Không gian văn hóa đêm khu phố cổ Hà Nội: từ sản phẩm du lịch trải nghiệm đến biểu đạt bản sắc đô thị

Vũ Thị Nhung
Khoa Du lịch, Trường Đại học Công nghệ Đông Á, Việt Nam
nhungvt@eaut.edu.vn

Tóm tắt

Bài viết phân tích không gian văn hóa đêm tại khu phố cổ Hà Nội dưới góc nhìn văn hóa học và nhân học đô thị, tập trung vào ba nội dung: (1) biểu hiện của không gian văn hóa đêm như một dạng sản phẩm du lịch trải nghiệm đặc thù; (2) vai trò của không gian đêm trong việc tái hiện và biểu đạt bản sắc đô thị Hà Nội; (3) những biến đổi văn hóa và thách thức đặt ra trong quá trình thương mại hóa không gian đêm phục vụ du lịch. Bằng phương pháp quan sát thực địa, phân tích tài liệu thứ cấp và tiếp cận liên ngành du lịch học, văn hóa học và nhân học đô thị, nghiên cứu cho thấy không gian văn hóa đêm phố cổ không đơn thuần là không gian tiêu dùng hay kinh doanh du lịch, mà là một không gian thực hành văn hóa đô thị phức hợp - nơi ký ức tập thể, bản sắc địa phương và các tương tác xã hội đương đại cùng tồn tại trong quá trình đàm phán và tái kiến tạo các giá trị văn hóa. Đồng thời, sự phát triển của du lịch đêm đang tái cấu trúc hình ảnh điểm đến Hà Nội, chuyển dịch từ di sản tĩnh sang một không gian trải nghiệm văn hóa động - nhưng cũng đặt ra những nguy cơ về thương mại hóa bản sắc và xói mòn tính nguyên bản.

Nhận 26/05/2026
Được duyệt 30/06/2026
Công bố 01/11/2026

Từ khóa
Không gian văn hóa đêm, du lịch trải nghiệm, phố cổ Hà Nội, bản sắc đô thị, kinh tế đêm.

® 2026 Journal of Science and Technology - NTTU

1 Đặt vấn đề

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và sự cạnh tranh ngày càng mạnh mẽ giữa các điểm đến, không gian đô thị về đêm không chỉ thu hút sự quan tâm của giới nghiên cứu mà còn trở thành một ưu tiên trong các chính sách phát triển đô thị, du lịch và văn hóa ở nhiều quốc gia. Các nghiên cứu về kinh tế đêm cho thấy hoạt động về đêm có thể đóng góp vào phát triển kinh tế và tạo thêm không gian cho đời sống văn hóa đô thị [1, 2]. London ban hành hướng dẫn xây dựng chiến lược ban đêm cho các địa phương [3], còn Tokyo đưa phát triển du lịch đêm vào Chiến lược Tokyo 2050 [4]. Ở Bangkok, Cơ quan Du lịch Thái Lan giới thiệu trải nghiệm ẩm thực đường phố về đêm tại Yaowarat [5], trong khi Seoul phát triển chương trình trình diễn ánh sáng bằng thiết bị bay trên sông Hangang để thu hút khách và kéo dài thời gian lưu trú [6]. Những ví dụ này cho thấy các địa phương có thể khai thác những nguồn lực khác nhau để phát triển hoạt động về đêm. Hà Nội cũng đang từng bước phát triển các sản phẩm du lịch đêm.

Kết luận số 80-KL/TW ngày 24/5/2024 của Bộ Chính trị đề cập Quy hoạch Thủ đô Hà Nội thời kỳ 2021–2030, tầm nhìn đến năm 2050 và Đồ án Điều chỉnh Quy hoạch chung Thủ đô Hà Nội đến năm 2045, tầm nhìn đến năm 2065 [7]. Định hướng phát triển kinh tế ban đêm được cụ thể hóa trong Đề án phát triển kinh tế ban đêm ở Việt Nam [8]. Trong 15 sản phẩm du lịch đêm được Hà Nội giới thiệu tháng 11/2023 có không gian đi bộ khu phố cổ và hồ Hoàn Kiếm, cùng các tour đêm tại Nhà tù Hỏa Lò, Hoàng thành Thăng Long và Văn Miếu - Quốc Tử Giám [9]. Báo cáo công bố năm 2025 ghi nhận chín không gian phố đi bộ và phố ẩm thực trên địa bàn thành phố [10]. Số liệu về khách tham quan ban ngày cho thấy lượt khách đến Nhà tù Hỏa Lò tăng lên gấp 1,73 lần (từ 456.710 lượt năm 2019 lên 790.416 lượt năm 2024), khách đến Hoàng thành Thăng Long tăng lên gấp 2,02 lần trong cùng giai đoạn [10]. Tổng lượng khách du lịch đến Hà Nội năm 2025 đạt 33,7 triệu lượt tăng 20,87% so với 2024, với doanh thu du lịch ước đạt 134,46 nghìn tỷ đồng (tương đương 5,1 tỷ USD), tăng 21,5% [11, 12]. Tuy nhiên, phần lớn nghiên cứu về du lịch đêm tại Hà Nội tiếp cận chủ yếu từ góc độ quản lý điểm đến và hiệu quả kinh tế [13, 14, 15]. Còn ít nghiên cứu đặt câu hỏi sâu hơn: không gian đêm phố cổ là loại không gian văn hóa gì? Nó biểu đạt điều gì về bản sắc đô thị Hà Nội? Những thực hành văn hóa nào đang diễn ra? Và những căng thẳng nào đang tồn tại giữa phát triển du lịch và

https://doi.org/10.55401/catp3w77

bảo tồn đời sống cộng đồng bản địa? Đây chính là khoảng trống mà nghiên cứu này hướng tới.

Từ góc nhìn của nhà nghiên cứu văn hóa du lịch, nghiên cứu đặt ra ba mục tiêu: (1) phân tích các biểu hiện đa chiều của không gian văn hóa đêm (VHĐ) trong khu phố cổ Hà Nội; (2) làm rõ vai trò của không gian đêm (KGĐ) như một sản phẩm du lịch trải nghiệm văn hóa đặc thù; và (3) phân tích những biến đổi văn hóa và các thách thức đặt ra trong quá trình thương mại hóa không gian đêm phục vụ du lịch.

2 Tổng quan nghiên cứu

2.1 Nghiên cứu về kinh tế đêm và không gian VHĐ đô thị

Kinh tế đêm (night-time economy) là khái niệm mô tả tổng thể các hoạt động kinh tế, xã hội và văn hóa diễn ra từ sau 18 giờ tại không gian đô thị [2]. Bianchini [1] là một trong những học giả đầu tiên nhấn mạnh tiềm năng văn hóa của đô thị về đêm, coi đó không chỉ là không gian giải trí mà còn là "các sáng kiến văn hóa nhằm đưa con người trở lại thành phố". Rowe và Bavinton [16] mở rộng luận điểm này khi xem kinh tế đêm như môi trường để bản sắc cộng đồng được thực hành và biểu đạt.

