



# Báo cáo

## Tình hình nhập khẩu và trình chiếu phim hoạt hình nước ngoài tại Việt Nam

*Thực hiện cho Cơ Quan Nội Dung Sáng Tạo Hàn Quốc (KOCCA)*

**Tư vấn Chiến lược và Tái cấu trúc  
Xây dựng Hệ thống Quản lý  
Nghiên cứu Thị trường  
Chuyển đổi số  
Đào tạo**

VP HN: Tầng 15, Viwaseen Tower, 48 Tố Hữu, Nam Từ Liêm, Hà Nội | Tel: 824-4 3553 7799  
VP HCM: B0609, C/c Gold View, 346 Bến Vân Đồn, P1, Q4, TP Hồ Chí Minh | Tel: 824-8 3925 3985

Web: <https://gcd.vn>

## Nội dung

1	Tổng quan về thị trường phim hoạt hình tại Việt Nam .....	3
1.1	Hiện trạng thị trường phim hoạt hình tại Việt Nam .....	3
1.2	Một số phim hoạt hình nhập khẩu được yêu thích tại Việt Nam .....	7
1.3	Các đề tài phim hoạt hình phổ biến và được yêu thích .....	12
2	Xu hướng nhập khẩu và trình chiếu phim hoạt hình tại Việt Nam .....	19
2.1	Xu hướng nhập khẩu và trình chiếu phim hoạt hình nước ngoài.....	19
2.2	Một số đơn vị mua bản quyền, nhập khẩu và phát hành phim hoạt hình nước ngoài tiêu biểu.....	23
2.3	Các hãng phim hoạt hình nước ngoài được nhập khẩu nhiều.....	26
3	Hành lang pháp lý.....	28
3.1	Thủ tục nhập khẩu và phê duyệt phim hoạt hình nước ngoài về Việt Nam .....	28
3.2	Đạo luật bảo vệ quyền riêng tư của trẻ em trên mạng .....	31
4	Tổng kết.....	33

## 1 Tổng quan về thị trường phim hoạt hình tại Việt Nam

### 1.1 Hiện trạng thị trường phim hoạt hình tại Việt Nam

#### a. Sự hấp dẫn của phim hoạt hình nước ngoài với khán giả Việt

Tại Việt Nam, lĩnh vực phim hoạt hình được đánh giá là giàu tiềm năng với lượng khán giả và người hâm mộ đông đảo. Thị trường này đang phần lớn nằm trong tay các hãng phim hoạt hình nước ngoài. Trong hơn thập kỷ trở lại đây, có không ít phim hoạt hình nước ngoài đạt doanh thu áp đảo tại các phòng vé ở Việt Nam. Bên cạnh đó, rất nhiều phim hoạt hình nước ngoài được mua bản quyền và phát sóng rộng rãi trên các nền tảng phát hành phim trực tuyến Việt Nam. Những bộ phim này không chỉ thu hút khán giả nhí mà lôi cuốn cả người lớn.

Theo thống kê, từ năm 2010 - 2019, phim hoạt hình luôn nằm trong top 10 phim có doanh thu cao nhất tại Việt Nam, cho dù các rạp chiếu phim bị hạn chế mở cửa do tình hình đại dịch Covid trong năm 2020 và 2021. Điển hình có thể kể đến phim “Despicable Me 3” (Kẻ cắp mặt trăng, 2017) đạt doanh thu hơn 33 tỷ VNĐ (tương đương gần 1,5 triệu USD) chỉ sau 03 ngày ra rạp, trở thành phim hoạt hình có doanh thu mở màn cao nhất năm 2017 tại Việt Nam; hay “Moana” (Hành trình của Moana, 2016) thu về 12 tỷ VNĐ (tương đương hơn 525 nghìn USD) chỉ trong 03 ngày đầu khởi chiếu.

Hơn nữa, theo số liệu từ CGV - đơn vị phát hành phim có thị phần lớn nhất ở Việt Nam, trong hơn 10 năm tính đến 2021, doanh thu phim hoạt hình chiếu rạp đã tăng từ 2% đến xấp xỉ 15% tổng doanh thu chiếu rạp mỗi năm. Các tác phẩm phim hoạt hình ăn khách trên thế giới như “Kungfu Panda” (Công Phu Gấu Trúc), “Frozen” (Nữ hoàng băng giá), “My Hero Academia” (Học viện siêu anh hùng), “How to Train Your Dragon” (Bí kíp luyện rồng), “Batman” (Người dơi), “Kubo and the Two Strings” (Kubo và sứ mệnh Samurai), “Spider-Man” (Người nhện), “Toy Story” (Câu chuyện đồ chơi),... đều thu hút lượng lớn khán giả đông đảo đến phòng vé vào thời điểm phát hành tại Việt Nam. Có rất nhiều yếu tố tạo nên sự hấp dẫn và lôi cuốn đặc biệt của phim hoạt hình nước ngoài với khán giả Việt.

#### (1) Chi phí sản xuất lớn

Thứ nhất, hầu hết các bộ phim hoạt hình nước ngoài được yêu thích và đón nhận được đầu tư sản xuất với mức chi phí lớn, đem đến cho khán giả những tác phẩm thực sự chất lượng và mãn nhãn. Ví dụ, các tác phẩm hoạt hình kinh điển từ Disney có mức chi phí sản xuất lên đến 100 - 300 triệu USD, hay chi phí sản xuất mỗi tập phim hoạt hình Nhật Bản (hay còn gọi là Anime) có thể lên tới 12 - 35 triệu USD.

**Hình 1: Chi phí sản xuất của một số bộ phim hoạt hình nước ngoài nổi tiếng tại Việt Nam**



**Coco (Disney) -  
175 triệu USD**



**Stand By Me Doraemon -  
35 triệu USD**



**Pororo: The racing  
adventure - 6 triệu USD**

### **(2) Công nghệ làm phim hiện đại**

Tiếp theo là công nghệ làm phim hiện đại. Đây được xem là một trong những yếu tố lớn nhất góp phần tạo nên thành công vang dội của nhiều nhiều tác phẩm hoạt hình bom tấn Disney hay Pixar. Một số công nghệ hiện đại đang được các nhà sản xuất phim hoạt hình như Disney, Dreamworks, hay Ghibli Studio... sử dụng gồm: công nghệ 3D, Công nghệ Appolo, công nghệ điện toán đám mây kết hợp với Simple Animation, công nghệ Hyperion, ...

Nhờ công nghệ làm phim hiện đại, phim hoạt hình nước ngoài được trau chuốt kỹ lưỡng về mặt hình ảnh, từ tạo hình nhân vật cho đến bối cảnh xung quanh với màu sắc sinh động, chân thực và sắc nét. Tất cả chi tiết trong bộ phim được vẽ và thực hiện một cách tỉ mỉ, thể hiện sự tâm huyết của người sáng tạo.

### **(3) Nội dung phim đa dạng**

Thêm vào đó, nội dung phim đa dạng, giàu sức sáng tạo và có tính nhân văn cao chính là một điểm cộng lớn cho sức lan tỏa của các tác phẩm hoạt hình nước ngoài. Ở điểm này, phim hoạt hình Việt Nam còn tương đối thiếu sót. Chủ đề phim được khai thác vô cùng phong phú, từ truyện cổ tích, thần thoại, truyện tranh, tác phẩm văn học cho đến những điều giản dị nhưng thú vị xoay quanh cuộc sống hàng ngày. Các câu chuyện, tình tiết trong phim được thể hiện một cách hợp lý, lôi cuốn, độc đáo và thú vị, đem đến một thế giới đầy màu sắc và đáng mơ ước cho khán giả. Bài học được cài cắm vào mỗi bộ phim, hay mỗi nhân vật được thể hiện một cách khéo léo, tinh tế khi trẻ em vẫn có thể thưởng thức nội dung phim một cách thoải mái và người lớn cũng có thể đồng cảm, thậm chí rung động cùng những nhân vật hư cấu không có thật.

### **(4) Nhạc phim hấp dẫn**

Ngoài ra, nhạc phim có vai trò rất quan trọng và đem tới thành công cho các bộ phim hoạt hình nước ngoài. Điều mà gần như bị lãng quên hoặc bỏ qua bởi phim hoạt hình Việt Nam, khiến cho phim nội địa khó lòng cạnh tranh được với các tác phẩm nước ngoài. Nhạc phim mang đến phần hồn cho hình ảnh qua sự thi vị, lãng mạn, hùng tráng, cổ kính tùy theo thông điệp và phong

cách bộ phim mà đạo diễn mong muốn. Quy trình sáng tạo và lồng ghép nhạc phim cũng rất bài bản. Cụ thể, nhà soạn nhạc bắt tay vào làm việc trước các họa sĩ, ngay khi bản vẽ phân cảnh được phân phát. Nhạc phim gắn chặt với quá trình sản xuất và có thể thay đổi nhiều lần theo sự thay đổi của phim so với dự kiến ban đầu. Hầu hết các bộ phim hoạt hình có ngân sách cao đều có dàn hoà tấu và nhạc sĩ riêng để phục vụ cho phần âm nhạc. Việc đầu tư xứng đáng cho âm nhạc đã giúp bộ phim gặt hái được thành công lớn. Không ít bản nhạc trong phim hoạt hình được khán giả vô cùng yêu thích, minh chứng rõ nhất là đạt được lượt nghe đáng nể trên kênh Youtube.

**Hình 2: Các bản nhạc phim hoạt hình thành công và được khán giả Việt yêu thích**



***Into the Unknown (nhạc phim Frozen 2) - đạt 172 triệu lượt nghe trên Youtube***

***How far I'll go (nhạc phim Moana) - thu hút 759 triệu lượt nghe trên Youtube***

***Happy (nhạc phim Despicable me) - đạt gần 1 tỷ lượt nghe trên Youtube***

**b. Tiềm năng phát triển của phim hoạt hình Việt và nhu cầu hợp tác với nước ngoài**  
**(1) Tiềm năng phát triển của phim hoạt hình Việt Nam**

Hoạt hình vẫn luôn được xem là thể loại phim đặc biệt ở Việt Nam, có vị trí quan trọng trong đời sống tinh thần của khán giả, nhất là khán giả nhỏ tuổi. Với sự hội nhập thế giới và phát triển khoa học kỹ thuật mạnh mẽ, cũng như nhu cầu thưởng thức tiên tiến của đại đa số người Việt hiện nay, phim hoạt hình trong nước đã có nhiều tiến quan trọng trong hành trình ghi dấu ấn trong lòng khán giả.

Tính từ bộ phim “Đáng đời thằng Cáo” được sản xuất năm 1959, phim hoạt hình Việt đã có trên 60 năm lịch sử phát triển. Đến nay, không ít tác phẩm hoạt hình Việt nhận được sự yêu thích đông đảo từ khán giả trong nước. Điển hình như phim hoạt hình “Con Rồng cháu Tiên” (21 triệu lượt xem, 2018), “Dưới bóng cây” (3,9 triệu lượt xem, 2014) ... đạt được lượt xem đáng kể trên kênh Youtube. Ngoài ra, có một số phim hoạt hình 3D cũng gây tiếng vang trong như phim về Đại tướng Võ Nguyên Giáp - “Quyết định lịch sử” (2013) được phát sóng trên VTV; hay “My Home” (2015) - bộ phim hoạt hình của đạo diễn Nguyễn Phương Mai lọt top 10 đề cử “Phim hoạt hình ngắn hay nhất Oscar 2016”.

Bên cạnh đó, Việt Nam hiện nay cũng có nhiều đơn vị sản xuất phim hoạt hình tiềm năng, với đội ngũ trẻ giàu nhiệt huyết và sáng tạo. Điển hình như Hãng phim hoạt hình Việt Nam - đơn vị sản xuất phim hoạt hình chủ đạo tại Việt Nam, với trung bình 15 – 16 tác phẩm mỗi năm ở cả thể loại 2D, 3D và cắt giấy vi tính. Tính đến cuối năm 2021, kênh chiếu phim của hãng này trên Youtube đạt gần 200 triệu lượt theo dõi. Trong đó, đáng chú ý, các phim đạt lượt xem kỷ lục gồm: “Anh và em” đạt 26 triệu lượt xem, “Bố của gà con” đạt 15 triệu lượt xem, “Cướp giả cướp thật” đạt 14 triệu lượt, ...

Thêm vào đó, những năm gần đây, đội ngũ Sconnect của Việt Nam đem tới series hoạt hình “Wolfoo” (Chú sói con) khiến các bạn nhỏ trên cả thế giới đặc biệt yêu mến. Series này thành công đến mức được dịch ra hơn 10 ngôn ngữ khác nhau, gồm tiếng Anh, Tây Ban Nha, Pháp, Nga, Indonesia, Nhật, Trung, Bồ Đào Nha, ... và thu hút hơn 2 tỷ lượt xem hàng tháng trên Youtube. Được thành lập từ năm 2014, Sconnect từ một nhóm nhỏ 8 người đến nay đã có hơn 600 nhân sự làm việc.

