đồng. Trung Quốc đang đối mặt với tình trạng già hóa dân số nhanh chóng và tỷ lệ mắc bệnh mãn tính cao. Hàng trăm triệu người cao tuổi đang chịu ảnh hưởng của các bệnh liên quan đến tim mạch, tiểu đường và xương khớp, tạo áp lực lớn lên hệ thống y tế. Khuyến khích người dân duy trì thói quen vận động được xem là giải pháp dài hạn nhằm nâng cao chất lượng sống, giảm chi phí chăm sóc sức khỏe và duy trì năng suất lao động trong bối cảnh tuổi nghỉ hưu dần được điều chỉnh tăng.

Song song với lợi ích xã hội, phát triển thể thao còn góp phần nâng cao vị thế quốc tế của Trung Quốc. Việc tổ chức thành công các sự kiện thể thao lớn trong những năm qua đã giúp nước này củng cố hình ảnh quốc gia hiện đại, có năng lực tổ chức và sở hữu thị trường tiêu dùng năng động.

Xu hướng tiêu dùng thể thao tại Trung Quốc đang thay đổi mạnh mẽ. Trong giai đoạn 2014–2023, số người thường xuyên tập luyện

tăng từ 360 triệu lên 550 triệu. Hạ tầng thể thao được mở rộng nhanh chóng với hàng triệu địa điểm tập luyện và công viên thể thao công cộng. Thương mại điện tử đóng vai trò quan trọng trong việc kích thích tiêu dùng sản phẩm thể thao, khi doanh số giày chạy bộ, thiết bị tập luyện tại nhà và phụ kiện thông minh tăng mạnh. Các nền tảng tập luyện trực tuyến, lớp học livestream và ứng dụng theo dõi sức khỏe cũng thu hút lượng lớn người dùng, đặc biệt trong giới trẻ thành thị có trình độ học vấn cao và thu nhập ổn định.

Thị trường phòng gym phát triển sôi động với gần 70 triệu hội viên trả phí và hơn 100.000 cơ sở liên quan đến thể hình trên toàn quốc. Mô hình kinh doanh linh hoạt, áp dụng thuê bao tháng và tích hợp nền tảng số đang trở thành xu hướng chủ đạo. Hành vi tập luyện cũng đa dạng hơn, kết hợp giữa hoạt động trong nhà và ngoài trời như chạy bộ, đạp xe, leo núi hay các môn thể thao trải nghiệm.

Thể thao khán giả cũng ghi nhận mức tăng trưởng ấn tượng. Các giải bóng rổ và bóng đá chuyên nghiệp thu hút hàng trăm triệu lượt xem, trong khi các giải phong trào địa phương tạo hiệu ứng lan tỏa mạnh mẽ đến lĩnh vực du lịch, ẩm thực và bán lẻ. Sự kết hợp giữa sự kiện thể thao và kinh tế dịch vụ cho thấy thể thao đang trở thành một hệ sinh thái kinh tế tổng hợp, có khả năng tạo giá trị gia tăng vượt ra ngoài phạm vi sân đấu.

Chính phủ Trung Quốc triển khai nhiều biện pháp nhằm thúc đẩy cả cung và cầu. Về phía cung, các chính sách tập trung xây dựng thương hiệu sự kiện quốc gia, nâng cao năng lực đăng cai quốc tế, mở rộng sử dụng hạ tầng công cộng cho thể thao và tăng cường quản lý an toàn. Về phía cầu, các chương trình thí điểm tiêu dùng thể thao, phát hành phiếu mua hàng, hỗ trợ lãi vay, tái sử dụng không gian công nghiệp làm địa điểm tập luyện và phát triển dịch vụ thân thiện với người cao tuổi đang được

triển khai rộng rãi. Cơ chế ưu đãi tài chính, tín dụng và đất đai cũng được áp dụng nhằm khuyến khích doanh nghiệp tư nhân tham gia đầu tư.

Sự phát triển của ngành mở ra nhiều cơ hội đầu tư trong các lĩnh vực như cơ sở vật chất chuyên biệt, thiết bị và công nghệ thông minh, thương mại hàng lưu niệm thể thao, nền tảng tập luyện trực tuyến và dinh dưỡng thể thao. Thị trường thể thao ngoài trời và dịch vụ liên quan được dự báo đạt khoảng 3 nghìn tỷ nhân dân tệ vào năm 2025, cho thấy đà tăng trưởng mạnh mẽ.

Với nền tảng dân số lớn, thu nhập cải thiện, nhu cầu chăm sóc sức khỏe gia tăng và sự hỗ trợ chính sách toàn diện, ngành thể thao và thể hình Trung Quốc đang đứng trước cơ hội trở thành một động lực tiêu dùng mới quan trọng. Nếu được triển khai đồng bộ và bền vững, lĩnh vực này không chỉ đóng góp tích cực cho tăng trưởng kinh tế mà còn giúp nâng cao chất lượng cuộc sống và củng cố vị thế của Trung Quốc trong ngành công nghiệp thể thao toàn cầu.

*Biên dịch Nguyễn Khang (Theo <https://www.china-briefing.com/news/chinas-sports-and-fitness-industry-new-consumption>)*

## **TRUNG QUỐC BAN HÀNH CHÍNH SÁCH LỚN NHẪM KHAI THÁC TIỀM NĂNG TIÊU DÙNG THỂ THAO, ĐẶT MỤC TIÊU NGÀNH ĐẠT QUY MÔ TRÊN 7.000 TỶ NDT VÀO NĂM 2030**

Văn phòng Quốc vụ viện Trung Quốc đã ban hành văn bản số 31 năm 2025 về việc “Khai thác tiềm năng tiêu dùng thể thao, tiếp tục thúc đẩy phát triển chất lượng cao ngành công nghiệp thể thao”, đánh dấu bước đi quan trọng trong chiến lược đưa thể thao trở thành một động lực tăng trưởng mới của nền kinh tế.

Văn bản được ban hành nhằm triển khai các quyết sách của Trung ương Đảng và Quốc vụ viện về thúc đẩy tiêu dùng nội địa, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người dân đối với đời sống chất lượng và hiện thực hóa mục tiêu xây dựng hệ thống công nghiệp thể thao hiện đại. Theo đó, Trung Quốc đặt mục tiêu đến năm 2030 sẽ hình thành một số doanh nghiệp và sự kiện thể thao có tầm ảnh hưởng toàn cầu, nâng tổng quy mô ngành thể thao lên trên 7.000 tỷ nhân dân tệ và giúp ngành này đóng vai trò quan trọng trong cấu trúc phát triển kinh tế mới.

Về định hướng chung, Trung Quốc nhấn mạnh việc xây dựng hệ thống công nghiệp thể thao hiện đại, nâng cao năng lực cạnh tranh tổng thể và không ngừng kích thích tiêu dùng thể thao. Chính sách lần này cho thấy thể thao không còn được nhìn nhận đơn thuần là lĩnh vực xã hội hay phúc lợi công cộng, mà được xác định là một ngành kinh tế quan trọng, gắn với chiến lược tăng trưởng dài hạn.

Một trong những trụ cột lớn của chính sách là mở rộng nguồn cung sản phẩm và dịch vụ thể thao. Trung Quốc sẽ ban hành các chính sách chuyên đề phát triển “kinh tế sự kiện”, xây dựng hệ thống thi đấu đa môn, đa cấp độ; đẩy mạnh xếp hạng, chuẩn hóa và chuyên nghiệp hóa các giải đấu. Nhà nước khuyến

khích hình thành những sự kiện thương hiệu có quyền sở hữu trí tuệ độc lập và có sức ảnh hưởng quốc tế, đồng thời hỗ trợ các giải đấu đủ điều kiện tham gia hệ thống tính điểm Olympic. Công tác đăng cai và tổ chức sự kiện quốc tế sẽ được tăng cường điều phối ở cấp trung ương nhằm bảo đảm hiệu quả và tính bền vững.

Cùng với đó, công tác quản lý sự kiện được yêu cầu đổi mới theo hướng tạo thuận lợi hơn cho thị trường. Các nguồn lực công như đường bộ, vùng nước sẽ được mở rộng phục vụ tổ chức sự kiện thể thao; thủ tục phê duyệt được tinh giản; cơ chế xác nhận và giao dịch bản quyền sự kiện được thúc đẩy. Chính phủ cũng yêu cầu hoàn thiện hệ thống quản lý an toàn, xác định rõ trách nhiệm của ban tổ chức, thực hiện đánh giá rủi ro, phân cấp lực lượng an ninh và tính toán sức chứa an toàn của sân vận động, qua đó tăng số lượng vé phát hành, mở rộng quy mô tiêu dùng.

Thể thao ngoài trời được xác định là một hướng tăng trưởng quan trọng. Trung Quốc sẽ xây dựng vòng kế hoạch phát triển mới cho ngành này, dựa trên điều kiện tài nguyên tự nhiên của từng địa phương để phát triển các môn như leo núi, thể thao dưới nước, ô tô – mô tô thể thao và hàng không thể thao. Các điểm đến thể thao ngoài trời chất lượng cao sẽ được xây dựng theo định hướng trở thành trung tâm du lịch – thể thao tích hợp. Đồng thời, các sự kiện thể thao tầm thấp như mô hình máy bay, bay mô phỏng cũng được khuyến khích phát triển trên cơ sở bảo đảm an toàn, nhằm kích thích tiêu dùng mới.

Thể thao mùa đông tiếp tục được chú trọng sau thành công của Thế vận hội mùa Đông Bắc Kinh 2022. Trung Quốc sẽ duy trì các chính sách ưu đãi tiêu dùng các môn thể thao mùa đông, hỗ trợ đưa thiết bị các môn thể thao mùa đông đủ điều kiện vào diện hỗ trợ đổi mới thiết bị quy mô lớn, đồng thời triển khai chiến lược mở rộng không gian phát triển môn thể thao này sang các khu vực phía Nam và phía Tây, củng cố thành quả thu hút hàng trăm triệu người tham

gia thể thao mùa đông.

Song song với mở rộng nguồn cung, Trung Quốc đặt trọng tâm vào kích thích cầu tiêu dùng thể thao. Các không gian công nghiệp cũ, nhà xưởng, mặt bằng thương mại và kho bãi được khuyến khích chuyển đổi thành không gian thể thao. Đô thị sẽ tận dụng những “góc vàng, cạnh bạc” để xây dựng các cơ sở tập luyện quy mô nhỏ, tiện lợi, gần khu dân cư. Các trung tâm thương mại, khu du lịch, phố đi bộ được khuyến khích tích hợp hoạt động thể thao, tạo ra các kịch bản tiêu dùng mang tính trải nghiệm và thực tế.

Chính phủ cũng thúc đẩy sự kết hợp giữa thể thao và công nghệ số, phát triển các mô hình tiêu dùng thông minh, cá nhân hóa, ứng dụng dữ liệu lớn và trí tuệ nhân tạo. Các sân bãi đủ điều kiện được khuyến khích kéo dài thời gian mở cửa, thúc đẩy tiêu dùng ban đêm. Đặc biệt, các nền tảng hoạt động thể thao dành cho người cao tuổi sẽ được xây dựng, góp phần kết hợp ngành thể thao với “kinh tế bạc” trong bối cảnh dân số già hóa nhanh.

Nhiều chiến dịch tiêu dùng thể thao sẽ được triển khai trên toàn quốc, gắn với các dịp như Ngày Toàn dân rèn luyện thân thể, Tết Nguyên đán, Quốc khánh và kỳ nghỉ hè. Các hoạt động như “Du lịch theo sự kiện”, “Sự kiện thể thao vào khu du lịch, khu phố, trung tâm thương mại” được xây dựng thành thương hiệu dài hạn. Doanh nghiệp thể thao được khuyến khích liên kết với tổ chức tài chính và nền tảng internet nhằm huy động nguồn lực và mở rộng thị trường. Các biện pháp hỗ trợ tài chính cũng được thiết kế đa dạng, bao gồm hỗ trợ lãi suất vay cho doanh nghiệp dịch vụ thể thao đủ điều kiện, phát hành phiếu tiêu dùng thể thao, chương trình khuyến mãi hoàn tiền, tích điểm đổi thưởng, thậm chí phát hành “bao lì xì” tiêu dùng thể thao bằng nhân dân tệ số tại những địa phương đủ điều kiện.

Về phía cung ứng doanh nghiệp, Trung Quốc đẩy mạnh triển khai chính sách hỗ trợ doanh nghiệp tư nhân trong lĩnh vực thể thao; hoàn thiện cơ chế ươm tạo, nâng cao chất lượng doanh nghiệp; mở rộng số doanh nghiệp quy mô lớn và khuyến khích phát triển các doanh nghiệp “chuyên, tinh, đặc, mới”. Các sản phẩm vận động công cộng được khuyến khích chuyển đổi theo hướng xanh, carbon thấp và thông minh; đẩy mạnh vận hành theo cơ chế thị trường, hình thành các thương hiệu quản lý chuyên nghiệp.

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, Trung Quốc cũng đặt mục tiêu mở rộng hợp tác quốc tế trong ngành thể thao. Các hội chợ lớn như Hội chợ Nhập khẩu Quốc tế Trung Quốc, Hội chợ Canton, Hội chợ Dịch vụ quốc tế sẽ tiếp tục phát huy vai trò kết nối trong lĩnh vực thể thao. Trung Quốc thúc đẩy xuất khẩu sản phẩm và dịch vụ thể thao như võ thuật, cờ vây; triển khai kế hoạch quảng bá thương hiệu thể thao ra nước ngoài; hỗ trợ doanh nghiệp đủ điều kiện “vươn ra toàn cầu”.

Đáng chú ý, văn bản lần này nhấn mạnh mẽ đến chuyển đổi số. Sáng kiến “yếu tố dữ liệu thể thao” được triển khai nhằm thúc đẩy ứng dụng dữ liệu lớn, trí tuệ nhân tạo trong sản xuất, quản lý và dịch vụ thể thao. Trung Quốc sẽ xây dựng các bộ dữ liệu chất lượng cao trong lĩnh vực thể thao, hoàn thiện cơ chế về quyền sở hữu dữ liệu, giao dịch và phân phối lợi ích, qua đó hình thành nền tảng phát triển bền vững cho ngành. Có thể thấy, chính sách mới của Quốc vụ viện thể hiện cách tiếp cận toàn diện từ cung đến cầu, từ hạ tầng đến công nghệ, từ thị trường nội địa đến hợp tác quốc tế. Với mục tiêu nâng quy mô ngành lên trên 7.000 tỷ nhân dân tệ vào năm 2030, Trung Quốc đang từng bước khẳng định thể thao không chỉ là lĩnh vực nâng cao sức khỏe cộng đồng mà còn là một cấu phần quan trọng trong chiến lược tăng trưởng kinh tế và chuyển đổi mô hình phát triển trong giai đoạn mới.

*Biên dịch Nguyễn Khang - Theo*

[https://www.gov.cn/zhengce/content/202509/content\\_7039155.htm](https://www.gov.cn/zhengce/content/202509/content_7039155.htm)

## CHÍNH PHỦ HÀN QUỐC TẬP TRUNG TĂNG TRƯỞNG NGÀNH CÔNG NGHIỆP THỂ THAO

Chính phủ Hàn Quốc đang đẩy mạnh các chính sách hỗ trợ nhằm đưa ngành công nghiệp thể thao – lĩnh vực được đánh giá tăng trưởng nhanh trong những năm gần đây – trở thành một động lực phát triển mới của nền kinh tế quốc gia. Trọng tâm của chiến lược này là Kế hoạch thúc đẩy Ngành Thể thao trung và dài hạn lần thứ 4 (2024–2028), do Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Hàn Quốc (MCST) công bố ngày 9/4. Đây là kế hoạch mang tính pháp lý, xác lập tầm nhìn và định hướng chính sách cho giai đoạn 5 năm tới, với mục tiêu đưa công nghiệp thể thao trở thành trụ cột quan trọng trong cấu trúc tăng trưởng mới của Hàn Quốc.