Tại Việt Nam, Nguyen và cộng sự [2] trong nghiên cứu về kinh tế đêm tại Hà Nội chỉ ra rằng hiệu quả và tính bền vững của kinh tế đêm phụ thuộc đồng thời vào cơ sở hạ tầng lẫn sự tham gia chủ động của cộng đồng và chất lượng trải nghiệm văn hóa được cung cấp. Bùi Nhật Quỳnh và Thân Trọng Thụy [13] đánh giá các sản phẩm du lịch đêm tại Hà Nội và khẳng định tiềm năng phát triển du lịch đêm gắn với văn hóa đô thị và trải nghiệm cộng đồng. Nghiên cứu của Vũ Thị Nhung [15] từ góc nhìn du khách cho thấy tính chân thực và sự gần gũi với đời sống cư dân là yếu tố then chốt tạo nên sức hấp dẫn đặc thù của du lịch đêm phố cổ đồng thời cũng chỉ ra những áp lực thương mại hóa đang tác động đến không gian VHĐ tại đây.

Nhìn chung, các nghiên cứu hiện có chủ yếu tiếp cận kinh tế đêm từ góc độ quản lý điểm đến, hiệu quả kinh tế và hành vi tiêu dùng của du khách. Còn thiếu vắng các nghiên cứu đặt câu hỏi về bản chất văn hóa của KGĐ không gian đó là gì, biểu đạt điều gì và đang biến đổi như thế nào. Đây chính là khoảng trống lý luận mà bài tham luận này hướng tới lấp đầy.

2.2 Nghiên cứu về du lịch trải nghiệm và bản sắc điểm đến

Pine và Gilmore [17] đặt nền tảng cho khái niệm "kinh tế trải nghiệm" luận điểm rằng giá trị kinh tế không còn đến từ hàng hóa hay dịch vụ mà đến từ những trải nghiệm đáng nhớ mang giá trị cảm xúc. Kim và cộng sự [18] xây dựng thang đo trải nghiệm du lịch đáng nhớ (Memorable Tourism Experience, MTE) gồm bảy chiều cạnh: sự thích thú, tính mới lạ, văn hóa địa phương, sự thư thái, ý nghĩa, sự tham gia và kiến thức. Richards [19] trong tổng quan nghiên cứu về du lịch văn hóa nhấn mạnh xu hướng dịch chuyển từ "du lịch văn hóa truyền thống" tập trung vào tham quan di tích sang "du lịch trải nghiệm văn hóa" ưu tiên sự tham gia vào đời sống văn hóa thực tiễn của cộng đồng. Ông cũng cảnh báo nguy cơ "đồng nhất hóa trải nghiệm" (experience homogenisation) khi nhiều điểm đến cùng khai thác các mô hình du lịch văn hóa tương tự, từ đó làm suy giảm tính đặc thù và tính chân thực của bản sắc địa phương. Trần Quốc Vượng, Trần Ngọc Thêm và Ngô Đức Thịnh [20, 21, 22] từ góc nhìn văn hóa học Việt Nam đều nhấn mạnh tính cộng đồng, chiều sâu lịch sử và khả năng tiếp biến văn hóa là những đặc trưng cốt lõi của văn hóa đô thị Thăng Long Hà Nội nền tảng để đánh giá giá trị trải nghiệm của KGĐ phố cổ.

2.3 Khoảng trống nghiên cứu

Mặc dù các nghiên cứu về kinh tế đêm, du lịch trải nghiệm và bản sắc đô thị đều đã được thực hiện ở các mức độ khác nhau, song chưa có nghiên cứu nào tiếp cận không gian VHĐ phố cổ Hà Nội từ góc nhìn liên ngành kết hợp văn hóa học, nhân học đô thị và du lịch học. Cụ thể, chưa có công trình nào phân tích đồng thời: (1) các hình thái không gian VHĐ như một hiện tượng văn hóa đô thị phức hợp; (2) vai trò của KGĐ trong biểu đạt bản sắc đô thị đương đại; và (3) những căng thẳng cấu trúc giữa thương mại hóa và bảo tồn giá trị văn hóa bản địa.

3 Cơ sở lý luận

3.1 Lý thuyết sản xuất không gian

Henri Lefebvre trong tác phẩm The Production of Space [23] lập luận rằng không gian không phải là thực thể vật lý trung tính mà là sản phẩm của các quan hệ xã hội, thực hành văn hóa và quyền lực. Ông phân biệt ba chiều kích của không gian: không gian được tri giác thực hành không gian hằng ngày; không gian được biểu đạt không gian của các nhà quy hoạch và chính sách; và không gian được sống không gian của ký ức, tưởng tượng và ý nghĩa văn hóa. Khung lý thuyết này cho phép phân tích KGĐ phố cổ như một thực thể được kiến tạo đồng thời bởi chính sách phát triển kinh tế đêm, thực hành hằng ngày của cư dân và du khách và ký ức văn hóa đô thị tích luỹ qua nhiều thế hệ.

Bổ sung cho Lefebvre, Yi-Fu Tuan và Edward Relph [24, 25] đưa ra khái niệm "cảm thức nơi chốn" nhấn

mạnh rằng giá trị của không gian được tạo nên không chỉ từ yếu tố vật chất mà còn từ ký ức, cảm xúc và trải nghiệm sống của con người trong không gian đó. Đây là cơ sở lý thuyết để phân tích vì sao KGĐ phố cổ tạo ra cảm giác "Hà Nội xưa" và kết nối du khách với chiều sâu lịch sử của đô thị.

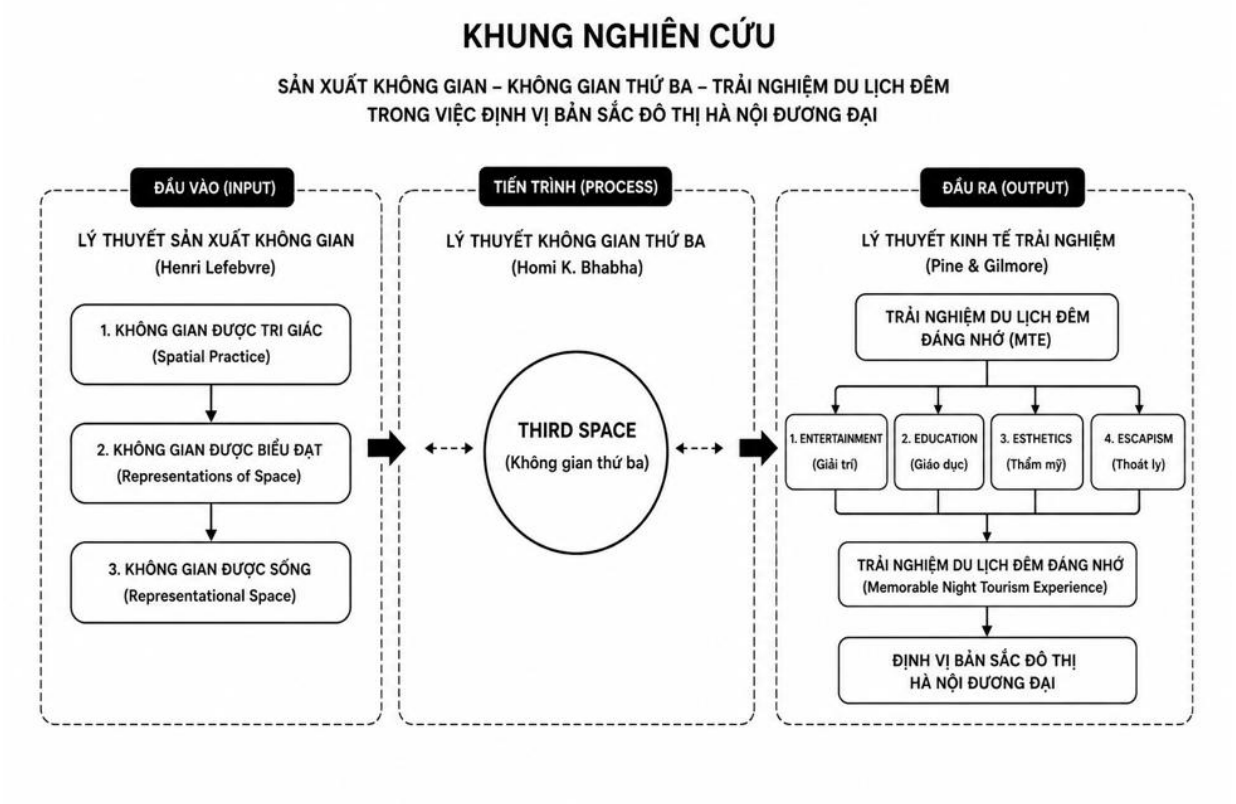
3.2 Khái niệm bản sắc đô thị và "không gian thứ ba"

