



Review Article

Brand Value and the Heritage Values of Hoa Lư – Ninh Bình

Nguyen Van Kim *

National Cultural Heritage Council, 51 Ngo Quyen, Cua Nam, Hanoi, Vietnam

Received 26th September 2025

Revised 03rd November 2025; Accepted 06th December 2025

Abstract: In the current context of development, the position of a nation as well as its cultural and brand values have increasingly become vital resources and driving forces in national development strategies. The strength of cultural resources and humanistic values is recognized as a key pillar for the country's progress. As the capital of the first independent Vietnamese state in the 10th century, Hoa Lư once served as a space for extensive inter-Asian cultural exchanges and interactions. In 2014, the Tràng An Scenic Landscape Complex was inscribed by UNESCO as a World Cultural and Natural Heritage Site under three criteria: Cultural (criterion v), Natural Beauty (criterion vii), and Geology–Geomorphology (criterion viii). It is the first mixed heritage site in Southeast Asia. Alongside its natural heritage, Hoa Lư – Ninh Bình also possesses a wealth of tangible, intangible, and documentary cultural heritages. This article focuses on analyzing the geo-political and geo-cultural position of Hoa Lư – Ninh Bình, its spatial distribution, distinctive features, and outstanding values. It also proposes several solutions to enhance the brand value of various heritage forms, as well as strategies for their sustainable utilization and promotion, approached from an intercultural perspective and in alignment with the vision of a shared natural and cultural heritage of humanity.

Keywords: Hoa Lư – Ninh Bình; cultural heritage; values; brand value.

* Corresponding author.

E-mail address: kimnguyenvnls@gmail.com

<https://doi.org/10.25073/2588-1116/vnupam.4579>

Giá trị thương hiệu và giá trị các di sản của Hoa Lư - Ninh Bình

Nguyễn Văn Kim*

Hội đồng Di sản văn hóa Quốc gia, 51 Ngô Quyền, Cửa Nam, Hà Nội, Việt Nam

Nhận ngày 26 tháng 9 năm 2025

Chỉnh sửa ngày 03 tháng 12 năm 2025; Chấp nhận đăng ngày 06 tháng 12 năm 2025

Tóm tắt: Trong sự phát triển hiện nay, vị thế của đất nước và các giá trị văn hóa, giá trị thương hiệu (GTTH) của một quốc gia đã và đang trở thành nguồn tài nguyên, động lực quan trọng trong các chiến lược phát triển. Sức mạnh của nguồn tài nguyên văn hóa, giá trị nhân văn được xác định là trụ cột phát triển đất nước. Là kinh đô của quốc gia tự chủ, từ thế kỷ X, Hoa Lư từng là không gian diễn ra nhiều sự giao lưu, tiếp biến văn hóa liên Á. Năm 2014, quần thể danh thắng Tràng An được UNESCO công nhận là: *Di sản Văn hóa và Thiên nhiên thế giới*, với ba tiêu chí: Văn hóa (tiêu chí v), Vẻ đẹp thiên nhiên (tiêu chí vii), và Địa chất - địa mạo (tiêu chí viii). Đây là di sản hỗn hợp đầu tiên của Đông Nam Á. Cùng với di sản thiên nhiên, Hoa Lư - Ninh Bình cũng có nhiều di sản văn hóa vật thể, phi vật thể và di sản tư liệu. Bài viết tập trung phân tích vị thế *địa - chính trị, địa - văn hóa* của Hoa Lư - Ninh Bình, không gian phân bố, đặc trưng, giá trị tiêu biểu, đồng thời đề xuất một số giải pháp để tiếp tục gia tăng GTTH của các loại hình di sản; khả năng khai thác, phát huy các di sản đó từ cách tiếp cận liên văn hóa và tầm nhìn về một Di sản thiên nhiên, văn hóa nhân loại.

Từ khóa: Hoa Lư - Ninh Bình; di sản văn hóa; giá trị; GTTH.

1. Giá trị thương hiệu và Giá trị thương hiệu quốc gia

Trong sự phát triển của Việt Nam hiện nay, vị thế của đất nước và các giá trị văn hóa, GTTH của một quốc gia đã và đang trở thành nguồn tài nguyên, động lực quan trọng thúc đẩy các kế hoạch, chiến lược phát triển. Sức mạnh, nguồn tài nguyên văn hóa và cùng với đó là nhân tố văn hóa trong kinh tế được định diện là một trong ba trụ cột phát triển của đất nước. Văn hóa được coi là “hồn cốt của dân tộc, nói lên bản sắc của dân tộc”¹. Văn hóa cũng là “Sức mạnh mềm” (*Soft power*), góp phần củng cố vị thế đất nước, mở rộng quan hệ hợp tác, tăng cường năng lực quốc gia. Cùng với hiệu năng của thể chế, tiềm lực kinh tế, sức mạnh văn hóa của một đất nước,...

luôn là niềm tự hào và là nguồn lực cho khát vọng cống hiến vì sự nghiệp chấn hưng dân tộc.

Cách đây vài thập niên, khi nói đến khái niệm “thương hiệu”, “GTTH” của một đất nước, một ngành, địa phương hay của một trường đại học,... nhiều người còn có những ý kiến khác biệt. Không ít người từng cho rằng, đó là những giá trị linh thiêng, không thể định giá, đổi trao, mua bán. Nhưng thời gian qua đi, càng ngày người ta càng dần quen với các khái niệm, nhận thức mới. Trong một thế giới phẳng và thời đại bùng nổ của công nghệ thông tin, của truyền thông số và hệ thống giao thông liên thế giới,... Việt Nam ngày càng là thành viên gắn bó với cộng đồng quốc tế; tham gia tích cực, chủ động và hòa nhập với tư duy phát triển của thời đại.

* Tác giả liên hệ.

Địa chỉ email: kimnguyenvanls@gmail.com

<https://doi.org/10.25073/2588-1116/vnupam.4579>

¹ Phát biểu của Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng tại *Hội nghị Văn hóa toàn quốc*, ngày 24/11/2021.

Nằm ở bờ Tây Thái Bình Dương, tiếp giáp với nhiều quốc gia láng giềng châu Á, Việt Nam từng chịu nhiều tác động từ môi trường chính trị, kinh tế và xã hội khu vực, nhưng đồng thời cũng có điều kiện tiếp giao với các nền văn hóa, văn minh từ thế giới bên ngoài. Ngay cả trong những thời kỳ chịu nhiều thách thức khắc nghiệt của lịch sử, các giá trị văn hóa, con người Việt Nam vẫn được bảo tồn, tỏa rạng. *Giá trị của lòng yêu nước, của tinh thần độc lập, của khát vọng hòa bình,... được khẳng định như các giá trị cốt lõi của dân tộc.* Trong chiến lược công nghiệp hóa, hội nhập quốc tế hiện nay, GTTH Việt Nam đã và đang được khẳng định trong cộng đồng thế giới, trong những mục tiêu dựng xây đất nước cường thịnh [1]².

Các thành tựu của cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư với sự bùng nổ của trí tuệ nhân tạo, của công nghệ số, chuyển đổi số,... đang làm rung chuyển nhiều cơ tầng xã hội. Trong thế giới đó, vừa có sự đan xen vừa có sự hòa nhập sâu rộng giữa các nền kinh tế, văn hóa và sự giao lưu giữa các tôn giáo, hệ tư tưởng, tộc người. Vì lẽ đó, tài nguyên của một quốc gia, tiềm lực kinh tế của đất nước; bản sắc văn hóa của một dân tộc ngày càng trở nên quan trọng hơn bao giờ hết. Sức mạnh kinh tế, GTTH và cùng với đó là sức sáng tạo văn hóa, hệ tri thức của một dân tộc chính là căn cước để định diện vai trò, vị thế của một quốc gia. Đó chính là niềm tự hào, là những nhân tố tạo nên *Hào khí của dân tộc*.

Có nhà nghiên cứu cho rằng, toàn bộ sự tồn tại của loài người trên thế giới này bao gồm các giá trị vật chất và giá trị tinh thần. Đó chính là các giá trị bảo đảm sự tồn tại của cuộc sống con người. Từ đó có thể đi tới định nghĩa: *“Giá trị trong giá trị học là cái quy định mục đích của hoạt động và động cơ thúc đẩy hoạt động đạt được mục đích đó”* [2]. Trên phương diện kinh tế, “GTTH (*Brand value*) là giá trị có ý nghĩa về mặt tài chính mà khách hàng sẵn sàng chi trả khi mua một thương hiệu hay một phần của thương hiệu như sản phẩm của thương hiệu, dịch vụ thương hiệu,... Với doanh nghiệp, GTTH là sự

bảo đảm các dòng thu nhập của doanh nghiệp” [3]. Trong khi đó, GTTHQG là giá trị có được từ tổng năng lực tiềm năng, phát sinh và gia tăng các lợi ích kinh tế của một quốc gia với tất cả giá trị tuyệt đối, vô hình mà quốc gia đó tạo ra.