Ngoài ra, các đài truyền hình ở Việt Nam luôn dành sự quan tâm đặc biệt đến phim hoạt hình, nhất là phim hoạt hình Việt, để phục vụ nhu cầu và sở của đông đảo khán giả nhí. Cụ thể, trong năm 2021, Đài truyền hình Việt Nam (VTV) đã phát động "Tuần phim hoạt hình Việt trên VTVGo" với 50 bộ phim hoạt hình tiêu biểu. Các bộ phim này được chiếu miễn phí phục vụ khán giả trên ứng dụng xem truyền hình trực tuyến VTVGo nhân “Tháng hành động vì trẻ em năm 2021”. Sự kiện này đã góp phần mang đến cho khán giả những bộ phim hấp dẫn, thú vị, và khích lệ các nhà làm phim hoạt hình Việt Nam tiếp tục sáng tác những tác phẩm hay, chất lượng, có ý nghĩa hơn. Có thể kể đến một số bộ phim tiêu biểu như: "Tia chớp nông nổi", "Những người bạn mới", "Trên đôi cánh bạn bè", ... Điều này cho thấy, khán giả vẫn luôn dành sự quan tâm đặc biệt đối với phim hoạt hình Việt Nam.

### Hình 3: Một số bộ phim hoạt hình Việt đạt được lượng người xem lớn



**Phim “Wolfoo” (Chú sói con) đạt hơn 2 tỷ lượt xem/tháng trên Youtube**



**Phim “Con Rồng Cháu Tiên” - 21 triệu lượt xem trên Youtube**



**Phim “Dưới bóng cây” - 3,9 triệu lượt xem trên Youtube**

## **(2) Nhu cầu hợp tác về phim hoạt hình tại Việt Nam**

Với mong muốn phát triển và nâng tầm chất lượng phim hoạt hình trong nước, nhiều chương trình tại Việt Nam được tổ chức nhằm kết nối và thúc đẩy sự hợp tác giữa các đơn vị sản xuất phim hoạt hình Việt với nước ngoài. Có thể kể như: (i) Hội thảo “Hoạt hình Việt Nam – Nhật Bản” (2015) do hãng phim hoạt hình Vintata (thuộc Vingroup) và trường Đại học Hoa Sen ở Việt Nam phối hợp cùng hãng phim hoạt hình Production IG và Mont Blanc Pictures (Nhật Bản); (ii) Lễ hội phim hoạt hình Việt Nam – Hàn Quốc (VKAF) (2015) giúp kết nối các hãng phim hoạt hình Việt – Hàn và giới thiệu ngành công nghiệp hoạt hình Hàn Quốc tới thị trường Việt Nam; (iii) Cuộc thi và hội thảo phim hoạt hình “Animation Competition & Workshop” (2021) do Cơ quan Nội dung sáng tạo Hàn Quốc (KOCCA) và Trung tâm Văn hóa Hàn Quốc (KCC) tại Việt Nam tổ chức nhằm bồi dưỡng đam mê với phim hoạt hình và mở ra cơ hội kết nối, triển vọng hợp tác cùng các cá nhân, tổ chức hoạt động trong lĩnh vực hoạt hình Việt – Hàn,...

Trong vài năm gần đây, một số tác phẩm hoạt hình Việt thành công vang dội nhờ sự hợp tác với cá nhân, tổ chức nước ngoài đã chứng minh được tính hiệu quả của việc hợp tác sản xuất phim hoạt hình giữa Việt Nam và nước ngoài. Điển hình như phim hoạt hình “Monta trong dải ngân hà kỳ cục” (2018) do hãng Vintata sản xuất với sự hợp tác cùng nhà biên kịch kỳ cựu Jeffrey Scott, người 5 lần nhận đề cử và 3 lần giành chiến thắng tại giải Daytime Emmy Awards cho “Chương trình Hoạt hình Xuất sắc nhất”. Ông chính là người đã viết kịch bản chi tiết cho bộ phim này. Series phim hoạt hình Monta có lượt xem ấn tượng từ 300 nghìn đến gần 1 triệu lượt xem trên kênh Youtube.

## **1.2 Một số phim hoạt hình nhập khẩu được yêu thích tại Việt Nam**

### **a. Phim chiếu rạp có doanh thu cao**

Phim hoạt hình hiện nay không chỉ là dòng phim dành cho trẻ em mà ngay cả người lớn cũng rất yêu thích. Chính vì vậy, không ít lần phim hoạt hình đã dẫn đầu phòng vé của nhiều quốc gia, trong đó có Việt Nam.

#### **(1) Nữ hoàng băng giá - Frozen 1, 2**

“Frozen” (Nữ hoàng băng giá) là phim hoạt hình điện ảnh của Mỹ do Walt Disney Animation Studios sản xuất và Walt Disney Pictures phát hành vào năm 2013. Sau khi ra mắt, Frozen đã gây nên cơn sốt cho trẻ em toàn cầu. Dựa trên câu chuyện cổ tích quen thuộc “Bà chúa tuyết” (The Snow Queen), bộ phim mang đến một thế giới cổ tích hấp dẫn với các nhân vật thú vị như công chúa Anna, nữ hoàng Elsa, người tuyết vui nhộn Olaf, khiến khán giả vô cùng thích thú và yêu mến.

Nối tiếp thành công của phần 1, “Frozen 2” tiếp tục được ra mắt vào năm 2019 và đạt nhiều thành tích đáng nể. Đó là phim hoạt hình có doanh thu mở màn cao nhất mọi thời đại của Disney tính đến thời ra mắt phim. Tại thị trường Việt Nam, doanh số phòng vé phim “Frozen 2” lên tới hơn 77,6 tỷ VNĐ (tương đương 3,4 tỷ USD) (theo Box Office Vietnam). Khán giả Việt yêu thích “Frozen” đến mức tại các siêu thị hay cửa hàng đồ chơi, không lúc nào vắng bóng những sản

phẩm liên quan tới tác phẩm này. Không chỉ dừng lại ở đồ chơi, trang phục của các nhân vật “Frozen” cũng mau chóng được ưa chuộng. Rất nhiều mẫu váy của nhân vật Elsa, Anna hay những bộ đồ in hình các nhân vật này đã được bày bán rất nhiều tại các cửa hàng thời trang trẻ em.

**Hình 4: Các sản phẩm liên quan tới loạt phim được bán tại Việt Nam**



## (2) Gia đình siêu nhân - The Incredibles

“The Incredibles” (Gia đình siêu nhân) là bộ phim hoạt hình thứ 6 do hãng Pixar sản xuất, phát hành phần đầu vào năm 2004 và mau chóng nhận được sự đánh giá cao từ khán giả và giới phê bình. Bộ phim có câu chuyện hấp dẫn, một dàn nhân vật siêu anh hùng đặc sắc, và những giá trị gia đình được thể hiện khôn khéo. “The Incredibles” được đánh giá là một trong những phim hoạt hình hay nhất về đề tài anh hùng. Dù phần 2 ra mắt sau hơn 14 năm, “The Incredibles 2” vẫn tiếp tục trở thành phim hoạt hình bom tấn trên toàn cầu. Tại Việt Nam, bộ phim cũng nằm trong danh sách những tác phẩm đạt doanh thu phòng vé cao nhất tại thời điểm ra mắt năm 2018 và nhận được nhiều lời bàn luận, nhận xét tích cực từ khán giả Việt.

**Hình 5: Một số hình ảnh trong phim hoạt hình “The Incredibles 1, 2”**



## (3) Kẻ cắp mặt trắng 1, 2, 3 - Despicable Me 1, 2, 3

Loạt phim “Despicable Me 1, 2, 3” (Kẻ cắp mặt trắng 1, 2, 3) đã trở nên quá nổi tiếng với các chú Minions vàng tươi, mắt to, nhí nhảnh. Có thể nói “Despicable Me” chính là niềm tự hào lớn nhất của hãng Illumination khi mang về doanh thu lên tới hàng tỷ USD trong suốt những năm vừa qua kể từ khi phim ra mắt.

Nội dung của “Despicable Me” không mới khi tiếp tục là bộ phim đề cao tình cảm gia đình, với những tình tiết như ba cô con gái tìm bạn gái cho ba, hay câu chuyện “gà trống nuôi con” đầy bỡ ngỡ của nhân vật chính Gru. Tuy nhiên, nhờ lối dẫn dắt duyên dáng và những tình tiết dễ



thương đến từ các Minions mà “Despicable Me” vẫn có thể chạm đến trái tim khán giả mọi lứa tuổi. Nhờ sức lan tỏa mạnh mẽ của bộ phim này, Minions đã trở thành người bạn thân thiết, quen thuộc của người Việt tại các phòng chiếu. Bên cạnh đó, các sản phẩm in hình nhân vật từ bộ phim “Despicable Me” cũng được trẻ em Việt đón nhận nồng nhiệt và vô cùng yêu thích.

**Hình 6: Sản phẩm liên quan tới Minions được bày bán tại Việt Nam**



**(4) Bí kíp luyện rồng - How to Train Your Dragon**

“How To Train Your Dragon” (Bí kíp luyện rồng) là một bộ phim hoạt hình 3D thể loại viễn tưởng được sản xuất bởi DreamWorks Animation và phát hành vào năm 2010. Với kỹ xảo 3D chân thực, đẹp mắt và cốt truyện mới lạ, cậu bé Hiccup và chú rồng Toothless mau chóng trở thành hiện tượng và được khán giả cũng như giới phê bình đặc biệt yêu thích. Ba phần phim của “Bí kíp luyện rồng” đều rất thành công lớn và được đánh giá cao ở nhiều quốc gia trên thế giới. Tại Việt Nam, phần 03 của bộ phim được công chiếu vào năm 2019 trên các cụm rạp toàn quốc, mang về doanh thu gần 77,2 tỷ đồng (tương đương 3,4 tỷ USD) (Theo Box Office Vietnam).

**Bảng 1: Thông tin về một số bộ phim hoạt hình chiếu rạp có doanh thu lớn tại Việt Nam**

Tên phim	Hãng sản xuất	Năm phát hành	Đơn vị công chiếu tại Việt Nam	Doanh thu
<b>Vua sư tử - Lion King</b>	Walt Disney Animation Studios	2019	CGV Cinemas, Trung tâm Chiếu phim Quốc gia, Lotte Cinema, BHD Star Cineplex	95,98 tỷ VNĐ (tương đương 4,2 triệu USD)
<b>Công chúa băng giá - Frozen</b>	Walt Disney Animation Studios	2013: Phần 1 2019: Phần 2	CGV Cinemas, Trung tâm Chiếu phim Quốc gia, Lotte Cinema, BHD Star Cineplex	77,66 tỷ VNĐ (tương đương 3,4 triệu USD)

<b>Bí kíp luyện rồng - How to Train Your Dragon</b>	DreamWorks Animation	2010: Phần 1 2014: Phần 2 2019: Phần 3	CGV Cinemas, Trung tâm Chiếu phim Quốc gia, Beta Cinemas, Lotte Cinema, BHD Star Complex	Phần 3: 77,16 tỷ VNĐ (tương đương 3,37 triệu USD)
<b>Na Tra – Ma đồng giáng thế</b>	Pixar Animation Studios	2019	CGV Cinemas, Galaxy Cinema, Lotte Cinema, BHD Star Cineplex,	21,12 tỷ VNĐ (tương đương 923,64 nghìn USD)

Nguồn: Box Office Vietnam, OCD tổng hợp

## b. Phim chiếu trên nền tảng trực tuyến

### (1) Tom và Jerry

Hơn 80 năm qua, cặp bài trùng Tom và Jerry đã trở thành người bạn của biết bao nhiêu thế hệ, trở thành cặp nhân vật kinh điển của thế giới phim hoạt hình. Tuy đã có tuổi đời gần lên tới trăm, phim hoạt hình “Tom & Jerry” (Mỹ) hiện nay vẫn nhận được tình cảm to lớn trên khắp thế giới. Loạt phim về cặp đôi này vẫn được phát sóng đều đặn mỗi ngày trên các trang mạng hay kênh truyền hình Cartoon Network. Tom và Jerry cũng là một trong những bộ phim có lượt xem cao nhất trên kênh POPS KIDS (trực thuộc Công ty Cổ phần Phong Phú Sắc Việt, Việt Nam), một trong những kênh Youtube nổi tiếng chuyên chiếu phim cho trẻ em tại Việt Nam. Những mẫu đồ chơi hay sách tranh về bộ đôi này cũng được ưa chuộng tại thị trường Việt.