Homi Bhabha [26] đưa ra khái niệm "không gian thứ ba" để mô tả những không gian văn hóa nơi các căn tính văn hóa không phải là thực thể cố định mà được kiến tạo liên tục thông qua quá trình thương lượng giữa các yếu tố truyền thống và đương đại, bản địa và ngoại lai. Khái niệm này có giá trị đặc biệt trong phân tích KGĐ phố cổ nơi văn hóa Hà Nội truyền thống, ảnh hưởng văn hóa Pháp thuộc, xu hướng tiêu dùng đương đại và kỳ vọng của du khách quốc tế cùng tương tác và đàm phán để tạo nên một bản sắc đô thị đang vận động. Tiếp nối truyền thống văn hóa học Việt Nam, Trần Quốc Vượng và Ngô Đức Thịnh [20, 22] nhấn mạnh rằng bản sắc văn hóa Hà Nội được duy trì chính nhờ khả năng tiếp biến và tái tạo trong đời sống hiện đại – luận điểm phù hợp và bổ trợ cho khung lý thuyết "không gian thứ ba" của Bhabha.

3.3 Lý thuyết kinh tế trải nghiệm và trải nghiệm du lịch đáng nhớ

Pine và Gilmore [17] xác định bốn chiều kích của trải nghiệm: giải trí, giáo dục, thẩm mỹ và thoát ly. Bốn chiều kích này tạo thành khung phân tích để đánh giá chất lượng trải nghiệm du lịch đêm tại phố cổ Hà Nội. Kim và cộng sự [18] xây dựng thang đo MTE, trong đó sự tham gia và văn hóa địa phương là hai chiều cạnh của trải nghiệm đáng nhớ cung cấp tiêu chí để đánh giá và so sánh các sản phẩm du lịch đêm tại Hà Nội.

Dựa trên sự tổng hợp các cơ sở lý thuyết nêu trên, nghiên cứu thiết lập khung phân tích lý thuyết tích hợp:



Hình 1: Khung phân tích lý thuyết của nghiên cứu [17, 18, 23, 26]

Khung phân tích này đóng vai trò là kim chỉ nam logic, kết nối từ các chiều kích cấu trúc không gian đô thị (đầu vào) qua quá trình tương tác văn hóa thực tế (tiến trình) nhằm đo lường hiệu quả trải nghiệm và định vị bản sắc điểm đến Hà Nội đương đại (đầu ra).

4 Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng thiết kế nghiên cứu định tính với tiếp cận liên ngành, kết hợp văn hóa học, nhân học đô thị và du lịch học. Đây là hướng tiếp cận phù hợp với đối tượng nghiên cứu là không gian VHĐ một hiện tượng đô thị phức hợp.

Dữ liệu nghiên cứu được thu thập từ ba nguồn chính: (1) quan sát thực địa tại khu vực phố cổ và hồ Hoàn Kiếm trong khung giờ từ 18 giờ 00 phút đến 23 giờ 00 phút, tập trung vào các không gian tiêu biểu như phố Tạ Hiện, phố đi bộ Hàng Đào, Đồng Xuân và quảng trường Đông Kinh Nghĩa Thục; (2) phân tích tài liệu thứ cấp gồm các công trình nghiên cứu khoa học trong và ngoài

nước về kinh tế đêm và du lịch văn hóa đô thị; các văn bản chính sách (Kết luận số 80-KL/TW và Quyết định số 1129/QĐ-TTg) [7, 8]; thông tin thống kê về du lịch Hà Nội và tài liệu giới thiệu sản phẩm du lịch đêm [9, 10, 11]; và các bài viết truyền thông chuyên ngành có liên quan đến du lịch đêm Hà Nội; (3) đối chiếu kết quả khảo sát du khách đã công bố của tác giả [15]. Khung phỏng vấn bổ sung trình bày tại mục 4.1 nhằm thu thập thêm dữ liệu về những thay đổi trong sử dụng không gian và sinh hoạt về đêm.

Tư liệu định tính được xử lý bằng phương pháp phân tích chủ đề [27] qua bốn bước:

- Làm quen với dữ liệu: hệ thống hóa và đọc lại nhật ký thực địa cùng các tư liệu định tính được sử dụng.
- Tạo mã ban đầu: gắn mã cho các đơn vị dữ liệu liên quan đến "thực hành không gian", "xung đột lợi ích", "tái tạo bản sắc".
- Tìm kiếm và rà soát chủ đề: Nhóm các mã tương đồng thành 3 chủ đề cốt lõi: 1) Sự hỗn biến của không gian thực hành VHĐ; 2) Xu hướng thương mại hóa và "đồng nhất hóa" di sản; 3) Chiến lược thích ứng và đàm phán không gian của cộng đồng cư dân.
- Xác định và đặt tên chủ đề: đối chiếu trực tiếp với khung lý thuyết của Lefebvre và Bhabha [23, 26] để đảm bảo tính học thuật.

Quy trình phân tích theo hướng diễn giải, tập trung vào ba nội dung: hình thái biểu hiện của không gian VHĐ, sự biểu đạt bản sắc đô thị và những biến đổi trong quá trình phát triển du lịch đêm. Nhật ký thực địa, tài liệu thứ cấp và kết quả khảo sát đã công bố được đối chiếu để kiểm tra cách diễn giải. Phạm vi nghiên cứu tập trung tại khu vực phố cổ Hà Nội và hồ Hoàn Kiếm trong giai đoạn 2019-2025; Quá trình quan sát thực địa được tiến hành liên tục trong 12 tuần (tháng 9 đến tháng 11 năm 2025), tập trung vào các tối thứ sáu, thứ bảy và chủ nhật (khung giờ 18 giờ đến 23 giờ). Dữ liệu thu thập bao gồm: nhật ký thực địa ghi nhận mật độ giao tiếp, loại hình biểu diễn nghệ thuật và hành vi tiêu dùng của 3 nhóm đối tượng (cư dân bản địa, du khách trong nước, và du khách quốc tế).