Theo đó, Chính phủ đặt ra bốn mục tiêu lớn: mở rộng quy mô ngành từ 78 nghìn tỷ KRW hiện nay lên 105 nghìn tỷ KRW vào năm 2028; nâng số doanh nghiệp thể thao sáng tạo có doanh thu trên 10 tỷ KRW lên 1.000; tăng tỷ lệ phát triển cân bằng giữa các khu vực từ 50,2% lên 55%; và nâng tổng số lao động trong ngành từ 440.000 lên 600.000 người.

Số liệu cho thấy, năm 2022, quy mô thị trường công nghiệp thể thao Hàn Quốc đạt 78,106 nghìn tỷ KRW, tăng 22,3% so với năm trước. Đáng chú ý, mức tăng trưởng này thể hiện sự phục hồi mạnh mẽ sau đại dịch COVID-19, khi so sánh với con số 80,684 nghìn tỷ KRW của năm 2019 – thời điểm trước dịch. Điều này cho thấy tiềm năng lớn của lĩnh vực thể thao trong bối cảnh nhu cầu tiêu dùng, chăm sóc sức khỏe và giải trí của người dân ngày càng gia tăng.

Trên cơ sở đó, Chính phủ Hàn Quốc xác lập tầm nhìn xây dựng “ngành công nghiệp thể thao cùng nhau phát triển – động lực tăng trưởng mới cho Hàn Quốc”, đồng thời triển khai ba chiến lược trọng tâm.

Thứ nhất, tăng cường năng lực cạnh tranh quốc tế cho doanh nghiệp thể thao trong nước. Chính phủ sẽ mở rộng hỗ trợ toàn diện, từ thu hút đầu tư, mở rộng thị trường đến tư vấn quản trị, đối với các doanh nghiệp có tốc độ tăng trưởng cao – đặc biệt là những đơn vị đạt mức tăng trưởng doanh thu trung bình 3 năm từ 20% trở lên. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp dịch vụ thể thao có tiềm năng phát triển dài hạn cũng sẽ được ưu tiên hỗ trợ nhằm hình thành lực lượng doanh nghiệp “đầu tàu” trong ngành.

Thứ hai, thúc đẩy đổi mới sáng tạo và giảm phụ thuộc vào nước ngoài. Chính phủ sẽ lựa chọn các sản phẩm thể thao có triển vọng xuất khẩu hoặc có khả năng thay thế hàng nhập khẩu để ưu tiên đầu tư nghiên cứu – phát triển (R&D), đảm bảo công nghệ lõi và nâng cao năng lực tự chủ. Việc phát triển các mặt hàng chiến lược không chỉ gia tăng giá trị gia tăng trong nước mà còn mở rộng thị trường ra quốc tế.

Thứ ba, mở rộng nền tảng và không gian phát triển ngành thông qua hội tụ công nghệ và khai thác thị trường mới. Hàn Quốc đặt mục tiêu phát triển trí tuệ nhân tạo (AI) chuyên biệt trong lĩnh vực thể thao, hướng tới vị thế quốc gia dẫn đầu trong thị trường dịch vụ quản lý sức khỏe và tham gia thể thao. Các công nghệ tiên tiến như dịch vụ xem trực tiếp dựa trên thực tế mở rộng (XR), sân vận động thông minh với nhận diện khuôn mặt và hệ thống an ninh hiện đại, hay các giải pháp hỗ trợ người yếu thế như ghế rung dành cho người khuyết tật và ứng dụng cung cấp nội dung cổ vũ cho người khiếm thính, sẽ được nghiên cứu và triển khai trong trung và dài hạn.

Bên cạnh đó, các sản phẩm du lịch thể thao và nội dung thể thao số cũng được xác định là lĩnh vực tiềm năng. Sự kết hợp giữa thể thao với công nghiệp văn hóa, công nghệ số và du lịch được kỳ vọng sẽ tạo ra chuỗi giá trị mới, góp phần gia tăng tiêu dùng nội địa và thu hút khách quốc tế.

Một điểm đáng chú ý trong chiến lược lần này là định hướng xây dựng hệ sinh thái công nghiệp thể thao theo từng vùng, địa phương. Chính phủ sẽ hỗ trợ hình thành các cụm ngành thể thao tại các khu vực có thế mạnh riêng, qua đó thúc đẩy phát triển cân bằng và khai thác hiệu quả nguồn lực địa phương.

Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Yu In Chon nhấn mạnh: “Tôi tin rằng ngành thể thao sẽ trở thành động lực tăng trưởng cho đất nước chúng ta trong tương lai. Bộ sẽ huy động mọi nguồn lực sẵn có và nhanh chóng triển khai các chiến lược, nhiệm vụ đã công bố để người dân có thể cảm nhận được những thay đổi thực chất”.

Với tầm nhìn chiến lược rõ ràng, mục tiêu cụ thể và giải pháp đồng bộ, Hàn Quốc đang từng bước khẳng định vị thế của công nghiệp thể thao không chỉ là lĩnh vực văn hóa – xã hội, mà còn là một ngành kinh tế quan trọng, đóng góp tích cực vào tăng trưởng, việc làm và đổi mới sáng tạo trong giai đoạn phát triển mới.

*Biên dịch Hồng Hạnh (Theo*

<https://www.korea.net/NewsFocus/policies/view?articleId=249>

669)

## **THỊ TRƯỜNG THỂ THAO HÀN QUỐC TĂNG TỐC VÀ CHUYỂN MÌNH MẠNH MẼ TRONG KỶ NGUYÊN SỐ**

Ngành công nghiệp thể thao Hàn Quốc đang bước vào giai đoạn tăng trưởng mới với động lực đến từ cả nhu cầu tiêu dùng nội địa lẫn làn sóng chuyển đổi số. Theo Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Hàn Quốc, quy mô ngành đã tăng 3,8%, từ 78,16 nghìn tỷ won năm 2022 lên 81,03 nghìn tỷ won vào năm 2025. Chính phủ nước này đặt mục tiêu đưa thị trường đạt mốc 100 nghìn tỷ won vào năm 2028 thông qua hàng loạt chính sách hỗ trợ, cho thấy thể thao không chỉ được nhìn nhận dưới góc độ phúc lợi xã hội mà còn là một trụ cột tăng trưởng kinh tế và văn hóa.

Một trong những giải pháp đáng chú ý là đề xuất áp dụng khấu trừ thuế chi phí văn hóa đối với phí sử dụng phòng gym và bể bơi, nhằm khuyến khích người dân tham gia tập luyện thường xuyên hơn. Chính sách này phản ánh xu hướng gắn kết giữa phát triển kinh tế thể thao với nâng cao chất lượng sống của người dân.

Cùng với đó, lĩnh vực thể thao điện tử (eSports) đang nổi lên như một động lực mới. Theo dự báo của Deloitte, thị trường eSports Hàn Quốc có thể tăng từ 300 triệu USD năm 2025 lên 520 triệu USD vào năm 2034. Sự phát triển song song giữa thể thao truyền thống và thể thao số cho thấy cấu trúc thị trường đang chuyển dịch theo hướng tích hợp, tạo nên một hệ sinh thái đa dạng, kết nối và giàu tiềm năng đổi mới.

Không chỉ tăng trưởng về quy mô, văn hóa thể thao tại Hàn Quốc cũng đang mở rộng phạm vi ảnh hưởng trong đời sống thường nhật. Ngày càng nhiều người dân theo đuổi lối sống năng động với các hoạt động như leo núi, chạy bộ, Pilates hay tập gym. Những môn thể thao này không còn mang tính phong trào nhất thời mà đã trở thành thói quen thường xuyên trong sinh hoạt hằng ngày. Bên cạnh đó, golf, bóng chày và các môn thể thao dưới nước cũng ghi nhận

mức độ quan tâm gia tăng.

Xu hướng sống khỏe kéo theo nhu cầu mạnh mẽ về trang phục thể thao, thiết bị tập luyện và các dịch vụ chăm sóc sức khỏe. Ranh giới giữa giải trí và phong cách sống dần bị xóa nhòa khi thể thao trở thành một phần của bản sắc cá nhân. Đặc biệt, quá trình số hóa đang làm thay đổi cách người dân tiếp cận thể thao, từ việc tham gia các cộng đồng tập luyện trực tuyến đến thi đấu ảo và chia sẻ thành tích trên mạng xã hội, tạo nên một nền văn hóa thể thao tương tác cao.

Trong bức tranh đó, bóng đá, bóng chày và taekwondo tiếp tục giữ vai trò trung tâm. Bóng đá nhận được sự yêu mến rộng rãi, đặc biệt sau dấu mốc đồng đăng cai World Cup 2002, góp phần khơi dậy niềm tự hào và truyền cảm hứng cho thế hệ trẻ. Bóng chày có vị thế đặc biệt trong đời sống văn hóa khi giải KBO thu hút hàng triệu khán giả mỗi năm. Theo khảo sát năm 2024 của KBO với 8.000 người hâm mộ, 92,4% từng đến sân vận động ít nhất một lần trong năm; trong đó, 60,2% cho rằng bản thân trận đấu là yếu tố hấp dẫn nhất, 52,1% yêu thích văn hóa cổ vũ và 36,1% đánh giá cao trải nghiệm ẩm thực tại sân.

Taekwondo – môn võ truyền thống – không chỉ là môn thể thao thành tích cao mà còn là biểu tượng bản sắc dân tộc, mang về hơn 22 huy chương Olympic kể từ năm 1988. Sau Thế vận hội Mùa đông PyeongChang 2018, các môn thể thao mùa đông như trượt băng và trượt tuyết cũng phát triển mạnh, mở rộng phạm vi tham gia của người dân trong mùa lạnh.

Bên cạnh hoạt động thể chất, mạng xã hội đang đóng vai trò chất xúc tác thúc đẩy phong trào tập luyện. Xu hướng “Healthstagram” trên Instagram – nơi người dùng chia sẻ hình ảnh tập luyện kèm hashtag như #오운완 (hoàn thành buổi tập hôm nay) hay #헬린이 (người mới tập gym) – đã tạo ra động

lực cộng đồng mạnh mẽ. Việc chia sẻ hành trình rèn luyện vừa thể hiện cá tính vừa tạo sự khích lệ lẫn nhau, đặc biệt trong giới trẻ và thế hệ MZ.

Nắm bắt xu hướng này, các thương hiệu lớn tại Hàn Quốc đã tích cực khai thác yếu tố thể thao trong chiến lược truyền thông. Đài truyền hình tvN tổ chức thử thách chạy bộ hàng tuần, yêu cầu người tham gia đăng ảnh kèm hashtag thương hiệu để nhận quà tặng giá trị. Mô hình kết hợp giữa giải trí và vận động đã tạo hiệu ứng lan tỏa mạnh mẽ.

Trong khi đó, Samsung Electronics triển khai chiến dịch “Voices of Galaxy” với thông điệp khuyến khích tập luyện vì tương lai khỏe mạnh. Thay vì nhấn mạnh yếu tố công nghệ thuần túy, Samsung chọn cách kể chuyện giàu cảm xúc, sử dụng thể thao như cầu nối để xây dựng hình ảnh Galaxy là người bạn đồng hành trong hành trình chăm sóc sức khỏe.

Có thể thấy, thị trường thể thao Hàn Quốc đang phát triển dựa trên nhiều động lực đồng thời: dân số già hóa nhưng quan tâm nhiều hơn đến sức khỏe; thế hệ trẻ đề cao phong cách sống năng động; công nghệ số tạo ra phương thức tiếp cận mới; và doanh nghiệp linh hoạt kết hợp thể thao với văn hóa, giải trí và cảm xúc.

Trong bối cảnh đó, thể thao tại Hàn Quốc không chỉ là hoạt động rèn luyện thể chất mà đã trở thành một ngành kinh tế sáng tạo, kết nối giữa truyền thống và công nghệ. Với định hướng mở rộng quy mô lên 100 nghìn tỷ won vào năm 2028, ngành công nghiệp thể thao Hàn Quốc đang từng bước khẳng định vai trò là một động lực tăng trưởng quan trọng trong giai đoạn phát triển mới của nền kinh tế.

*Biên dịch Hồng Hạnh (Theo <https://daxueconsulting.com/sports-market-south-korea/>)*

## SỰ HỖ TRỢ CỦA CHÍNH PHỦ HÀN QUỐC ĐỐI VỚI KINH TẾ THỂ THAO

Trong bối cảnh thể thao ngày càng được nhìn nhận không chỉ là hoạt động văn hóa – xã hội mà còn là một ngành kinh tế có giá trị gia tăng cao, Chính phủ Hàn Quốc đã chủ động xây dựng và triển khai nhiều chính sách hỗ trợ phát triển công nghiệp thể thao như một động lực tăng trưởng mới. Một nghiên cứu công bố năm 2020 trên Journal of Engineering and Applied Sciences của tác giả Han-Woong Yoo (Khoa Giáo dục Thể chất, Seoul) đã cung cấp những bằng chứng định lượng rõ ràng về quy mô can thiệp của Nhà nước cũng như tác động kinh tế mà các chính sách này mang lại.

### **Thể thao – từ hoạt động xã hội đến động lực kinh tế**

Từ đầu những năm 2000, cùng với sự phát triển mạnh mẽ của kinh tế tri thức, Hàn Quốc đã xác định thể thao không chỉ đóng vai trò nâng cao sức khỏe cộng đồng mà còn tạo ra giá trị kinh tế, thúc đẩy sản xuất, tạo việc làm và giảm chi phí y tế xã hội. Thể thao trở thành một lĩnh vực hội tụ giữa sản xuất hàng hóa (dụng cụ, trang phục, thiết bị), dịch vụ (giải trí, tổ chức sự kiện, đào tạo, thể hình), công nghệ (thiết bị thông minh, dữ liệu thể thao) và du lịch.

Nhận thức rõ tiềm năng đó, Chính phủ Hàn Quốc đã triển khai các dự án hỗ trợ công nghiệp thể thao như một công cụ chính sách quan trọng để kích thích thị trường. Mục tiêu không chỉ là thúc đẩy tăng trưởng nội ngành mà còn tạo hiệu ứng lan tỏa sang các lĩnh vực liên quan trong nền kinh tế.

### **Quy mô ngân sách và phạm vi can thiệp**

Theo nghiên cứu, tính đến năm 2018, ngân sách dành riêng cho công nghiệp thể thao của Chính phủ Hàn Quốc đạt 95,173 triệu USD. Con số này chiếm khoảng 8% tổng ngân sách lĩnh

vực thể thao và khoảng 0,022% tổng ngân sách quốc gia. Dù tỷ trọng còn khiêm tốn so với quy mô chi tiêu công, song mức đầu tư này cho thấy sự ưu tiên chiến lược đối với phát triển kinh tế thể thao.

Cơ cấu chi ngân sách cho công nghiệp thể thao bao gồm:

- Khoản vay công nghiệp thể thao (Sport Industry Loan – SIL) chiếm 54,6% tổng ngân sách
- Hỗ trợ kích hoạt công nghiệp thể thao (Sport Industry Activation Support – SIAS) chiếm 37,2%
- Hỗ trợ xây dựng hạ tầng công nghệ công nghiệp thể thao (Sport Industry Technology Infrastructure Composition – SITIC) chiếm 5,9%
- Hỗ trợ thương mại hóa dịch vụ thể thao (Sport Service Commercialization Support – SSCS) chiếm 2,3%

Trong đó, chương trình cho vay ngành thể thao giữ vai trò chủ lực, giúp doanh nghiệp tiếp cận nguồn vốn ưu đãi, mở rộng sản xuất, đổi mới công nghệ và nâng cao năng lực cạnh tranh.