Hình 7: Một số hình ảnh đến từ phim hoạt hình “Tom & Jerry”



### (2) Shin - Cậu bé bút chì

Bộ truyện tranh về cậu bé Nohara Shinnosuke 5 tuổi tinh nghịch, hiếu động của cố tác giả Yoshito Usui (Nhật Bản) khi về Việt Nam vào năm 2006 không gặt hái được quá nhiều thành công nhưng từ năm 2011, sau những chỉnh sửa về nội dung và hình ảnh để phù hợp với trẻ em Việt, Shin đã mau chóng trở thành người bạn thân thiết của người Việt Nam ở mọi lứa tuổi. Sau

thành công của truyện tranh, các phần phim truyền hình và chiếu trên Internet của Shin cũng được yêu thích không kém. Cụ thể, mỗi tập phim hoạt hình “Shin – Cậu bé bút chì” trên kênh Youtube *Hoạt hình Thiếu Nhi - Việt Nam* có lượt xem từ 500 nghìn đến hơn 1 triệu. Từ thành công đó, vô số sản phẩm liên quan tới Shin đã được bày bán và có đông đảo trẻ em cũng như người lớn yêu thích.

**Hình 8: Một số sản phẩm sử dụng nhân vật trong phim hoạt hình “Shin - Cậu bé bút chì”**

**Những đôi tất in hình các nhân vật trong phim**



**Gấu bông hình nhân vật Shin**



**Món Chocobi yêu thích của Shin trở thành món ăn yêu thích của nhiều người**



**(3) Pororo the Little Penguin - Chú chim cánh cụt Pororo**

“Pororo the Little Penguin” (Chú chim cánh cụt Pororo) tới từ Iconix Entertainment (Hàn Quốc) sau khi công chiếu đã gây được cơn sốt cho toàn Hàn Quốc mau chóng trở thành biểu tượng cho xứ sở kim chi và vươn ra trở thành người bạn của trẻ em toàn cầu. Với nội dung nhẹ nhàng, vui vẻ, tạo hình nhân vật đáng yêu cùng thông điệp nhân văn, Pororo mau chóng trở thành nhân vật quen thuộc của người Việt khi thường xuyên xuất hiện trên các kênh truyền hình thiếu nhi hay các kênh phim trên Internet. Những sản phẩm liên quan tới Pororo cũng được người Việt thích thú và lựa chọn.

**Hình 9: Một số sản phẩm sử dụng hình ảnh Pororo**

**Nước uống Pororo**



**Đồ chơi Pororo**



**Cặp sách Pororo**



#### (4) Larva - Ấu trùng Larva tinh nghịch

“Larva” (Ấu trùng Larva tinh nghịch) là tên một series phim hoạt hình do hãng TUBA Entertainment (Hàn Quốc) giới thiệu lần đầu vào tháng 03/2011 và ngay lập tức trở thành một hiện tượng tại Hàn Quốc. Ở Việt Nam, 2 chú ấu trùng vui nhộn và tinh nghịch cũng rất nhận được sự yêu thích đặc biệt từ trẻ em cho đến người lớn. “Larva” duy trì được lượt xem lớn và ổn định trên các nền tảng chiếu phim trực tuyến. Những tập phim về 2 chú sâu này thu hút tới hàng chục triệu lượt xem trên kênh Youtube *SMToon Việt Nam* (ví dụ, tập “Yêu Đơn Phương” đạt hơn 12 triệu lượt xem, tập “Biệt Đội Siêu Anh Hùng” đạt 29 triệu lượt xem, tập “Béo Phì 2” đạt gần 46 triệu lượt xem, ...). Sau sức hút từ phim hoạt hình, “Larva” tiếp tục cho ra sản phẩm sách tranh và được yêu thích không kém gì so với phiên bản hoạt hình. Tại Việt Nam, trên trang bán sách trực tuyến Fahasa và Smart, toàn bộ các tập truyện cùng các sản phẩm có liên quan tới Larva đều đã hết hàng.

**Hình 10: Phim hoạt hình “Larva” được khán giả nhí Việt vô cùng yêu thích**



### 1.3 Các đề tài phim hoạt hình phổ biến và được yêu thích

#### a. Cổ tích, công chúa - hoàng tử

Cổ tích, công chúa - hoàng tử vẫn chưa bao giờ là một đề tài cũ với các nhà làm phim hoạt hình. Những tác phẩm được sản xuất từ lâu như “Snow White and The Seven Dwarfs” (Nàng Bạch Tuyết và bảy chú lùn, 1937), “Cinderella” (Cô bé Lọ Lem, 1950), “Sleeping Beauty” (Người đẹp ngủ, 1959), “The Little Mermaid” (Nàng tiên cá, 1989), ... tới nay vẫn được hàng triệu trẻ em trên thế giới yêu quý. Sức hút của những nàng công chúa, hoàng tử này ở Việt Nam cũng rất lớn. Vô số các sản phẩm từ quần áo, đồ dùng học tập hay bao bì đồ ăn được in hình các nàng công chúa Disney hiện vẫn đang được bày bán phổ biến tại Việt Nam.

Tương tự, rất nhiều nhân vật cổ tích khác tới từ nhiều hãng phim cũng đạt được thành công lớn tại Việt Nam. Ví dụ, phim hoạt hình “Red Shoes and the Seven Dwarfs” (Hài đỏ và 7 chú lùn) của nhà sản xuất Locus Corporation (Hàn Quốc) cũng đã gây được tiếng vang với khán giả Việt. Bộ phim này được khởi chiếu toàn quốc từ tháng 12/2019 và thu được hơn 2,5 tỷ VNĐ (tương đương hơn 111 nghìn USD) tại khắp các phòng vé Việt Nam (theo Box Office Vietnam).

Ngoài ra, những bộ phim hoạt hình cổ tích được chiếu trên kênh truyền hình hay Internet cũng được khán giả Việt nhí đón nhận nhiệt tình. Có thể kể đến phim hoạt hình “Ori-princess” (Công chúa Ori, Trung Quốc). Sau khi được chiếu trên kênh HTV3, “Công chúa Ori” đã tạo nên cơn sốt đối với các bé gái tại Việt Nam. Nàng công chúa Ori xinh đẹp ngay lập tức trở thành một thần tượng mới của các em. Bên cạnh đó, bộ phim này sau khi được Mykingdom chiếu trên Youtube cũng thu về hàng triệu lượt xem (Phần 3, tập 8: 3,1 triệu lượt; hay Phần 1, tập 1: 3,2 triệu lượt, ...). Ngoài ra, phim hoạt hình “Sofia the First” (Sofia đệ Nhất) – tác phẩm mới từ Disney cũng nhận được sự yêu mến và theo dõi nhiệt tình bởi khán giả nhỏ ở Việt Nam. Mỗi tập phim trên Youtube đều đạt từ 500 – 700 nghìn lượt xem. Một bộ phim khác là “Akatsuki no Yona” (Công chúa Yona bình minh, Nhật Bản) cũng rất được yêu thích tại Việt Nam. Trên các trang mua sắm trực tuyến và các nhà sách online, bộ truyện gốc của phim hoạt hình này đều đã hết hàng nhanh chóng.

Có thể thấy, cổ tích vẫn chưa bao giờ là đề tài cũ với khán giả Việt. Với đồ họa đẹp mắt, thiết kế nhân vật tinh xảo cùng giá trị nhân văn được truyền tải một cách khéo léo, phim hoạt hình về nội dung cổ tích vẫn luôn là sự lựa chọn hàng đầu của các em nhỏ và phụ huynh. Nhiều bài học nhân văn sâu sắc được truyền tải một cách nhẹ nhàng và hiệu quả như: người tốt sẽ được hưởng phúc lành còn kẻ xấu sẽ phải chịu phạt trong “Cinderella” (Cô bé Lọ Lem), “Snow White and the Seven Dwarfs” (Nàng Bạch Tuyết và bảy chú lùn), “Aladdin” (Aladdin và Cây đèn thần),...; hay khẳng định cái tôi và hoàn thiện bản thân như “Moana” (Hành trình của Moana), “Tangled” (Người đẹp tóc mây), “Akatsuki no Yona” (Công chúa Yona bình minh).

Hơn tất cả, phim hoạt hình cổ tích mang đến giá trị về tình yêu thương như: tình cảm gia đình trong “Frozen” (Công chúa băng giá), “Sofia the First” (Sofia Đệ Nhất), “Brave” (Công chúa tóc xù); tình cảm đôi lứa trong “Princess and the Frog” (Công chúa và chàng ếch); tình bạn thiêng liêng trong “Hành trình của Moana”, “Công chúa Ori”; tình yêu thiên nhiên trong “Công chúa Mononoke” (Mononoke Hime). Phần lớn các bài học, thông điệp từ thể loại cổ tích đều được truyền đạt một cách khá dễ hiểu để trẻ em có thể dễ dàng đón nhận. Đó chính là yếu tố quan trọng góp phần giữ vững sức hút của thể loại phim hoạt hình này.

Những bộ phim khai thác về chủ đề tình cảm có thể nói vẫn luôn chiếm được phần lớn tình cảm của người xem bởi con người ta dễ dàng cảm thấy tình yêu thương như được lan tỏa xung quanh sau mỗi bộ phim. Dưới đây là bảng tổng hợp một số phim hoạt hình về đề tài cổ tích, công chúa – hoàng tử có doanh thu phòng vé cao và lượng người xem lớn trên các nền tảng phát sóng trực tuyến tại Việt Nam.

**Bảng 2: Một số phim hoạt hình về cổ tích đạt doanh thu phòng vé cao tại Việt Nam**

Tên phim	Năm phát hành	Hãng sản xuất	Thể loại	Doanh thu tại VN
<b>Frozen (Công chúa băng giá)</b>	2013: Phần 1 2019: Phần 2	Walt Disney Animation Studio	Thiếu nhi, kỳ ảo, phiêu lưu	77,66 tỷ VNĐ (tương đương 3,4 tỷ USD)
<b>Red Shoes and the Seven Dwarfs (Hài đồ và 7 chú lùn)</b>	2019	Locus Corporation	Kỳ ảo, lãng mạn	2,55 tỷ VNĐ (tương đương 111 nghìn USD)

Nguồn: Box Office Vietnam, OCD tổng hợp

**Bảng 3: Các phim hoạt hình về cổ tích, công chúa – hoàng tử có lượng người xem cao trên Internet tại Việt Nam**

Tên phim	Năm phát hành	Hãng sản xuất	Thể loại	Lượt xem
<b>Sofia the First (Sofia Đệ Nhất)</b>	2012	Disney Television Animation	Thiếu nhi, phiêu lưu, hài	Chiếu trên kênh VTV2 (Đài truyền hình Việt Nam)
<b>Ori-princess (Công chúa Ori)</b>	2011	Puzzle Animation Development Co., Ltd.	Thiếu nhi, hài, cổ đại	Từ 500 nghìn tới hơn 1 triệu lượt xem/ tập trên Youtube MYKINGDOM
<b>Thủy thủ mặt trăng (Sailor Moon)</b>	1992	Toei Animation	Phiêu lưu, huyền ảo, lãng mạn	Từ 2 – 4 triệu lượt xem/tập trên kênh Youtube POPS Anime

Nguồn: MYKINGDOM, POPS Anime, OCD tổng hợp

### **b. Phim tình cảm (tình gia đình, tình bạn, yêu thương động vật)**

Với hầu hết khán giả Việt ở mọi lứa tuổi, phim hoạt hình có nội dung về tình cảm và tình yêu thương, cụ thể như tình cảm gia đình, tình bạn thiêng liêng hay tình yêu thương động vật, thiên nhiên chính là lựa chọn hàng đầu. Các tác phẩm hoạt hình được yêu thích nhất ở Việt Nam như “My Neighbor Totoro” (Hàng xóm tôi là Totoro), “Doraemon” (Mèo máy Đô-rê-mon), “Brave” (Công chúa tóc xù), “Shin” (Cậu bé bút chì), ... chính là minh chứng rõ ràng. Cụ thể, dù đã ra mắt hơn 20 năm, phim hoạt hình “Hàng xóm tôi là Totoro” hiện nay vẫn là một trong các phim hoạt hình Nhật Bản được hâm mộ nhất tại Việt Nam. Các sản phẩm liên quan tới Totoro từ gấu bông, mô hình, quần áo hay đồ dùng học tập đều được bán với số lượng hàng trăm hàng nghìn trên kênh mua sắm Shopee. Hay như phim “Doraemon” được chiếu trên POPS KIDS vẫn thu về hàng chục triệu lượt xem mỗi tập (Phần 61 mùa 7: 24 triệu lượt xem; tập 352: 32 triệu lượt xem, ...).