4.1 Khung phỏng vấn bán cấu trúc của tác giả

Khảo sát du khách đã công bố của tác giả thu được 207 phiếu hợp lệ trên 220 phiếu điều tra [15]. Khung phỏng vấn bán cấu trúc dưới đây được đề xuất để bổ sung góc nhìn của cư dân, hộ kinh doanh và du khách tại trục Tạ Hiện - Lương Ngọc Quyến. Các nhóm được hỏi về cùng một địa bàn nhưng tập trung vào những trải nghiệm mà từng nhóm có thể trực tiếp mô tả.

Với cư dân, tác giả dự kiến hỏi các hoạt động về đêm đã thay đổi sinh hoạt và việc sử dụng vỉa hè như thế nào, vào khung giờ nào và tại đoạn phố nào. Với hộ kinh doanh, câu hỏi tập trung vào các loại hình dịch vụ, thay đổi về khách và chi phí thuê. Nếu người tham gia đồng ý chia sẻ, tác giả đề nghị đối chiếu mức thuê của cùng một mặt bằng ở các mốc thời gian có thể so sánh. Với du khách, câu hỏi tập trung vào hoạt động họ đã tham gia và chi tiết khiến trải nghiệm phố cổ khác với những nơi họ từng đến.

Trước mỗi cuộc trao đổi, tác giả xin phép ghi âm hoặc ghi chép và thống nhất cách sử dụng thông tin. Phiếu ghi chép dự kiến gồm mã người tham gia, nhóm đối tượng, thời điểm, địa điểm và nội dung trao đổi. Các ý kiến về cơ cấu dịch vụ sẽ được đối chiếu với kiểm kê cơ sở kinh doanh theo một phạm vi và khung giờ xác định. Ý kiến về giá thuê sẽ được đối chiếu với hợp đồng, hồ sơ hoặc dữ liệu thuê có thể kiểm tra. Kết quả từ khung phỏng vấn này sẽ được trình bày sau khi có dữ liệu thực tế và đối chiếu với ghi chép gốc.

5 Kết quả nghiên cứu

5.1 Không gian ẩm thực đêm nơi văn hóa được thực hành qua vị giác

Trong cấu trúc không gian VHĐ phố cổ Hà Nội, ẩm thực đêm là yếu tố nổi bật và dễ tiếp cận nhất đối với du khách. Các hàng quán vỉa hè trên phố Tạ Hiện không chỉ là nơi ăn uống mà còn là không gian giao tiếp xã hội, nơi nhịp sống đông đúc, tiếng ồn và sự tương tác cộng đồng tạo nên một trải nghiệm bản địa đặc trưng phản ánh "không gian sống" được hình thành từ thực hành văn hóa thường nhật của cư dân đô thị theo quan điểm của Lefebvre [23]. Chợ đêm Đồng Xuân và các tuyến phố đi bộ quanh hồ Hoàn Kiếm tiếp tục là những KGĐ sôi động, thu hút đông đảo du khách với các hoạt động biểu diễn nghệ thuật đường phố, chợ đêm ngoài trời và trải nghiệm ẩm thực đa dạng [10, 28]. Theo Bùi Nhật Quỳnh và Thân Trọng Thụy [13], đây là những sản phẩm du lịch đêm tiêu biểu góp phần gia tăng sức hấp dẫn của du lịch Hà Nội.

Khảo sát ô phố năm 2005 trong báo cáo HAIDEP ghi nhận ba cơ sở tại Tạ Hiện và hai cơ sở tại Lương Ngọc Quyến thuộc nhóm nhà hàng, quán bar, karaoke và cà phê trong phạm vi các đoạn phố được khảo sát [29]. Năm 2024, báo Dân trí ghi nhận quán bia, quán ăn, quán bar và quán cà phê là những loại hình phổ biến tại các điểm còn hoạt động sau nửa đêm trên trục này [30]. Ở phạm vi rộng hơn của khu phố cổ, một chủ quán ăn gần giao điểm Hàng Mã, Hàng Khoai, Hàng Lược cho biết chi phí thuê mặt bằng năm 2025 là 35 triệu đồng mỗi

tháng [31]. Trường hợp này minh họa áp lực chi phí mà hộ kinh doanh ăn uống có thể gặp phải. Sự tập trung của dịch vụ ăn uống và giải trí cũng đặt ra câu hỏi về việc duy trì không gian cho sinh hoạt cư dân và các thực hành văn hóa thường nhật khi hoạt động kinh doanh về đêm mở rộng.

Dưới góc nhìn văn hóa học, Trần Quốc Vượng, Trần Ngọc Thêm và Ngô Đức Thịnh [20, 21, 22] đều nhấn mạnh tính cộng đồng và sự linh hoạt của văn hóa đô thị Việt Nam, được thể hiện rõ qua văn hóa ăn đêm và sinh hoạt phố đêm Hà Nội. Những món ăn như bún bò, phở, bánh mì và xôi có thể gợi nhớ nếp ăn uống trong đời sống đô thị. Riêng phở Hà Nội được đưa vào Danh mục di sản văn hóa phi vật thể quốc gia năm 2024 ở loại hình tri thức dân gian [32]. Khi du khách ngồi trên chiếc ghế nhựa thấp bên vỉa hè, húp bát phở trong tiếng ồn náo nhiệt của phố đêm, họ không chỉ tiêu thụ một bữa ăn mà đang "bước vào" một không gian văn hóa và thực hành một nghi thức đô thị đặc trưng của Hà Nội. Tripadvisor xếp Hà Nội đứng đầu hạng mục điểm đến ẩm thực tốt nhất thế giới năm 2024 [33]. Từ góc nhìn của nghiên cứu này, ăn uống về đêm ở phố cổ là một cách để du khách tiếp cận đời sống ẩm thực Hà Nội.

5.2 Không gian trình diễn văn hóa và nghệ thuật đường phố

KGĐ phố cổ ngày càng trở thành không gian văn hóa mở với nhiều hình thức trình diễn nghệ thuật đa dạng. Các hoạt động âm nhạc đường phố tại khu vực hồ Hoàn Kiếm từ guitar, violin đến nhạc cụ dân tộc, góp phần tạo nên sắc thái âm thanh đặc trưng của đêm Hà Nội và gia tăng tính tương tác văn hóa trong không gian công cộng [10]. Nhà hát Múa rối Thăng Long là điểm nhấn quan trọng trong trải nghiệm du lịch đêm phố cổ, nghệ thuật múa rối nước là hình thức biểu đạt văn hóa truyền thống đặc sắc, góp phần kết nối du khách với bản sắc văn hóa Thăng Long, Hà Nội [9, 10].