Trong nhận thức chung, thương hiệu được xếp vào nhóm tài sản vô hình, đó “là tập hợp các dấu hiệu để phân biệt hàng hóa, dịch vụ của cơ sở sản xuất, kinh doanh (gọi chung là doanh nghiệp) này với hàng hóa, dịch vụ cùng loại của doanh nghiệp khác; là hình tượng về một loại, một nhóm hàng hóa, dịch vụ hoặc về doanh nghiệp, trong tâm trí khách hàng” [4]. Theo Hiệp hội Marketing Hoa Kỳ: “Thương hiệu là một cái tên, từ ngữ, ký hiệu, biểu tượng, hình vẽ thiết kế,... hoặc tập hợp các yếu tố trên nhằm xác định và phân biệt hàng hóa, dịch vụ của một người hoặc một nhóm người bán với hàng hóa và dịch vụ của các đối thủ cạnh tranh” [5]. Với các tổ chức tín dụng và doanh nghiệp, thương hiệu là yếu tố then chốt quyết định sự tồn tại và phát triển. Niềm tin của khách hàng vào GTTH là nhân tố quan trọng trong việc huy động vốn và thực hiện các hoạt động kinh doanh. Thương hiệu thực sự là một tài sản của doanh nghiệp.

Hiểu rõ ý nghĩa, tầm quan trọng của thương hiệu, từ cuối thế kỷ XVIII, hãng xà phòng Pears là thương hiệu đầu tiên trên thế giới đăng ký bảo hộ nhãn hiệu. Đến năm 1931, Công ty Procter & Gamble đã đưa ra khái niệm “Quản trị thương hiệu” (*Brand management*). Uy tín của thương hiệu là nhân tố quan trọng tạo nên sự chênh lệch giữa giá trị cổ phiếu của các công ty/doanh nghiệp trên thị trường chứng khoán so với giá trị thực tế. Để định giá thương hiệu người ta thường dựa vào: 1. Giá trị chuyển nhượng, 2. Cơ sở chi phí, 3. Thu nhập lợi thế, 4. Giá trị kinh tế,... Với giá trị kinh tế, Interbrand vẫn thường thực hiện theo quy trình 4 bước: Phân khúc thị trường, phân tích tài chính, phân tích nhu cầu, phân tích cạnh tranh để xác định GTTH. Như vậy, GTTH là giá trị thuần (*Net present value*) của tất cả các khoản thu nhập kỳ vọng của thương hiệu sau khi đã trừ đi giá trị rủi ro dự báo. Bằng phương pháp

² Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội 10 năm 2021-2030 chỉ rõ: “Khuyến khích hình thành, phát triển những tập đoàn kinh tế tư nhân lớn tiềm lực mạnh, có khả năng cạnh tranh

khu vực, quốc tế. Phấn đấu đến năm 2030, có ít nhất 2 triệu doanh nghiệp với tỷ trọng đóng góp của khu vực kinh tế tư nhân vào GDP đạt 60-65%”.

này, hằng năm Interband đã kết hợp với Business Week để bình chọn nên danh sách 100 thương hiệu hàng đầu thế giới.

Năm 2019, GTTHQG của Việt Nam được Brand Finance định giá 249 tỷ USD, năm 2020: 319 tỷ USD, năm 2021: 388 tỷ USD, năm 2022: 431 tỷ USD, năm 2023: 498,13 tỷ USD, năm 2024: 507 tỷ USD. Như vậy, về tốc độ tăng trưởng GTTHQG Việt Nam tiếp tục được coi là một trong những thành tựu nổi bật trong chiến lược phát triển THQG toàn cầu và là THQG có tốc độ tăng trưởng giá trị nhanh nhất thế giới³ [6]. Trong số những doanh nghiệp có GTTH dẫn đầu, có nhiều doanh nghiệp Việt Nam: Viettel, Vinamilk, VNPT, Vietcombank, BIDV, Viettinbank, Techcombank, Agribank, Vinhomes, VPbank,... [7] Năm 2024, Viettel dẫn đầu bảng xếp hạng và là thương hiệu có giá trị nhất Việt Nam trong 9 năm liên tiếp (2015-2024). Chỉ số nhận diện bền vững của Viettel năm 2024 cũng đạt 756 triệu USD. Cùng với sức mạnh kinh tế, GTTH của Viettel được đánh giá cao bởi luôn chú trọng đến tính bền vững môi trường và đa dạng sinh học đô thị; về các chỉ số nhận diện về sản phẩm và dịch vụ thương hiệu, về dịch vụ khách hàng và chất lượng dịch vụ; nỗ lực tiếp thị và các khía cạnh bền vững của cộng đồng và quản trị.

Kết quả tích cực trên đã khẳng định chủ trương, chính sách đúng của Việt Nam trong việc xây dựng và phát triển THQG⁴ [8]. Cùng với đó là sự năng động, sáng tạo của các doanh nghiệp, trong nỗ lực xây dựng và phát triển thương hiệu sản phẩm, thương hiệu doanh nghiệp, góp phần gia tăng GTTHQG trên trường quốc tế. Phát biểu tại Lễ công bố sản phẩm đạt “Thương hiệu Quốc gia Việt Nam” năm 2022, Thủ tướng Phạm Minh Chính nêu rõ: “*Xây dựng Thương hiệu Quốc gia là một nhiệm vụ có ý nghĩa đặc biệt quan trọng,*

vừa có tính cấp bách, vừa mang tính chiến lược, có phạm vi rộng, nhiều việc phải làm với tác động, ảnh hưởng lớn và đòi hỏi sự vào cuộc và nỗ lực của cả hệ thống chính trị, các cấp, các ngành, các địa phương, nhân dân, đặc biệt là cộng đồng doanh nghiệp, doanh nhân. Đây là nguồn lực của từng doanh nghiệp, nhưng cũng là của quốc gia, nên việc xây dựng và gìn giữ thương hiệu quốc gia có tầm quan trọng chiến lược đối với doanh nghiệp và đất nước” [9].

Hiện nay các doanh nghiệp, tập đoàn kinh tế không chỉ phấn đấu để đạt được THQG mà còn có chiến lược để xây dựng niềm tin của xã hội, cộng đồng quốc tế với thương hiệu. Niềm tin đó được hội tụ bởi nhiều nhân tố như chất lượng, giá trị sản phẩm; đạo đức, văn hóa kinh doanh; hình ảnh lãnh đạo doanh nghiệp; tinh thần cộng đồng, trách nhiệm với xã hội của doanh nghiệp. Niềm tin đó cũng được nhân lên bởi Nghị quyết 68 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế tư nhân, khi Trung ương coi “Kinh tế tư nhân là động lực quan trọng nhất của nền kinh tế quốc gia, là lực lượng tiên phong thúc đẩy tăng trưởng, tạo việc làm, nâng cao năng suất lao động, năng lực cạnh tranh quốc gia, công nghiệp hóa, hiện đại hóa, tái cấu trúc nền kinh tế theo hướng xanh, tuần hoàn, bền vững” [10]. Trong bối cảnh cạnh tranh chiến lược toàn cầu ngày càng diễn ra gay gắt, các doanh nghiệp đang thể hiện bản lĩnh, trí tuệ, không ngừng đổi mới và sáng tạo, tinh thần trách nhiệm với đất nước, với những người lao động và vì sự phát triển bền vững của doanh nghiệp. Một triết lý về “*Thương đạo*”, một tinh thần “*Doanh nhân hộ quốc*” nên được quán triệt trong tư duy phát triển của giới lãnh đạo, quản lý của các doanh nghiệp, doanh nhân (*entrepreneur*). Bởi chính họ “là trái tim bơm dòng đổi mới vào nền kinh tế”[11].

³ Nếu như năm 2019 Việt Nam được xếp thứ 42, thì năm 2020 tăng 9 bậc lên vị trí thứ 33; năm 2021 duy trì vị trí thứ 33 và năm 2022 tăng 1 hạng lên vị trí thứ 32. Theo đánh giá của Brand Finance, năm 2022 GTTHQG của Mỹ là 26.500 tỷ USD (tăng 7%), của Trung Quốc là 21.500 (tăng 8%). Đức giữ vị trí thứ ba, Nhật Bản đứng thứ tư.

⁴ Quyết định 253 chỉ rõ: “Doanh nghiệp có sản phẩm được mang biểu trưng Thương hiệu Quốc gia được hỗ trợ tư vấn về đăng ký nhãn hiệu sản phẩm tên thương mại, chỉ dẫn địa

lý, tên gọi xuất xứ hàng hóa ở trong, ngoài nước; tư vấn về thông tin nghiên cứu thị trường và hoạt động xuất khẩu; được trợ giúp quảng bá tại thị trường trong, ngoài nước trong khuôn khổ các Chương trình xúc tiến thương mại trọng điểm quốc gia hằng năm do Thủ tướng Chính phủ phê duyệt; được tham gia chương trình bình chọn các giải thưởng trong khuôn khổ do Chương trình tổ chức, bao gồm cả giải thưởng xuất khẩu hằng năm của Thủ tướng Chính phủ”.