Tình cảm gia đình và tình bạn là hai trong những chủ đề phim hoạt hình được đón nhận và dễ dàng tiếp cận đến khán giả Việt nhất. Tiêu biểu có thể kể đến những tác phẩm thành danh tại thị trường Việt Nam như: “One Piece” (Đảo Hải Tặc) (Nhật Bản) với hàng chục triệu lượt xem mỗi tập trên kênh POPS Anime; “Toy Story 4” (Câu chuyện đồ chơi 4) với doanh thu gần 28,4 tỷ VNĐ (tương đương 124 nghìn USD); “Doraemon Stand By Me” (Đô-rê-mon - Đôi bạn thân) với doanh thu hơn 3 tỷ VNĐ (tương đương 134 nghìn USD).

Phim hoạt hình về tình yêu thương động vật, thiên nhiên cũng thường xuyên là lựa chọn yêu thích của cả trẻ em và phụ huynh Việt. Một số bộ phim gặt hái được thành công vang dội trong đề tài ở Việt Nam có thể kể đến như: “How to train your dragon” (Bí Kíp Luyện Rồng) với doanh thu hơn 77,2 tỷ VNĐ (tương đương 338,4 nghìn USD) (Theo Box Office Vietnam); “The Secret Life of Pets 2” (Đẳng Cấp Thú Cưng 2) với doanh thu gần 67,6 tỷ VNĐ (tương đương 296 nghìn USD) (Theo Box Office Vietnam); hay “Mononoke Hime” (Công chúa Mononoke” và “Moana” (Hành trình của Moana) đều thu hút lượng khán giả theo dõi đáng kể.

Sở dĩ dòng phim này vẫn được đông đảo khán giả yêu thích là bởi tính nhân văn mà bộ phim đem lại. Tình cảm vẫn luôn là nguồn động lực lớn lao, giúp con người vững bước trên con đường đời. Đó chính là lý do tại sao khán giả dễ cảm nhận được sự đồng cảm cũng như tình thương từ các bộ phim hoạt hình theo thể loại này. Giống như trong “Doraemon”, những chi tiết thấm đậm tình cảm gia đình như cảnh hai ông bà Nobi khi thấy động đất đã nhanh chóng ôm trọn 2 đứa con của mình là Nobita và Doraemon của mình trốn dưới gầm bàn, thật sự đã gây được xúc động mạnh trong lòng người xem. Hay như tình bạn trong “One Piece”, khi các thành viên băng Mũ Rơm luôn quan tâm, động viên nhau, cùng nhau vượt qua mọi khó khăn, như trong cảnh nhân vật Luffy đặt chiếc mũ báu vật của mình lên đầu Nami để động viên cô, hay Luffy cùng đồng đội sẵn sàng chống lại thế giới để cứu Robin.

Tương tự như vậy, với tình yêu động vật hay yêu thiên nhiên, khán giả có thể dễ dàng cảm nhận được thông điệp mà bộ phim mang lại, cũng như cảm nhận thêm được tình yêu, thấy mình như cũng được sống trong tình yêu thương ấy. Những bộ phim thể loại tình cảm như một cách

để giải tỏa tinh thần, sưởi ấm trái tim của con người sau những ngày tháng mệt mỏi. Đặc biệt, khi nhìn vào thực trạng xã hội hiện nay, khi các vụ bạo lực gia đình, bạo lực học đường hay con người tàn phá thiên nhiên đang ngày càng gia tăng, những bộ phim hoạt hình này như một cách để giáo dục lại con người về lối sống, cách hành xử sao cho đúng đắn. Như bộ phim “A Silent Voice” (Dáng Hình Thanh Âm) - một bộ phim hoạt hình xuất sắc tới từ Kyoto Animation (Nhật Bản), xoay quanh cuộc sống học đường của cô bé khiếm thính Shoko Nishimiya. Bởi vì khiếm thính, cô mau chóng trở thành đối tượng bị bạn bè bắt nạt, trêu ghẹo. Tuy vậy, bộ phim cũng khắc họa được tình bạn nhân văn khi Ishida- cậu bạn năm xưa bắt nạt Shoko, nay đã thay đổi và cố gắng bù đắp cho cô từ những chuyện mà cậu đã gây ra. Hay như đề tài bảo vệ môi trường đã được truyền tải xuất sắc trong Moana khi tái hiện bức tranh người mẹ thiên nhiên tức giận trước những hành vi tàn phá môi trường của con người.

**Bảng 4: Một số phim hoạt hình nổi tiếng trong đề tài tình cảm gia đình, bạn bè**

Tên phim	Năm phát hành	Hãng sản xuất	Thể loại	Doanh thu
<b><i>Toy Story 4 (Câu chuyện trò chơi)</i></b>	2019	Walt Disney Pictures Pixar Animation Studios	Phiêu lưu, kỳ ảo	28,4 tỷ VNĐ (tương đương 1,2 triệu USD)
<b><i>Doraemon: Stand By Me (Đô-rê-mon - Đới bạn thân)</i></b>	2021	Shin-Ei Animation Shirogumi Inc Robot Communications Inc	Hài, chính kịch	3,05 tỷ VNĐ (tương đương 134 nghìn USD)
<b><i>The Secret Life of Pets 2 (Đẳng cấp thú cưng 2)</i></b>	2019	Illumination	Hài, phiêu lưu	67,6 tỷ VNĐ (tương đương 2,7 triệu USD)

Nguồn: Box Office Vietnam, OCD tổng hợp

### c. Phim khoa học viễn tưởng

Thể loại phim khoa học viễn tưởng vẫn luôn thu hút khán giả ở mọi độ tuổi bởi những hình ảnh kỳ ảo, độc đáo, mới lạ với những ý tưởng mà ta khó có thể tìm thấy ở các bộ phim thể loại khác. Bởi vậy, những bộ phim thuộc thể loại khoa học viễn tưởng hiện vẫn luôn nhận được sự yêu thích của các khán giả, trong đó có khán giả Việt. Năm 2019, bộ phim “Nezha Zhi Motong Jiangshi” (Na Tra: Ma Đồng Giáng Thế) đã tạo nên cơn sốt cho các bạn trẻ mê phim ở Việt Nam khi mang về doanh thu 21,12 tỷ VNĐ (tương đương 926 nghìn USD) (Box Office Vietnam) trên khắp các phòng vé Việt. Hay như “Spirited Away” (Vùng Đất Linh Hồn), một bộ phim tuy đã phát



hành từ năm 2001 nhưng đến nay vẫn là một trong những tác phẩm đặc biệt được yêu thích tại Việt Nam. Mới đây nhất, bộ phim “Belle” (Rồng và Công chúa tàn nhang), ra mắt năm 2021, đạt 2,81 tỷ VNĐ (124 nghìn USD) (Box Office Vietnam) trên khắp các phòng vé toàn quốc.

Thể loại phim hoạt hình khoa học viễn tưởng cũng rất thành công trên có nền tảng phát hành phim trực tuyến ở Việt Nam. Phim “Gravity Falls” (Thị trấn bí ẩn) có thể coi là một trong những series đặc biệt ăn khách của dòng phim này. Page “Thị trấn bí ẩn- Gravity Falls” từ khi thành lập đến nay đã đạt được 205.813 lượt thích trên Facebook cũng như 244.831 lượt theo dõi. Phim hoạt hình “Pokémon” (Hành trình Pokémon) cũng nhận được nhiều sự yêu thích của khán giả Việt Nam khi những tập phim được chiếu trên POPS KIDS có rất nhiều tập đạt số lượt xem ấn tượng (mùa 19 tập 316: hơn 16 triệu lượt xem; mùa 7 tập 330 và mùa 19 tập 310: hơn 21 triệu lượt xem; mùa 19 tập 288: hơn 23 triệu lượt xem, ...).

Có thể thấy, khoa học viễn tưởng vẫn luôn là thể loại hút khán giả ở mọi độ tuổi, mọi thời đại nhờ nhiều yếu tố. Thứ nhất, dòng phim khoa học viễn tưởng đưa người xem tới một thế giới hoàn toàn khác. Một thế giới giả tưởng thú vị và đặc sắc với những điều sẽ không bao giờ xảy ra ở thế giới thực tại. Ví dụ, “Spirited Away” đưa con người tới thế giới của những linh hồn, thần linh, “Howl no Ugoku Shiro” (Lâu đài bay của pháp sư Howl) với thế giới pháp sư, phù thủy, ma thuật, hay lạc vào thế giới game/ thế giới Internet trong “Wreck-It Ralph” (Ralph Đập phá).

Thứ hai, kĩ xảo hoành tráng và hiện đại, đem tới những thước phim vô cùng mãn nhãn cho khán giả, cũng là một điểm cộng lớn của dòng phim này. Điều này được rõ qua những trận đánh trong “Nezha Zhi Motong Jiangshi” (Na Tra: Ma Đòng Giáng Thế) hay các trận chiến trong “Sword Art Online” (Đao Kiếm Thần Vực). Đây đều là 2 bộ phim thu hút lượng khán giả lớn tại các phòng vé Việt Nam.

Ngoài ra, thông điệp mà các bộ phim khoa học viễn tưởng gửi gắm vào cũng đầy nhân văn và có ý nghĩa sâu sắc. Điển hình, phim hoạt hình “Wall-E” (Rô-bốt biết yêu) mang tới thông điệp bảo vệ môi trường, bảo vệ Trái Đất, “Spirited Away” đề cập đến quyền trẻ em, “Howl no Ugoku Shiro” truyền tải thông điệp về chiến tranh phi nghĩa, hay “Gravity Falls” chứa đựng sâu sắc tình thân, tình bạn, tình anh em, ...

Có thể nói, thể loại viễn tưởng đã làm rất tốt việc truyền tải những bài học sâu sắc, ý nghĩa về cuộc sống thông qua các chi tiết, câu chuyện giả tưởng, giúp người xem đồng thời giải trí, được sống với thế giới tưởng tượng nhưng cũng học được rất nhiều bài học từ thế giới thực tại. Đó chính là lý do tại sao thể loại này vẫn luôn được yêu thích nhiều đến thế.

**Bảng 5: Một số phim hoạt hình khoa học viễn tưởng chiếu rạp được người Việt yêu thích**

Tên phim	Năm phát hành tại VN	Hãng sản xuất	Thể loại	Doanh thu tại VN
<b>Nezha Zhi Motong Jiangshi (Na Tra: Ma Đồng Giáng Thế)</b>	2019	Chengdu Coco Cartoon Horgos Coloroom Pictures October Days Culture Media	Khoa học viễn tưởng, kỳ ảo, phiêu lưu	21,12 tỷ VNĐ (tương đương 926 nghìn USD)
<b>Belle (Rồng và Công chúa tàn nhang)</b>	2022	Studio Chizu	Khoa học viễn tưởng, kỳ ảo, âm nhạc	2,81 tỷ VNĐ (124 nghìn USD) (vẫn đang trong quá trình khởi chiếu)
<b>Sword Art Online (Đao kiếm thần vực)</b>	2021	A-1 Pictures	Khoa học viễn tưởng, phiêu lưu, hành động	1,36 tỷ VNĐ (tương đương 59,7 nghìn USD)

Nguồn: Box Office Vietnam, OCD tổng hợp

**Bảng 6: Các phim hoạt hình khoa học viễn tưởng có lượt xem cao trên Internet tại Việt Nam**

Tên phim	Kênh phát sóng	Thể loại	Lượt xem
<b>Những cô gái siêu năng lực (The Powerpuff girls)</b>	POPS KIDS	Khoa học viễn tưởng, phiêu lưu, tình bạn, hài hước	Từ 300 – 600 nghìn lượt xem trên POPS KIDS
<b>Pokémon (Hành trình Pokémon)</b>	POPS KIDS	Khoa học viễn tưởng, phiêu lưu	Phần cũ: 10 tới hơn 20 triệu lượt xem trên kênh POPS KIDS Phần mới: 200 tới 500 nghìn lượt xem trên kênh POPS KIDS

Nguồn: POPS KIDS, OCD tổng hợp

## 2 Xu hướng nhập khẩu và trình chiếu phim hoạt hình tại Việt Nam

### 2.1 Xu hướng nhập khẩu và trình chiếu phim hoạt hình nước ngoài

#### a. Tiềm năng và xu hướng nhập khẩu phim hoạt hình nước ngoài của Việt Nam

Xu hướng nhập khẩu và trình chiếu phim nước ngoài, trong đó có dòng phim hoạt hình tại Việt Nam được nhận định sẽ tiếp tục duy trì ở tần suất cao và chiếm ưu thế vượt trội hơn so phim nội địa trong thời gian tới. Thực tế cho thấy, doanh nghiệp nước ngoài đang giữ miếng bánh lớn trên thị trường chiếu và phát hành phim ở Việt Nam. Hiện tại, có bốn ông lớn trong ngành là CGV, Lotte, BHD và Galaxy. Trong đó, CGV và Lotte đều do Hàn Quốc sở hữu và nắm thị phần lớn. Khi hoạt động tại thị trường Việt Nam, tất nhiên các nhà nhập khẩu và phát hành phim này đều có ưu tiên hàng đầu là tối đa hóa lợi nhuận. Không thể phủ nhận rằng các bộ phim hoạt hình bom tấn và ăn khách của nước ngoài vẫn được xem là lựa chọn an toàn và chắc chắn hơn về số lượng khán giả đến theo dõi và lợi nhuận kiếm được. Thậm chí, ngay cả với doanh nghiệp phát hành do người Việt làm chủ thì vẫn phải ưu tiên vận hành theo cơ chế này để tồn tại và cạnh tranh.