Theo Sở Văn hóa và Thể thao Hà Nội [9], Hà Nội đã giới thiệu 15 sản phẩm du lịch đêm tiêu biểu, nổi bật như: tour đêm phố cổ, tour đêm giải mã Hoàng thành Thăng Long, tour đêm tại Nhà tù Hỏa Lò và tour đêm Văn Miếu – Tinh hoa đạo học. Các sản phẩm này cho thấy xu hướng dịch chuyển từ tham quan truyền thống sang mô hình du lịch trải nghiệm kết hợp ánh sáng, trình diễn và kể chuyện lịch sử. Số liệu về khách tham quan ban ngày cho thấy lượt khách đến Hỏa Lò tăng lên gấp 1,73 lần từ 456.710 lượt (năm 2019) lên 790.416 lượt (năm 2024); Hoàng thành Thăng Long tăng lên gấp 2,02 lần từ 385.032 lượt (năm 2019) lên 777.910 lượt (năm 2024) [10]. Tổng doanh thu du lịch toàn thành phố năm 2025 ước đạt 5,1 tỷ USD, tăng trưởng 21,5% so với năm trước [12]. Những chỉ số này mô tả bối cảnh tăng trưởng du lịch của Hà Nội. Từ phân tích các sản phẩm và hoạt động tại địa bàn nghiên cứu, bài viết nhận định KGĐ phố cổ vừa chịu áp lực thương mại hóa, vừa góp phần định hình hình ảnh Hà Nội như một điểm đến trải nghiệm văn hóa.

Trong bài phỏng vấn do cơ quan Báo và Phát thanh, Truyền hình Hà Nội công bố, PGS.TS Bùi Hoài Sơn cho rằng chất liệu dân gian có thể trở thành nguồn lực cho sáng tạo đương đại khi người làm nghề hiểu và tôn trọng truyền thống [34]. Trong bối cảnh đó, các hoạt động trình diễn nghệ thuật và tour đêm di sản không chỉ phục vụ nhu cầu giải trí của du khách mà còn góp phần tái hiện, truyền dẫn và làm sống động các giá trị văn hóa cộng đồng, bản sắc địa phương và ký ức lịch sử trong không gian đô thị đương đại.

5.3 Không gian ký ức đô thị và trải nghiệm bản sắc Hà Nội

Một trong những khía cạnh quan trọng của không gian VHĐ phố cổ là khả năng lưu giữ và tái hiện ký ức đô thị. Ánh sáng vàng trên những dãy nhà phố cổ hẹp lát đá, bóng mái nhà ống nhuốm màu thời gian, nhịp sống chậm về đêm, âm thanh từ các quán cà phê, hàng ăn và hoạt động đường phố tạo nên cảm nhận đặc trưng về "Hà Nội xưa" trong trải nghiệm của du khách. Theo tư liệu giới thiệu khu phố cổ của Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam [35], đây là khu vực lưu giữ dấu ấn lịch sử phát triển đô thị qua nhiều thời kỳ; Trần Quốc Vượng và Ngô Đức Thịnh [20, 22] cho rằng bản sắc văn hóa Hà Nội được hình thành từ sự giao thoa và tiếp biến của nhiều lớp văn hóa từ truyền thống Bắc Bộ, ảnh hưởng Trung Hoa đến dấu ấn kiến trúc và lối sống thời Pháp thuộc.

Khi nhịp sống ban ngày lắng xuống, nhịp sống về đêm phố cổ Hà Nội trở nên giàu cảm xúc. Ánh đèn phố cổ, kiến trúc cũ, ẩm thực đêm và âm thanh đường phố tạo cho du khách cảm giác kết nối với ký ức đô thị và chiều sâu lịch sử của Hà Nội. Theo Yi-Fu Tuan [24], cảm nhận về nơi chốn được hình thành thông qua trải nghiệm sống và ký ức gắn với không gian. Đồng thời, Trần Quốc Vượng [20] cho rằng Hà Nội là đô thị lưu giữ nhiều lớp văn hóa lịch sử đan xen trong đời sống thường nhật.

Những trải nghiệm như đi bộ trong khu phố cổ, thưởng thức ẩm thực đêm hay hòa mình vào không khí phố đi bộ đã tạo nên cảm giác "sống trong Hà Nội" thay vì chỉ tham quan Hà Nội. Theo Jin H. Kim và cộng sự [18], sự thích thú, sự tham gia và trải nghiệm văn hóa địa phương là những chiều cạnh góp phần tạo nên trải nghiệm đáng nhớ của du khách.

Cần nhấn mạnh rằng bản sắc KGĐ phố cổ không phải là sự tái hiện tĩnh của quá khứ mà là sự đan xen giữa truyền thống và hiện đại trong một không gian đô thị đang vận động. Một ví dụ là chương trình tại 22 Hàng Buồm từ ngày 24 đến ngày 26/11/2023, kết hợp trình diễn ánh sáng và âm nhạc dân gian đương đại trong không gian kiến trúc phố cổ [9]. Cách kết hợp này minh họa khả năng tái hiện ký ức đô thị bằng hình thức biểu đạt mới.

5.4 Không gian giao tiếp cộng đồng và tương tác xã hội

Không gian công cộng mở về đêm của phố cổ đặc biệt là khu vực xung quanh hồ Hoàn Kiếm và các tuyến phố đi bộ là nơi diễn ra những tương tác xã hội phong phú và đa chiều nhất. Đây là không gian hiếm hoi trong đô thị hiện đại Hà Nội nơi ranh giới giữa cư dân và du khách, giữa các thế hệ và các tầng lớp xã hội khác nhau trở nên linh hoạt hơn. Vào các tối cuối tuần, khu vực phố đi bộ Hàng Đào, chợ đêm Đồng Xuân tập trung đông đảo người dân và du khách. Hình ảnh các nhóm du khách quốc tế tại phố Tạ Hiện, các gia đình Hà Nội đưa trẻ em đi dạo quanh hồ, những người cao tuổi tập thể dục trước hồ Gươm, các nghệ sĩ trẻ biểu diễn tại quảng trường Đông Kinh Nghĩa Thục cho thấy tính đa dạng và tính cộng đồng của KGĐ Hà Nội [10, 36]. Chính tính chất giao lưu cộng đồng và sự gặp gỡ giữa nhiều nhóm xã hội trong cùng một không gian công cộng đã khiến trải nghiệm du lịch đêm phố cổ vượt ra ngoài phạm vi của một "sản phẩm du lịch" đơn thuần, trở thành môi trường để các giá trị văn hóa được thực hành và tái hiện trong đời sống đô thị đương đại.

Trong bối cảnh đó, cộng đồng cư dân bản địa không chỉ là đối tượng thụ động chịu tác động mà đóng vai trò là "chủ thể đàm phán" giữ gìn cảm thức nơi chốn. Việc duy trì sinh hoạt thường ngày và tạo điều kiện để cư dân tham gia tổ chức các hoạt động văn hóa có thể giúp KGĐ gắn với đời sống địa phương. Đây là một hướng để bản sắc phố cổ tiếp tục được thể hiện trong những hình thức sinh hoạt và trải nghiệm mới.

6 Thảo luận

6.1 Phố cổ về đêm như một sản phẩm du lịch trải nghiệm đặc thù

Từ kết quả nghiên cứu, có thể khẳng định rằng không gian VHĐ tại phố cổ Hà Nội đáp ứng đầy đủ bốn yếu tố của "kinh tế trải nghiệm" theo Pine và Gilmore [17]. Chiều kích giải trí thể hiện qua âm nhạc đường phố, biểu diễn hát xẩm, hát chèo, ca trù tại không gian phố đi bộ và các tour đêm di tích [9, 10, 28]. Yếu tố giáo dục hình thành qua việc du khách tiếp cận lịch sử và văn hóa Hà Nội bằng hình thức trải nghiệm trực tiếp tour "Giải mã Hoàng thành Thăng Long" tái hiện tiến trình phát triển kinh thành qua ánh sáng và kể chuyện lịch sử; tour đêm Nhà tù Hỏa Lò tái hiện ký ức chiến tranh qua không gian thực địa; tour đêm Văn Miếu – Quốc Tử Giám truyền đạt truyền thống hiếu học [9, 10]. Yếu tố thẩm mỹ được tạo nên bởi cảnh quan kiến trúc Pháp cổ nhà ống truyền thống, ánh đèn vàng, không gian mặt nước hồ Gươm lý giải vì sao phố đêm Hà Nội thường gợi cảm giác hoài niệm và khác biệt trong nhận thức của du khách [24, 25]. Yếu tố thoát ly thể hiện qua khả năng đưa du khách hòa mình vào nhịp sống đô thị bản địa, tạo nên những trải nghiệm du lịch đáng nhớ có giá trị cảm xúc sâu sắc [18].