2. Hoa Lư - Ninh Bình và chiến lược xây dựng giá trị thương hiệu

Trong lịch sử và tâm thức dân tộc Việt Nam, các địa danh: Hoa Lư, Trường Yên, Tam Điệp, Thần Phù,... đã sớm được coi là những vùng *địa linh*, có vị trí *địa - chính trị*, *địa - kinh tế* quan trọng. Đất và người Hoa Lư - Ninh Bình luôn gắn bó máu thịt với quá trình phát triển lịch sử, văn hóa; sự nghiệp dựng xây và bảo vệ Tổ quốc. Đây là một không gian tự nhiên, lịch sử văn hóa có nhiều giá trị đặc hữu. *Hoa Lư - Ninh Bình là vùng chuyển giao giữa các không gian lãnh thổ* (Nam châu thổ sông Hồng và Bắc Trung Bộ), là minh chứng sinh động cho sự vận động của thế giới tự nhiên; của địa chất, địa mạo và cũng là không gian kết nối giữa vùng núi cao với biển cả. Hoa Lư - Ninh Bình có đủ đầy cả ba hệ sinh thái: *Hệ sinh thái núi rừng*, *Hệ sinh thái châu thổ* và *Hệ sinh thái sông, biển* [12]. Nhờ có các hệ sinh thái đa dạng đó mà Hoa Lư - Ninh Bình sớm là điểm đến, địa bàn sinh tụ và sáng tạo văn hóa của nhiều tộc người [13].

Hoa Lư - Ninh Bình là vùng đất cổ [14-15], và cũng là đất phát tích của ba vương triều đầu tiên trong kỷ nguyên độc lập: Đinh (968-980), Tiền Lê (980-1009) và vương triều Lý. Vùng địa linh này không chỉ là nơi có nhiều di sản thiên nhiên, văn hóa nổi tiếng mà còn là “chứng nhân” lịch sử, ghi dấu những chiến công, phát triển quan trọng của đất nước [16-17]. Coi vị thế của một vùng đất là nguồn tài nguyên, đặt không gian tự nhiên, lịch sử chính trị, kinh tế và văn hóa của Hoa Lư - Ninh Bình trong mối quan hệ, so sánh với Thăng Long - Hà Nội và cấu trúc lịch sử, chính trị đất nước, có thể thấy rõ hơn vị trí chiến lược; tiềm năng kinh tế và văn hóa của vùng đất này trong tương giao với Thăng Long - Hà Nội trong tiến trình lịch sử dân tộc.

2.1. Vị trí địa - chiến lược của Hoa Lư - Ninh Bình

Với chiến thắng Bạch Đằng năm 938, quốc gia Đại Cồ Việt - Đại Việt bước vào kỷ nguyên

độc lập, tự chủ. Trong hơn 4 thập niên (968-1009), kinh đô Hoa Lư là trung tâm chính trị, kinh tế, văn hóa của đất nước. Nằm giữa một thung lũng trùng điệp với các dãy núi nhưng Hoa Lư không phải là một đô thị biệt lập. *Từ kinh đô Hoa Lư, những quyết định lớn nhằm chấm dứt tình trạng phân cát 12 sứ quân, thống nhất đất nước; thiết lập các đơn vị hành chính, phiên chế quân đội; kháng Tống (981), bình Chiêm (979); vạch định những nguyên tắc căn bản của một đường lối đối ngoại,... đã được thiết lập*⁵ [18-19]. Các sử gia triều Lê từng dành nhiều lời ca ngợi công tích của vua Đinh, vua Lê. Với Đinh Tiên Hoàng (924-979), *Toàn thư* đánh giá: “Vua tài năng sáng suốt hơn người, dũng cảm mưu lược nhất đời, quyết sạch các hùng trưởng” [18, tr. 210]. Với trí tuệ và uy dũng, Ông từng được tôn vinh là “Đại thắng Minh vương Hoàng đế”.

Đóng đô ở Hoa Lư, các vua Đinh, vua Lê đã dựa vào địa thế hiểm yếu để kiên quyết bảo vệ nền độc lập dân tộc. Lấy điểm tựa là các dãy trường thành tự nhiên, chính quyền Hoa Lư đã phát triển đất nước theo hướng chảy các dòng sông, đồng thời mở rộng cương vực ra phía biển. Với chiến lược đó, các bậc tiền hiền thời Đinh, Tiền Lê không chỉ đã bảo vệ được nền độc lập mà còn mau chóng khẳng định vị thế đất nước trong cấu trúc và sự tương tác quyền lực khu vực Đông Á.

Trải qua nhiều thế kỷ, Hoa Lư - Trường Yên luôn là vùng quan ải, phen hậu bảo vệ cho kinh đô Thăng Long và đất nước. Đây còn là hậu cứ trọng yếu, địa bàn chiến lược của nhiều triều đại, phong trào yêu nước. Sau những bão táp chính trị thế kỷ X, đến thế kỷ XIII, đất Trường Yên đã được nhà Trần lựa chọn để đặt bộ chỉ huy quân sự tối cao, góp phần quan trọng vào thắng lợi của hai cuộc kháng chiến chống đế chế Mông - Nguyên năm 1285 và 1287-1288. Khu căn cứ Tràng An và hành cung Vũ Lâm không chỉ là nơi các vua Trần ra quyết định quân sự mà còn là trung tâm Phật giáo sớm [20]. Phật giáo đã trở

⁵ Trong *Dư địa chí*, Nguyễn Trãi cho rằng, nhà Lê đã “chia thiên hạ làm 10 đạo. Hộ bộ đệ tiến sổ dân là năm trăm vạn sáu nghìn năm trăm đình (5.006.500 đình). Nhà Lý chia đất nước làm 24 lộ, nhà Trần chia thành 12 xứ, triều Lê sơ chia

thành 15 đạo. Theo *Toàn thư*, năm 971, Đinh Tiên Hoàng bắt đầu quy định cấp bậc văn võ, tăng đạo. Năm 974 quy định về quân 10 đạo, mỗi đạo 10 *quân*, 1 *quân* 10 *lữ*, 1 *lữ* gồm 10 *tốt*, 1 *tốt* 10 *ngũ*, 1 *ngũ* 10 *người*, đầu đội mũ bình đỉnh.

thành nền tảng tư tưởng và là cơ sở cho đường lối quản lý đất nước trong suốt 4 thế kỷ sau. Hoa Lư - Trường Yên từng là nơi tu tập của nhiều vị Thiền sư [21, 22] và cả các đấng quân vương như: Trần Thái Tông, Trần Thánh Tông, Trần Nhân Tông. Trong cuộc kháng chiến lần thứ hai (1285), chính tại vùng đất này, hai vua Trần Thánh Tông, Trần Nhân Tông đã cùng với Trần Hưng Đạo ra tay diệt trừ cái ác, bảo vệ cuộc sống yên bình cho lương dân. *Toàn thư* ghi nhận: “tháng 5 ngày mùng 3, hai vua đánh bại giặc ở phủ Trường Yên, chém đầu, cắt tai giặc nhiều không kể xiết” [23]. Hoa Lư - Trường Yên cũng là đất dựng nghiệp nhà hậu Trần (1407-1414). Thành lũy nhà Hồ, nhà Mạc, dấu tích của nghĩa quân Lam Sơn, của phong trào Tây Sơn,... vẫn còn lưu giữ ở phòng tuyến Tam Điệp, ở cửa biển Thần Phù (Đại Ác), ở Yên Mô, Gia Viễn, Nho Quan và nhiều địa phương khác [24].

Vào đầu thế kỷ XV, sau cuộc kháng chiến trường kỳ chống Minh, Nhà chiến lược quân sự, ngoại giao Nguyễn Trãi (1380-1442) từng cho rằng: vùng Thanh Hóa (gồm Thanh Hóa ngoại trấn), đông và bắc giáp Sơn Nam và biển, tây và nam giáp Sơn Tây và Hoan Lô là *phên dậu thứ hai ở về phương Nam* [25]. Từ tầm nhìn Thăng Long, Úc Trai đánh giá: Sơn Nam là phên dậu thứ nhất, Thanh Hóa là phên dậu thứ hai, Nghệ An là phên dậu thứ ba, Thuận Hóa là phên dậu thứ tư, Nam Giới (Quảng Nam) là phên dậu thứ năm ở phương Nam. Thực tế nhiều thế kỷ sau cho thấy, nhận thức về các miền quan yếu của đất nước của Nguyễn Trãi là hoàn toàn chính xác.

Đến thế kỷ XIX, về vị thế *địa - chính trị, địa - quân sự* của Hoa Lư - Ninh Bình, các tác giả *Đại Nam nhất thống chí* cho rằng: “Phía đông nam đến biển, phía tây bắc dựa núi, địa hình một nửa hiểm trở một nửa bằng phẳng; danh sơn có núi Hộ Thành, núi Địch Lộng, đại giang có sông Thanh Quyết, sông Thần Phù. Phủ Yên Khánh tiếp giáp Hà Nội và Nam Định, đường thủy và đường bộ sát liền nhau. Cầu chợ Vân Sàng, thuyền xe tụ tập, có tiếng là phồn thịnh. Phía Nam đi vào Thanh Hóa thì có núi Tam Điệp, con đường đi lại phải qua, *thật là cổ huyệt giữa Nam và Bắc*. Phủ Nho Quan ở về thượng du, giáp với

4 tỉnh Thanh Hóa, Hà Nội, Sơn Tây và Hưng Hóa, rừng núi trùng điệp, *đường sá hiểm trở, chiếm một vị trí rất xung yếu*” [26].