Tổng mức giải ngân thực tế đạt khoảng 91,37 triệu USD, tương đương 96% kế hoạch đề ra, phản ánh tính khả thi và mức độ hấp thụ vốn tương đối cao của thị trường.

### **Phân tích tác động kinh tế bằng phương pháp đầu vào – đầu ra**

Điểm đáng chú ý của nghiên cứu là việc sử dụng phương pháp phân tích liên ngành dựa trên Bảng Liên kết Công nghiệp do Ngân hàng Trung ương Hàn Quốc công bố. Đây là phương pháp kinh tế lượng cho phép đo lường hiệu ứng lan tỏa của một khoản chi tiêu tới toàn bộ nền kinh tế thông qua các mối liên kết sản xuất giữa các ngành.

Ba chỉ tiêu chính được xem xét gồm:

1. Hiệu ứng kích thích sản xuất
2. Hiệu ứng gia tăng giá trị gia tăng
3. Hiệu ứng tạo việc làm

### **Hiệu ứng kích thích sản xuất**

Hệ số kích thích sản xuất trung bình đạt 1,761. Điều này có nghĩa là cứ 1 triệu USD chi tiêu cho công nghiệp thể thao sẽ tạo ra 1,761 triệu USD sản lượng trong toàn nền kinh tế.

Tổng hiệu ứng sản xuất từ 91,37 triệu USD chi tiêu của Chính phủ đạt khoảng 146,985 triệu USD. Con số này cho thấy chi tiêu công trong lĩnh vực thể thao có khả năng tạo ra mức lan tỏa đáng kể sang các ngành như sản xuất thiết bị, dệt may, công nghệ thông tin, vận tải và dịch vụ.

### **Hiệu ứng gia tăng giá trị gia tăng**

Hệ số gia tăng giá trị gia tăng đạt 0,727, cao hơn mức trung bình của toàn bộ nền kinh tế (0,679). Điều này phản ánh đặc điểm của ngành thể thao là có hàm lượng dịch vụ và tri thức cao, tạo ra giá trị gia tăng lớn trên mỗi đơn vị chi tiêu.

Tổng giá trị gia tăng được tạo ra đạt khoảng 79,107 triệu USD. Đây là yếu tố quan trọng bởi giá trị gia tăng chính là phần đóng góp trực tiếp vào GDP quốc gia.

### **Hiệu ứng tạo việc làm**

Hệ số tạo việc làm đạt 9,938 việc làm cho mỗi 1 triệu USD chi tiêu, cao hơn mức trung bình toàn nền kinh tế (8,686 việc làm).

Tổng số việc làm được tạo ra từ các chương trình hỗ trợ công nghiệp thể thao ước tính khoảng 855 việc làm. Điều này cho thấy thể thao không chỉ là lĩnh vực tạo giá trị kinh tế mà còn có vai trò quan trọng trong giải quyết việc làm, đặc biệt ở các phân ngành dịch vụ, công nghệ và tổ chức sự kiện.

### **Ý nghĩa chính sách: Thể thao như một ngành kinh tế chiến lược**

Kết quả nghiên cứu củng cố quan điểm rằng sự can thiệp của Chính phủ vào công nghiệp thể thao không đơn thuần mang tính hỗ trợ xã hội mà còn có cơ sở kinh tế rõ ràng. So với nhiều

ngành sản xuất truyền thống, thể thao thể hiện khả năng tạo giá trị gia tăng và việc làm ở mức cao hơn trung bình.

Tuy nhiên, nghiên cứu cũng lưu ý rằng hiệu quả can thiệp phụ thuộc vào đặc điểm từng phân ngành và phương thức phân bổ ngân sách. Nếu chính sách thiết kế không phù hợp, nguy cơ “thất bại của chính phủ” có thể xảy ra, làm giảm hiệu quả sử dụng nguồn lực công.

Do đó, việc lựa chọn công cụ chính sách – giữa hỗ trợ vốn vay, đầu tư hạ tầng công nghệ hay thương mại hóa dịch vụ – cần dựa trên phân tích khoa học và dữ liệu thực chứng.

### **Bài học cho các quốc gia đang phát triển kinh tế thể thao**

Trường hợp Hàn Quốc cho thấy ba yếu tố quan trọng trong phát triển kinh tế thể thao:

Thứ nhất, xác định rõ thể thao là ngành công nghiệp có giá trị gia tăng cao, không chỉ là hoạt động phong trào.

Thứ hai, xây dựng hệ thống chính sách hỗ trợ đa dạng, kết hợp giữa tài chính, công nghệ và thương mại hóa.

Thứ ba, đánh giá tác động bằng công cụ định lượng để đảm bảo hiệu quả và minh bạch trong sử dụng ngân sách.

Trong bối cảnh nhiều quốc gia châu Á đang tìm kiếm động lực tăng trưởng mới dựa trên kinh tế sáng tạo và dịch vụ, kinh tế thể thao có thể trở thành một hướng đi tiềm năng nếu được hoạch định chiến lược bài bản.

### **Kết luận**

Sự can thiệp của Chính phủ Hàn Quốc vào công nghiệp thể thao cho thấy một mô hình kết hợp giữa chính sách công và cơ chế thị trường nhằm tối đa hóa tác động kinh tế – xã hội. Với khoản chi chưa tới 0,03% tổng ngân sách quốc gia, chính phủ đã tạo ra hiệu ứng lan tỏa gần 147 triệu USD sản lượng, hơn 79 triệu USD giá trị gia tăng và 855 việc làm.

Những con số này khẳng định thể thao hoàn toàn có thể trở thành một trụ cột trong chiến lược phát triển kinh tế nếu được hỗ trợ đúng

hướng. Không chỉ nâng cao sức khỏe cộng đồng, thể thao còn đóng góp trực tiếp vào tăng trưởng GDP, thúc đẩy đổi mới sáng tạo và mở rộng cơ hội việc làm.

Trong kỷ nguyên kinh tế tri thức và công nghiệp sáng tạo, đầu tư cho thể thao không còn là khoản chi tiêu phụ trợ mà đang dần trở thành một quyết định chiến lược mang tính dài hạn của nhiều chính phủ, trong đó Hàn Quốc là một ví dụ tiêu biểu.

*Biên dịch Hồng Hạnh (Theo*

*<https://makhillpublications.co/files/published-files/mak-jeas/2020/9-2070-2074.pdf>)*

# **LUẬT XÚC TIẾN CÔNG NGHIỆP THỂ THAO HÀN QUỐC: NỀN TẢNG PHÁP LÝ TOÀN DIỆN CHO PHÁT TRIỂN KINH TẾ THỂ THAO TRONG KỶ NGUYÊN MỚI**

Trong hơn hai thập niên qua, Hàn Quốc được biết đến là một quốc gia phát triển mạnh mẽ công nghiệp thể thao theo hướng hiện đại, bài bản và có chiều sâu. Nền tảng quan trọng cho quá trình này chính là Luật Xúc tiến Công nghiệp Thể thao (Sports Industry Promotion Act), ban hành lần đầu năm 2007 và liên tục được sửa đổi, bổ sung đến năm 2023 nhằm thích ứng với bối cảnh kinh tế - xã hội mới.

Luật này không chỉ dừng lại ở việc khuyến khích phát triển ngành thể thao theo nghĩa truyền thống mà còn xác lập rõ vai trò của công nghiệp thể thao như một ngành kinh tế tạo giá trị gia tăng, đóng góp trực tiếp cho tăng trưởng quốc gia. Qua nhiều lần sửa đổi, đạo luật đã mở rộng phạm vi điều chỉnh, tăng cường cơ chế đầu tư, bảo vệ quyền lợi vận động viên, thúc đẩy đổi mới sáng tạo và bảo đảm tiếp cận công bằng cho mọi nhóm xã hội.

## **Xác lập khái niệm công nghiệp thể thao và vai trò của Nhà nước**

Ngay tại Điều 1, Luật xác định mục tiêu cốt lõi là xây dựng nền tảng cho công nghiệp thể thao, tăng cường năng lực cạnh tranh, mở rộng cơ hội để người dân sử dụng thời gian rảnh rỗi thông qua thể thao và góp phần vào sự phát triển lành mạnh của nền kinh tế quốc dân. Điều 2 đưa ra định nghĩa quan trọng: công nghiệp thể thao là ngành công nghiệp tạo ra giá trị gia tăng thông qua hàng hóa và dịch vụ liên quan đến thể thao. Cách tiếp cận này cho thấy thể thao không chỉ là hoạt động xã hội hay văn hóa mà còn là một lĩnh vực sản xuất – kinh doanh có cấu trúc thị trường rõ ràng, bao gồm thiết bị, công nghệ, dịch vụ, sự kiện, truyền thông, đào tạo và thể thao chuyên nghiệp.

Điều 4 nhấn mạnh trách nhiệm của Nhà nước và chính quyền địa phương trong việc xây dựng và thực hiện chính sách thúc đẩy công nghiệp thể thao; hỗ trợ nghiên cứu – phát triển (R&D), thiết lập hệ thống hợp tác quốc tế và bảo đảm điều kiện tiếp cận hợp lý cho người khuyết tật. Đây là điểm tiến bộ khi Luật gắn phát triển kinh tế thể thao với mục tiêu bao trùm và công bằng xã hội.

### **Cơ chế kế hoạch hóa chiến lược 5 năm và giám sát hằng năm**

Một trong những trụ cột quan trọng của Luật là cơ chế lập kế hoạch chiến lược trung và dài hạn. Theo Điều 5, Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch phải xây dựng kế hoạch tổng thể 5 năm một lần và triển khai kế hoạch hành động chi tiết theo từng lĩnh vực, từng giai đoạn.

Kế hoạch tổng thể bao gồm định hướng phát triển, xây dựng nền tảng, đào tạo nhân lực, tăng cường năng lực cạnh tranh, huy động tài chính, hợp tác quốc tế, phát triển thể thao chuyên nghiệp, bảo đảm an toàn và phòng chống dịch bệnh tại cơ sở thể thao, cũng như nội dung bảo đảm tiếp cận cho người khuyết tật.

Từ năm 2021, Luật bổ sung quy định báo cáo thường niên lên Quốc hội (Điều 5-2), đồng thời yêu cầu đánh giá kết quả thực hiện kế hoạch hằng năm. Điều này cho thấy cơ chế quản trị ngành được thiết kế theo hướng minh bạch, có giám sát và có trách nhiệm giải trình rõ ràng.

### **Đẩy mạnh nghiên cứu – phát triển và hỗ trợ khởi nghiệp**

Trong bối cảnh công nghệ số và đổi mới sáng tạo trở thành động lực tăng trưởng mới, Điều 8 của Luật cho phép Bộ trưởng xây dựng chính sách nghiên cứu – phát triển cho công nghiệp thể thao, hỗ trợ tài chính hoặc góp vốn cho các dự án R&D. Bộ trưởng có thể chỉ định cơ quan chuyên trách thực hiện nhiệm vụ R&D theo khuôn khổ Luật Đổi mới nghiên cứu và phát triển

quốc gia.

Song song với đó, Điều 10 quy định hỗ trợ khởi nghiệp và tạo việc làm trong lĩnh vực công nghiệp thể thao. Đây là cơ sở pháp lý cho các chương trình ươm tạo doanh nghiệp thể thao, quỹ đầu tư mạo hiểm và hệ sinh thái startup thể thao đang phát triển mạnh tại Hàn Quốc.

### **Đào tạo nhân lực và xây dựng cơ sở xúc tiến công nghiệp thể thao**

Nhân lực chất lượng cao được coi là yếu tố then chốt. Điều 9 quy định Nhà nước và chính quyền địa phương phải nỗ lực đào tạo chuyên gia trong lĩnh vực công nghiệp thể thao. Bộ trưởng có thể chỉ định cơ sở đào tạo và cấp trợ cấp trong phạm vi ngân sách.

Một điểm đáng chú ý là cơ chế “cơ sở xúc tiến công nghiệp thể thao” theo Điều 11. Đây là các cơ sở thể thao công lập được chỉ định để tập trung doanh nghiệp ngành thể thao, trong đó tối thiểu 30% là doanh nghiệp nhỏ và vừa. Các cơ sở này phải có không gian dùng chung, hỗ trợ hợp tác, chia sẻ nguồn lực và phát triển hệ sinh thái kinh doanh.

Luật cũng cho phép ưu tiên chỉ định sân nhà của đội thể thao chuyên nghiệp làm cơ sở xúc tiến, tạo sự liên kết giữa thể thao chuyên nghiệp và phát triển kinh tế địa phương.

### **Đầu tư tài chính và cơ chế sử dụng tài sản công linh hoạt**

Điều 16 mở đường cho Nhà nước đầu tư vào quỹ đầu tư mạo hiểm và các quỹ, doanh nghiệp đầu tư vào lĩnh vực thể thao. Đây là bước tiến quan trọng nhằm đa dạng hóa nguồn vốn và thu hút đầu tư tư nhân.

Điều 17 quy định cụ thể về phát triển thể thao chuyên nghiệp. Chính quyền địa phương có thể đầu tư hoặc góp vốn thành lập đội thể thao chuyên nghiệp; cho phép sử dụng tài sản công trong thời hạn lên đến 25 năm; có thể miễn, giảm phí sử dụng trong các trường hợp như tổ chức sự kiện quốc tế, thiên tai hoặc khi cần khuyến khích

phát triển.

Cơ chế này tạo điều kiện để địa phương chủ động khai thác hạ tầng thể thao, đồng thời hỗ trợ đội chuyên nghiệp phát triển bền vững.

### **Bảo vệ quyền lợi vận động viên và thúc đẩy kinh doanh công bằng**

Một nội dung nổi bật của các lần sửa đổi gần đây là tăng cường bảo vệ quyền lợi vận động viên, huấn luyện viên và người quản lý. Điều 18 yêu cầu xây dựng chính sách bảo đảm kinh doanh công bằng trong ngành thể thao, phòng chống dàn xếp tỷ số, bạo lực và doping.

Luật cũng yêu cầu xây dựng hướng dẫn điều chỉnh lịch thi đấu trong điều kiện ô nhiễm không khí hoặc tình huống khủng hoảng. Điều 18-2 quy định việc xây dựng và phổ biến hợp đồng mẫu trong thể thao chuyên nghiệp, tham vấn Ủy ban Thương mại Công bằng, nhằm bảo đảm quyền lợi của vận động viên và thiết lập trật tự kinh doanh minh bạch.

Đặc biệt, Điều 18-3 (bổ sung năm 2023) yêu cầu có hỗ trợ hành chính và tài chính để bảo đảm quyền xem thể thao của người khuyết tật, khẳng định quan điểm phát triển bao trùm.

### **Mở rộng thị trường quốc tế và hợp tác toàn cầu**

Điều 19 quy định hỗ trợ sản xuất chung với nước ngoài, marketing quốc tế, thu hút đầu tư và xây dựng hệ thống xuất khẩu. Bộ trưởng có thể ủy thác cho các cơ quan liên quan thực hiện nhiệm vụ này.

Cùng với đó, doanh nghiệp có thể thành lập hiệp hội ngành nghề theo Điều 20, tạo nền tảng hợp tác và đại diện lợi ích chung trong quá trình hội nhập.

### **Cơ chế điều tra, giám sát và phân cấp quản lý**

Luật quy định phải tiến hành điều tra thực tế định kỳ về công nghiệp thể thao (Điều 7) nhằm cung cấp dữ liệu cho hoạch

định chính sách. Đồng thời, Bộ trưởng có thể phân cấp hoặc ủy quyền cho chính quyền địa phương thực hiện một số nhiệm vụ (Điều 22), bảo đảm tính linh hoạt và phù hợp đặc thù từng vùng.

Việc thu hồi chỉ định cơ sở xúc tiến hoặc trung tâm hỗ trợ phải được tổ chức điều trần trước (Điều 21), bảo đảm nguyên tắc minh bạch và quyền được giải trình.