Có thể đối chiếu phố cổ Hà Nội với Yaowarat ở Bangkok và Clarke Quay ở Singapore theo ba tiêu chí: nền không gian, cách tổ chức hoạt động và loại hình trải nghiệm nổi bật. Yaowarat kết hợp ẩm thực đường phố về đêm với các điểm di sản của khu phố người Hoa [5]. Clarke Quay tổ chức các khu ẩm thực và giải trí ven sông, gắn với việc bảo tồn và tái sử dụng các nhà kho cũ [37]. Tại phố cổ Hà Nội, nhà ở và cơ sở kinh doanh cùng hiện diện trong cấu trúc ô phố lịch sử, còn các hàng quán phục vụ du khách kéo dài hoạt động về đêm [29, 30]. Đặc trưng của trường hợp Hà Nội là sự đan xen giữa đời sống cư dân, di sản kiến trúc và hoạt động du lịch. Đối chiếu này giúp làm rõ cách bối cảnh địa phương định hình trải nghiệm văn hóa [19].

6.2 Biến đổi văn hóa và những thách thức trong phát triển KGĐ

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy những căng thẳng cấu trúc đáng lo ngại. Phố cổ Hà Nội đang đứng trước mâu thuẫn giữa nguyên tắc bảo tồn di sản, đòi hỏi duy trì tính xác thực của các giá trị lịch sử và văn hóa và phát triển du lịch đại chúng đòi hỏi liên tục thương mại hóa và làm mới các trải nghiệm. Nghiên cứu trường hợp phố Mã Mây ghi nhận sự gia tăng của cơ sở phục vụ khách du lịch và việc cải tạo nhà phố để mở nhà hàng hoặc khách sạn [38]. Trường hợp này giúp minh họa cách hoạt động du lịch tác động đến chức năng và diện mạo nhà phố trong khu vực di sản. Theo cách tiếp cận của Lefebvre [23], khi không gian đô thị bị chi phối bởi mục tiêu phát triển kinh tế và tiêu dùng, các chức năng xã hội và văn hóa nguyên gốc dễ bị thu hẹp hoặc thay thế.

Nghiên cứu này cũng xác nhận cảnh báo của Richards [19] về nguy cơ "đồng nhất hóa trải nghiệm": nhiều hoạt động đêm tại phố cổ ngày càng được tổ chức theo mô hình sự kiện hóa và trải nghiệm thị giác phục vụ nhu

cầu trải nghiệm nhanh, khiến trải nghiệm giữa các điểm đến trở nên giống nhau. Tuy nhiên, một số hoạt động biểu diễn ca trù, chèo, xẩm tại các đình cổ trong khu phố cổ; sinh hoạt văn hóa cộng đồng tại phố đi bộ cuối tuần vẫn cho thấy nỗ lực bảo tồn tính bản địa. Từ các quan sát trên, nghiên cứu đặt ra vấn đề cần khảo sát thêm: sức hút từ đời sống thường nhật của phố cổ có thể suy giảm khi hoạt động du lịch thu hẹp không gian dành cho các thực hành văn hóa địa phương. Khi cư dân mất vị trí là chủ thể văn hóa và trở thành "nhân vật nền" trong màn trình diễn du lịch, nền tảng tạo nên giá trị của không gian VHĐ cũng tan rã theo, đây là nghịch lý cốt lõi của du lịch đại chúng.

Kết quả này đồng thời bổ sung thực tiễn cho luận điểm "không gian thứ ba" của Bhabha [26]: KGĐ phố cổ không phải là nơi bản sắc văn hóa được bảo tồn nguyên vẹn mà là nơi nó liên tục được thương lượng, tái tạo và đôi khi đứng trước nguy cơ suy giảm tính nguyên bản dưới tác động của cư dân, du khách và cơ chế thị trường.

6.3 Hướng phát triển bền vững cho không gian VHĐ

Thứ nhất, đặt cư dân bản địa ở vị trí trung tâm của phát triển du lịch đêm. Theo Lefebvre [23], cư dân không chỉ là đối tượng chịu tác động mà phải là chủ thể sản xuất không gian văn hóa. Điều này thể hiện rõ trong các hoạt động như sinh hoạt gia đình, kinh doanh ẩm thực tại phố Tạ Hiện hay các hộ dân sống lâu đời trong khu phố cổ, chính đời sống thường nhật tạo nên "tính sống" của di sản. Sự tham gia của cộng đồng không chỉ là vấn đề đạo đức mà còn là điều kiện cần thiết để đảm bảo tính xác thực của sản phẩm du lịch văn hóa [15].

Thứ hai, phân vùng không gian hợp lý giữa hoạt động du lịch và không gian cư trú. Trong bối cảnh gia tăng áp lực du lịch tại khu vực trung tâm quanh hồ Hoàn Kiếm, việc phân tách không gian thương mại du lịch với khu vực sinh hoạt cư dân là cần thiết nhằm giảm xung đột sử dụng không gian. Kinh nghiệm quốc tế về quản lý và phát huy giá trị di sản đô thị, điển hình là mô hình tái sinh di sản tại Vancouver [39], cho thấy di sản có thể được bảo tồn đồng thời với việc khai thác các giá trị văn hóa phục vụ phát triển du lịch và kinh tế đô thị. Khung phát triển khu văn hóa Chinatown của Vancouver được xây dựng trên cơ sở các kế hoạch trước đó và những ưu tiên do các đối tác cộng đồng xác định [39]. Từ kinh nghiệm này, khi điều chỉnh phạm vi phố đi bộ, Hà Nội có thể tham vấn cư dân và hộ kinh doanh về giờ hoạt động, lối ra vào khu dân cư và cách sử dụng vỉa hè.

Thứ ba, xây dựng bộ tiêu chí chất lượng cho sản phẩm du lịch đêm dựa trên tính xác thực văn hóa. Các sản phẩm thành công như tour đêm Nhà tù Hỏa Lò, tour "Giải mã Hoàng thành Thăng Long" hay không gian ẩm thực đường phố tại Tạ Hiện [9, 10] cho thấy hiệu quả khi khai thác dựa trên câu chuyện lịch sử, ký ức đô thị và thực hành văn hóa sống phù hợp với quan điểm của Kim và cộng sự [18] về vai trò của sự thích thú và trải nghiệm văn hóa địa phương trong việc hình thành trải nghiệm du lịch đáng nhớ, thay vì chỉ dựa vào yếu tố trình diễn kỹ thuật.