Trong lịch sử, Ninh Bình không chỉ là phên dậu trọng yếu ở phương Nam, mà còn là hậu cứ vững chắc, đặc biệt tin cậy của kinh đô Thăng Long qua các triều đại. Các cuộc chiến tranh bảo vệ đất nước đã tô rên ý chí, bản lĩnh của quân dân một vùng đất. Thời cận hiện đại, Ninh Bình vẫn là địa phương chịu nhiều thách thức chính trị bởi sự xâm lược của thực dân Pháp và các cuộc chiến tranh phá hoại của Hoa Kỳ,... *Trong bất cứ hoàn cảnh nào, Hoa Lư - Ninh Bình luôn là địa phương trung kiên, anh dũng; luôn gắn bó máu thịt với kinh đô Thăng Long - Hà Nội, có nhiều đóng góp quan trọng cho sự nghiệp xây dựng và bảo vệ Tổ quốc*.

Thấu hiểu vị thế hiểm yếu của Ninh Bình cả trên đất liền và trên biển, nhiều triều đại quân chủ đã cho xây thành, đắp lũy, đóng trọng binh để ngăn chặn các cuộc tấn công từ phương Bắc, bảo đảm an toàn cho vùng căn cứ chiến lược Thanh - Nghệ, đồng thời để chặn đứng nhiều cuộc hành binh, xâm lấn từ phía Nam. *Trải qua các thời kỳ lịch sử, lúc yên cũng như lúc nguy, đất và người Hoa Lư - Ninh Bình luôn giữ lòng trung nghĩa, thể hiện khí chất hào hùng của một vùng địa linh - nhân kiệt. Vị thế quan yếu, nguồn tài nguyên tự nhiên, nhân văn phong phú là cơ sở thiết yếu để Hoa Lư - Ninh Bình có nhiều đóng góp quan trọng cho các kế hoạch dựng xây, phát triển đất nước*.

2.2. Tiềm năng và vị thế địa - kinh tế

Về vị trí, địa giới hành chính của Ninh Bình tuy không lớn nhưng là địa phương giáp với nhiều tỉnh, thành của đất nước. Trên một không gian rộng dài 1.387km², Hoa Lư - Ninh Bình có sông Đáy, sông Bôi, sông Hoàng, sông Chanh,... giữ vai trò như những huyết mạch giao thương chủ đạo. Hoa Lư - Trường Yên xưa, Ninh Bình nay có sự hợp tụ của cả 3 không gian: *Không gian kinh tế văn hóa núi cao, Không gian kinh tế văn hóa châu thổ và Không gian kinh tế văn hoá biển*. Đó là sự mật tập của một phức thể các hệ sinh thái, tạo nên đặc trưng phong phú của một tỉnh có nhiều thế mạnh về tài nguyên thiên nhiên, tài nguyên vị thế. Theo cách tiếp cận không gian

và trong tầm nhìn đối sánh giữa các không gian, Hoa Lư - Ninh Bình vừa là vùng địa đầu phía nam của Bắc Bộ vừa là vùng đất gắn với miền Thanh - Nghệ, đồng thời có những đặc tính tự nhiên, nhân văn gần với vùng Tây Bắc. Hoa Lư - Ninh Bình vừa có lợi thế về liên kết vùng theo trục Bắc - Nam vừa có thế mạnh của liên kết Đông - Tây. Vị trí địa - chính trị, địa - kinh tế đặc thù đó tạo cho vùng đất này những không gian mở. *Tự nguồn cội, không gian phát triển của Hoa Lư - Ninh Bình luôn được mở ra nhiều hướng.*

Do có vị trí đặc biệt quan trọng về chiến lược, Hoa Lư - Ninh Bình là nơi tập trung của nhiều tuyến giao lưu kinh tế trọng yếu. Cùng với các tuyến giao thông bộ, còn có nhiều tuyến giao thông sông, biển nối kết giữa các vùng miền. Vùng ngã ba sông Bôi - sông Hoàng Long thuộc các huyện Nho Quan - Gia Viễn và Hoa Lư trở thành đầu mối giao thương của “trũng Nho Quan”, ở phía nam châu thổ sông Hồng [27]. Từ Thăng Long xuôi theo sông Hồng, tàu thuyền có thể đến Cửa Liêu (Nam Định) rồi tiến ra Biển Đông. Từ sông Đáy, thuyền bè qua ngã ba Non Nước, theo sông Vân Sàng là ra đến vùng cửa biển Thần Phù. Dãy Tam Điệp, tức chỗ tiếp giáp địa giới với Thanh Hóa, có đường quốc lộ đi qua được coi là *cổ huyệt giữa Nam và Bắc*. Có một thời, từ đỉnh núi cao Tam Điệp, “*trông ra ngoài biển, buồm thuyền nhiều như lá tre*” [28].

Trong quá trình phát triển, Hoa Lư - Ninh Bình luôn có sự kết nối giữa các hoạt động kinh tế trong nước với giao thương quốc tế, giữa các hoạt động kinh tế của vùng Kinh đô với việc tập trung nguồn lực của nhiều vùng miền. *Toàn thư* từng ghi nhận năm 976, thời Đinh Tiên Hoàng (924-979), “*Mùa xuân, thuyền buôn các nước hải ngoại đến dâng sản vật của nước họ*” [18, tr. 213]. Nhiều khả năng, các thuyền buôn ngoại quốc này đã đến vùng Hoa Lư. Trong tâm thế tự tôn dân tộc, Lê Long Đĩnh (986-1009) đã chủ động đề nghị vua Tống cho đặt người quản lý, thiết lập cơ sở buôn bán ở Ung Châu (Nam Ninh). Nhưng, vì nhiều nguyên nhân, vua Tống chỉ cho thuyền từ Giao Châu sang buôn bán ở Liêm Châu và trấn Như Hồng (Khâm Châu).

Trong nhiều thế kỷ, cửa Đáy luôn có sự tương tác với cửa sông Thái Bình và cửa Cầm trên cả phương diện tự nhiên và nhân sinh để tạo thành ba cửa ngõ giao lưu chính yếu. Mặt khác, kinh đô Hoa Lư cũng có sự kết nối chặt chẽ với nhiều trung tâm kinh tế, làng nghề sản xuất thủ công, vùng cung cấp nguyên liệu, hàng hóa của đất nước. *Tính liên kết vùng, liên vùng của trục kinh tế chủ đạo với Thăng Long theo cả đường bộ và đường thủy là đặc điểm nổi bật của Hoa Lư - Ninh Bình*. Trong ý nghĩa đó, *sông Đáy là động mạch chủ, là dòng sông thiêng*, dòng chảy kinh tế - văn hóa chảy từ vùng núi cao đến Hoa Lư và từ đó tỏa ra đại dương [29, 30]. Từ hai trung tâm kinh tế, văn hóa quan trọng này, một mạng lưới liên kết toàn vùng châu thổ đã được thiết lập, kích hoạt năng lực sản xuất cùng các hoạt động giao thương liên vùng, liên Á [31].

Hoa Lư - Ninh Bình là một vùng đất trù phú (chắc hẳn là do có nhiều sản phẩm thủ công, tơ lụa cao cấp và buôn bán ngược - xuôi). Trong không gian văn hóa - kinh tế này có cả một hệ thống chợ trao đổi, giao lưu nhộn nhịp. Vùng đất giao hòa giữa các hệ sơn văn đã làm nên đặc tính *hội nhân, hội thủy, hội thương* của một vùng đất. Là một vùng chuyển giao và hội tụ, người Hoa Lư - Ninh Bình đã sớm lựa chọn mô hình phát triển theo định hướng Kinh tế tổng hòa: *Nông - lâm kết hợp với công - thương, làm kinh tế gắn liền với khẳng định vị thế chính trị - ngoại giao, giao lưu kinh tế kết hợp với sáng tạo văn hóa*. Cùng với đó, nhu cầu tiêu dùng sản phẩm tinh xảo của đất kinh sư cũng thôi thúc giới thợ thủ công, nghệ nhân tài hoa phát triển kinh tế, sáng tạo nghệ, đam mê và sống vui với nghề. Nguồn cung cấp nguyên liệu từ nhiều vùng, miền và thị trường tiêu thụ rộng lớn đã bảo đảm cho các làng nghề hoạt động bền vững. Trong bối cảnh đó, hệ thống chợ phiên đã được thiết lập để mua bán, đổi trao liên - xuyên vùng.