Ngoài ra, theo đại diện của BHD, do chưa có chế tài nào từ các văn bản luật tại Việt Nam quy định điều chỉnh về suất chiếu sao cho có lợi cho phim Việt, trong đó có cả phim hoạt hình, nên hiện tại thị trường vận hành theo cách phim nào có khán giả thì phim đó sẽ được ưu tiên. Điều đó cũng tạo nên sự yếu thế của phim Việt do số lượng ít, chất lượng chưa thể cạnh tranh, cùng với khán giả yêu thích tính giải trí của các phim nước ngoài hơn.

Đó là lý do tại sao, khi phim hoạt hình Việt vẫn còn mới ở giai đoạn sơ khai và chưa nổi bật như hiện tại, thì thị trường phát hành phim ở cả ngoài rạp và trên Internet, phim hoạt hình nước ngoài vẫn chiếm ưu thế cao hơn và tiếp tục là sản phẩm được ưu tiên duy trì và đẩy mạnh việc nhập khẩu và trình chiếu.

Phim hoạt hình được nhập khẩu và phát hành tại rạp Việt Nam chủ yếu đến từ Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc và Trung Quốc. Trong đó, với phim chiếu rạp, chủ yếu là phim hoạt hình đến từ các studio lớn của Mỹ như Disney, Pixar hay Dreamworks... Số lượng các bộ phim hoạt hình từ các hãng phim kể trên ra mắt tại các rạp ở Việt Nam tính đến nay đã lên tới cả trăm bộ phim, với những cái tên quen thuộc và được yêu thích số một như: The Lion King (1998), Finding Nemo (2003), Frozen (2013), Inside Out (2015), Coco (2017), Soul (2020),... Lượng người hâm mộ tại Việt Nam dành cho các bộ phim hoạt hình như Disney hay Pixar là vô cùng đông đảo, cả trẻ em và người lớn. Vì vậy, bất kỳ bộ phim hoạt hình hấp dẫn nào của các hãng trên được ra mắt chắc chắn sẽ được các nhà phát hành phim tại Việt Nam nhập khẩu về và trình chiếu trong tương lai.

Còn trên mặt trận nền tảng phát hành phim trực tuyến, hiện tại đây được xem là sân chơi của phim hoạt hình từ Nhật Bản, Hàn Quốc và mới đây là Trung Quốc và xu hướng này hứa hẹn sẽ tiếp tục mở rộng hơn trong thời gian tới. Các website phát hành phim bản quyền phổ biến nhất tại Việt có thể kể đến là: FPT Play, DANET, Clip TV, Galaxy Play (Fim +), POPS TV, 5Dmax, Zing TV, ... Phim hoạt hình Nhật Bản, hay còn được gọi với cái tên Anime, đang chiếm tới 80%

số lượng phim được phát hành trên các nền tảng này. Ví dụ, trên FPT Play, số lượng phim Anime đang là gần 100 bộ phim, còn lại có khoảng chục phim đến từ Trung Quốc và Hàn Quốc. Tương tự, trên trang Zing TV, trong tổng số 50 phim hoạt hình đang được trình chiếu, thì có đến 2/3 là phim anime của Nhật Bản. Bên cạnh đó, trên kênh POPS KIDS (thuộc POPS TV), phim hoạt hình Hàn Quốc đang giữ được ưu thế khá tốt và được nhiều khán giả nhỏ tuổi đón nhận nhiệt tình như: Lạc Trong Rừng Sâu (The Outback, 2012), Thiên Du Ký (Spark, 2017), Đội Bay Siêu Đẳng (Super Wings, 2013), Ấu Trùng Tinh Nghịch (Larva, 2011 - 2020), Poporo, Đường Đua Mạo Hiểm (Pororo - The Racing Adventure, 2013), Chú Gấu Béo Xui Xẻo (Bernard Bear, 2014), ....

Riêng đối với Hàn Quốc, Việt Nam và quốc gia này đang đứng trước cơ hội đầy tiềm năng trong mảng hợp tác trong mảng phim hoạt hình. Trong sự kiện Korea - Vietnam Business Partnership 2021<sup>1</sup>, 11 công ty hoạt hình của Hàn Quốc đã đem đến nhiều tác phẩm hoạt hình hấp dẫn đến giới thiệu cho khán giả Việt Nam. Đây đều là những bộ phim hoạt hình có lượng người xem lớn trên kênh Netflix tại nhiều quốc gia, có thể kể đến “Little Detective Toby and Terry” của Sunwoo Company, “Boto and Bao” của Creative Bomb, hay “Chichiping” của Arimoa,... Với trải nghiệm thú vị mà các bộ phim hoạt hình được giới thiệu trong sự kiện này, thời gian tới hoạt hình Hàn Quốc chính là nguồn phim hấp dẫn và đầy hứa hẹn cho các nhà nhập khẩu và phát hành phim tại Việt Nam. Đặc biệt, sự kiện này còn dành riêng một ngày làm “Ngày phim hoạt hình Hàn Quốc” (K-Animation Screening Day) dành cơ hội cho những người đam mê phim hoạt hình Hàn Quốc tại Việt Nam.

**Hình 11: Một số phim hoạt hình Hàn Quốc được giới thiệu tại sự kiện**

“Little Detective Toby and Terry” của Sunwoo Company



“Boto and Bao” của Creative Bomb



Chichiping” của Arimoa



**b. Xu hướng phát hành và trình chiếu phim hoạt hình nhập khẩu**

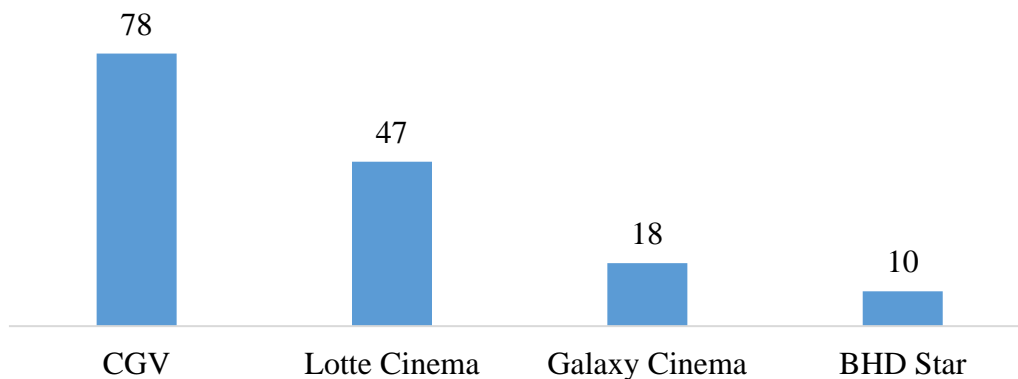
Rạp chiếu phim và nền tảng phát hành phim trên Internet là hai kênh chính trong xu hướng trình chiếu phim hoạt hình nói chung và phim hoạt hình nước ngoài nói riêng.

**(1) Rạp chiếu phim**

<sup>1</sup>Sự kiện Hợp tác doanh nghiệp Việt – Hàn 2021 (diễn ra từ 25/10 – 5/11/2021) tại Hà Nội (Việt Nam) do Cơ quan Xúc tiến Công nghiệp Công nghệ thông tin Quốc gia Hàn Quốc (NIPA) tổ chức. Sự kiện có sự tham gia của 22 công ty ở lĩnh vực công nghệ thông tin và truyền thông, cùng 11 công ty khác hoạt động trong mảng sáng tạo nội dung số.

Rạp chiếu phim vẫn được xem là kênh tối ưu nhất để phát hành phim hoạt hình nhập khẩu từ nước ngoài, đặc biệt là xu hướng sản xuất và ra mắt phim hoạt hình 3D, 4D nước ngoài càng thôi thúc khán giả Việt, cả trẻ em và người lớn, ra rạp chiếu phim. Hơn nữa, đi xem phim ở rạp chiếu phim đã từ lâu trở thành một món ăn tinh thần và thói quen giải trí của đông đảo người Việt Nam. Không chỉ còn đến rạp vào các ngày cuối tuần hoặc dịp lễ, tết, mà ngay cả ngày thường, lượng khán giả tại rạp cũng rất đông đúc. Điều này được minh chứng thông qua sự nở rộ mạnh mẽ của các rạp chiếu phim tại Việt Nam trong những năm nay. Cụ thể, trong 10 năm từ năm 2010 đến 2020, số lượng rạp chiếu phim hiện đại của Việt Nam tăng từ 90 lên 1,096 phòng chiếu (tăng 1,104%), với hơn 200 cụm rạp. Số lượt xem phim chiếu rạp trên toàn quốc trong một năm cũng tăng từ 7 triệu lên 57 triệu lượt (tăng 714%). Dự tính đến năm 2030, Việt Nam có thể đạt số lượng 1,050 rạp chiếu phim, với 210 triệu khán giả mỗi năm (theo Văn bản của các doanh nghiệp điện ảnh Việt Nam gửi Thủ tướng Chính phủ, Bộ Văn hóa - thể thao và du lịch, 2021). Trong đó, CGV và Lotte Cinema (Hàn Quốc) đang chiếm tới 73% thị phần chiếu phim tại Việt Nam. Tính đến cuối năm 2021, CGV đứng đầu tới 78 rạp trên toàn quốc, Lotte Cinema đứng thứ 2 với 47 rạp (theo thống kê của CGV và Lotte Cinema trên website).

**Hình 12: Số lượng rạp chiếu của các hãng chiếu phim lớn tại Việt Nam (2021)**



*Nguồn: Theo thống kê trên website của các hãng chiếu phim*

Bên cạnh đó, các rạp chiếu phim tại Việt Nam cũng thường xuyên nhập khẩu và phát hành phim hoạt hình với tỷ trọng ít nhất 20% trong tổng số phim đang chiếu trong 1 thời điểm; cùng với đó là sự ưu ái các khung giờ đẹp để dành cho khán giả nhỏ tuổi và gia đình có thể đến rạp và thưởng thức các bộ phim hoạt hình hấp dẫn. Ngoài ra, các hãng chiếu phim lớn này cũng thường xuyên có nhiều chương trình truyền thông, quảng bá phim đang hoặc sắp chiếu tại rạp trên nhiều kênh từ trực tiếp (offline) đến trực tuyến (online) với mức đầu tư lớn và đạt hiệu quả cao. Do vậy, rạp chiếu phim tiếp tục là điểm đến hấp dẫn và hiệu quả dành cho các bộ phim hoạt hình nước ngoài khi vào Việt Nam. Và tất nhiên, các hãng chiếu phim sẽ tiếp tục đẩy mạnh việc nhập khẩu và phát hành các bộ phim hoạt hình nước ngoài hấp dẫn để làm phong phú danh sách phim trình chiếu cũng như phục vụ nhóm khán giả nhỏ tuổi cùng gia đình đông đảo tại Việt Nam.