Thứ tư, phát triển hệ sinh thái VHĐ đa dạng và linh hoạt. Theo Richards [19], du lịch văn hóa bền vững cần dựa trên sự đa dạng của thực hành văn hóa và khả năng sáng tạo của cộng đồng địa phương. Điều này thể hiện qua việc duy trì song song cả các hoạt động có tổ chức lẫn các thực hành văn hóa tự phát biểu diễn nhạc dân gian cạnh các vũ đoàn trẻ, không gian sáng tạo đương đại cạnh nghệ thuật truyền thống. Chính sự đan xen giữa truyền thống và đương đại đã tạo nên sức sống đặc trưng của không gian VHĐ phố cổ, đồng thời là điều kiện để không gian đó tiếp tục là "không gian thứ ba" theo nghĩa của Bhabha [26] chứ không trở thành bảo tàng sống hay sân khấu du lịch.

7 Kết luận và khuyến nghị

Kết quả nghiên cứu cho thấy, không gian VHĐ phố cổ Hà Nội không chỉ là nơi diễn ra các hoạt động du lịch trải nghiệm mà còn là không gian tái hiện và lan tỏa bản sắc đô thị đương đại. Từ góc độ du lịch, không gian này góp phần quan trọng vào quá trình tái định vị hình ảnh điểm đến Hà Nội, từ một đô thị di sản truyền thống trở thành một thành phố có đời sống VHĐ đặc sắc và giàu sức hấp dẫn. Nghiên cứu cũng chỉ ra ba đóng góp khoa học chính.

- Thứ nhất, bằng việc vận dụng đồng thời lý thuyết sản xuất không gian [23], lý thuyết cảm thức nơi chốn [24, 25] và mô hình kinh tế trải nghiệm [17, 18], nghiên cứu cung cấp một khung phân tích liên ngành để luận giải KGĐ phố cổ như một sản phẩm du lịch trải nghiệm đặc thù gắn với cấu trúc phố nghề, sinh hoạt cư dân và dịch vụ du lịch trong khu vực di sản.
- Thứ hai, qua lăng kính "không gian thứ ba" của Bhabha [26], nghiên cứu chỉ ra rằng bản sắc đô thị Hà Nội không phải là một thực thể cố định được bảo tồn hay phô diễn, mà là một quá trình kiến tạo liên tục thông qua các thực hành văn hóa thường nhật của cư dân, nghệ sĩ, hộ kinh doanh và du khách trong KGĐ.
- Thứ ba, nghiên cứu nhận diện và phân tích nghịch lý cốt lõi của phát triển du lịch đêm tại phố cổ: chính tính bản địa và tính chân thực đang thu hút ngày càng nhiều du khách, và chính áp lực từ đó đang dần làm mòn những yếu tố tạo nên sức hút ban đầu một vấn đề mang tính cấu trúc đòi hỏi giải pháp quản trị căn cơ.

Về khuyến nghị chính sách: (1) các cơ quan quản lý du lịch và di sản cần xây dựng khung phân vùng KGĐ rõ ràng, bảo đảm quyền lợi và sự tham gia của cư dân bản địa song song với khai thác du lịch; (2) cần thiết lập bộ tiêu chí chất lượng cho sản phẩm du lịch đêm dựa trên giá trị văn hóa xác thực, không chỉ tập trung vào kỹ thuật trình diễn; (3) ưu tiên hỗ trợ các hoạt động văn hóa cộng đồng tự phát và mang tính bản địa thay vì chỉ đầu tư vào các sự kiện có tổ chức.

Cuối cùng, nghiên cứu đề xuất mở rộng hướng tiếp cận liên ngành kết hợp văn hóa học, du lịch học và nhân học đô thị trong nghiên cứu về các đô thị di sản Việt Nam, khi Hà Nội, TP. Hồ Chí Minh và Hội An đều đang đứng trước những câu hỏi tương tự về phát triển kinh tế đêm và bảo tồn bản sắc văn hóa đô thị. Phát triển không gian VHĐ phố cổ không chỉ là hiện tượng du lịch đô thị, mà là sự hiện thực hóa các định hướng quốc gia về kinh tế ban đêm theo Quyết định số 1129/QĐ-TTg [8] và cần được nhìn nhận trước hết như một dự án văn hóa cộng đồng.

Tài liệu tham khảo

[1] Bianchini, F. (1995). Night cultures, night economies. *Planning Practice & Research, 10*(2), 121–126. https://doi.org/10.1080/02697459550036667

[2] Nguyen, N. S., Nguyen, T. P. T., Ngo, Q. D., Bui, T. T. H., & Vu, N. X. (2023). Determinants of the sustained development of the night-time economy: The case of Hanoi, capital of Vietnam. *Journal of Risk and Financial Management, 16*(8), Article 351. https://doi.org/10.3390/jrfm16080351

[3] Greater London Authority. (n.d.). *Nighttime strategy guidance.* https://www.london.gov.uk/programmes-strategies/arts-and-culture/24-hour-london/night-time-strategy-guidance

[4] Tokyo Metropolitan Government. (2025). *2050 Tokyo strategy.* https://www.seisakukikaku.metro.tokyo.lg.jp/documents/d/seisakukikaku/2050tokyo_english-pdf

[5] Tourism Authority of Thailand. (2020, January 9). *The adventure through Bangkok's Chinatown.* https://www.tourismthailand.org/Articles/the-adventure-through-bangkok-s-chinatown

[6] Seoul Metropolitan Government. (2025, July 9). *Hangang drone light show.* https://english.seoul.go.kr/seoul-policy-archive/hangang-drone-light-show/

[7] Bộ Chính trị. (2024, 24 tháng 5). *Kết luận số 80-KL/TW về Quy hoạch Thủ đô Hà Nội thời kỳ 2021–2030, tầm nhìn đến năm 2050 và Đồ án Điều chỉnh Quy hoạch chung Thủ đô Hà Nội đến năm 2045, tầm nhìn đến năm 2065.* https://tulieuvankien.dangcongsan.vn/he-thong-van-ban/van-ban-cua-dang/ket-luan-so-80-kltw-ngay-2452024-cua-bo-chinh-tri-ve-quy-hoach-thu-do-ha-noi-thoi-ky-2021-2030-tam-nhin-den-10420

[8] Thủ tướng Chính phủ. (2020, 27 tháng 7). *Quyết định số 1129/QĐ-TTg phê duyệt Đề án phát triển kinh tế ban đêm ở Việt Nam.* https://vanban.chinhphu.vn/default.aspx?docid=200607&pageid=27160

[9] Sở Văn hóa và Thể thao Hà Nội. (2023, 27 tháng 11). *Hà Nội ra mắt 15 sản phẩm du lịch đêm đặc sắc.* https://sovhtt.hanoi.gov.vn/ha-noi-ra-mat-15-san-pham-du-lich-dem-dac-sac/

[10] Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. (2025, 9 tháng 7). *Hà Nội: Du lịch đêm góp phần kích thích tăng trưởng khách tham quan du lịch.* https://bvhttdl.gov.vn/ha-noi-du-lich-dem-gop-phan-kich-thich-tang-truong-khach-tham-quan-du-lich-20250708163445156.htm

[11] VietnamPlus. (2026, 4 tháng 1). *Hà Nội đón hơn 33 triệu lượt khách du lịch trong năm 2025.* https://www.vietnamplus.vn/ha-noi-don-hon-33-trieu-luot-khach-du-lich-trong-nam-2025-post1086469.vnp

[12] VietnamPlus. (2026, January 7). *Hanoi welcomes over 33 million visitors in 2025.* https://en.vietnamplus.vn/hanoi-welcomes-over-33-million-visitors-in-2025-post335379.vnp

[13] Bùi, N. Q., & Thân, T. T. (2017). Đánh giá sự phát triển của các sản phẩm du lịch đêm tại thành phố Hà Nội. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh, 14*(5), 103–111. https://doi.org/10.54607/hcmue.js.14.5.2166(2017)

[14] Nguyễn, P. H. (2001). Du lịch đêm Hà Nội. *Tạp chí Du lịch Việt Nam*, (8), 34–35.