Về quy mô của quốc đô thời tự chủ, *Việt sử lược* [18, tr. 222-223] và *Đại Việt sử ký toàn thư* [32] đều có những ghi chép⁶. Nhưng, *Đại Nam nhất thống chí* là viết cụ thể hơn cả: “Đô cũ nhà Đinh, nhà Lê ở xã Trường Yên Thượng và

⁶ Theo *Việt sử lược*: Năm Giáp Thân (984), tức chỉ 4 năm sau khi lên ngôi (980) và 3 năm sau kháng chiến chống

Tống (981), Lê Hoàn đã cho “Xây điện Bạch Bảo Thiên Tuế ở núi Hòa Vân, cột bọc vàng bạc. Phía đông xây điện

Trường Yên Hạ, về phía tây bắc huyện Gia Viễn, có nội thành và ngoại thành, có cửa xây bằng đá, lại có các địa danh: cầu Đông, cầu Dền, cầu Muống, Tràng Tiền, chùa Tháp, chùa Nhất Trụ, ... nền cũ vẫn còn đó. Khi Lý Thái Tổ dời đô đến Thăng Long đều dựa theo các cách thức ấy. Xét, sử chép: “Đình Tiên Hoàng năm thứ nhất (968) dựng cung điện ở đô thành mới: Lê Đại Hành năm Thiên Phúc thứ 5 (984) dựng điện Bách Tuế Thiên Bảo ở núi Đại Vân, cột điện đều trang sức bằng vàng, bạc. Điện này dùng làm nơi thị triều, phía đông gọi là điện Phong Lưu, phía tây gọi là điện Tử Hoa, phía tả gọi là điện Bồng Lai, phía hữu gọi là điện Cực Lạc; lại dựng lầu Đại Vân, liền với điện Trường Xuân làm nơi ngự tẩm; bên cạnh điện Trường Xuân lại dựng điện Long Lộc lợp ngói bằng bạc; lại dựng điện Kiền Nguyên, để vua ra chơi xem đèn. Như thế thì lúc bắt đầu cũng rất hoa lệ” [26, tr. 264].

Những ghi chép, mô tả trên đây khiến chúng ta nghĩ đến một không gian bề thế của kinh đô Hoa Lư; đến khả năng tổ chức nhà nước và tài năng kiến trúc Việt; đến tiềm năng kinh tế to lớn của các triều Đinh, Tiền Lê và quốc gia Đại Cồ Việt. Như vậy, ngay từ những năm đầu thời tự chủ, các triều đại quân chủ đã huy động nhiều nguồn lực xã hội, khai thác các nguồn tài nguyên trong nước, khu vực để củng cố quyền uy chính trị, dựng xây thể chế, lực lượng quân đội hùng mạnh; thiết lập các đơn vị hành chính; phát triển kinh tế - xã hội, mở rộng bang giao. Những thành tựu đó chắc chắn là nguồn lực vật chất, kinh nghiệm, tri thức rất quý báu để vương triều Lý và tiếp đó là nhà Trần,... xây dựng kinh đô Thăng Long và thiết chế chính trị, nền tảng kinh tế, văn hóa của quốc gia Đại Việt.

2.3. Hoa Lư - Ninh Bình và nguồn tài nguyên văn hóa

Từ trong lịch sử đến nay, Hoa Lư - Ninh Bình luôn là địa phương có nhiều nguồn tài

nguyên tự nhiên đặc sắc. Nhiều quân vương, danh nhân, sử gia,... đã có những khảo tả sinh động về cảnh quan cùng các di tích, danh thắng của Hoa Lư - Trường Yên. Thời Trần, danh thần Trương Hán Siêu (?-1354) đã đặt tên cho núi Non Nước là Dục Thúy và chính Ông đã về ngọn núi này lập am tu tập⁷ [33]. Núi Dục Thúy không chỉ là thắng cảnh nổi tiếng mà còn là đầu mối giao thông thủy bộ quan trọng. Đó là nơi mà đường Thiên lý từ Gián Khẩu đi vào, đường bộ từ Sơn Nam sang và đường thủy từ sông Đáy qua. Trên núi có đền thờ thần Sơn Tinh - Thủy Tinh và ngôi chùa cổ. Thời Lê sơ, hoàng đế Lê Thánh Tông cùng nhiều bậc danh nhân từng tuần du qua đây và có văn, thơ đề vịnh. Ngã ba Non Nước thông với ngã ba sông Vân Sàng đề từ đó ra cửa Thần Phù. Thời Lê Trung Hưng, chúa Trịnh từng cho dựng hành cung ở núi Non Nước, ở đó cũng từng có “Kho Dục Thúy” [34]. Minh Mệnh năm thứ hai, khi đi Bắc tuần, nhà vua đã cho dựng lầu trên núi. Núi Non Nước cũng còn có tên là Hộ Thành do vua Thiệu Trị đặt khi tuần du phía Bắc. Ninh Bình còn có Động Sơn (Hồi Hạc), động Thiên Quang, có Giếng Trời, chùa Tiên, chùa Linh Quang có các phiến đá tạo nên thanh âm huyền diệu.

Cùng với các danh thắng trên, Ninh Bình còn có các núi: Bái Lĩnh, Đông Khê, Long Triều, Đại Hữu, Bích Động, Thien Dường, Hải Nham, Đàm Khánh, Ngọc Thỏ, núi Bàng, Xa Triệt, Phụng Sơn, Mã Yên, Đái Sơn, Cối Sơn, Trúc Sơn, Mã Thiên, Tam Động... Nhiều ngọn núi trong số đó hợp thành Quần thể danh thắng - di tích Tràng An. Năm 2014, quần thể danh thắng Tràng An đã được UNESCO ghi danh là: *Di sản Văn hóa và Thiên nhiên thế giới*. Đây là di sản hỗn hợp đầu tiên của Đông Nam Á được ghi danh.

Cùng với các di sản thiên nhiên, Hoa Lư - Ninh Bình cũng có nhiều di sản văn hóa vật thể, phi vật thể. Là kinh đô của một quốc gia, Hoa Lư từng là nơi gặp gỡ, giao lưu của nhiều truyền thống văn hóa như: Văn hóa Champa, Thiên

Lưu Phong, phía tây điện Vinh Hoa, bên trái xây điện Bồng Lai, bên phải xây điện Cực Lạc, rồi dựng lầu Hóa Vân (Đại Vân), lại xây điện Trường Xuân, bên cạnh xây điện Long Lộc, lợp bằng ngói bạc”.

⁷ Trương Hán Siêu từng có bài thơ về Dục Thúy Sơn: “Sắc núi còn xanh ngắt/ Lâu rồi, người vẫn đi!/ Lòng sông in bóng tháp/ Tầng thăm cửa thời che./ Từ cách xa đòi tục/ Mới hay điều thị phi/ Năm hồ trời đất rộng/ Bến cũ khi nào về” (Bảng Thanh dịch).

Trúc (Ấn Độ) và văn hóa Đông Bắc Á [18, tr. 223]. Đến thế kỷ XI-XIV, các triều đại Lý - Trần vẫn hướng về cổ đô, cho tôn tạo, xây dựng mới những công trình kiến trúc ở Hoa Lư - Trường Yên. Kinh tế, xã hội vùng Hoa Lư - Trường Yên vì thế vẫn được duy trì và có những phát triển.

Cùng với vị thế hiểm yếu của Tràng An, của phòng tuyến Tam Điệp và vùng cửa biển Thần Phù, các dòng sông của Hoa Lư - Ninh Bình nổi danh là những dòng “Nghĩa thủy”. Đó là các dòng chảy chính trị, kinh tế và văn hóa của kinh đô Hoa Lư ngàn xưa. Nguồn nước của các dòng sông, các “Cửa nước” đổ ra Biển Đông đã làm giàu thêm các lớp phù sa văn hóa của nền văn minh Đại Việt. Lưu vực sông Hồng, sông Đáy nổi danh với hệ thống di chỉ văn hóa Đông Sơn; linh thiêng bởi hệ thống đền thờ Hai Bà và miếu thờ các vị tướng lĩnh. Dọc theo sông Đáy và chi lưu là hệ thống đền thờ Chử Đồng Tử, Đức Thánh Trần cùng nhiều vị danh nhân, danh tướng,... những người có công, hy sinh vì nước.

Năm 1010, Lý Thái Tổ dời đô ra Thăng Long trung tâm đất nước. Nhưng, qua hệ thống giao thông thủy bộ, kinh đô Thăng Long vẫn có sự kết nối chặt chẽ với nhiều vùng miền của đất nước. Có thể khẳng định, sở dĩ *Thăng Long - Hà Nội có được trữ lượng, độ trù mật cao về di sản văn hóa vật thể, phi vật thể là nhờ có năng lực sáng tạo của người Tràng An, nhưng cũng còn dựa vào khả năng thu nhận các di sản văn hóa từ nhiều vùng miền đất nước, đặc biệt là từ trấn*. Đó là nguồn tài nguyên lớn để rồi kết hợp với tài nguyên vị thế, tạo nên “địa thế hùng mạnh mà hiểm”, “giàu có mà văn nhã” của đất Kinh sư [35].

Cùng với Thăng Long, Hoa Lư cũng nổi tiếng là vùng có truyền thống văn hiến, “đất hay, nghề khéo”⁸. Là di duệ của đất đế đô, người Ninh Bình từng nổi tiếng với các làng nghề: Thêu ren Văn Lâm, nghề coi mỹ nghệ Kim Sơn, nghề chạm khắc đá Ninh Vân, nghề làm gốm Bồ

Bát,... Các nghệ nhân làng chạm khắc đá Ninh Vân tài hoa với kỹ năng chọn, bóc tách đá để tạo tác nên nhiều tác phẩm tinh xảo. Những tri thức, kỹ năng ấy đã tạo nên một truyền thống “Văn hóa đá” nổi danh trong Nam, ngoài Bắc. Cùng với đá, Ninh Bình cũng có nhiều mỏ đất sét chất lượng cao có thể sử dụng làm vật liệu kiến trúc và các vật dụng gốm, sành. Làng nghề truyền thống Bồ Bát (huyện Yên Mô) xưa, từng nổi tiếng về sản phẩm gốm. Tương truyền, khi Lý Thái Tổ dời đô ra Thăng Long, đã đem theo nhiều thợ lành nghề và chính họ đã gây dựng nên làng gốm Kim Lan - Bát Tràng ven sông Nhị. Nhiều khả năng, những nghệ nhân tài khéo từ Bồ Bát còn lập nên các lò quan ngay trong kinh đô Thăng Long. Những phát hiện gốm sứ cao cấp trong Hoàng thành Thăng Long khiến có thể đưa ra giả thuyết đó. Dòng gốm đặc sắc Bát Tràng từng được lựa chọn để đưa sang “đổi ngoại” và “đổi thoại” với trung tâm gốm sứ phương Bắc⁹ [25, tr. 464].