## (2) Nền tảng phát hành phim trên Internet

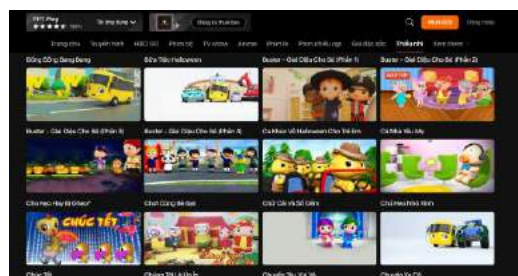
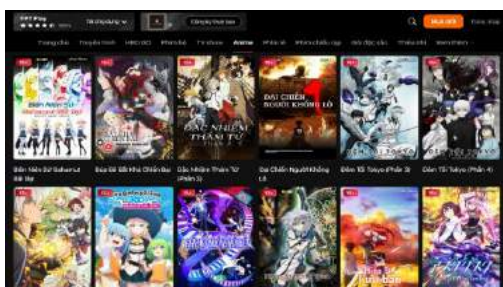
Dịch Covid-19 đã đẩy mạnh việc phát hành phim trên các nền tảng trực tuyến trên toàn cầu, và Việt Nam cũng không nằm ngoài lệ. Việc ra rạp xem phim bị hạn chế nhiều do sự lây lan của dịch bệnh, cộng với sự thay đổi trong thói quen và hành vi xem phim của khán giả, khiến cho nhiều hãng phim phải chuyển đổi sang hình thức mới. Đó là phát hành phim song song tại rạp và trên các nền tảng phát hành trực tuyến. Công thức phát hành này đã gặt hái được thành công đáng kể tại thị trường nước ngoài như Hollywood, và được dự báo sẽ trở thành xu hướng phát hành phim tại thị trường Việt Nam trong thời gian tới. Các phim nước ngoài, trong đó có cả phim hoạt hình, được nhập khẩu về Việt Nam cũng hứa hẹn được ra mắt khán giả đồng thời cả rạp chiếu và trên nền tảng trực tuyến. Thậm chí, nhiều bộ phim hấp dẫn chỉ phát sóng trên nền tảng trực tuyến, mà không cần phải ra trình chiếu tại rạp phim.

Quả thực, thị trường phim trực tuyến tại Việt Nam phát triển tương đối nhanh chóng. Số liệu từ Bộ Thông tin và Truyền thông tháng 11/2020 cho biết, Việt Nam có khoảng 35 doanh nghiệp hoạt động cung cấp dịch vụ truyền hình trả tiền trực tuyến, với 14 triệu thuê bao và tổng doanh thu đạt khoảng 9,000 tỷ đồng. Bên cạnh Netflix, hai nền tảng chiếu phim trực tuyến lớn là FPT Play và Galaxy Play cũng tăng trưởng nhanh chóng.

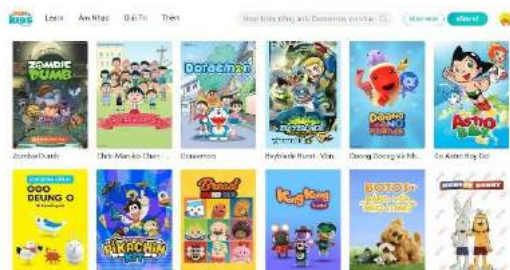
Trên các nền tảng phát hành phim có lượng truy cập cao tại Việt Nam như FPT Play, Galaxy Play hay Zing TV đều có những chuyên mục riêng dành cho phim hoạt hình, chủ yếu là phim hoạt hình nước ngoài với số lượng rơi vào khoảng 10 đến hơn 100 phim. Bên cạnh đó, POPS TV có riêng 1 website riêng là POPS KIDS với đa dạng các phim hoạt hình nước ngoài (Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc, Mỹ...) dành cho các khán giả nhỏ tuổi từ 2 - 16 tuổi.

**Hình 13: Một số kênh trực tuyến tại Việt Nam phát hành nhiều phim hoạt hình nước ngoài**

### FPT Play



## POPS KIDS



## Zing TV



Như vậy, các kênh phát hành phim trực tuyến tại Việt Nam cũng đầu tư khá nhiều vào việc nhập và trình chiếu phim hoạt hình từ nước ngoài, nhằm phục vụ đa dạng đối tượng khán giả. Nền tảng phát hành phim trực tuyến sẽ là kênh chủ đạo cho các bộ phim hoạt hình nước ngoài hấp dẫn, và đi đến lý tưởng cho những khán giả hâm mộ thể loại phim này tại Việt Nam.






## 2.2 Một số đơn vị mua bản quyền, nhập khẩu và phát hành phim hoạt hình nước ngoài tiêu biểu

### a. Các hãng nhập khẩu và chiếu phim

Việt Nam có lượng nhập khẩu và phát hành phim nước ngoài hàng năm vô cùng lớn, chiếm tới 70% số lượng phim phát hành mỗi năm (theo báo cáo của Bộ Văn hóa \_ Thể thao và Du lịch, 2019). Điều này một phần là nhờ vào cam kết của Việt Nam trong Hiệp định Thương mại của WTO (ký kết năm 2007) bao gồm việc không quy định hạn ngạch nhập khẩu phim. Bên cạnh đó là sự hạn chế về cả số lượng và chất lượng phim Việt, khó thu hút khán giả nên việc nhập khẩu nhiều phim nước ngoài là điều tất yếu. Trong năm 2019, số lượng phim nhập khẩu từ nước ngoài về Việt Nam lên đến hơn 200 phim, trong đó có ít nhất 1/5 là phim hoạt hình.

Thị trường nhập khẩu phim và phát hành phim tại Việt Nam cũng chủ yếu nằm trong tay các hãng nước ngoài. Theo quy định của Luật Điện ảnh 2006, doanh nghiệp phát hành phim, doanh nghiệp đăng ký kinh doanh xuất khẩu, nhập khẩu phim phải có rạp chiếu phim để tham gia phổ biến phim, đồng thời doanh nghiệp chiếu phim được nhập khẩu phim để phổ biến. Do vậy, các doanh nghiệp nước ngoài đã tập trung phát triển và mở rộng số lượng phòng chiếu phim trên khắp Việt Nam. Đơn cử có thể kể đến CGV, Lotte Cinema, Platinum, ... Chính những doanh nghiệp nước ngoài này đang là các đơn vị nhập khẩu và phổ biến phim, trong đó có cả phim hoạt hình (chủ yếu là phim chiếu rạp) tại Việt Nam.

**Bảng 7: Một số hãng nhập khẩu và chiếu phim lớn tại Việt Nam**


Hãng nhập khẩu và chiếu phim	Quốc gia	Đặc điểm
<p><b>CJ CGV</b></p> 	Hàn Quốc	<ul style="list-style-type: none"> <li>Số lượng phòng chiếu đông đảo trên khắp cả nước</li> <li>Chất lượng phòng chiếu tốt, hình ảnh sắc nét, âm thanh sống động</li> <li>Nhập khẩu nhiều phim hay, gần như các cụm rạp đều chiếu các phim mà CGV nhập khẩu, cập nhật phim nhanh</li> <li>Có nhiều chương trình truyền thông, quảng bá phim hiệu quả và ấn tượng</li> </ul>
<p><b>Lotte Cinema</b></p> 	Hàn Quốc	<ul style="list-style-type: none"> <li>Các rạp chiếu phim được phân bố khắp cả nước</li> <li>Không gian phòng chiếu rộng, thoáng, lối đi và ghế ngồi thoải mái, màn hình được bố trí hợp lí để có thể xem được phim với chất lượng tốt ở mọi ghế ngồi</li> <li>Số lượng phim nhập khẩu và phát hành tương đối lớn, đề tài phim đa dạng và cập nhật phim nhanh</li> <li>Chất lượng hình ảnh, âm thanh tốt</li> </ul>
<p><b>BHD Star Cineplex</b></p> 	Việt Nam	<ul style="list-style-type: none"> <li>Suất chiếu không đa dạng, nhiều phim chỉ chiếu ở một vài chi nhánh chứ không chiếu ở tất cả các chi nhánh</li> <li>Nhiều chương trình khuyến mãi</li> </ul>
<p><b>Trung tâm Chiếu phim Quốc gia</b></p> 	Việt Nam	<ul style="list-style-type: none"> <li>Số lượng phim chiếu lớn, đặc biệt có các phim cũ được chiếu lại nhân các sự kiện Liên Hoan phim</li> <li>Số lượng khán giả đến rạp đông</li> </ul>
<p><b>Beta Cinemas</b></p> 	Việt Nam	<ul style="list-style-type: none"> <li>Số lượng rạp chiếu phim chưa nhiều</li> <li>Tên tuổi còn khá mới đối với khán giả Việt</li> </ul>



### b. Các nền tảng phát hành phim trực tuyến

Phim hoạt hình nước ngoài không chỉ đến được với khán giả Việt thông qua việc được nhập khẩu và phát hành bởi các hãng chiếu phim lớn, mà rất nhiều các nền tảng phát hành phim trực tuyến tại Việt Nam thường xuyên mua bản quyền rất nhiều phim và tiếp cận được đến đông đảo khán giả hơn. Các nền tảng mua bản quyền và phát hành phim nước ngoài trực tuyến phổ biến tại Việt Nam có thể kể đến: FPT Play, Zing TV, POPS TV, ... Trong đó, POPS TV có riêng hai website chuyên về phim hoạt hình dành cho khán giả nhỏ từ 2 – 16 tuổi là POPS Anime và POPS KIDS. Tại đây, rất nhiều phim hoạt hình hấp dẫn và nổi tiếng của nhiều quốc gia như Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc, ... được mua bản quyền và trình chiếu cho hàng triệu khán giả nhỏ Việt Nam.

**Bảng 8: Một số nền tảng mua bản quyền và phát hành phim trực tuyến lớn tại Việt Nam**



Nền tảng	Ưu điểm	Nhược điểm
<p><b>FPT Play</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hỗ trợ đa nền tảng thiết bị thông minh</li> <li>Dễ cài đặt, dễ sử dụng</li> <li>Chất lượng hình ảnh đẹp, sắc nét</li> <li>Phát trực tiếp, đồng thời với các chương trình, phim nổi bật</li> <li>Số lượng phim lớn, thể loại phim đa dạng</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Thường xuyên xóa phim cũ để cập nhật phim mới</li> <li>Ứng dụng hay gặp lỗi, sự cố</li> <li>Phần quảng cáo ở một vài chương trình, phim khá dài</li> </ul>
<p><b>Zing TV</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Số lượng phim phong phú, có chọn lọc</li> <li>Giao diện tối ưu</li> <li>Hình ảnh chất lượng, cập nhật nhanh</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hiện nay, Zing TV không còn hỗ trợ xem qua bản web mà chỉ có thể xem phim khi tải ứng dụng</li> <li>Không có phim lẻ</li> </ul>
<p><b>Netflix</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Số lượng phim hoạt hình lớn</li> <li>Phân loại phim tốt</li> <li>Hệ thống đề nghị phim trực quan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Chi phí duy trì tài khoản khá cao</li> </ul>
<p><b>POPS TV (POPS Anime/ POPS KIDS)</b></p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>Có tính năng hẹn giờ, giúp kiểm soát được thời gian xem phim, xem video</li> <li>Có lịch sử xem, giúp mình xem lại được các nội dung đã truy cập</li> <li>Chọn lọc phim tốt, có tính giáo dục, giải trí cao</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Giao diện chưa được tối ưu</li> </ul>






### 2.3 Các hãng phim hoạt hình nước ngoài được nhập khẩu nhiều


Những bộ phim hoạt hình nước ngoài được nhập khẩu và phát hành tại Việt Nam chủ yếu từ các hãng phim nổi tiếng của Mỹ hay Nhật Bản. Đơn cử có thể kể đến: Pixar, Walt Disney, Illumination Entertainment (Mỹ), Ghibli Studio, CoMix Wave Films (Nhật Bản), Iconix Entertainment (Hàn Quốc),...

Dẫn đầu chính là hãng phim hoạt hình nổi tiếng Pixar và Walt Disney (Mỹ). Rất nhiều bộ phim hoạt hình của hãng Pixar đã được ra mắt tại thị trường Việt Nam, và được khán giả Việt vô cùng yêu thích như: Toy Story, Finding Nemo, Inside Out, The Incredibles, Up hay Brave,... Với Walt Disney, hãng phim này cũng có vô vàn tác phẩm đạt doanh thu phòng vé khổng lồ tại thị trường Việt Nam với những phim hoạt hình nổi tiếng như: Frozen, Moana, Big Hero 6 hay Lion King... Bên cạnh đó, ở thị trường Việt Nam, phim Nhật được biết đến và trình chiếu nhiều nhất trên cả mặt trận rạp chiếu phim và nền tảng trực tuyến chính là phim hoạt hình anime. Ghibli Studio là cái tên quen thuộc nhất với khán giả Việt thông qua những bộ phim hấp dẫn như: Spirited Away, Tonari no Totoro, A letter to Momo, The Wind Rise,... Trong năm 2017, bộ phim Your Name (CoMix Wave Films sản xuất) của Nhật Bản đạt kỷ lục doanh thu phòng vé tại Việt Nam (đối với phim hoạt hình) với 3,6 tỷ VNĐ chỉ sau 3 ngày đầu tiên công chiếu.