[15] Vũ, T. N. (2024). Phát triển du lịch đêm tại phố cổ Hà Nội, một nghiên cứu từ quan điểm của du khách. *Tạp chí Văn hóa Nghệ thuật*, (572). https://vanhoanghethuat.vn/phat-trien-du-lich-dem-tai-pho-co-ha-noi-mot-nghien-cuu-tu-quan-diem-cua-du-khach-77756583.html

[16] Rowe, D., & Bavinton, N. (2011). Tender for the night: After-dark cultural complexities in the night-time economy. *Continuum, 25*(6), 811–825. https://doi.org/10.1080/10304312.2011.617875
[17] Pine, B. J., II, & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review, 76*(4), 97–105. https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy
[18] Kim, J. H., Ritchie, J. R. B., & McCormick, B. (2012). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel Research, 51*(1), 12–25. https://doi.org/10.1177/0047287510385467
[19] Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 36*, 12–21. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005
[20] Trần, Q. V. (2003). *Văn hóa Việt Nam: Tìm tòi và suy ngẫm.* Văn học.
[21] Trần, N. T. (1997). *Tìm về bản sắc văn hóa Việt Nam: Cái nhìn hệ thống – loại hình* (In lần thứ 2). Thành phố Hồ Chí Minh.
[22] Ngô, Đ. T. (2022). *Văn hóa vùng và phân vùng văn hóa Việt Nam.* Văn hóa dân tộc.
[23] Lefebvre, H. (1991). *The production of space* (D. Nicholson-Smith, Trans.). Blackwell. (Original work published 1974)
[24] Tuan, Y.-F. (1977). *Space and place: The perspective of experience.* University of Minnesota Press.
[25] Relph, E. (1976). *Place and placelessness.* Pion.
[26] Bhabha, H. K. (1994). *The location of culture.* Routledge.
[27] Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology, 3*(2), 77–101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa
[28] Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam. (n.d.). *Chợ đêm Đồng Xuân.* Cơ sở dữ liệu ngành Du lịch. https://csdl.vietnamtourism.gov.vn/shop/?item=637
[29] Japan International Cooperation Agency. (2007). *The comprehensive urban development programme in Hanoi capital city of the Socialist Republic of Vietnam (HAIDEP): Final report* (Vol. 3, Pilot projects). https://openjicareport.jica.go.jp/pdf/11856127_02.pdf
[30] Hữu Nghị, Mạnh Quân, & Thành Đông. (2024, 7 tháng 6). Ăn chơi ở Hà Nội sau 0h đêm. *Dân trí.* https://dantri.com.vn/du-lich/an-choi-o-ha-noi-sau-0h-dem-20240613012750436.htm
[31] Minh Khánh, & Quang Huy. (2025, 1 tháng 4). Khó khăn kéo dài, mặt bằng cho thuê tại Hà Nội tiếp tục bị trả lại. *VnEconomy*. https://vneconomy.vn/kho-khan-keo-dai-mat-bang-cho-thue-tai-ha-noi-tiep-tuc-bi-tra-lai.htm
[32] Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. (2024, 13 tháng 8). *17 di sản văn hóa phi vật thể được vào Danh mục Di sản văn hóa phi vật thể quốc gia.* https://bvhttdl.gov.vn/17-di-san-van-hoa-phi-vat-the-duoc-vao-danh-muc-di-san-van-hoa-phi-vat-the-quoc-gia-20240813171136882.htm
[33] Sở Văn hóa và Thể thao Hà Nội. (2024). *Hà Nội dẫn đầu hạng mục "Điểm đến ẩm thực tốt nhất thế giới năm 2024".* https://sovhtt.hanoi.gov.vn/ha-noi-dan-dau-hang-muc-diem-den-am-thuc-tot-nhat-the-gioi-nam-2024/
[34] Hoa Mai. (2026, 28 tháng 3). Sáng tạo từ di sản như thế nào? *Hà Nội Online.* https://hanoionline.vn/sang-tao-tu-di-san-nhu-the-nao-246391681.htm
[35] Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam. (n.d.). *Khu phố cổ Hà Nội.* Cơ sở dữ liệu ngành Du lịch. https://csdl.vietnamtourism.gov.vn/dest/?item=31
[36] Dang, H. L., Pham, T.-T.-H., & Boudreau, J.-A. (2025). Behavioral mapping and rhythmanalysis: Spatial and temporal patterns of pedestrian streets in Hanoi. *The Professional Geographer, 77*(3), 269–284. https://doi.org/10.1080/00330124.2025.2468680
[37] CapitaLand. (n.d.). *A guide to Clarke Quay.* https://www.capitaland.com/sg/en/shop/malls/tourist/SG/en/a-guide-to-clarke-quay.html
[38] Utsumi, S. (2019). Changes of the townscape by tourist business in the case of Ma May Street, Hanoi Old Quarter, Vietnam. *JAFIT International Tourism Review, 26*, 155–160. https://doi.org/10.24526/jafit.26.0_155
[39] City of Vancouver. (2024, June 12). *City Council approves cultural district framework to support Chinatown revitalization.* https://vancouver.ca/news-calendar/council-approves-framework-for-chinatown-revitalization-june-2024.aspx

Night-Time Cultural Space in Ha Noi Old Quarter: From an Experiential Tourism Product to the Expression of Urban Identity

Vu Thi Nhung
Faculty of Tourism, East Asia University of Technology, Viet Nam
nhungvt@eaut.edu.vn

Abstract
This paper analyzes the night-time cultural space in Ha Noi Old Quarter from the perspectives of cultural studies and urban anthropology, focusing on three dimensions: (1) the manifestations of night-time cultural space as a distinctive experiential tourism product; (2) the role of night-time space in reproducing and expressing Ha Noi's urban identity; and (3) the cultural changes and challenges arising from the commercialization of night-time space for tourism purposes. Using field observation, secondary document analysis, and an interdisciplinary approach that combines tourism studies, cultural studies, and urban anthropology, the study shows that the night-time cultural space of Ha Noi Old Quarter is not merely a space of consumption or tourism business activities, but rather a complex urban cultural practice space where collective memory, local identity, and contemporary social interactions coexist in a process of negotiating and reconstructing cultural values. At the same time, the development of night-time tourism is reshaping Ha Noi's destination image, shifting it from static heritage to a dynamic cultural experience space. However, this process also poses risks related to the commercialization of cultural identity and the erosion of authenticity.
Keywords: Night-time cultural space, experiential tourism, Ha Noi old quarter, urban identity, night-time economy.