3. Một số đề xuất và giải pháp

i) Là một vùng đất giàu tài nguyên tự nhiên, mạnh tài nguyên vị thế và phong phú về tài nguyên nhân văn, Ninh Bình từng là trung tâm chính trị, kinh tế, văn hóa quan trọng của đất nước. Nhìn lại không gian lịch sử văn hóa Hoa Lư - Ninh Bình qua các thời kỳ lịch sử, đặt không gian đó trong các mối quan hệ khu vực ta thấy: *Hoa Lư không chỉ là một kinh đô bề thế mà còn là một căn cứ quân sự có tầm chiến lược; không chỉ là một đô thành có địa thế hiểm yếu mà còn là một trung tâm kinh tế, văn hóa quan trọng của đất nước*. Địa thế của cổ đô Hoa Lư, của hành cung Vũ Lâm, của phòng tuyến Tam Điệp, cửa biển Thần Phù và hai tuyến giao thông huyết mạch: Thượng đạo, Thiên lý,... tất cả đều cho thấy vị thế hiểm yếu, chiến lược của một vùng

⁸ Thủ đô Hà Nội được coi là “Thành phố di sản”, với quỹ di sản phong phú gồm 5.922 di tích lịch sử, văn hóa, trong đó có 1 Di sản văn hóa thế giới, 21 di tích và cụm Di tích Quốc gia đặc biệt; 1.793 Di sản văn hóa phi vật thể. Hà Nội cũng là “đất trăm nghề”, với 1.350 làng nghề, trong đó có hơn 300 làng nghề tiêu biểu, có khoảng 70 không gian sáng tạo và 1.095 lễ hội và sinh hoạt văn hóa cộng đồng. Hà Nội

cũng là thành phố đầu tiên ở Việt Nam tham gia “Mạng lưới các Thành phố Sáng tạo của UNESCO”.

⁹ Danh nhân văn hóa Nguyễn Trãi từng viết: “Làng Bát Tràng làm đồ bát chén, làng Huê Cầu nhuộm thâm,... Bát Tràng thuộc huyện Gia Lâm. Huê Cầu thuộc huyện Văn Giang. Hai làng ấy cung ứng đồ cống Trung Quốc là 70 bộ bát đĩa, 200 tấm vải thâm”.

đất. Đó là nguồn tài nguyên lớn, có giá trị, ý nghĩa đặc biệt với kinh đô Thăng Long - Hà Nội và sự trường tồn của một quốc gia;

ii) Hoa Lư - Ninh Bình là đất khởi phát của các triều Đinh, Tiền Lê và đầu triều Lý; là cứ điểm trọng yếu của vương triều Trần và nhiều triều đại quân chủ; là đất sinh thành của các bậc anh kiệt. Vào thế kỷ X, một tập hợp mới của những con người trung nghĩa, giàu lòng yêu nước đã tụ hội về Hoa Lư theo ngọn cờ nghĩa. Hoa Lư đã bộc lộ giá trị, xứng tầm thế của một kinh đô thời tự chủ. Kinh đô ấy đã thiết lập nên những nguyên tắc căn bản cho thiết chế chính trị đất nước; đã vươn tầm quản lý đến nhiều vùng đất xa xôi; đã tổ chức thành công các hoạt động kinh tế, bang giao; đã chỉ đạo mưu lược các cuộc chiến tranh vệ quốc. Từ những quyết sách của các triều Đinh, Tiền Lê, chủ quyền của đất nước ở phía Bắc được củng cố, cương giới ở miền Tây Nam được bảo vệ. Hoa Lư - Ninh Bình là vùng đất đánh dấu những bước đi tiên phong, đột phá cho sự nghiệp chấn hưng dân tộc. *Những khuôn mẫu, mô hình, ý tưởng sáng tạo của các triều Đinh, Tiền Lê,... đã có ảnh hưởng sâu rộng đến tư duy phát triển của các triều đại Lý - Trần và nhiều triều đại sau;*

Vì thế, có thể khẳng định mối quan hệ giữa Hoa Lư - Ninh Bình với Thăng Long - Hà Nội là mối quan hệ bản chất, tự nhiên, máu thịt. Như vậy, một cách tự nhiên, lịch sử đã tạo lập nên những cặp quan hệ hay *mô hình liên kết giữa các cố đô với kinh đô* (thủ đô hiện đại) ở Đông Á: Luang Prabang - Viêng Chăn (Lào), Angkor - Phnom Penh (Campuchia), Borobudur - Jakarta (Indonesia), hay Nara - Kyoto với Edo (Tokyo, Nhật Bản). Đó là quan hệ cộng tồn, cộng sinh, cộng mệnh. Hà Nội và Ninh Bình chắc chắn đã nhận ra những thế mạnh ưu trội, riêng có đó và

nên sớm có chiến lược hợp tác bền chặt để tạo ra giá trị tương hỗ “cùng thắng”, cùng phát triển¹⁰;

iii) Ninh Bình nên tập trung khai thác *Tài nguyên vị thế*, phát huy hơn nữa *Thế mạnh liên vùng*, khai thác hiệu quả vị trí chuyển giao kinh tế, văn hóa giữa các vùng miền. Trong tư duy phát triển, Hoa Lư - Ninh Bình nên liên kết chặt với Thăng Long - Hà Nội, nhưng cùng với đó, Ninh Bình cũng nên củng cố quan hệ liên - xuyên thế kỷ với trấn Sơn Nam xưa (Nam Định, Hà Nam, Thái Bình...), với xứ Thanh - Bắc Trung Bộ và cả với Hòa Bình - Tây Bắc. Như vậy, *Ninh Bình sẽ trở thành trung tâm của tứ giác phát triển*. Trong tầm nhìn liên vùng (Đông - Tây, Nam - Bắc), Ninh Bình có nhiều điều kiện để kiến dựng nên chuỗi phát triển sáng tạo, tìm thấy nhiều nguồn lực, động lực cho một mô hình phát triển xanh, bền vững từ thế mạnh liên vùng. Tư duy liên vùng, *đồng thời mở ra nhiều hướng, khơi dậy mọi tiềm năng*, từng trường tồn trong di sản chính trị và chắc chắn sẽ là tri thức tham vấn hữu ích cho các chiến lược phát triển hiện nay;

Trong lịch sử, người Hoa Lư - Ninh Bình đã nương theo hình sông, thế núi để định đoạt quy mô, xây dựng đất đế đô. Theo tri thức của người xưa, Ninh Bình nên thực hiện chiến lược: *Dựa núi - Nhìn sông - Hướng biển* để thiết lập quy hoạch, dựng xây các kế hoạch, chiến lược phát triển. Ninh Bình nên dựa vào các trục sông, đặc biệt là sông Đáy làm trục sông thiêng để kiến tạo tư duy phát triển. Trong tư duy đó, nên định vị Thành phố Hoa Lư - Ninh Bình là *Thành phố văn minh sinh thái*. Văn hóa - văn minh là vừa là nền tảng, vừa là động lực, vừa là mục tiêu phát triển xanh, thông minh, bền vững của loại hình đô thị này¹¹ [36]. Trong ý nghĩa đó, các huyện, thị xã, thành phố tương lai như: Tam Điệp, Nho Quan, Kim Sơn, Gia Viễn, Yên Mô, Yên Khánh... sẽ là các vùng động lực tăng trưởng (công nghiệp,

¹⁰ Là vùng đất có cảnh quan kỳ vĩ, giàu truyền thống lịch sử, văn hóa, Hoa Lư - Ninh Bình có 1.499 di tích lịch sử văn hóa, trong đó có 2 Di tích Quốc gia đặc biệt, 79 Di tích Quốc gia, 279 Di tích cấp tỉnh, 260 lễ hội truyền thống trong đó có những lễ hội nổi tiếng: Lễ hội Hoa Lư, Lễ hội Tràng An, Lễ hội đền Thái Vy, chùa Bái Đính, chùa Địch Lộng, Bảo bản Nội Khê,...