### **Một khung pháp lý năng động, liên tục cập nhật**

Từ năm 2007 đến 2023, Luật Xúc tiến Công nghiệp Thể thao đã trải qua nhiều lần sửa đổi nhằm bổ sung nội dung về đầu tư mạo hiểm, hợp đồng mẫu, bảo vệ quyền lợi vận động viên, hỗ trợ người khuyết tật, an toàn và phòng chống dịch bệnh.

Sự liên tục cập nhật này cho thấy công nghiệp thể thao được Hàn Quốc nhìn nhận như một ngành kinh tế chiến lược, gắn với đổi mới sáng tạo, hội nhập quốc tế và phát triển bền vững.

### **Bài học kinh nghiệm cho phát triển kinh tế thể thao**

Mô hình pháp lý của Hàn Quốc cho thấy ba điểm cốt lõi: xây dựng khung luật chuyên biệt cho công nghiệp thể thao; thiết lập cơ chế kế hoạch hóa chiến lược 5 năm gắn với báo cáo Quốc hội; và kết hợp đầu tư công – tư thông qua quỹ mạo hiểm, ưu đãi tài sản công và hỗ trợ doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Đồng thời, việc lồng ghép yếu tố bảo vệ quyền lợi vận động viên, bảo đảm công bằng kinh doanh và tiếp cận cho người khuyết tật cho thấy định hướng phát triển cân bằng giữa mục tiêu kinh tế và giá trị xã hội.

Trong bối cảnh kinh tế thể thao toàn cầu ngày càng cạnh tranh, Luật Xúc tiến Công nghiệp Thể thao của Hàn Quốc không chỉ là văn bản pháp lý thuần túy mà còn là chiến lược phát triển quốc gia, đặt thể thao vào trung tâm của đổi mới sáng tạo và tăng trưởng bền vững.

*Biên dịch Hồng Hạnh (Theo*

*[https://elaw.klri.re.kr/eng\\_mobile/viewer.do?hseq=67917&type=organ&key=8](https://elaw.klri.re.kr/eng_mobile/viewer.do?hseq=67917&type=organ&key=8))*

## **NHẬT BẢN TÁI ĐỊNH VỊ THỂ THAO NHƯ MỘT NGÀNH CÔNG NGHIỆP CHIẾN LƯỢC TRONG KỶ NGUYÊN KINH TẾ MỚI**

Nhật Bản đang bước vào một giai đoạn tái cấu trúc mạnh mẽ chính sách thể thao với trọng tâm không chỉ dừng lại ở hoạt động phong trào hay giáo dục thể chất, mà hướng đến xây dựng thể thao như một ngành công nghiệp chiến lược của nền kinh tế. Việc sửa đổi Luật Thể thao có hiệu lực từ ngày 1/9/2025 được xem là dấu mốc quan trọng, phản ánh rõ định hướng đưa thể thao trở thành động lực tăng trưởng mới trong bối cảnh kinh tế – xã hội nhiều biến động.

Nếu như trước đây, chính sách thể thao của Nhật Bản chủ yếu gắn với giáo dục và nâng cao thể chất cộng đồng, thì từ sau khi Luật Thể thao được ban hành năm 2011, thể thao đã được nhìn nhận như một lĩnh vực có giá trị kinh tế rõ rệt. Lần sửa đổi năm 2025 tiếp tục mở rộng cách tiếp cận này, đặt thể thao vào trung tâm của chiến lược phát triển công nghiệp sáng tạo, công nghiệp giải trí và phục hồi kinh tế địa phương.

Một trong những nội dung đáng chú ý nhất là việc thúc đẩy phát triển cơ sở vật chất thể thao gắn với phát triển đô thị theo mô hình tổ hợp thể thao tích hợp. Thay vì chỉ xây dựng sân vận động hay nhà thi đấu phục vụ thi đấu và tập luyện, chính phủ khuyến khích phát triển các quần thể đa chức năng kết hợp thương mại, lưu trú, giải trí và dịch vụ. Cơ sở thể thao vì thế trở thành trung tâm tiêu dùng, giao lưu và kết nối cộng đồng, tạo hiệu ứng lan tỏa sang các lĩnh vực như du lịch, bán lẻ, ẩm thực và bất động sản. Đây là bước chuyển quan trọng từ tư duy “chi tiêu công cho thể thao” sang “đầu tư thể thao tạo giá trị kinh tế”.

Cùng với đó, khái niệm “sports hospitality” được đưa vào luật, nhấn mạnh việc cung cấp các dịch vụ thể thao chất lượng

cao, giá trị gia tăng lớn nhằm đáp ứng nhu cầu đa dạng của người dân và du khách. Điều này cho thấy Nhật Bản đang định vị thể thao không chỉ là hoạt động thi đấu mà còn là sản phẩm trải nghiệm. Từ bán vé, bản quyền truyền hình, dịch vụ giải trí tại sân vận động đến các gói du lịch kết hợp sự kiện thể thao, toàn bộ hệ sinh thái được thiết kế để tối đa hóa giá trị kinh tế. Chính sách này mở ra cơ hội lớn cho doanh nghiệp trong ngành thể thao cũng như các ngành liên quan.

Chuyển đổi số cũng được xác định là trụ cột quan trọng của công nghiệp thể thao. Luật bổ sung điều khoản yêu cầu Nhà nước thúc đẩy ứng dụng công nghệ thông tin – truyền thông (ICT) trong thể thao. Điều này bao gồm phân tích dữ liệu trong huấn luyện vận động viên, ứng dụng thực tế ảo (VR), thực tế tăng cường (AR) trong trải nghiệm người xem, nền tảng phát sóng trực tuyến và các mô hình kinh doanh số mới. Việc đẩy mạnh chuyển đổi số không chỉ nâng cao năng lực cạnh tranh của ngành thể thao Nhật Bản mà còn tạo ra thị trường mới cho các doanh nghiệp công nghệ.

Đặc biệt, e-sports lần đầu tiên được quy định rõ ràng trong luật như một hình thức “thể thao sử dụng công nghệ thông tin”. Điều này có ý nghĩa lớn đối với thị trường thể thao điện tử đang tăng trưởng nhanh chóng, đặc biệt trong giới trẻ. Việc công nhận e-sports ở cấp độ luật nền tảng cho thấy Nhật Bản đang chủ động nắm bắt xu thế hội tụ giữa thể thao truyền thống và ngành công nghiệp nội dung số. E-sports không chỉ tạo doanh thu từ tài trợ, quảng cáo, bản quyền phát sóng mà còn góp phần mở rộng hệ sinh thái giải trí và đổi mới sáng tạo. Song song với việc mở rộng thị trường, luật sửa đổi cũng chú trọng yếu tố phát triển bền vững. Các quy định về phòng ngừa tai nạn thể thao trong bối cảnh biến đổi khí hậu, bảo đảm an toàn cho vận động viên và khán giả, hay tăng cường phòng chống doping đều góp phần xây dựng môi trường kinh doanh minh bạch và ổn định. Trong nền kinh tế thể thao hiện đại, niềm tin và hình ảnh là tài

sản quan trọng không kém doanh thu.

Một điểm đáng chú ý khác là việc nhấn mạnh vai trò của thể thao trong phục hồi và phát triển kinh tế địa phương. Thông qua các sự kiện thể thao, hợp tác với đội thể thao chuyên nghiệp, thu hút đầu tư và phát triển cơ sở hạ tầng, chính quyền địa phương được khuyến khích sử dụng thể thao như công cụ kích thích tăng trưởng. Điều này phù hợp với xu hướng toàn cầu khi nhiều quốc gia coi thể thao là ngành công nghiệp có khả năng tạo việc làm, thu hút khách du lịch và thúc đẩy tiêu dùng. Tổng thể, các sửa đổi mới cho thấy Nhật Bản đang chuyển từ cách tiếp cận “thúc đẩy thể thao vì phúc lợi xã hội” sang “phát triển thể thao như một ngành công nghiệp chiến lược gắn với kinh tế quốc gia”. Luật đóng vai trò định hướng chính sách, tạo khung pháp lý để Chính phủ xây dựng các chương trình đầu tư, hỗ trợ doanh nghiệp, phát triển thị trường và thu hút nguồn lực xã hội.

Trong bối cảnh cạnh tranh toàn cầu ngày càng gay gắt, công nghiệp thể thao không còn là lĩnh vực phụ trợ mà trở thành một cấu phần quan trọng của nền kinh tế sáng tạo. Những điều chỉnh trong Luật Cơ bản về Thể thao cho thấy Nhật Bản đang chủ động tái định vị mình trong chuỗi giá trị thể thao toàn cầu, từ phát triển cơ sở hạ tầng, chuyển đổi số, e-sports cho đến dịch vụ trải nghiệm cao cấp. Đối với doanh nghiệp và nhà đầu tư, đây là tín hiệu cho thấy thị trường thể thao Nhật Bản sẽ tiếp tục mở rộng, đa dạng hóa mô hình kinh doanh và tăng cường hội nhập quốc tế. Đối với nhà hoạch định chính sách ở các quốc gia khác, mô hình này cung cấp một ví dụ đáng tham khảo về cách sử dụng công cụ pháp luật để thúc đẩy kinh tế thể thao một cách bài bản và dài hạn.

*Biên dịch KC (Theo <https://practiceguides.chambers.com/practice-guides/sports-law-2026/japan/trends-and-developments>)*

## **DU LỊCH THỂ THAO NHẬT BẢN HƯỚNG TỚI MỐC 25,6 TỶ USD VÀO NĂM 2035: ĐỘNG LỰC MỚI CỦA KINH TẾ THỂ THAO XÚ PHỤ TANG**

Thị trường du lịch thể thao Nhật Bản đang bước vào giai đoạn tăng trưởng mạnh mẽ, trở thành một trong những trụ cột quan trọng của kinh tế thể thao quốc gia. Theo dự báo mới nhất cập nhật tháng 11/2025, quy mô thị trường này đạt khoảng 11,3 tỷ USD trong năm 2025 và có thể tăng lên 25,6 tỷ USD vào năm 2035, tương ứng tốc độ tăng trưởng kép hàng năm (CAGR) 8,5% trong giai đoạn 2025–2035. Những con số này cho thấy du lịch thể thao không chỉ là một xu hướng ngắn hạn mà đang dần định hình như một ngành công nghiệp chiến lược trong cấu trúc kinh tế dịch vụ của Nhật Bản.

### **Thể thao – chất xúc tác cho tăng trưởng du lịch**

Trong bối cảnh du khách toàn cầu ngày càng ưu tiên các hành trình mang tính trải nghiệm, chăm sóc sức khỏe và gắn kết cộng đồng, Nhật Bản đã tận dụng hiệu quả nền tảng văn hóa thể thao lâu đời của mình. Các môn thể thao truyền thống như judo, karate, sumo, cùng với bóng chày, bóng đá và các môn thể thao mùa đông đã tạo nên sức hút đặc biệt đối với khách quốc tế.

Không chỉ dừng lại ở việc tổ chức sự kiện, Nhật Bản còn phát triển hệ sinh thái du lịch thể thao kết hợp văn hóa địa phương, ẩm thực, nghỉ dưỡng và chăm sóc sức khỏe. Mô hình này giúp nâng cao giá trị chi tiêu của du khách, kéo dài thời gian lưu trú và tạo ra chuỗi giá trị lan tỏa đến nhiều ngành kinh tế khác như vận tải, khách sạn, bán lẻ và giải trí.

Việc liên tục đăng cai các sự kiện thể thao tầm cỡ quốc tế, đồng thời duy trì hệ thống giải đấu cộng đồng và chuyên nghiệp quy mô lớn, đã bảo đảm dòng khách du lịch ổn định quanh năm. Đây là yếu tố quan trọng giúp thị trường duy trì đà tăng trưởng bền vững.

### **Hàng không và nền tảng số giữ vai trò chủ đạo**

Phân tích cấu trúc thị trường cho thấy các hãng hàng không là nhóm nhà cung cấp trực tiếp chiếm tỷ trọng lớn nhất, dự kiến nắm giữ khoảng 35% doanh thu thị trường vào năm 2025. Sự gia tăng lưu lượng khách tham gia hoặc theo dõi các sự kiện thể thao trong nước và quốc tế đã thúc đẩy nhu cầu vận chuyển hàng không. Hệ thống kết nối thuận tiện giữa các thành phố lớn và các điểm đến địa phương – nơi tổ chức sự kiện thể thao – đóng vai trò quan trọng trong việc mở rộng thị trường.

Song song với đó, các đại lý du lịch trực tuyến (OTA) nổi lên như lực lượng dẫn dắt nhóm nhà cung cấp gián tiếp, chiếm khoảng 45% thị phần năm 2025. Sự chuyển đổi số mạnh mẽ trong ngành du lịch, cùng thói quen đặt dịch vụ trực tuyến của người tiêu dùng, đã thúc đẩy OTA phát triển nhanh chóng. Thông qua nền tảng tích hợp, du khách có thể mua vé sự kiện, đặt khách sạn, vé máy bay và các dịch vụ liên quan chỉ trong một giao dịch.

Công nghệ dữ liệu lớn và trí tuệ nhân tạo cho phép cá nhân hóa hành trình theo lịch thi đấu, địa điểm và sở thích cá nhân. Điều này không chỉ nâng cao trải nghiệm khách hàng mà còn tối ưu hóa hiệu quả kinh doanh cho doanh nghiệp du lịch thể thao.

### **Nhóm khách 26–35 tuổi: Lực lượng chi tiêu chủ lực**

Về cơ cấu khách hàng, nhóm tuổi 26–35 dự kiến chiếm khoảng 30% thị phần năm 2025, trở thành phân khúc năng động nhất. Đây là nhóm có xu hướng ưa thích du lịch trải nghiệm, tham dự sự kiện trực tiếp và kết hợp yếu tố thể thao – giải trí – văn hóa trong cùng một chuyến đi.

Thu nhập khả dụng tăng cùng ảnh hưởng của mạng xã hội đã khiến nhu cầu tìm kiếm trải nghiệm độc đáo, có khả năng chia sẻ và lan tỏa trở nên phổ biến. Du lịch thể thao, với tính chất sôi động và gắn kết cộng đồng cao, đáp ứng tốt nhu cầu

này.

### **Lợi thế tự nhiên và hạ tầng công nghệ**

Nhật Bản sở hữu lợi thế tự nhiên đa dạng theo bốn mùa. Mùa xuân thích hợp cho chạy địa hình và trekking; mùa hè phát triển mạnh thể thao biển và rafting; mùa thu gắn với các sự kiện bóng đá, bóng chày; mùa đông nổi tiếng với trượt tuyết và snowboard. Các khu trượt tuyết tại Hokkaido, đặc biệt là Niseko, thu hút đông đảo du khách quốc tế nhờ chất lượng tuyết nổi tiếng toàn cầu, thường được gọi là “#japow”.

Bên cạnh tài nguyên thiên nhiên, Nhật Bản còn đầu tư mạnh vào nghiên cứu và phát triển. Năm 2020, tổng chi cho R&D đạt khoảng 19,58 nghìn tỷ yên. Việc ứng dụng công nghệ trong quản lý sự kiện, an toàn vận động viên, phân tích dữ liệu và trải nghiệm khán giả đã nâng cao chất lượng tổ chức, qua đó tăng sức hấp dẫn đối với du khách.

Hạ tầng giao thông hiện đại, bao gồm mạng lưới tàu cao tốc và sân bay quốc tế kết nối rộng khắp, tạo điều kiện thuận lợi cho việc di chuyển giữa các điểm đến thể thao.

### **Chính sách thúc đẩy từ Chính phủ**

Từ đầu những năm 2000, Chính phủ Nhật Bản đã xác định du lịch thể thao là ngành tăng trưởng chiến lược nhằm phục hồi và tái cơ cấu nền kinh tế. Việc ban hành Luật Cơ bản về Thể thao và triển khai các Kế hoạch Cơ bản về Thể thao đã nhấn mạnh vai trò của thể thao trong phát triển kinh tế vùng.