**Bảng 9: Các hãng phim hoạt hình nước ngoài được yêu thích nhất tại Việt Nam**

Hãng phim	Quốc gia	Tác phẩm tiêu biểu
<p><b>Pixar Animation Studios</b></p> 	Mỹ	The toy story films (Câu chuyện đồ chơi); Finding Nemo (Đi tìm Nemo); The incredibles (Gia đình siêu nhân); Ratatouille (Chú chuột đầu bếp); Wall-e (Người máy biết yêu); Up (Vút bay); Brave (Công chúa tóc xù); Inside out (Những mảnh ghép cảm xúc); Finding dory (Đi tìm Dory);...
<p><b>Walt Disney Animation Studios</b></p> 	Mỹ	Frozen (Công chúa băng giá); Moana (Hành trình của Moana); Big Hero 6 (Biệt đội anh hùng 6); Zootopia (Phi vụ động trời);...

<p><b>DreamWorks Animation Studio</b></p> 	<p>Mỹ</p>	<p>Sê ri phim Shrek (Gã chằn tinh tốt bụng); Chicken run (Phi đội gà bay); How to Train Your Dragon (Bí kíp luyện rồng); Madagascar (Cuộc phiêu lưu đến Madagascar); Kung Fu Panda (Công phu gấu trúc);...</p>
<p><b>Illumination Animation company</b></p> 	<p>Mỹ</p>	<p>Despicable Me" (Kẻ trộm mặt trắng); Minions (Sự trở dậy cả Gru); The Secret Life of Pets (Đăng cấp thú cưng); Sing (Đấu trường âm nhạc); The Grinch (Kẻ cắp Giáng sinh);...</p>
<p><b>Studio Ghibli</b></p> 	<p>Nhật Bản</p>	<p>Spirited Away (Sen và Chihiro ở Vùng đất linh hồn); Tonari no Totoro (Hàng xóm của tôi là Totoro); A letter to Momo (Thư gửi Momo);,The Wind Rise (Gió nổi);...</p>
<p><b>CoMix Wave Films</b></p> 	<p>Nhật Bản</p>	<p>Your Name (Tên cậu là gì?); 5 Centimeters per Second (5 Centimet trên giây); The Garden of Words (Vườn ngôn từ), Weathering with You (Đưa con của thời tiết);....</p>
<p><b>Iconix Entertainment</b></p> 	<p>Hàn Quốc</p>	<p>Pororo the Little Penguin (Pororo và Những người bạn); Tayo the Little Bus (Tayo, Chiếc xe buýt nhỏ); ...</p>

<b>Tuba Entertainment</b>  	Hàn Quốc	Lavar (Ấu trùng tinh nghịch)
--	----------	------------------------------

Phim hoạt hình của những hãng trên đều có sức hấp dẫn đặc biệt với khán giả Việt Nam, ở mọi độ tuổi nhờ nội dung độc đáo, sáng tạo, và có chất lượng hình ảnh cao, độ chân thực và sinh động vượt trội hơn hẳn các hãng phim nổi tiếng khác. Đặc biệt là những bộ phim hoạt hình 3D sử dụng công nghệ tạo hình hiện đại.

### 3 Hành lang pháp lý

#### 3.1 Thủ tục nhập khẩu và phê duyệt phim hoạt hình nước ngoài về Việt Nam

Tại Việt Nam, không có quy định riêng về thủ tục nhập khẩu và phê duyệt phim hoạt hình từ nước ngoài mà đây là quy định chung áp dụng cho lĩnh vực điện ảnh.

##### a. Thủ tục nhập khẩu và phê duyệt phim hoạt hình

##### (1) Điều kiện nhập khẩu phim hoạt hình vào Việt Nam

Căn cứ vào Khoản 1B, Điều 30, Luật Điện ảnh 2006 quy định về xuất khẩu, nhập khẩu phim, việc nhập khẩu phim hoạt hình phải tuân thủ các quy định sau đây:

- Phim hoạt hình nhập khẩu phải có bản quyền hợp pháp và không vi phạm quy về thuần phong mỹ tục, ảnh hưởng đến lợi ích quốc gia. Cụ thể, phim nhập khẩu không được tuyên truyền chống lại Nhà nước, tiết lộ bí mật quốc gia, xuyên tạc sự thật lịch sử, kích động chiến tranh gây xâm lược, truyền bá tư tưởng phản động, v.v.
- Giấy phép phổ biến phim hoặc văn bản phê duyệt nội dung tác phẩm phim nhập khẩu do cơ quan có thẩm quyền cấp là căn cứ để Thương nhân làm thủ tục thông quan tại hải quan.

##### (2) Thủ tục phê duyệt nội dung phim hoạt hình nhập khẩu

Trước khi nhập khẩu vào Việt Nam, phim hoạt hình phải được cơ quan có thẩm quyền phê duyệt nội dung.

**Bảng 9: Thủ tục phê duyệt phim hoạt hình nhập khẩu**

Thủ tục	Căn cứ	Nội dung
<b>Hồ sơ phê duyệt nội dung phim hoạt hình</b>	Thông tư 28/2014/TT-BVHTTDL & thông tư 26/2018/TT-BVHTTDL (sửa đổi thông tư 28/2014/TT-BVHTTDL)	Thương nhân đề nghị phê duyệt nội dung tác phẩm phim nhập khẩu gửi 01 bộ hồ sơ trực tiếp hoặc qua đường bưu điện đến Cục Điện ảnh

<p><b>nhập khẩu</b></p>	<p>quy định về quản lý hoạt động mua bán hàng hóa quốc tế thuộc diện quản lý chuyên ngành văn hóa của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch</p>	<p>hoặc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch. Hồ sơ bao gồm:</p> <p>(1) Đơn đăng ký xét duyệt nội dung tác phẩm;</p> <p>(2) Bản sao văn bản chứng minh nguồn gốc hợp pháp của tác phẩm hoặc sản phẩm;</p> <p>(3) Tác phẩm đề nghị xét duyệt nội dung để nhập khẩu.</p>
<p><b>Quy trình phê duyệt nội dung tác phẩm phim hoạt hình nhập khẩu</b></p>	<p>- Luật Điện ảnh 2006 - Thông tư 28/2014/TT-BVHTTDL &amp; thông tư 26/2018/TT-BVHTTDL (sửa đổi thông tư 28/2014/TT-BVHTTDL)</p> <p>quy định về quản lý hoạt động mua bán hàng hóa quốc tế thuộc diện quản lý chuyên ngành văn hóa của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch</p>	<p><b>Bước 1:</b> Doanh nghiệp nộp hồ sơ xin phê duyệt nội dung phim nhập khẩu</p> <p><b>Bước 2:</b> Cục Điện ảnh/Sở Văn hoá Thể thao và Du lịch thành lập Hội đồng thẩm định phim để tiến hành thẩm định nội dung của phim nhập khẩu.</p> <p>Hội đồng thẩm định phim nhập khẩu từ 05 người trở lên, bao gồm đại diện cơ quan quyết định thành lập hội đồng thẩm định phim, đạo diễn, biên kịch và các thành viên khác.</p> <p><b>Bước 3:</b> Hội đồng thẩm định tiến hành thẩm định phim và cho ý kiến về việc quyết định phê duyệt/không phê duyệt/yêu cầu chỉnh sửa nội dung của phim.</p> <p><b>Bước 4:</b> Cục Điện ảnh/Sở Văn hoá Thể thao và Du lịch căn cứ trên kết quả thẩm định nội dung phim của Hội đồng thẩm định, quyết định cho phép/không cho phép nhập khẩu phim.</p>
<p><b>Thẩm quyền phê duyệt nội dung tác phẩm phim hoạt hình nhập khẩu</b></p>	<p>Điều 8 Thông tư 28/2014/TT-BVHTTDL quy định về quản lý hoạt động mua bán hàng hóa quốc tế thuộc diện quản lý chuyên ngành văn hóa của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch</p>	<p>- Cục Điện ảnh tiếp nhận hồ sơ và xem xét cấp Giấy phép phổ biến phim đối với:</p> <p>+ Phim truyện do cơ sở điện ảnh trong cả nước nhập khẩu, trừ trường hợp phim truyện của các cơ sở điện ảnh thuộc địa phương đáp ứng được các điều kiện về sản xuất và nhập khẩu phim theo quy định.</p>

		<p>+ Phim tài liệu, phim khoa học, phim hoạt hình do cơ sở điện ảnh thuộc Trung ương sản xuất hoặc nhập khẩu;</p> <p>- Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch các tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương tiếp nhận hồ sơ và xem xét cấp Giấy phép phổ biến phim đối với phim tài liệu, phim khoa học, phim hoạt hình do cơ sở điện ảnh thuộc địa phương nhập khẩu.</p>
--	--	--

**b. Thủ tục cấp giấy phép phổ biến phim**

Phim hoạt hình nhập khẩu vào Việt Nam chỉ được phát hành, phổ biến khi đã có giấy phép phổ biến phim của cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền về phim. *Tại Điều 38 Luật Điện ảnh 2006 và Luật Điện ảnh sửa đổi 2009* quy định thẩm quyền cấp phép phổ biến phim như sau:

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch cấp giấy phép phổ biến phim đối với phim sản xuất và nhập khẩu của cơ sở phim thuộc trung ương, cơ sở phim thuộc địa phương và cơ sở phim tư nhân trong phạm vi cả nước, trừ trường hợp Ủy ban nhân dân cấp tỉnh được Chính phủ giao cấp giấy phép phổ biến phim.

Căn cứ theo Điều 37. Giấy phép phổ biến phim của Luật Điện ảnh 2006 và Luật Điện ảnh sửa đổi 2009, hồ sơ đề nghị cấp giấy phép phổ biến phim bao gồm:

- Đơn đề nghị cấp giấy phép;
- Giấy chứng nhận bản quyền phim.

Cơ sở điện ảnh nộp hồ sơ qua hệ thống dịch vụ công trực tuyến của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. Đồng thời gửi phim trình thẩm định tới phòng Phổ Biến phim – Cục Điện ảnh qua đường Bưu điện hoặc gửi trực tiếp. Cục Điện ảnh sẽ tiến hành thẩm định phim và đưa ra kết quả.

Trong thời hạn mười lăm ngày, kể từ ngày nhận đủ hồ sơ hợp lệ và phim trình duyệt, cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền về điện ảnh có trách nhiệm cấp giấy phép; trường hợp không cấp giấy phép phải có văn bản nêu rõ lý do.

Ngày nay, việc phát sóng và phổ biến phim hoạt hình trên hệ thống truyền hình là hình thức rất phổ biến. Tuy nhiên, việc phát sóng phim hoạt hình trên bất cứ nền tảng nào thì cũng cần tuân thủ chặt chẽ theo quy định của pháp luật. Căn cứ vào *Điều 35. Phát sóng phim trên hệ thống truyền hình và thuộc Luật Điện ảnh 2006 và Luật Điện ảnh sửa đổi 2009*, ngoài việc phải có giấy phép phổ biến phim của cơ quan quản lý nhà nước có thẩm quyền thì việc phát sóng phim hoạt hình trên hệ thống truyền hình phải bảo đảm tỷ lệ thời lượng phát sóng.

Cụ thể tại *Khoản 3 Điều 17 Nghị định 54/2010/NĐ-CP* có quy định về tỷ lệ và thời gian phát sóng phim dành cho trẻ em dưới 16 tuổi trên hệ thống truyền hình, theo đó:

Thời lượng phát sóng phim dành cho trẻ em dưới 16 tuổi đạt ít nhất 5% so với tổng số thời lượng phát sóng phim; giờ phát sóng phim dành cho trẻ em dưới 16 tuổi kết thúc trước 22 giờ hàng ngày. Đây là điều mà Thương nhân cần phải lưu ý để lựa chọn phim hoạt hình có thời lượng phù hợp, đáp ứng đúng quy định của pháp luật.

Bên cạnh đó, phát sóng phim hoạt hình thông qua nền tảng internet là hình thức được nhiều thương nhân lựa chọn vì độ phủ sóng và mức độ tiếp cận cao. Và việc phổ biến phim trên Internet cũng cần phải thực hiện theo quy định của Luật này và các quy định khác của pháp luật có liên quan (Căn cứ theo Điều 36. Phổ biến phim trên Internet, khai thác phim từ vệ tinh thuộc Luật Điện ảnh 2006).

### 3.2 Đạo luật bảo vệ quyền riêng tư của trẻ em trên mạng

#### a. Đạo luật bảo vệ quyền riêng tư của trẻ em trên mạng (COPPA)

COPPA (Children's Online Privacy Protection Act) là một đạo luật bảo vệ quyền riêng tư trực tuyến của trẻ em, áp dụng cho việc cấm các trang web cố ý thu thập và duy trì thông tin trực tuyến và quyền riêng tư của trẻ em dưới 13 tuổi mà không có sự cho phép của cha mẹ. Luật được ban hành vào ngày 21 tháng 10 năm 1998 và có hiệu lực từ ngày 21 tháng 4 năm 2000. Theo Ủy ban Thương mại Liên bang (FTC), các tòa án có thể phạt những người vi phạm COPPA lên đến 43.280 đô la tiền phạt dân sự cho mỗi vi phạm.