¹¹ Nghị quyết số 10-NQ/TU của BCH Đảng Bộ tỉnh Ninh Bình “*Về xây dựng kết cấu hạ tầng đồng bộ, phát triển đô*

thị văn minh hiện đại giai đoạn 2021-2025, tầm nhìn đến năm 2030” xác định: “Xây dựng thành phố Ninh Bình là “đô thị văn hóa, sinh thái, thân thiện với môi trường”, gắn phát triển đô thị Ninh Bình với phát triển dịch vụ du lịch kết nối khu Di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới Quần thể danh thắng Tràng An với khu du lịch Tam Cốc - Bích Động, chùa Bái Đính, cố đô Hoa Lư,...”.

công nghệ cao, công nghệ số [37], nông nghiệp hữu cơ chất lượng cao, và chuỗi sản phẩm OCOP), nâng tầm cho Ninh Bình đi đến phồn vinh.

iv) Di sản Tràng An có diện tích 6.226 ha, vùng đệm có diện tích 6.026 ha. Ngày 25/6/2014 tại Doha (Quatar) Ủy ban Di sản Thế giới thuộc Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa của Liên Hợp Quốc (UNESCO) đã chính thức ghi danh Quần thể danh thắng Tràng An, tỉnh Ninh Bình vào danh mục: *Di sản Văn hóa và Thiên nhiên thế giới*. Đây là *Di sản hỗn hợp* đầu tiên của Việt Nam và Đông Nam Á. Giá trị nổi bật toàn cầu của Quần thể Danh thắng Tràng An được Ủy ban Di sản Thế giới công nhận dựa trên ba tiêu chí: Văn hóa (tiêu chí v), Vẻ đẹp thiên nhiên (tiêu chí vii), và Địa chất - địa mạo (tiêu chí viii). Hoa Lư - Ninh Bình đang sở hữu một di sản (bảo vật) độc đáo tầm cỡ thế giới¹². Những năm qua, Ninh Bình đã có nhiều nỗ lực phát huy đồng thời cả hai giá trị là thiên nhiên và văn hóa. Thực tế, Quần thể danh thắng Tràng An đã được một số tạp chí, chuyên trang du lịch hàng đầu thế giới bình chọn là một trong 10 điểm đến hấp dẫn, thân thiện nhất của thế giới. Tháng 3 năm 2025, GTTH của Quần thể danh thắng Tràng An (Trang An WHS) được xác định là 213 tỷ USD. Đây là con số định giá kinh tế (TEV) dựa trên sự tiếp cận tổng thể, đánh giá toàn diện tác động kinh tế, bảo tồn di sản thiên nhiên, di sản văn hóa và các nhân tố xã hội của di sản. Đó là bước tiến mang tính đột phá về nhận diện, nghiên cứu, xác định GTTH của di sản ở Việt Nam.

Trong những năm tiếp theo, Ninh Bình nên có chiến lược bảo tồn, trao truyền và phát huy *Nguồn tài nguyên nhân văn - văn hóa đặc sắc* của vùng đất. Quy luật là, kinh đô bao giờ cũng là không gian kết tụ của nhiều thế hệ những con người tài hoa, của đất thiêng - người giỏi. Nên sớm có kế hoạch đề động viên, bảo tồn những “Di sản văn hóa sống” của các làng nghề, của các điệu hát cổ,... Nên sớm có chương trình khảo sát,

kiểm kê để đánh giá xác thực nguồn tài nguyên, trữ lượng văn hóa (vật thể, phi vật thể) và từ đó lọc chọn ra những giá trị văn hóa đặc sắc, riêng có của Ninh Bình. Tỉnh có nhiều tiềm năng để đặt trọng số phát triển vào việc khai thác và phát huy tài nguyên di sản thiên nhiên, văn hóa. Trong các chương trình công tác, tuyên truyền, giáo dục, Ninh Bình nên đề ra phương châm: *Tự hào về di sản - Phát triển từ di sản - Phồn vinh cùng di sản*.

Để làm được việc đó, Ninh Bình nên sớm có *Nghị quyết* và *Chiến lược phát triển công nghiệp văn hóa/ Công nghiệp sáng tạo*. Nên có kế hoạch đầu tư để xây dựng một (hay một tổ hợp) *Tập đoàn du lịch sinh thái, văn hóa, tâm linh mạnh*¹³, để khẳng định thương hiệu và quảng bá thương hiệu du lịch sinh thái và dịch vụ văn hóa cao cấp của tỉnh. Cùng với đó, nên sớm có kế hoạch thu hút nguồn nhân lực, chuyên gia về du lịch; chuyên gia nghiên cứu, quản lý, bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa. Tỉnh cũng nên khẩn trương có chiến lược đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao về văn hóa và liên ngành ngay tại Ninh Bình. Không gian tự nhiên, văn hóa Ninh Bình là không gian nghiên cứu, giảng dạy, thực hành lý tưởng cho các hệ đào tạo trình độ cao về di sản văn hóa. Học tập kinh nghiệm của Nara và Kyoto, trong quan hệ hợp tác với một số trường đại học, viện nghiên cứu ở Hà Nội, Ninh Bình nên sớm có một cơ sở đào tạo chất lượng cao (có thể đề xuất Trường Đại học Hoa Lư) về Du lịch sinh thái, văn hóa,... và Di sản học ở cả ba bậc học.

Thời gian qua, Ninh Bình đã xác định 2 mục tiêu lớn, đồng thời khẩn trương xây dựng: “Quy hoạch tỉnh Ninh Bình 2021-2030, tầm nhìn đến năm 2050”; “Quy hoạch bảo tồn và phát huy giá trị Di sản Văn hóa và Thiên nhiên thế giới Quần thể danh thắng Tràng An, tỉnh Ninh Bình đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050”; “Quy hoạch bảo tồn, tu bổ, phục hồi Di tích Quốc gia đặc biệt Cố đô Hoa Lư, tỉnh Ninh Bình đến năm 2030,

¹² Cùng với Khu du lịch sinh thái - hang động Tràng An, Ninh Bình còn có Cố đô Hoa Lư, Khu du lịch tâm linh Bái Đính, Vườn quốc gia Cúc Phương, Khu bảo tồn ngập nước Vân Long, suối nước khoáng nóng Kênh Gà, biển Kim Sơn - Cồn Nôi, hồ Yên Thắng, Đồng Thái, Đồng Chương...

¹³ Về du lịch tâm linh, cùng với chùa Bái Đính, trong Khu danh thắng Tràng An nên chọn một không gian đủ độ tĩnh

lặng, linh thiêng (có thể chọn khu vực hành cung Vũ Lâm) để thể hiện *triết lý tam giới* trong tư tưởng của Phật giáo: *Kamaghatu* (Dục giới), *Rupadhatu* (Sắc giới) và *Arupadhatu* (Vô sắc giới) để vừa bảo tồn không gian huyền diệu vừa giáo dục tinh thần, gia tăng sự minh tuệ, đồng thời tạo nên giá trị đặc sắc của du lịch tâm linh gắn với cảnh quan tự nhiên riêng có của Ninh Bình.

tầm nhìn đến năm 2050” [38],... Với các di sản văn hóa, thiên nhiên, nguyên tắc đặt ra là: Phải tôn trọng tuyệt đối thực thể, sự hiện tồn của di sản mà tự nhiên và các thể hệ trước để lại [39]. Nên coi di tích là sinh thể sống, có khả năng tái tạo, sản sinh và sáng tạo ra các giá trị mới¹⁴. Chính vì thế, mọi sự can thiệp vào “cơ thể di tích” phải được cân nhắc thận trọng¹⁵ [40]. Thời gian tới, cùng với chương trình “*Sắc vàng Tam Cốc - Tràng An*”, ở một số tiểu vùng trong quần thể di sản Tràng An cũng nên nghiên cứu đề bố trí một hệ sinh thái (gồm cây trồng cho hoa trái; động - thực vật thủy sinh bản địa, thân thiện với môi trường) nhằm *gia tăng vẻ đẹp, sự kỳ vĩ của tự nhiên, sức hấp dẫn bốn mùa cho khu di sản* [41].

Cùng với đó, cũng nên đẩy mạnh tư duy liên kết nội vùng và liên Á, tức là nên thiết lập và không ngừng củng cố mối quan hệ với các Khu Di sản văn hóa, Khu bảo tồn Thiên nhiên đã được UNESCO ghi danh ở trong nước và Đông Nam Á, châu Á để gia tăng nền kinh tế chia sẻ, quảng bá giá trị toàn cầu của Quần thể danh thắng Tràng An, phát triển *Thương hiệu du lịch sinh thái* cao cấp và học tập các phương thức quản lý tốt, cách làm hay của thế giới để không ngừng làm mới, làm giàu cho giá trị, GTTH và các di sản văn hóa Hoa Lư - Tràng An - Ninh Bình, đồng thời cũng là để tính kế “sâu rễ, bền gốc” lấy văn hóa, khát vọng cống hiến của con người làm điểm tựa cho sự nghiệp chấn hưng đất nước.