Liên minh Du lịch Thể thao Nhật Bản (JSTA) được thành lập năm 2020 nhằm thúc đẩy phối hợp giữa trung ương và địa phương. Một trong những mục tiêu quan trọng là xây dựng khoảng 170 ủy ban thể thao địa phương, có nhiệm vụ thu hút sự kiện, hỗ trợ đội tuyển chuyên nghiệp và nghiệp dư tổ chức trại huấn luyện, từ đó kích thích chi tiêu du lịch và phục hồi kinh tế khu vực.

Du lịch thể thao cũng được xem là công cụ quảng bá hình ảnh

quốc gia, tăng cường giao lưu quốc tế và thu hút đầu tư nước ngoài.

### **Sự trỗi dậy của du lịch thể thao chủ động và hoài niệm**

Trong phân khúc sản phẩm, du lịch thể thao chủ động – nơi du khách trực tiếp tham gia các hoạt động thể thao – hiện chiếm tỷ trọng lớn nhất. Tuy nhiên, du lịch thể thao hoài niệm đang nổi lên như xu hướng mới, đặc biệt thu hút thế hệ trung niên và cao tuổi quan tâm đến các sự kiện truyền thống, bảo tàng thể thao và di sản thi đấu.

Kênh đặt dịch vụ trực tuyến được ưa chuộng nhất nhờ tính tiện lợi, minh bạch và khả năng so sánh giá. Điều này phản ánh sự chuyển dịch hành vi tiêu dùng sang môi trường số.

Về cơ cấu giới tính, nam giới hiện chiếm thị phần lớn hơn, song tỷ lệ nữ giới tham gia đang tăng nhanh nhờ sự gia tăng tham gia thể thao và vị thế kinh tế của phụ nữ trong xã hội Nhật Bản.

### **Cơ hội và thách thức**

Bên cạnh triển vọng tích cực, thị trường cũng đối mặt một số thách thức. Nhật Bản có diện tích tương đối hạn chế so với các quốc gia lớn, điều này có thể ảnh hưởng đến sự đa dạng địa điểm tổ chức sự kiện. Nguy cơ thiên tai như động đất, sóng thần cũng là yếu tố rủi ro cần được quản lý chặt chẽ. Ngoài ra, rào cản ngôn ngữ có thể ảnh hưởng đến trải nghiệm của khách quốc tế.

Tuy vậy, với nền tảng hạ tầng vững chắc, chính sách đồng bộ và khả năng đổi mới công nghệ cao, Nhật Bản được đánh giá có đủ điều kiện để vượt qua những thách thức này.

### **Triển vọng dài hạn**

Với dự báo đạt 25,6 tỷ USD vào năm 2035, du lịch thể thao đang trở thành một cấu phần quan trọng của kinh tế thể thao Nhật Bản. Sự kết hợp giữa tài nguyên thiên nhiên, văn hóa thể

thao đặc sắc, chuyển đổi số và chính sách hỗ trợ chiến lược đã tạo nền tảng vững chắc cho tăng trưởng dài hạn.

Trong bối cảnh toàn cầu hóa mạnh mẽ và nhu cầu trải nghiệm ngày càng cao của du khách, Nhật Bản đang khẳng định vị thế là điểm đến hàng đầu của du lịch thể thao châu Á, đồng thời góp phần nâng cao sức cạnh tranh của ngành công nghiệp thể thao quốc gia trên trường quốc tế.

*Biên dịch KC (Theo*

*<https://www.futuremarketinsights.com/reports/japan-sports-tourism-market>)*

## **ÁN ĐỘ BAN HÀNH CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN THỂ THAO QUỐC GIA (KHELO BHARAT NITI) 2025: ĐƯA THỂ THAO TRỞ THÀNH TRỤ CỘT TĂNG TRƯỜNG KINH TẾ VÀ PHÁT TRIỂN QUỐC GIA**

Chính phủ Ấn Độ vừa chính thức ban hành Khelo Bharat Niti – 2025 (Chính sách Thể thao Quốc gia 2025), đánh dấu bước chuyển quan trọng trong tư duy phát triển thể thao của quốc gia Nam Á này. Không còn dừng lại ở mục tiêu giành huy chương tại các đấu trường quốc tế, thể thao nay được định vị như một trụ cột chiến lược trong tiến trình xây dựng quốc gia, thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, phát triển xã hội và nâng cao chất lượng sống của người dân. Chính sách mới thể hiện quyết tâm đưa thể thao trở thành một phần không thể tách rời trong tầm nhìn “Viksit Bharat” – xây dựng một Ấn Độ phát triển, thịnh vượng và có ảnh hưởng toàn cầu.

Khelo Bharat Niti – 2025 được xây dựng trên nền tảng của Chính sách Thể thao Quốc gia 2001, Chương trình Khelo India và Chương trình Hỗ trợ Vận động viên Trọng điểm Olympic (TOPS). Tuy nhiên, nếu các sáng kiến trước đây chủ yếu tập trung vào phát triển phong trào và hỗ trợ vận động viên đỉnh cao, thì chính sách lần này mang tính toàn diện và hệ thống hơn, bao quát từ giáo dục thể chất trong trường học đến công nghiệp thể thao, từ quản trị, khoa học thể thao đến kinh tế thể thao và du lịch thể thao. Mục tiêu không chỉ là thành tích tại Olympic, Paralympic, Asian Games hay Commonwealth Games, mà còn là xây dựng một hệ sinh thái thể thao bền vững, tạo giá trị lâu dài cho nền kinh tế và xã hội.

Trong bối cảnh Ấn Độ đang sở hữu cơ cấu dân số trẻ hàng đầu thế giới với tỷ lệ lớn thanh niên trong độ tuổi 15–29, thể thao được xem là công cụ hữu hiệu để khai thác “lợi tức dân số

vàng”. Một lực lượng lao động trẻ, năng động nếu được rèn luyện thể chất tốt, được tiếp cận môi trường thể thao bài bản sẽ không chỉ nâng cao sức khỏe cộng đồng mà còn góp phần hình thành nguồn nhân lực chất lượng cao cho nền kinh tế. Chính vì vậy, tầm nhìn của Khelo Bharat Niti – 2025 được xác định rõ ràng: “Thể thao vì sự nghiệp xây dựng quốc gia – Khai thác sức mạnh của thể thao cho sự phát triển toàn diện của đất nước”.

Một trong những điểm đột phá của chính sách là khẳng định vai trò của thể thao trong chiến lược tăng trưởng kinh tế. Chính phủ Ấn Độ nhìn nhận thể thao là một ngành công nghiệp có khả năng tạo ra chuỗi giá trị rộng lớn, từ sản xuất thiết bị, xây dựng và vận hành cơ sở hạ tầng, tổ chức sự kiện, truyền thông – bản quyền, marketing, công nghệ dữ liệu, khoa học và y học thể thao, đến du lịch và dịch vụ đi kèm. Việc phát triển hệ sinh thái này không chỉ mang lại doanh thu trực tiếp mà còn kích thích các ngành phụ trợ, tạo việc làm và thúc đẩy đổi mới sáng tạo.

Công nghiệp sản xuất thiết bị thể thao được xác định là một trong những lĩnh vực có tiềm năng tăng trưởng mạnh mẽ. Với lợi thế về quy mô thị trường nội địa và năng lực sản xuất, Ấn Độ có thể trở thành trung tâm cung ứng thiết bị thể thao cho khu vực và thế giới. Chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào công nghệ mới, tiêu chuẩn chất lượng quốc tế và chuỗi cung ứng hiện đại, qua đó nâng cao năng lực cạnh tranh toàn cầu. Song song với đó, các lĩnh vực như phân tích dữ liệu hiệu suất, công nghệ theo dõi vận động viên, trí tuệ nhân tạo trong huấn luyện hay nền tảng kỹ thuật số quản lý giải đấu cũng được khuyến khích phát triển.

Du lịch thể thao được xem là mũi nhọn tăng trưởng mới. Việc đăng cai các sự kiện thể thao quốc tế quy mô lớn sẽ góp phần thu hút vận động viên, quan chức, cổ động viên và du khách từ khắp nơi trên thế giới. Điều này không chỉ gia tăng nguồn thu từ lưu trú, vận tải, ăn uống và dịch vụ giải trí, mà còn nâng cao hình ảnh quốc gia,

thúc đẩy đầu tư nước ngoài và quảng bá văn hóa Ấn Độ. Chính phủ sẽ phối hợp chặt chẽ với các tổ chức thể thao quốc gia, chính quyền bang và khu vực tư nhân để xây dựng lộ trình đăng cai sự kiện bài bản, bảo đảm hiệu quả kinh tế – xã hội lâu dài.

Để hiện thực hóa mục tiêu kinh tế thể thao, Khelo Bharat Niti – 2025 đề xuất cải cách mạnh mẽ cơ chế tài chính. Thay vì phụ thuộc chủ yếu vào ngân sách nhà nước, chính sách khuyến khích mô hình hợp tác công – tư và sự tham gia của doanh nghiệp thông qua các sáng kiến như “Nhận đỡ đầu Vận động viên”, “Nhận đỡ đầu Quận/Huyện”, “Nhận đỡ đầu Sân vận động”, “Mỗi doanh nghiệp – Một môn thể thao”, “Mỗi doanh nghiệp nhà nước – Một bang”. Cách tiếp cận này vừa huy động nguồn lực xã hội, vừa gắn trách nhiệm xã hội doanh nghiệp với phát triển thể thao, tạo nền tảng tài chính bền vững và linh hoạt.

Ở góc độ phát triển nguồn nhân lực, chính sách đặt mục tiêu xây dựng thể thao trở thành một lựa chọn nghề nghiệp khả thi cho thanh niên. Không chỉ vận động viên, mà huấn luyện viên, chuyên gia khoa học thể thao, nhà phân tích dữ liệu, quản lý sự kiện, bình luận viên, trọng tài, chuyên gia marketing thể thao... đều là những vị trí nghề nghiệp tiềm năng trong hệ sinh thái kinh tế thể thao. Các chương trình đào tạo, cấp chứng chỉ và tái chứng nhận theo chuẩn quốc gia và quốc tế sẽ được triển khai, kết hợp với hợp tác quốc tế nhằm tiếp cận thực tiễn tốt nhất.

Bên cạnh trụ cột kinh tế, Khelo Bharat Niti – 2025 tiếp tục củng cố nền tảng phát triển thành tích cao. Hệ thống phát hiện và phát triển tài năng sẽ được mở rộng với sự tham gia của các liên đoàn thể thao quốc gia, chính quyền bang, cơ sở giáo dục và tổ chức tư nhân. Một nền tảng quốc gia về phát hiện, phát triển và giám sát tài năng sẽ được xây dựng như “cửa sổ một điểm”, bảo đảm quá trình chuyên tiếp suôn sẻ từ trường học đến thi đấu chuyên nghiệp. Chính sách nhấn mạnh mô hình lấy vận

động viên làm trung tâm, cung cấp hỗ trợ toàn diện từ huấn luyện, dinh dưỡng, tâm lý, y học thể thao đến hỗ trợ tài chính và định hướng nghề nghiệp sau khi giải nghệ.

Giáo dục thể chất và “xóa mù vận động” được coi là nền tảng của hệ sinh thái thể thao. Thể thao sẽ được tích hợp sâu vào hệ thống giáo dục theo Chính sách Giáo dục Quốc gia 2020, trở thành một thành tố quan trọng trong chương trình học chính khóa. Việc hình thành thói quen vận động và lối sống lành mạnh từ sớm không chỉ góp phần phát hiện tài năng mà còn giảm gánh nặng y tế trong tương lai, nâng cao năng suất lao động và chất lượng nguồn nhân lực quốc gia.

Quản trị và đạo đức thể thao cũng là trọng tâm của chính sách. Các cơ chế giám sát, minh bạch tài chính, giải quyết khiếu nại và phòng chống doping sẽ được tăng cường. Bình đẳng giới và phát triển thể thao người khuyết tật được bảo đảm thông qua các chương trình và lộ trình riêng, tạo cơ hội tiếp cận công bằng cho mọi nhóm đối tượng. Việc đầu tư cơ sở hạ tầng thể thao từ cấp khối, quận/huyện đến cấp bang sẽ được triển khai theo cách tiếp cận dựa trên dữ liệu, bảo đảm phân bổ nguồn lực hợp lý và hiệu quả.

Sự phối hợp giữa Chính phủ Trung ương và chính quyền các bang được xác định là yếu tố quyết định thành công. Trong khi Trung ương xây dựng khung chính sách, tiêu chuẩn và hỗ trợ tài chính, các bang sẽ trực tiếp triển khai chương trình, quản lý cơ sở hạ tầng và tổ chức phong trào tại địa phương. Mô hình này bảo đảm tính thống nhất ở tầm quốc gia nhưng vẫn linh hoạt theo đặc thù từng vùng.

Với Khelo Bharat Niti – 2025, Ấn Độ đang thể hiện tham vọng không chỉ trở thành cường quốc thể thao mà còn xây dựng một nền kinh tế thể thao năng động, đóng góp tích cực vào tăng trưởng GDP, tạo việc làm và thúc đẩy đổi mới sáng tạo. Thể thao được đặt vào trung tâm của chiến lược phát triển dài hạn, vừa là biểu tượng của

khát vọng vươn lên, vừa là công cụ thực tiễn để nâng cao chất lượng sống của người dân.

Trong tiến trình hướng tới một Ấn Độ phát triển toàn diện, thể thao không còn là lĩnh vực bên lề mà đã trở thành một trụ cột chiến lược. Khelo Bharat Niti – 2025 vì thế không chỉ là một chính sách thể thao, mà là bản thiết kế cho một hệ sinh thái kinh tế – xã hội mới, nơi mỗi sân chơi, mỗi giải đấu và mỗi vận động viên đều góp phần vào hành trình xây dựng quốc gia hùng mạnh trong thế kỷ XXI.

*Biên dịch Nguyễn Khang (Theo*

*[https://yas.gov.in/sites/default/files/Khelo-Bharat-Niti-2025\\_0.pdf](https://yas.gov.in/sites/default/files/Khelo-Bharat-Niti-2025_0.pdf))*

## KINH TẾ THỂ THAO BẮC MỸ: TỪ SÂN CHƠI GIẢI TRÍ ĐẾN CỖ MÁY TẠO GIÁ TRỊ HÀNG CHỤC TỶ ĐÔ LA

Bắc Mỹ từ lâu đã được xem là “vương quốc” của kinh doanh thể thao hiện đại, nơi các giải đấu không chỉ là sân chơi của vận động viên mà còn là những cỗ máy tạo ra giá trị kinh tế khổng lồ. Trong bản đồ kinh tế toàn cầu, khu vực này không đơn thuần sở hữu một thị trường thể thao mạnh mẽ, mà còn xây dựng được một hệ sinh thái thương mại hoàn chỉnh, vận hành theo logic của các tập đoàn đa quốc gia. Theo báo cáo của PwC, riêng Hoa Kỳ đã tạo ra hơn 83 tỷ USD doanh thu từ ngành công nghiệp thể thao trong năm 2023, con số vượt xa tổng quy mô của nhiều thị trường lớn khác cộng lại. Sự thống trị ấy không đến từ may mắn, mà là kết quả của một quá trình tái cấu trúc toàn diện các môn thể thao truyền thống theo hướng thương mại hóa, số hóa và tích hợp sâu vào chiến lược phát triển đô thị.