FTC thi hành sự giám sát và tuân thủ luật pháp và quy tắc của COPPA, áp dụng cho các điều sau:

- Các trang web thương mại hoặc dịch vụ trực tuyến hướng đến trẻ em dưới 13 tuổi thu thập thông tin cá nhân từ trẻ em. FTC xem xét các yếu tố như nội dung âm thanh/hình ảnh, chủ đề, quảng cáo, tuổi mô hình trang web và ngôn ngữ.
- Trang web hoặc dịch vụ trực tuyến hướng đến đối tượng chung có kiến thức về việc thu thập thông tin cá nhân từ trẻ em. FTC xem xét chủ sở hữu trang web, người trả tiền cho việc thu thập và bảo trì dữ liệu, các mối quan hệ hợp đồng hiện có liên quan đến dữ liệu và thông tin và vai trò của một trang web trong việc thu thập thông tin.

Theo COPPA, sau ngày 01/07/2013, các nhà sáng tạo nội dung phải thực hiện như sau:

- Đăng chính sách bảo mật trực tuyến rõ ràng và toàn diện mô tả các thực hành thông tin của họ đối với thông tin cá nhân được thu thập trực tuyến từ những người dưới 13 tuổi;
- Thực hiện những nỗ lực hợp lý (có tính đến công nghệ sẵn có) để cung cấp thông báo trực tiếp cho phụ huynh liên quan đến việc thu thập, sử dụng hoặc tiết lộ thông tin cá nhân từ những người dưới 13 tuổi, bao gồm thông báo về bất kỳ thay đổi quan trọng nào đối với các hoạt động đó cha mẹ đã đồng ý trước đó;
- Có được sự đồng ý có thể xác minh của cha mẹ, với một số ngoại lệ hạn chế, trước khi thu thập, sử dụng và/hoặc tiết lộ thông tin cá nhân từ những người dưới 13 tuổi;

- Cung cấp một phương tiện hợp lý để cha mẹ xem xét thông tin cá nhân được thu thập từ con họ và từ chối cho phép sử dụng hoặc duy trì thêm thông tin đó;
- Thiết lập và duy trì các thủ tục hợp lý để bảo vệ tính bảo mật, an ninh và toàn vẹn của thông tin cá nhân được thu thập từ trẻ em dưới 13 tuổi bằng cách thực hiện các bước hợp lý để tiết lộ thông tin cá nhân đó cho các bên có khả năng duy trì tính bảo mật và an toàn của thông tin;
- Lưu giữ thông tin cá nhân được thu thập trực tuyến từ trẻ em khi thực sự cần thiết và xóa thông tin bằng các biện pháp hợp lý để tránh việc truy cập hoặc sử dụng trái phép.
- Các nhà sáng tạo nội dung bị cấm điều chỉnh sự tham gia của trẻ em vào một hoạt động trực tuyến mà trẻ cần phải cung cấp nhiều thông tin hơn mức cần thiết để tham gia vào hoạt động đó.

Từ trước đến nay đã có nhiều doanh nghiệp, tập đoàn không tuân thủ các yêu cầu của COPPA, cụ thể như Google, YouTube, TikTok, Girls 'Life, American Pop Corn Company, Lisa Frank, v.v. Một ví dụ vi phạm đạo luật COPPA gần đây nhất chính là YouTube khi đã theo dõi lịch sử xem của trẻ vị thành niên để tạo điều kiện cho quảng cáo được nhắm mục tiêu. Với hành động này, FTC đã phạt YouTube 170 triệu USD vào ngày 04/09/2019. Do đó, từ tháng 01/2020, YouTube đã bắt đầu giới hạn dữ liệu mà họ thu thập từ nội dung dành cho trẻ em nhằm tuân thủ pháp luật. Điều quan trọng nhất trong việc thực thi chính sách này là YouTube sẽ không phân phát quảng cáo được cá nhân hóa đối với nội dung dành cho trẻ em theo yêu cầu của COPPA và/hoặc các luật hiện hành khác. YouTube cũng cho biết họ có thể thay đổi lựa chọn cài đặt về đối tượng người xem nếu phát hiện các nhà sáng tạo nội dung nhằm lừa hoặc lạm dụng tùy chọn này. YouTube cũng nêu rõ biện pháp xử phạt các kênh vi phạm nếu không đặt đúng đối tượng người xem cho nội dung.

Trước sự ảnh hưởng của đạo luật COPPA, các nhà sáng tạo nội dung phim hoạt hình có thể chuyển sang YouTube Kids và chấp nhận không chạy quảng cáo. Dù có thể ảnh hưởng đến doanh thu nhưng YouTube Kids là một không gian an toàn và không lo sợ bị xử phạt.

#### **b. Dự thảo Luật An toàn và thiết kế Internet cho trẻ em (KIDS)**

Bên cạnh đạo luật COPPA, Mỹ cũng đã dự thảo Luật An toàn và thiết kế Internet cho trẻ em (KIDS) do các hai nhà lập pháp là Sens. Ed Markey và Richard Blumenthal đưa ra. Nếu dự thảo được thông qua, các công ty như YouTube và TikTok buộc phải thay đổi hoàn toàn cách họ xử lý nội dung trẻ em trên nền tảng của mình. Dự luật buộc các trang mạng phải hạn chế quảng cáo, chấm dứt những thiết kế khiến trẻ dán mắt suốt vào màn hình và đảm bảo ngăn chặn nội dung độc hại. Dự luật này đặc biệt nhắm đến các video mở hộp (unboxing video) rất phổ biến trên YouTube.

Dự thảo Luật KIDS không cấm các nội dung này nhưng sẽ cấm YouTube giới thiệu cho trẻ em, do đó sẽ hạn chế rất nhiều việc phân phối video trên nền tảng này. Dự luật cũng nhắm mục tiêu đến việc thiết kế các trang web và ứng dụng dành cho trẻ em. Nếu được thông qua, dự luật sẽ cấm các công ty sử dụng những tính năng tự động chạy, như tự động tải video mới sau



khi kết thúc phát video hiện tại. Nhờ đó sẽ chấm dứt những thiết kế thu hút và khiến trẻ em ở trên nền tảng trong thời gian lâu hơn.

Trước sự ngày càng thắt chặt về vấn đề bảo vệ quyền lợi trẻ em trên Internet, trước khi nhập khẩu phim hoạt hình từ nước ngoài về Việt Nam, các Thương nhân cần phải lưu ý về nội dung cũng như thời gian trình chiếu để bảo vệ quyền lợi của trẻ và không bị vi phạm pháp luật.

Bảo vệ quyền lợi trẻ em là vấn đề ngày càng được đẩy mạnh và áp dụng nhiều chính sách chặt chẽ. Hành động này vừa là thuận lợi cũng như thách thức đối với các nhà sáng tạo nội dung phim hoạt hình cũng như các thương nhân có nhu cầu nhập khẩu phim hoạt hình chất lượng. Về mặt thuận lợi, các chính sách như Đạo luật COPPA hoặc Dự thảo Luật KIDS sẽ góp phần làm sạch các nền tảng chiếu phim hoạt hình trên Internet (ví dụ: Youtube, các trang web phát sóng phim hoạt hình, ...), giảm bớt các trường hợp làm video câu view, không tốt hoặc lợi dụng trẻ em...

Về mặt bất lợi, các nền tảng trình chiếu phim hoạt hình sẽ bị ảnh hưởng không nhỏ đến doanh thu của những nhà sáng tạo có đánh dấu nội dung là dành cho trẻ em. Ví dụ điển hình chính là Youtube, từ tháng 1-2020, YouTube giới hạn dữ liệu mà họ thu thập từ nội dung dành cho trẻ em nhằm tuân thủ pháp luật. Các kênh có nội dung liên quan đến trẻ em nói chung và phim hoạt hình dành cho trẻ em nói riêng có thể bị tắt tính năng kiếm tiền, thậm chí bị xóa kênh nếu YouTube cho rằng nội dung không có giá trị. Ngoài ra, những kênh này cũng không được chạy quảng cáo để gia tăng lượng người đăng ký theo dõi kênh cũng như tăng lượt xem cho các video của mình. Vậy nên, điều này đòi hỏi các kênh trình chiếu phim hoạt hình trẻ em sẽ phải thực hiện các video chất lượng và có giá trị.

#### 4 Tổng kết

Phim hoạt hình là một trong những dòng phim được yêu thích nhất bởi nhiều lớp khán giả tại Việt Nam, không chỉ các em nhỏ mà ngay cả người lớn cũng bị lôi cuốn và hấp dẫn bởi các bộ phim hoạt hình vui nhộn và thú vị. Thực vậy, trong khoảng chục năm trở lại đây (từ 2010), phim hoạt hình luôn nằm trong top 10 phim có doanh thu cao nhất tại các phòng vé mỗi năm. Còn trên các nền tảng phát hành phim trực tuyến, phim hoạt hình cũng là một mảng hết sức ăn khách. Đặc biệt, thị trường phim hoạt hình ở Việt Nam hiện nay đang phần lớn nằm trong tay các tác phẩm nước ngoài như Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc và mới đây là Trung Quốc.

Việc phim hoạt hình nước ngoài có độ phủ sóng lớn tại Việt Nam bởi hai lý do chính. Thứ nhất, phim hoạt hình Việt Nam hiện tại còn nhiều hạn chế và khó có thể cạnh tranh được với phim nước ngoài về cả số lượng và chất lượng. Tính đến nay, số lượng phim hoạt hình Việt có thể ra rạp hay đạt được lượng người xem khả quan trên các nền tảng phát sóng trực tuyến chỉ đếm trên đầu ngón tay. Thứ hai, các đơn vị nhập khẩu và phát hành phim tại Việt Nam chủ yếu là doanh nghiệp nước ngoài như CGV, Lotte Cinema (Hàn Quốc), nên vấn đề tối ưu hóa lợi nhuận được đặt lên hàng đầu và các bộ phim hoạt hình nước ngoài là bảo chứng doanh thu an

toàn hơn. Còn với các nền tảng phát hành phim trực tuyến, nhằm thu hút lượng người truy cập cao, họ cũng phải đầu tư mua bản quyền nhiều phim hoạt hình nước ngoài hơn.

Nội dung phim hoạt hình được khán giả Việt yêu thích đồng đảo có thể kể đến như: Cổ tích, công chúa – hoàng tử; Tình cảm gia đình, tình bạn, tình yêu thương động vật – thiên nhiên; Khoa học viễn tưởng,... Những phim hoạt hình này đem tới một thế giới đầy màu sắc, tình yêu thương và giàu tính nhân văn tới khán giả, có sức lôi cuốn với cả trẻ em và người lớn.

Các hãng phim hoạt hình nước ngoài mà các doanh nghiệp phim Việt Nam thường nhập khẩu hoặc mua bản quyền về phát hành gồm: Pixar Animation Studios (Mỹ), Walt Disney Animation Studios (Mỹ), Studio Ghibli (Nhật Bản), CoMix Wave Films (Nhật Bản), Iconix Entertainment (Hàn Quốc), Tuba Entertainment (Hàn Quốc), ...

Trong thời gian tới, xu hướng nhập khẩu, mua bản quyền và phát hành phim hoạt hình nước ngoài tại Việt Nam sẽ vẫn tiếp tục chiếm ưu thế, bởi phim hoạt hình Việt chưa thể đáp ứng đủ thị hiếu của khán giả Việt, trong khi đó lượng người hâm mộ phim hoạt hình ở Việt Nam là vô cùng đông đảo. Ngoài ra, theo cam kết quốc tế, Việt Nam không hạn chế số lượng phim nhập khẩu hàng năm. Do vậy, phim hoạt hình nước ngoài vẫn là điểm đến vô cùng hấp dẫn đối với khán giả mọi lứa tuổi ở Việt Nam.

Về việc hợp tác sản xuất phim hoạt hình, Việt Nam cũng đang tích cực đẩy mạnh mảng này với các đối tác quốc tế, nhằm học hỏi và nâng cao chất lượng phim nội địa. Hàn Quốc đang là một trong những đối tác tiềm năng về mảng hợp tác phim hoạt hình của Việt Nam. Điều này được thể hiện rõ qua sự kiện Korea – Vietnam Business Partnership 2021. Rất nhiều đơn vị phim hoạt hình Hàn Quốc đã mang đến những sản phẩm hoạt hình chất lượng cao đến giới thiệu với các doanh nghiệp và khán giả Việt Nam. Tham gia sự kiện giao thương Việt - Hàn này, các doanh nghiệp Việt có cơ hội giao lưu học hỏi và mở rộng hợp tác với các đơn vị có kinh nghiệm quốc tế và chuyên môn cao.