Tài liệu tham khảo

- [1] Communist Party of Vietnam, Documents of the 13th National Congress, National Political Publishing House, 2021, pp. 240 (in Vietnamese).
- [2] M. P. Hac, A Study of Values – Theoretical Foundations Contributing to the Formation of Common Values of Vietnamese People Today, Dan Tri Publishing House, 2012, pp. 46 (in Vietnamese).
- [3] P. T. T. Dung, What Is Brand Value? Determining Brand Value of Credit Institutions in the Restructuring Process, Luật Minh Khue, 2023, <https://luatminhkhue.vn/gia-tri-thuong-hieu-la-gi-xac-dinh-gia-tri-thuong-hieu-cua-to-chuc-tin-dung-trong-qua-trinh-tai-co-cau.aspx> (accessed: July 15th, 2025) (in Vietnamese).
- [4] N. Q. Thinh, T. N. Trung, Branding for Managers, Culture and Information Publishing House, 2005, pp. 13 (in Vietnamese).
- [5] L. A. Cuong, Building and Managing Brands: Reputation – Profit, Labour – Social Publishing House, 2004, pp. 17 (in Vietnamese).
- [6] Brand Finance, Nation Brand Value Report, 2022 (in Vietnamese).
- [7] Q. Duong, Top 10 Most Valuable Vietnamese Brands in 2024: Over 80% of Banking Brands Are Increasing in Value, Financial and Monetary Market Journal, 2025, <https://thitruongtaichinhthiente.vn/top-10-thuong-hieu-viet-nam-gia-tri-nhat-nam-2024-hon-80-thuong-hieu-ngan-hang-dang-tang-gia-tri-62385.html> (accessed: July 15th, 2025) (in Vietnamese).
- [8] Prime Minister of Vietnam, Decision No. 253/2003/QĐ-TTg dated November 25th, 2003 on approving the National Branding Development Scheme to 2010, 2003 (in Vietnamese).
- [9] H. Van, Contributing to Making Vietnam’s National Brand Value the Fastest-Growing in the World, Government Electronic Newspaper, 2023 (accessed: July 15th, 2025) (in Vietnamese).
- [10] Politburo, Resolution No. 68-NQ/TW on Private Economic Development, Government Electronic Newspaper, 2025 (accessed: July 15th, 2025) (in Vietnamese).
- [11] A. Kling, N. Schulz, N. (Vietnamese Translation by T. N. Phu, Q. H. Tuan, Q. H.), From Poverty to

¹⁴ Năm 2019 (trước đại dịch), chỉ riêng 8 di sản văn hóa và thiên nhiên thế giới ở Việt Nam đã đón 21.336.148 lượt du khách, trong số đó có 10.656.114 khách quốc tế. Doanh thu từ vé tham quan và phí dịch vụ trực tiếp khoảng 3.123 tỷ đồng. Cùng với đó, các hoạt động dịch vụ du lịch như khách sạn, nhà hàng, vui chơi, giải trí, giao thông,... đều gia tăng nguồn thu, góp phần thúc đẩy sự phát triển kinh tế - xã hội cho nhiều địa phương trên cả nước.

¹⁵ Nghị quyết Đại hội đại biểu Đảng bộ tỉnh Ninh Bình lần thứ XII (2020-2025) xác định: Phát triển Ninh Bình thành trung tâm du lịch của cả nước, hướng tới đưa du lịch thành

ngành kinh tế mũi nhọn. Mục tiêu đến năm 2025 thu hút 8 triệu lượt khách, tổng thu du lịch đạt trên 8.000 tỷ đồng, đóng góp 6,5% GRDP, tạo việc làm cho 23.000 lao động trở lên. Đến năm 2030, thu hút 12 triệu lượt khách, trong đó có 2 triệu khách quốc tế, tổng thu 18.660 tỷ đồng, đóng góp khoảng 8% GRDP, tạo việc làm cho 43.700 lao động. Theo tôi, Ninh Bình nên cân nhắc mục tiêu này. Nên chuyển hướng sang du lịch sinh thái, văn hóa, tâm linh, nghỉ dưỡng cao cấp, coi trọng chất lượng, chiều sâu và những giá trị phát triển bền vững.

- Prosperity, General Publishing House of Ho Chi Minh City, 2019 (in Vietnamese).
- [12] N. V. Kim, Strategic Position and Economic Exchange of Ninh Binh throughout Historical Periods” in Conference Proceedings: Ancient Pottery of Ninh Binh – Tradition and Modernity, Vietnam National University and Ninh Binh People’s Committee, 2023, pp. 9-26 (in Vietnamese).
- [13] N. K. Su, Prehistoric Archaeology of Trang An – A Prominent Example of Human, Cultural, and Environmental Compatibility, Scientific Bulletin, National Museum of History, No. 1, 2013, pp. 5-15 (in Vietnamese).
- [14] D. D. Anh, Vietnamese Land through the Ages, Thuan Hoa Publishing House, 1997, pp. 37-57 (in Vietnamese).
- [15] N. N. Quy et al., Excavation Results of the Hoa Lu Ancient Capital Site (Ninh Binh), 2021, Archaeology Journal, Vol. 1, No. 23), 2022, pp. 15, (in Vietnamese).
- [16] V. H. Tan, (Ed.), Vietnamese Archaeology, Social Sciences Publishing House, Vol. 3, 2022, pp. 42-55 (in Vietnamese).
- [17] T. T. Tin, The Hoa Lu Ancient Capital Heritage – Historical and Cultural Values through Archaeological Discoveries, in the Role of Dai Co Viet in the National Historical Process, Social Sciences Publishing House, 2018, pp. 746-761 (in Vietnamese).
- [18] Social Sciences Publishing House, Complete Annals of Dai Viet, Vol. 1, 1993 (in Vietnamese).
- [19] Poliacop, B. A., The Revival of Dai Viet, National Political Publishing House, 1996 (in Vietnamese).
- [20] V. H. Tan, A Buddhist Pillar from 973 Discovered in Hoa Lu in Tracing Ancient Cultures, 2020, pp. 605-626 (in Vietnamese).
- [21] M. L. That, Studies on Thien Uyen Tap Anh, Phuong Dong Publishing House, 2005 (in Vietnamese).
- [22] V. H. Tan, Buddhism from the Ngo to Tran Dynasties (10th-14th centuries), in History of Vietnamese Buddhism, Social Sciences Publishing House, 1988, pp. 122-143 (in Vietnamese).
- [23] Social Sciences Publishing House, Complete Annals of Dai Viet, Vol. 2, 1993, pp. 56 (in Vietnamese).
- [24] P. H. Le, B. D. Dung, P. D. Doan, T. P. Tam, B. T. Chi, Major Strategic Battles in Vietnamese History, People’s Army Publishing House, 2004, pp. 317-412 (in Vietnamese).
- [25] N. Trai, Du Dia Chi, in Complete Works of Nguyen Trai, Literature Publishing House – Center for National Studies, Vol. 2, 2001, pp. 470 (in Vietnamese).
- [26] Nguyen Dynasty Historiography Bureau, Dai Nam Nhat Thong Chi, Thuan Hoa Publishing House, Vol. 1997 (in Vietnamese).
- [27] Nguyen Dynasty Historiography Bureau, Dai Nam Nhat Thong Chi, Thuan Hoa Publishing House, Vol. 3, 1997, pp. 244 (in Vietnamese).
- [28] T. V. Lich, The Boi River Confluence Region in the Cultural Space of Ninh Binh during the First Ten Centuries AD, Archaeology Journal, Vol. 1, No. 235, 2022, pp. 20 (in Vietnamese).
- [29] University of Social Sciences & Humanities, VNU Hanoi, Vietnam in the East Asian Trade System in the 16th–17th Centuries, World Publishing House, 2007, pp. 311-350 (in Vietnamese).
- [30] K. O. Gin, H. A. Tuan, Early Modern Southeast Asia, 1350-1800, Routledge, 2016, pp. 103-135 (in Vietnamese).
- [31] N. V. Kim, Vietnam’s Seas and Maritime Trade Relations, 2021, pp. 207-259 (in Vietnamese).
- [32] T. Q. Vuong, (Trans. & Annot.), Viet Su Luoc, Thuan Hoa Publishing House - Western Language & Culture Center, 2005, pp. 61-62 (in Vietnamese).
- [33] Institute of Literature, Ly-Tran Poetry and Prose, Vol. 2, 1989, pp. 467 (in Vietnamese).
- [34] P. H. Le, Tracing the Tam Diep-Bien Son Defensive Line, in Returning to the Origins, 2015, pp. 43 (in Vietnamese).
- [35] N. V. Kim, V. N., Thang Long Capital during the Ly-Tran Dynasties: Role and Strategic Position, in Vietnam-Potential and Position, Vietnam National University Publishing House, 2021, pp. 156 (in Vietnamese).
- [36] Ninh Binh Provincial Party Committee, Resolution No. 10-NQ/TU on Building Modern and Synchronous Infrastructure and Developing Civilized Urban Areas in Ninh Binh Province, 2021 (in Vietnamese).
- [37] VINASA Think Tank, Vietnam in the Digital Transformation Era, World Publishing House, 2019, pp. 236-285 (in Vietnamese).
- [38] Ninh Binh Provincial Party Committee, Plan No. 112-KH/TU on Implementing Resolution 30-NQ/TW on Socio-economic Development of the Red River Delta Region to 2030, Vision to 2045, 2022 (in Vietnamese).
- [39] H. D. Cuong, Restoration and Improvement of Incomplete Heritage Sites, Cultural Heritage Special Issue, Vol. 1, No. 9, 2022, pp. 3-6 (in Vietnamese).
- [40] Ninh Binh Provincial Party Committee, Resolution of the 12th Provincial Party Congress (2020–2025), 2020 (in Vietnamese).
- [41] Institute of Literature, Ly–Tran Poetry and Prose, Social Sciences Publishing House, Vol. 2, 1989, pp. 467 (in Vietnamese).