Điểm khác biệt căn bản của Bắc Mỹ nằm ở tư duy định vị thể thao như một tài sản kinh tế chiến lược. Trong khi nhiều quốc gia vẫn coi thể thao chủ yếu là hoạt động văn hóa – xã hội hoặc công cụ ngoại giao, người Mỹ và người Canada đã sớm nhìn nhận đây là một ngành công nghiệp thực thụ. Các đội bóng không tồn tại đơn lẻ như những câu lạc bộ mang tính cộng đồng, mà được tổ chức theo mô hình nhượng quyền thương mại (franchise), vận hành như doanh nghiệp với cấu trúc quản trị chuyên nghiệp, chiến lược đầu tư dài hạn và mục tiêu tối đa hóa giá trị thương hiệu.

Sự gắn kết giữa đội bóng và các siêu đô thị là một yếu tố tạo nên sức mạnh đặc thù. Những trung tâm như New York, Los Angeles, Chicago hay Dallas không chỉ là địa điểm đặt trụ sở của đội bóng; chúng là thị trường tiêu dùng khổng lồ với GDP tương đương nhiều quốc gia độc lập. Khi một đội bóng đại diện cho một thành phố toàn cầu, giá trị thương hiệu của đội bóng đó được cộng hưởng trực tiếp

với hình ảnh kinh tế, văn hóa và truyền thông của đô thị. Điều này giúp các nhượng quyền thể thao tại Bắc Mỹ nhanh chóng vươn lên thành những tài sản trị giá hàng tỷ USD, thu hút nhà đầu tư trong và ngoài nước.

Mô hình nhượng quyền thương mại đã thay đổi căn bản “luật chơi” của kinh tế thể thao. Khác với hệ thống lên hạng – xuống hạng phổ biến ở châu Âu, các giải đấu lớn tại Bắc Mỹ như NFL, NBA hay MLS vận hành theo cấu trúc khép kín, không có nguy cơ xuống hạng. Sự ổn định này tạo ra môi trường đầu tư an toàn, giảm thiểu rủi ro tài chính cho chủ sở hữu đội bóng. Khi không phải đối mặt với khả năng sụt giảm doanh thu nghiêm trọng do rớt hạng, các nhà đầu tư có thể xây dựng chiến lược 10–20 năm, tập trung vào phát triển cơ sở hạ tầng, mở rộng thị trường và tối ưu hóa dòng tiền.

Chính sự ổn định đó đã mở đường cho một làn sóng đầu tư quy mô lớn vào sân vận động và các tổ hợp thể thao – giải trí. Tại Bắc Mỹ, sân vận động hiện đại không chỉ phục vụ các trận đấu cuối tuần. Chúng được thiết kế như những trung tâm đa chức năng, tích hợp khách sạn, trung tâm thương mại, khu văn phòng, nhà hàng, không gian tổ chức sự kiện và thậm chí cả cơ sở y tế, giáo dục. Mô hình này biến thể thao thành hạt nhân của một “nền kinh tế tuần hoàn” hoạt động 365 ngày trong năm.

Thay vì để cơ sở vật chất “ngủ yên” phần lớn thời gian, các nhà quản lý biến mỗi sự kiện thể thao thành chất xúc tác cho chuỗi giá trị kinh tế kéo dài trước, trong và sau trận đấu. Doanh thu không chỉ đến từ bán vé, mà còn từ bản quyền truyền hình, quảng cáo, bán lẻ, dịch vụ lưu trú, ẩm thực, tổ chức hội nghị, hòa nhạc và các hoạt động cộng đồng. Nhờ đó, một đội bóng không chỉ là đơn vị thi đấu mà trở thành trung tâm kích hoạt tiêu dùng và tạo việc làm tại địa phương.

Bên cạnh cơ sở hạ tầng vật lý, Bắc Mỹ còn đi đầu trong việc

kiểm soát và khai thác nền tảng công nghệ. Thay vì phụ thuộc hoàn toàn vào các đài truyền hình truyền thống, các giải đấu chủ động xây dựng quan hệ đối tác chiến lược với các nền tảng phát trực tuyến và công nghệ số. Các thỏa thuận bản quyền trị giá hàng tỷ USD không chỉ mang lại nguồn thu khổng lồ mà còn trao quyền kiểm soát dữ liệu người hâm mộ, hành vi tiêu dùng và trải nghiệm trực tuyến.

Trong kỷ nguyên số, dữ liệu trở thành “mỏ vàng” mới của kinh tế thể thao. Các đội bóng và giải đấu thu thập, phân tích và khai thác thông tin để cá nhân hóa nội dung, tối ưu hóa quảng cáo và tăng mức độ gắn kết của người hâm mộ. Từ phim tài liệu hậu trường, chương trình thực tế, nội dung trên mạng xã hội đến các trò chơi tương tác, mọi hoạt động đều được thiết kế để kéo dài vòng đời trải nghiệm của khán giả vượt xa 90 phút thi đấu.

Một yếu tố ít được nhắc đến nhưng có ý nghĩa chiến lược là mạng lưới lãnh đạo và cựu vận động viên trong hệ sinh thái kinh doanh. Nhiều cựu ngôi sao thể thao tại Bắc Mỹ sau khi giải nghệ đã trở thành doanh nhân, nhà đầu tư hoặc giữ vị trí quản lý trong các tập đoàn lớn. Sự kết nối giữa thể thao và giới tài chính – công nghệ tạo nên một “mạng lưới quyền lực mềm” giúp các dự án thể thao mới nổi tiếp cận nguồn vốn, chuyên gia quản trị và chiến lược phát triển bài bản ngay từ đầu.

Chính sự kết hợp giữa quản trị doanh nghiệp, quy hoạch đô thị và công nghệ đã giúp Bắc Mỹ không chỉ duy trì vị thế ở các môn thể thao truyền thống như bóng bầu dục Mỹ, bóng rổ hay bóng chày, mà còn mở rộng sang các lĩnh vực mới. Các môn thể thao trước đây ít phổ biến như bóng đá (soccer) hay bóng bầu dục (rugby) đang được tái cấu trúc theo cùng một logic kinh doanh: xây dựng thương hiệu, kiểm soát nền tảng, đầu tư cơ sở hạ tầng và khai thác toàn diện giá trị thương mại.

Đáng chú ý, cách tiếp cận của Bắc Mỹ không tách rời khỏi chiến lược phát triển đô thị. Nhiều thành phố coi việc thu hút hoặc duy trì

một đội thể thao chuyên nghiệp là một phần của quy hoạch kinh tế dài hạn. Các dự án sân vận động thường gắn với tái thiết khu vực trung tâm, phát triển bất động sản và nâng cao hình ảnh thành phố trên trường quốc tế. Thể thao vì thế trở thành công cụ kích hoạt đầu tư, thu hút du lịch và gia tăng niềm tự hào cộng đồng.

Từ góc độ chính sách, môi trường pháp lý minh bạch và cơ chế ưu đãi thuế phù hợp cũng góp phần tạo nên sức hấp dẫn của thị trường Bắc Mỹ. Các chính quyền địa phương sẵn sàng hợp tác với khu vực tư nhân trong mô hình đối tác công – tư (PPP) để triển khai dự án hạ tầng thể thao quy mô lớn. Điều này cho phép chia sẻ rủi ro và lợi ích, đồng thời bảo đảm tính bền vững tài chính cho các công trình.

Tuy nhiên, thành công của Bắc Mỹ không chỉ dựa trên nguồn vốn dồi dào hay quy mô thị trường. Cốt lõi của “vương quốc” kinh doanh thể thao này nằm ở tư duy coi thể thao là một sản phẩm toàn diện, nơi giá trị được tạo ra từ mọi điểm chạm với người hâm mộ. Từ chiếc áo đấu, vé mùa, bản quyền truyền hình đến dữ liệu số và trải nghiệm thực tế ảo, tất cả đều nằm trong chiến lược khai thác dài hạn.

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và cạnh tranh ngày càng gay gắt, mô hình Bắc Mỹ gửi đi một thông điệp rõ ràng: thể thao chỉ thực sự trở thành động lực tăng trưởng khi được quản trị như một ngành công nghiệp tích hợp. Việc kết nối giữa thể thao – đô thị – công nghệ – tài chính không chỉ tạo ra doanh thu khổng lồ mà còn xây dựng được một hệ sinh thái bền vững, có khả năng thích ứng trước biến động kinh tế.

Với các kế hoạch đang cai những sự kiện quốc tế lớn trong thập kỷ tới, Bắc Mỹ tiếp tục củng cố vị thế trung tâm của kinh tế thể thao toàn cầu. Hành trình đó cho thấy rằng bất kỳ môn thể thao nào, nếu được đặt trong một cấu trúc quản trị minh bạch,

ổn định và sáng tạo, đều có thể trở thành một đế chế tài chính. Bài học lớn nhất từ “vương quốc” này không phải ở con số hàng chục tỷ USD doanh thu, mà ở cách họ biến đam mê thể thao thành một chiến lược kinh tế dài hạn, nơi mỗi trận đấu là mắt xích trong chuỗi giá trị khổng lồ vận hành không ngừng nghỉ.

*Biên dịch Hà Phương (Theo <https://ruckthis.ie/the-epicenter-of-global-sport-why-north-america-leads-the-world-in-sports-business/>)*

## THỂ THAO VÀ ĐỘNG LỰC PHÁT TRIỂN KINH TẾ TẠI NEPAL: GÓC NHÌN HOẠCH ĐỊNH CHÍNH SÁCH

Trong tiến trình tái cấu trúc nền kinh tế sau nhiều biến động chính trị và tác động của đại dịch COVID-19, Nepal đang từng bước xác định lại vai trò của thể thao như một lĩnh vực có khả năng tạo ra giá trị gia tăng thay vì chỉ đơn thuần là công cụ thúc đẩy tinh thần đoàn kết xã hội. Từ góc độ hoạch định chính sách, những chuyển động trong phân bổ ngân sách, chiến lược hạ tầng, khung pháp lý và định hướng hợp tác công – tư cho thấy thể thao đang dần được đặt vào quỹ đạo phát triển kinh tế dài hạn, dù vẫn còn không ít thách thức về thực thi.

Một trong những chỉ dấu quan trọng phản ánh vị thế của thể thao trong cấu trúc kinh tế Nepal là xu hướng phân bổ ngân sách liên bang giai đoạn 2016–2023. Dữ liệu tài chính cho thấy vai trò quản lý nhà nước thuộc về Bộ Phát triển Thanh niên và Thể thao, trong khi Hội đồng Thể thao Quốc gia Nepal (NSC) là cơ quan trực tiếp triển khai và phân bổ nguồn lực. Ngân sách dành cho thể thao đạt đỉnh trong năm tài chính 2019/20, vượt mốc 4.900 triệu Rupee, trùng với thời điểm Nepal đăng cai Đại hội Thể thao Nam Á lần thứ 13 (SAG). Diễn biến này phản ánh mô hình “kinh tế sự kiện” – tức là dòng vốn tăng mạnh khi có sự kiện thể thao lớn, nhưng chưa duy trì được tính ổn định trong trung và dài hạn.

Sau đại dịch, ngân sách thể thao có xu hướng điều chỉnh giảm và giữ ở mức tương đối “phẳng”, cho thấy sự thận trọng trong điều hành tài khóa. Điều này đồng nghĩa với việc thể thao tại Nepal chưa được nhìn nhận như một ngành kinh tế độc lập, mà vẫn phụ thuộc vào các ưu tiên ngắn hạn của chính phủ. Nếu không có cơ chế tài chính bền vững, khả năng hình thành một hệ sinh thái kinh tế thể thao hoàn chỉnh – bao gồm đào tạo, sản

xuất, tổ chức sự kiện và dịch vụ phụ trợ – sẽ còn hạn chế.

Song song với điều chỉnh ngân sách, chiến lược phát triển hạ tầng thể thao của Nepal đang thể hiện xu hướng phi tập trung hóa rõ nét. Giai đoạn 2020–2022, chính phủ triển khai xây dựng khoảng 140 khu thể thao tại các đô thị địa phương. Đây không chỉ là biện pháp nâng cao sức khỏe cộng đồng mà còn là bước đi chiến lược để gắn thể thao với phát triển du lịch. Trong bối cảnh Nepal sở hữu địa hình đặc thù với nhiều vùng núi cao trên 2.500m, việc thành lập các trung tâm huấn luyện thể thao vùng cao được xem là một quyết sách tận dụng lợi thế so sánh.

Các trung tâm này có khả năng thu hút vận động viên quốc tế đến tập huấn nhờ điều kiện độ cao lý tưởng cho các môn sức bền như điền kinh, đạp xe hay leo núi. Khi kết hợp với du lịch sinh thái và thể thao mạo hiểm, Nepal có thể chuyển hóa tài nguyên thiên nhiên thành tài sản kinh tế, tạo nguồn thu ngoại tệ trực tiếp thông qua dịch vụ lưu trú, đào tạo và tổ chức giải đấu. Đây là mô hình đã được một số quốc gia phát triển áp dụng thành công, và nếu được quản trị hiệu quả, hoàn toàn có thể trở thành động lực tăng trưởng mới cho Nepal.

Ở bình diện thể chế, Hiến pháp Nepal năm 2015 và Luật Phát triển Thể thao Quốc gia năm 2020 đã đặt nền móng pháp lý cho sự tham gia của cả ba cấp chính quyền – liên bang, tiểu bang và địa phương – vào quản lý thể thao. Điểm nhấn trong Kế hoạch Phát triển lần thứ 15 là thúc đẩy mô hình Hợp tác Công – Tư (PPP), cho thấy sự chuyển dịch từ cơ chế bao cấp sang huy động nguồn lực xã hội.

Chính sách khuyến khích khu vực tư nhân đầu tư vào sản xuất dụng cụ thể thao, tổ chức giải đấu và quản lý cơ sở hạ tầng nhằm giải quyết tình trạng thiếu hụt tài chính và nhân sự kỹ thuật. Đặc biệt, việc xây dựng các quỹ tài trợ vĩnh cửu và chính sách “an sinh xã hội thể thao” là nỗ lực chuyên nghiệp hóa nghề vận động viên. Khi thể thao được công nhận là một nghề nghiệp ổn định với cơ chế

bảo đảm xã hội, sức hút của ngành đối với giới trẻ sẽ tăng lên, từ đó tạo nguồn nhân lực cho toàn bộ chuỗi giá trị kinh tế thể thao.

Tuy nhiên, khoảng cách giữa thiết kế chính sách và thực thi vẫn là thách thức lớn. “Cửa sổ chính sách” của Nepal – tức thời điểm thuận lợi để triển khai cải cách – đang chịu tác động bởi sự thiếu hụt nhân lực chuyên môn và biến động trong bộ máy lãnh đạo. Sự thiếu ổn định này có thể làm gián đoạn các dự án dài hạn, đặc biệt là những sáng kiến PPP vốn đòi hỏi tính liên tục và niềm tin của khu vực tư nhân.

Bên cạnh đó, nhận thức xã hội về thể thao như một ngành công nghiệp còn hạn chế. Phần lớn thanh niên Nepal vẫn coi thể thao là hoạt động phong trào hoặc giải trí, chưa nhìn thấy rõ tiềm năng thăng tiến kinh tế. Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến nguồn cung nhân lực và tinh thần khởi nghiệp trong lĩnh vực thể thao.

Để tối đa hóa giá trị kinh tế, chính sách trong tương lai cần tập trung vào liên kết giữa thể thao địa phương và ngành công nghiệp sản xuất trong nước. Thay vì phụ thuộc quá nhiều vào các sự kiện lớn mang tính ngắn hạn, Nepal có thể phát triển thị trường thể thao giải trí tại chỗ, khuyến khích sản xuất và tiêu dùng nội địa đối với trang thiết bị, dịch vụ huấn luyện và tổ chức giải phong trào. Mô hình này giúp giữ lại giá trị gia tăng trong nền kinh tế, hạn chế rò rỉ tài chính ra nước ngoài.

Nhìn tổng thể, chính sách kinh tế thể thao của Nepal đang chuyển mình từ mục tiêu tăng cường đoàn kết quốc gia sang định hướng đóng góp giá trị ròng cho nền kinh tế. Việc tận dụng mô hình PPP, khai thác lợi thế địa hình cho thể thao mạo hiểm và chuyên nghiệp hóa đào tạo trẻ là những bước đi đúng hướng. Tuy nhiên, sự thành công phụ thuộc vào khả năng duy trì ổn định ngân sách, củng cố năng lực thể chế và tạo dựng niềm tin để khu vực tư nhân tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị thể thao

quốc gia. Nếu vượt qua được những nút thắt này, thể thao hoàn toàn có thể trở thành một trong những trụ cột kinh tế mới của Nepal trong thập kỷ tới.

*Biên dịch Hà Phương (Theo*

*[https://www.researchgate.net/profile/Dil-Dangal/publication/372751458\\_A\\_POLICY\\_ANALYSIS\\_OF\\_THE\\_PROSPECTS\\_FOR\\_THE\\_RELATIONSHIP\\_BETWEEN\\_SPORTS\\_AND\\_ECONOMIC\\_DEVELOPMENT\\_IN\\_NEPAL/links/64c5ff678f29e96597972fc0/A-POLICY-ANALYSIS-OF-THE-PROSPECTS-FOR-THE-RELATIONSHIP-BETWEEN-SPORTS-AND-ECONOMIC-DEVELOPMENT-IN-NEPAL.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Dil-Dangal/publication/372751458_A_POLICY_ANALYSIS_OF_THE_PROSPECTS_FOR_THE_RELATIONSHIP_BETWEEN_SPORTS_AND_ECONOMIC_DEVELOPMENT_IN_NEPAL/links/64c5ff678f29e96597972fc0/A-POLICY-ANALYSIS-OF-THE-PROSPECTS-FOR-THE-RELATIONSHIP-BETWEEN-SPORTS-AND-ECONOMIC-DEVELOPMENT-IN-NEPAL.pdf)*

## ÁN ĐỘ MONG MUỐN TRỞ THÀNH CƯỜNG QUỐC THỂ THAO THÔNG QUA NGUỒN LỰC XÃ HỘI HÓA

Trong những năm gần đây, hệ sinh thái thể thao tại Ấn Độ đang chứng kiến một làn sóng đầu tư mạnh mẽ chưa từng có từ các tập đoàn kinh tế lớn. Dòng vốn này không chỉ đổ vào việc xây dựng cơ sở hạ tầng hiện đại mà còn tập trung phát triển các giải đấu chuyên nghiệp và hệ thống đào tạo VĐV bài bản. Theo đánh giá từ các chuyên gia ngành, sự kết hợp giữa các chính sách hỗ trợ quyết liệt từ chính phủ và sự tham gia năng động của khu vực tư nhân đã đưa nền thể thao quốc gia này bước vào "giai đoạn vàng" của sự tăng trưởng. Đây được xem là bộ phận vững chắc để Ấn Độ hiện thực hóa những tham vọng lớn lao trên bản đồ thể thao thế giới, trọng tâm là mục tiêu đăng cai Đại hội Thể thao Khối Thịnh vượng chung năm 2030 và xa hơn là Thế vận hội Mùa hè 2036.

### *Tiềm năng tăng trưởng vượt trội và lợi ích kinh tế đa chiều*

Báo cáo từ KPMG chỉ ra rằng ngành công nghiệp thể thao Ấn Độ hiện có giá trị khoảng 19 tỷ đô la và dự kiến sẽ cán mốc 40 tỷ đô la trong tương lai gần. Sự bùng nổ này được thúc đẩy bởi sự tăng trưởng đồng bộ trên nhiều phương diện như bản quyền truyền thông, tài trợ thương hiệu và phát triển thể thao phong trào. Đối với các doanh nghiệp, thể thao không còn đơn thuần là hoạt động xã hội mà đã trở thành một thị trường mang lại lợi nhuận thực tế. Khả năng tương tác với khán giả và sức lan tỏa thương hiệu thông qua các giải đấu thường đem lại hiệu quả cao hơn hẳn so với các kênh quảng cáo truyền thống, giúp doanh nghiệp thiết lập sợi dây kết nối cảm xúc sâu sắc với hàng triệu người tiêu dùng.

Sự thâm nhập của dòng vốn doanh nghiệp đã mang lại

những thay đổi trực tiếp và tích cực cho đời sống cũng như sự nghiệp của các VĐV. Thay vì chỉ tập trung vào Cricket như trước đây, nguồn tài trợ dồi dào cùng hệ thống đào tạo chuyên nghiệp đang giúp khai phá tài năng ở nhiều bộ môn khác nhau, tạo nên một nền văn hóa thể thao đa dạng và bền vững. Việc cải thiện cơ sở hạ tầng và xây dựng một nền kinh tế thể thao có cấu trúc chặt chẽ đang dần biến Ấn Độ thành một trung tâm thể thao toàn cầu mới. Với các sự kiện quy mô lớn đang dần hiện hữu, lĩnh vực này hứa hẹn sẽ còn chứng kiến những bước đột phá mạnh mẽ trên toàn bộ chuỗi giá trị, từ thể thao quần chúng đến các đấu trường đỉnh cao thế giới.

*Biên dịch Anh Thu (Theo*

*<https://timesofindia.indiatimes.com/business/india-business/india-plays-for-global-glory-as-companies-back-the-game/articleshow/129913988.cms>)*

## TOÀN CẢNH NỀN KINH TẾ THỂ THAO ẤN ĐỘ

Trong nhiều thập kỷ, khi nhắc đến thể thao tại Ấn Độ, thể giới thường chỉ hình dung ra những sân cỏ cricket rực lửa. Tuy nhiên, bước sang giai đoạn 2024-2026, một thực tế mới đang hình thành rõ nét hơn bao giờ hết. Quốc gia tỷ dân này không còn chỉ xem thể thao là một hình thức giải trí thuần túy mà đang quyết liệt biến nó thành một trụ cột kinh tế chiến lược, có cấu trúc chặt chẽ và khả năng sinh lời bền vững. Sự chuyển dịch từ một nền văn hóa "độc canh" cricket sang một hệ sinh thái đa môn thể thao đang tạo ra một cơn địa chấn trong giới đầu tư toàn cầu, đưa Ấn Độ trở thành một trong những thị trường thương mại năng động nhất thế giới.

Bức tranh tài chính của ngành công nghiệp này minh chứng cho một sức bật mạnh mẽ với những con số biết nói. Hiện nay, giá trị của toàn ngành đã chạm mốc 19 tỷ USD và đang trên đà tăng tốc với tốc độ tăng trưởng kép hàng năm lên tới 14%. Các chuyên gia kinh tế dự báo rằng, chỉ trong vòng chưa đầy năm năm tới, con số này sẽ vượt ngưỡng 40 tỷ USD. Đây không phải là một sự tăng trưởng mang tính đầu cơ mà là kết quả của sự hội tụ giữa cơ cấu dân số trẻ, sự bùng nổ của hạ tầng kỹ thuật số và đặc biệt là sự thay đổi tư duy trong quản trị quốc gia. Chính phủ Ấn Độ đã không còn đứng ngoài cuộc mà trở thành "người chơi" chủ chốt khi ban hành Luật Thể thao quốc gia năm 2025, tạo ra một hành lang pháp lý minh bạch, thúc đẩy sự tham gia sâu rộng của khu vực tư nhân.

Nhìn vào cấu trúc doanh thu, bản quyền truyền thông vẫn giữ vai trò là "con gà đẻ trứng vàng" cho toàn bộ hệ sinh thái. Sự kiện giải Ngoại hạng Ấn Độ (IPL) không chỉ đơn thuần là một giải đấu cricket mà đã trở thành một kỳ quan kinh tế với giá trị định giá lên tới 18 tỷ USD, ngang hàng với các giải đấu thể

thao hàng đầu tại Mỹ hay châu Âu. Những thương vụ bản quyền truyền hình và phát trực tuyến trị giá hàng tỷ USD giữa các gã khổng lồ như JioStar đã thay đổi hoàn toàn cách thức tiếp cận người dùng. Với hơn 650 triệu khán giả, sự cạnh tranh giữa truyền hình truyền thống và các nền tảng OTT đang đẩy giá trị thương mại của mỗi trận đấu lên mức kỷ lục. Tuy nhiên, điểm khác biệt lớn nhất hiện nay chính là sự lan tỏa của dòng vốn này sang các môn thể thao khác như kabaddi, bóng đá, và thậm chí là cờ vua hay thể thao điện tử. Việc chính thức công nhận thể thao điện tử là một bộ môn hợp pháp vào năm 2022 đã mở ra cánh cửa cho các nhà đầu tư công nghệ và trò chơi trực tuyến, đóng góp hàng tỷ USD vào doanh thu chung của ngành.

Một động lực quan trọng khác thúc đẩy nền kinh tế thể thao chính là sự trỗi dậy của ngành sản xuất và bán lẻ hàng hóa. Việc chuyển giao quyền quản lý sản xuất hàng hóa thể thao sang Bộ Thể thao vào năm 2024 là một bước đi chiến lược nhằm đồng nhất hóa chính sách phát triển. Ấn Độ đang nỗ lực biến các thành phố như Meerut và Jalandhar thành những trung tâm sản xuất toàn cầu, tận dụng các hiệp định thương mại tự do để đẩy mạnh xuất khẩu. Khi thu nhập khả dụng của tầng lớp trung lưu tăng lên, nhu cầu về thiết bị đeo thông minh, trang phục tập luyện và dinh dưỡng thể thao cũng bùng nổ. Đây không còn là một thị trường ngách mà đã trở thành một phần của lối sống hiện đại, nơi người tiêu dùng sẵn sàng chi trả để nâng cao trải nghiệm cá nhân và sức khỏe.

Sự phát triển này cũng ghi nhận vai trò không thể thay thế của các địa phương. Không chỉ tập trung ở các đô thị lớn, làn sóng đầu tư đang lan rộng tới các bang như Odisha, Tamil Nadu hay Gujarat. Những địa phương này không chỉ xây dựng các sân vận động hiện đại mà còn thành lập các học viện đào tạo tài năng trẻ, biến thể thao thành một công cụ để phát triển kinh tế vùng và tạo việc làm. Chương trình Khelo India với mạng lưới hơn 1.000 trung tâm cấp

huyện chính là nền móng để phát hiện những tài năng trong tương lai hoặc các VĐV ưu tú khác, giúp họ tiếp cận với chế độ tập luyện chuyên nghiệp và khoa học thể thao tiên tiến nhất.

Bên cạnh đó, thị trường tài trợ và quảng cáo cũng đang chứng kiến một cuộc cải tổ về chất. Dù cricket vẫn chiếm tỷ trọng lớn trong ngân sách tiếp thị của các doanh nghiệp, nhưng sự xuất hiện của Giải Ngoại hạng Nữ (WPL) đã mở ra một phân khúc hoàn toàn mới. Thể thao nữ không còn là một hoạt động mang tính phong trào mà đã chứng minh được sức hút thương mại không hề nhỏ với các bản quyền truyền thông trị giá hàng trăm triệu USD. Điều này không chỉ mang lại giá trị kinh tế mà còn thúc đẩy sự công bằng xã hội, thu hút sự chú ý của các thương hiệu hàng tiêu dùng nhanh và công nghệ vốn trước đây chỉ tập trung vào khách hàng nam giới.

Công nghệ đóng vai trò là chất xúc tác làm thay đổi diện mạo của toàn ngành. Từ việc sử dụng trí tuệ nhân tạo để phân tích dữ liệu hiệu suất vận động viên đến việc tạo ra các trải nghiệm tương tác thực tế ảo cho người hâm mộ, công nghệ thể thao tại Ấn Độ đang thu hút nguồn vốn đầu tư mạo hiểm mạnh mẽ. Các công ty khởi nghiệp trong lĩnh vực này đang định nghĩa lại cách thức khán giả tiêu thụ nội dung thể thao, biến họ từ những người xem thụ động thành những người tham gia tích cực vào hệ sinh thái thông qua các trò chơi giả lập và ứng dụng theo dõi thể chất. Điều này tạo ra một vòng lặp giá trị, nơi dữ liệu người dùng trở thành tài sản quý giá để các thương hiệu tối ưu hóa chiến dịch quảng cáo.

Nhìn về tương lai, tham vọng đăng cai Thế vận hội Olympic 2036 chính là đích đến cuối cùng trong chiến lược dài hạn của Ấn Độ. Đây không chỉ là một sự kiện thể thao mà là một lời khẳng định về vị thế quốc gia trên trường quốc tế. Mọi nỗ lực từ việc cải cách quản trị, đầu tư hạ tầng công cộng đến việc

khuyến khích mô hình hợp tác công tư (PPP) đều hướng tới mục tiêu xây dựng một nền kinh tế thể thao toàn diện. Khi các rào cản về thuế và thủ tục hành chính dần được gỡ bỏ, sự thâm nhập của các thương hiệu toàn cầu vào thị trường Ấn Độ sẽ ngày càng sâu rộng hơn, biến nơi đây thành một công trường khổng lồ của những cơ hội.

Tựu trung lại, nền kinh tế thể thao Ấn Độ đang đứng trước một vận hội chưa từng có. Với sự hỗ trợ mạnh mẽ từ chính sách, nguồn lực tài chính dồi dào từ khu vực tư nhân và một thị trường tiêu thụ khổng lồ, quốc gia này đang từng bước hiện thực hóa giấc mơ trở thành một cường quốc thể thao toàn cầu. Sự chuyển mình này không chỉ mang lại những con số tăng trưởng kinh tế ấn tượng mà còn tạo ra hàng trăm nghìn việc làm, thúc đẩy đổi mới sáng tạo và nâng cao vị thế văn hóa của Ấn Độ trên bản đồ thế giới. Năm năm tới sẽ là giai đoạn then chốt để chứng kiến sự bứt phá này, nơi thể thao trở thành nhịp đập chung của cả một nền kinh tế đang vươn mình mạnh mẽ.

*Biên dịch Anh Thu (Theo*

*<https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmgsites/in/pdf/2025/09/sportlight-the-business-of-sports-in-india.pdf>)*

## **CUỘC CÁCH MẠNG NHƯỢNG QUYỀN VÀ SỰ HÌNH THÀNH TRỤ CỘT KINH TẾ MỚI CỦA THỂ THAO ẤN ĐỘ**

Trong chưa đầy hai thập niên, thể thao Ấn Độ đã chuyển mình từ một lĩnh vực mang nặng tính phong trào sang một ngành công nghiệp có cấu trúc thương mại hoàn chỉnh. Tâm điểm của quá trình chuyển đổi này là sự bùng nổ của các giải đấu nhượng quyền – mô hình đã tái định nghĩa cách thể thao được tổ chức, khai thác và thương mại hóa. Nếu như trước đây thành tích thi đấu là thước đo gần như duy nhất của giá trị thể thao, thì nay giá trị kinh tế, sức hút truyền thông và khả năng tạo hệ sinh thái việc làm mới chính là những tiêu chí quyết định vị thế của một giải đấu.

Sự ra đời của Indian Premier League (IPL) năm 2008 được xem là cột mốc mở đầu cho cuộc cách mạng này. Với cấu trúc sở hữu đội bóng theo mô hình nhượng quyền, phân bổ doanh thu tập trung và cơ chế đấu giá cầu thủ minh bạch, IPL đã nhanh chóng vượt ra khỏi khuôn khổ một giải cricket đơn thuần để trở thành một tài sản truyền thông – thương mại có giá trị hàng tỷ USD. Thành công của IPL tạo hiệu ứng lan tỏa sang hàng loạt môn thể thao khác như bóng đá, kabaddi, cầu lông, đấu vật và thậm chí cả cờ vua.

### **Thị trường lao động thể thao được tái cấu trúc**

Một trong những tác động sâu sắc nhất của mô hình nhượng quyền là việc tái cấu trúc thị trường lao động vận động viên. Trong hệ thống truyền thống, thu nhập của VĐV chủ yếu dựa vào hợp đồng với liên đoàn quốc gia hoặc trợ cấp nhà nước. Giá trị tài năng vì thế bị “định mức hóa”. Tuy nhiên, cơ chế đấu giá công khai của IPL đã tạo ra một thị trường lao động cạnh tranh thực sự, nơi mức lương phản ánh trực tiếp cung – cầu và giá trị

thương mại của từng cá nhân.

Không chỉ cricket, các giải đấu như Women's Premier League (WPL) hay Pro Kabaddi League (PKL) đã mở rộng cơ hội thu nhập cho các VĐV nữ và VĐV đến từ những môn thể thao truyền thống ít được chú ý trước đây. Điều này không chỉ thay đổi đời sống cá nhân của họ mà còn góp phần tái phân bổ thu nhập trong toàn hệ sinh thái thể thao.

Song song với thu nhập trực tiếp từ lương thưởng, giá trị thương mại cá nhân của VĐV tăng mạnh nhờ độ phủ sóng truyền hình và nền tảng số. Một cầu thủ trẻ có thể trở thành đại sứ thương hiệu chỉ sau một mùa giải thành công. Hình ảnh VĐV không còn bó hẹp trong sân đấu mà trở thành tài sản tiếp thị, tạo ra dòng doanh thu bền vững kể cả sau khi giải nghệ.

### **Động lực tăng trưởng liên ngành**

Theo báo cáo của KPMG, các giải đấu nhượng quyền tại Ấn Độ không chỉ đóng góp trực tiếp vào doanh thu thể thao mà còn tạo ra tác động lan tỏa mạnh mẽ tới các ngành liên quan như du lịch, khách sạn, bán lẻ, logistics và công nghệ phát sóng. Mỗi mùa IPL diễn ra kéo theo hàng chục nghìn việc làm tạm thời và bán thời gian – từ đội ngũ sản xuất truyền hình, nhân viên vận hành sân vận động đến chuyên gia phân tích dữ liệu và marketing số.

Các thành phố đăng cai hưởng lợi kếp từ doanh thu vé, dịch vụ lưu trú và tiêu dùng địa phương. Hạ tầng sân vận động được nâng cấp không chỉ phục vụ giải đấu mà còn trở thành tài sản công cộng dài hạn. Thu ngân sách nhà nước tăng lên thông qua thuế doanh nghiệp, thuế thu nhập cá nhân của cầu thủ và phí nhượng quyền.

Đối với doanh nghiệp, giải đấu thể thao trở thành nền tảng tiếp thị hiệu quả bậc nhất. Trong bối cảnh người tiêu dùng ngày càng “miễn nhiễm” với quảng cáo truyền thống, thể thao vẫn giữ được khả năng gắn kết cảm xúc sâu sắc. Điều này lý giải vì sao các tập đoàn lớn sẵn sàng đầu tư hàng nghìn tỷ rupee để sở hữu đội bóng

hoặc mua quyền phát sóng.

### **Cấu trúc quản trị và phân phối doanh thu**

Điểm đặc biệt của mô hình Ấn Độ nằm ở sự kết hợp giữa quản trị tập trung và vận hành doanh nghiệp độc lập. Ban tổ chức giải nắm giữ quyền thương mại chung – bao gồm bản quyền truyền hình và tài trợ chính – sau đó phân phối lại cho các đội bóng theo tỷ lệ xác định trước. Cơ chế này đảm bảo tính ổn định tài chính và giảm rủi ro phá sản.

Trong khi đó, mỗi đội bóng hoạt động như một doanh nghiệp hoàn chỉnh, tối ưu hóa nguồn thu từ bán vé, kinh doanh vật phẩm lưu niệm, tương tác kỹ thuật số và hợp tác thương hiệu. Nhiều đội đã phát triển chiến lược xây dựng cộng đồng người hâm mộ quanh năm, vượt khỏi khuôn khổ mùa giải.

Sự phát triển của nền tảng OTT, dữ liệu người xem và trò chơi thể thao giả tưởng tiếp tục mở rộng không gian kiếm tiền. Giá trị doanh nghiệp của các giải đấu nhờ vậy tăng nhanh, biến thể thao thành một tài sản đầu tư dài hạn thay vì chỉ là hoạt động giải trí.

### **Hiệu ứng domino toàn hệ sinh thái**

Thành công của IPL tạo tiền đề cho sự ra đời của các giải như Indian Super League (ISL) và Global Chess League. Ngay cả những môn vốn bị xem là kém hấp dẫn về thương mại cũng tìm được mô hình phù hợp nhờ chiến lược truyền thông và cấu trúc nhượng quyền.

Dù vẫn tồn tại những thách thức như mất cân bằng tài chính ở một số đội bóng hoặc phụ thuộc quá mức vào bản quyền truyền hình, xu hướng chung vẫn là chuyên nghiệp hóa và hội nhập. Thể thao Ấn Độ đang dần định vị mình không chỉ là quốc gia đam mê thể thao mà còn là trung tâm kinh doanh thể thao của khu vực.

Cuộc cách mạng nhượng quyền vì thế không chỉ tạo ra

doanh thu, mà còn tái định nghĩa vai trò của thể thao trong cấu trúc kinh tế quốc gia – từ một lĩnh vực tiêu dùng ngân sách thành một động cơ tăng trưởng thực thụ.

*Biên dịch Vân Anh (Theo*

*<https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmgsites/in/pdf/2025/09/sportlight-the-business-of-sports-in-india.pdf>)*

# **TỪ CHÍNH SÁCH ĐẾN HẠ TẦNG – CÁCH ÁN ĐỘ KIẾN TẠO HỆ SINH THÁI KINH TẾ THỂ THAO TOÀN DIỆN**

Nếu mô hình nhượng quyền là động cơ thương mại, thì chính sách công và đầu tư hạ tầng chính là khung xương giúp ngành công nghiệp thể thao Ấn Độ vận hành bền vững. Những năm gần đây, chính phủ nước này đã triển khai một loạt sáng kiến chiến lược nhằm đồng bộ hóa chuỗi cung ứng, giảm chi phí logistics và nâng cao năng lực sản xuất nội địa.

## **Tái cấu trúc chuỗi cung ứng thể thao**

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, Ấn Độ từng phụ thuộc đáng kể vào nhập khẩu thiết bị và trang phục thể thao. Tuy nhiên, chính sách ưu đãi liên kết sản xuất (PLI) đã khuyến khích doanh nghiệp trong nước mở rộng quy mô, từ sản xuất nguyên liệu đến thành phẩm. Điều này không chỉ giảm chi phí mà còn nâng cao khả năng cạnh tranh xuất khẩu.

Việc ký kết các hiệp định thương mại tự do với UAE và Australia mở ra hành lang xuất khẩu thuận lợi cho hàng hóa thể thao Ấn Độ. Song song đó, Chính sách Logistics quốc gia 2022 và quy hoạch PM Gati Shakti giúp tối ưu hóa kết nối đường bộ, đường sắt và cảng biển, giảm đáng kể chi phí vận tải.

Nhờ vậy, các trung tâm sản xuất truyền thống như Jalandhar và Meerut được hưởng lợi trực tiếp, củng cố vị thế trong chuỗi giá trị toàn cầu.

## **Bùng nổ hạ tầng và mô hình hợp tác đa bên**

Một điểm nhấn quan trọng khác là sự nâng cấp mạnh mẽ hạ tầng thể thao. Các sáng kiến như Sports Authority of India (SAI) và chương trình Khelo India đã mở rộng mạng lưới trung tâm huấn luyện và cơ sở vật chất trên toàn quốc.

Không chỉ trung ương, nhiều bang như Odisha và Gujarat

chủ động đầu tư các khu phức hợp đạt chuẩn quốc tế. Khu vực tư nhân cũng tham gia tích cực, đặc biệt trong lĩnh vực sân cỏ nhân tạo, phòng tập cao cấp và đấu trường đa năng. Mô hình hợp tác công – tư giúp giảm gánh nặng ngân sách đồng thời nâng cao hiệu quả quản lý.

Tuy nhiên, thách thức vẫn tồn tại ở sự chênh lệch giữa đô thị và nông thôn. Nhiều sân vận động địa phương chưa được khai thác tối đa công suất. Giải pháp được đề xuất là số hóa quản lý và áp dụng mô hình kinh tế chia sẻ, cho phép đặt sân và thanh toán trực tuyến nhằm tối ưu hóa nguồn lực.

### **Hệ thống sự kiện và nền kinh tế vận động viên**

Hệ thống sự kiện thể thao Ấn Độ được phân tầng rõ rệt – từ giải cộng đồng đến quốc tế. Hơn 1.500 giải marathon mỗi năm tại Delhi, Mumbai hay Bengaluru tạo ra thị trường chăm sóc sức khỏe quy mô lớn. Ở cấp quốc gia, các sự kiện như Khelo India Youth Games đóng vai trò phát hiện tài năng và kích thích đầu tư hạ tầng địa phương.

Đỉnh cao là các sự kiện quốc tế như ICC Cricket World Cup 2023, giúp nâng cấp toàn diện cơ sở hạ tầng đô thị và củng cố thương hiệu quốc gia.

Trong toàn bộ cấu trúc này, vận động viên là trung tâm của hệ sinh thái kinh tế. Theo ước tính của KPMG, phân khúc “kinh tế vận động viên” giai đoạn 2024–2025 đạt khoảng 6.800 tỷ INR, bao gồm tiền thưởng, tài trợ, dịch vụ huấn luyện, y học thể thao và truyền thông số. Khi VĐV giải nghệ, họ tiếp tục tham gia hệ sinh thái với vai trò huấn luyện viên, nhà quản lý hoặc chủ học viện – tạo vòng tuần hoàn bền vững.

### **Hướng tới vị thế trung tâm kinh doanh thể thao**

Sự phối hợp giữa cải cách chính sách, đầu tư hạ tầng và thương mại hóa giải đấu đang đưa Ấn Độ tiến gần mục tiêu trở thành trung tâm kinh doanh thể thao khu vực. Thể thao không còn là lĩnh vực tiêu tốn ngân sách mà đã trở thành ngành công nghiệp có khả năng

tự chủ và đóng góp đáng kể vào GDP.

Quan trọng hơn, quá trình này tạo ra lợi ích kép: vừa thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, vừa nâng cao sức khỏe cộng đồng và vị thế quốc gia trên trường quốc tế. Với đà phát triển hiện nay, thể thao Ấn Độ đang chứng minh rằng khi chính sách công và tư duy thị trường gặp nhau đúng thời điểm, một ngành công nghiệp hoàn toàn mới có thể hình thành và bứt phá mạnh mẽ.

### **Ấn Độ tạo dựng một hệ sinh thái kinh tế đa tầng cho vận động viên**

Hành trình của một VĐV không chỉ đơn thuần là những nỗ lực cá nhân để chạm tay đến huy chương, mà còn là nền tảng vững chắc để xây dựng cả một hệ sinh thái kinh tế đa tầng. Từ những bước chạy đầu tiên tại các câu lạc bộ phong trào cho đến khi tỏa sáng trên đấu trường chuyên nghiệp, mỗi cột mốc trong sự nghiệp của họ đều kích hoạt một chuỗi giá trị thương mại khổng lồ, tạo ra hàng triệu việc làm và thúc đẩy sự phát triển của nhiều ngành công nghiệp phụ trợ.

Xoay quanh mỗi VĐV là một mạng lưới chuyên gia dày đặc, tạo nên "xương sống" cho mọi thành tích đỉnh cao. Ở khía cạnh chuyên môn, đó là sự hiện diện của các huấn luyện viên, chuyên gia dinh dưỡng, bác sĩ vật lý trị liệu và các nhà khoa học thể thao. Ở khía cạnh thương mại, các đại diện, chuyên gia tiếp thị và đội ngũ sản xuất nội dung số đóng vai trò khuếch đại hình ảnh cá nhân, kết nối VĐV với người hâm mộ và các thương hiệu toàn cầu. Sự xuất hiện của các VĐV nữ và VĐV khuyết tật càng mở rộng biên độ của nền kinh tế này, thu hút những tệp khán giả mới và khẳng định sức mạnh nhân văn, toàn diện của thể thao.

Hiệu ứng nhân rộng từ "nền kinh tế VĐV" mang lại tác động kinh tế đặc biệt sâu sắc. Theo ước tính, quy mô của phân khúc này trong giai đoạn 2024-2025 đạt khoảng 6.800 tỷ INR. Con

số này không chỉ đến từ tiền thưởng hay hợp đồng quảng cáo, mà còn đến từ hàng loạt doanh nghiệp nhỏ và các ngành nghề chuyên biệt đang bùng nổ. Các trung tâm huấn luyện tư nhân, học viện bóng đá hay cầu lông đang tạo ra thị trường trị giá hàng nghìn tỷ đồng mỗi năm. Trong khi đó, lĩnh vực y học thể thao và vật lý trị liệu cũng ghi nhận mức tăng trưởng ổn định, phản ánh nhu cầu ngày càng cao về quản lý chấn thương và tối ưu hóa hiệu suất.

Bên cạnh đó, các mô hình kinh doanh dịch vụ như cho thuê sân cỏ nhân tạo, sân futsal hay các phòng tập gym, yoga cao cấp đang phát triển với tốc độ phi mã. Hệ thống hơn 12.000 sân cỏ trên khắp cả nước không chỉ là nơi rèn luyện mà còn là những đơn vị kinh doanh hiệu quả, đóng góp đáng kể vào doanh thu địa phương. Song song đó, ngành truyền thông thể thao và các nền tảng trực tuyến (OTT) cũng mở ra kỷ nguyên mới cho các bình luận viên, nhà báo và người sáng tạo nội dung, biến thể thao thành một món ăn tinh thần không thể thiếu với giá trị thương mại cực lớn.

Điều quan trọng nhất là hệ sinh thái này tạo ra một vòng tuần hoàn bền vững. Khi các VĐV kết thúc sự nghiệp thi đấu, họ có thể tiếp tục đóng góp với tư cách là huấn luyện viên, nhà quản lý sự kiện hoặc chủ sở hữu các học viện thể thao. Việc đầu tư vào vận động viên, vì thế, chính là đầu tư vào một tương lai dài hạn – nơi những công dân khỏe mạnh, các cộng đồng gắn kết và một ngành công nghiệp thể thao chuyên nghiệp cùng nhau cộng hưởng để tạo nên sức mạnh kinh tế quốc gia.

*Biên dịch Hà Phương (Theo*

<https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmgsites/in/pdf/2025/09/sportlight-the-business-of-sports-in-india.pdf>;

<https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmgsites/in/pdf/2025/09/sportlight-the-business-of-sports-in-india.pdf>)

# THÔNG TIN TỔNG HỢP

TRUNG TÂM THÔNG TIN - TRUYỀN THÔNG THỂ  
DỤC THỂ THAO

5 Trịnh Hoài Đức – Phường Ô Chợ Dừa – Hà  
Nội

ĐT: 024.3747.2958 – 024.3747.5254; Fax:  
024.37471981

Email: [banbientap@tdtt.gov.vn](mailto:banbientap@tdtt.gov.vn) Website:  
[www.tdtt.gov.vn](http://www.tdtt.gov.vn)

*Chịu trách nhiệm xuất bản và nội dung:*  
**Giám đốc Trung tâm Thông tin – Truyền  
thông TĐTT**

ThS. LÝ ĐỨC THÙY

Biên tập:

Vũ Vân Anh

Biên dịch:

Hồng Hạnh, Nguyễn Khang, Hà Phương, Hải  
Yến, Anh Thu, Thanh Hiền

Trình bày:

Khánh Chi