

# NGOẠI GIAO GẤU TRÚC CỦA TRUNG QUỐC: CHIẾN LƯỢC XÂY DỰNG VỊ THẾ QUỐC GIA VÀ HÀM Ý CHO CHÍNH SÁCH ĐỐI NGOẠI VIỆT NAM

## CHINA'S PANDA DIPLOMACY: A STRATEGY FOR BUILDING NATIONAL STATUS AND IMPLICATIONS FOR VIETNAM'S FOREIGN POLICY

Trần Thị Thu Thủy<sup>1\*</sup>, Nguyễn Hùng Vương<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*Viện Triết học, Trường Đại học Kinh tế - Luật Trung Nam, Vũ Hán, Trung Quốc*

<sup>2</sup>*Trường Đại học Ngoại ngữ - Đại học Đà Nẵng, Việt Nam*

\*Tác giả liên hệ / Corresponding author: tranthithuthuy121199@gmail.com

(Nhận bài / Received: 01/3/2026; Sửa bài / Revised: 29/3/2026; Chấp nhận đăng / Accepted: 12/4/2026)

DOI: 10.31130/ud-jst.2026.24(5C).304

**Tóm tắt** - Ngoại giao gấu trúc của Trung Quốc nổi lên như một công cụ quyền lực mềm trong ngoại giao công chúng, dựa trên sức hút của gấu trúc và hiệu ứng lan tỏa truyền thông. Trên cơ sở tổng quan tài liệu và đối chiếu nguồn dữ liệu công khai, nghiên cứu làm rõ khái niệm, cấu trúc và cơ chế vận hành mô hình “cho mượn” theo hợp đồng, gồm khung hợp tác bảo tồn, điều khoản sở hữu và hoàn trả, tiêu chuẩn chăm sóc kỹ thuật, cùng thực hành nghi lễ và truyền thông nhằm định hình thiện cảm xã hội. Kết quả cho thấy công cụ này có thể tạo đồng thuận xã hội và hỗ trợ bảo tồn, nhưng đồng thời kéo theo chi phí duy trì cao, tranh luận về phúc lợi động vật và rủi ro bị chính trị hóa khi quan hệ song phương biến động. Từ kinh nghiệm các nước tiếp nhận, Việt Nam cần nâng cao năng lực đọc tín hiệu, quản trị kỳ vọng dư luận và giữ vững nguyên tắc tự chủ để cân bằng lợi ích dài hạn trong quan hệ Việt Nam - Trung Quốc.

**Từ khóa** - ngoại giao gấu trúc; ngoại giao công chúng; quyền lực mềm; chính sách đối ngoại; quan hệ Việt Nam - Trung Quốc

### 1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh ngoại giao hiện đại, quyền lực mềm ngày càng được phát triển thông qua các biểu tượng có sự thu hút về cảm xúc, ít gây tranh cãi và dễ lan tỏa trên phương diện truyền thông. Trong đó, ngoại giao gấu trúc trở thành một chính sách đặc biệt trong đường lối ngoại giao của Trung Quốc. Gấu trúc vừa là loài đặc hữu gắn với bản sắc văn hóa Trung Hoa vừa mang tính “hiếm” khiến đối tác coi trọng, lại có khả năng được “đóng gói” dưới danh nghĩa hợp tác nghiên cứu và bảo tồn. Do đó, ngoại giao gấu trúc không thể bị giản lược thành hoạt động trao đổi giữa các sở thú mà cần được xem như một dạng ngoại giao công chúng và ngoại giao biểu tượng do nhà nước điều phối nhằm tạo thiện cảm xã hội và phát tín hiệu về trạng thái quan hệ song phương.

Thực tiễn cho thấy, cơ chế này đã được thể chế hóa rõ rệt khi Trung Quốc chuyển từ hình thức “trao tặng” sang mô hình “cho mượn” theo hợp đồng dài hạn từ năm 1984, tác động trực tiếp đến quan hệ giữa Trung Quốc và các đối tác. Tuy nhiên, vấn đề này mới được thảo luận dưới dạng các bài phân tích xã luận mô tả hiện tượng hoặc nhấn mạnh khía cạnh “dễ thương” của biểu tượng, chưa có những

**Abstract** - China's panda diplomacy has emerged as a soft power instrument in contemporary public diplomacy, driven by the panda's appeal and amplified by mass media. Drawing on a literature review and cross-checking with publicly available data, this study clarifies the concept, structure, and operating mechanisms of the contract-based panda “loan” model, including the conservation cooperation framework, ownership and repatriation clauses, technical care standards, and the ceremonial and communication practices that shape societal goodwill. The findings show that this instrument can foster public consensus and support conservation, yet it also entails high maintenance costs, recurring animal-welfare debates, and a heightened risk of politicisation when bilateral relations fluctuate. Based on recipient-country experiences, Vietnam should strengthen its capacity to interpret signals, manage public expectations, and uphold strategic autonomy to balance long-term interests in Vietnam-China relations.

**Key words** - panda diplomacy; public diplomacy; soft power; foreign policy; Vietnam - China relations

nghiên cứu đảm bảo tính hệ thống chính sách ngoại giao gấu trúc vận hành như một công cụ chính sách trong chiến lược đối ngoại thời đại mới, đặc biệt là cơ chế tín hiệu hóa quan hệ và những hệ quả mà nước tiếp nhận phải đối mặt khi công cụ này bị chính trị hóa trong bối cảnh cạnh tranh nước lớn.

Xuất phát từ khoảng trống nghiên cứu đó, nghiên cứu được lựa chọn nhằm làm rõ vai trò của “ngoại giao gấu trúc” như một công cụ quyền lực mềm của Trung Quốc, đồng thời rút ra những hàm ý chính sách đối ngoại cho Việt Nam.

### 2. Nội hàm chính sách ngoại giao gấu trúc của Trung Quốc

Ngoại giao gấu trúc là một chủ đề còn hạn chế trong các nghiên cứu tại Việt Nam nhưng lại là một mảnh ghép không thể phớt lờ trong bức tranh rộng lớn của quan hệ quốc tế ngày nay. Đây là một hình thức ngoại giao độc đáo và mang dấu ấn riêng của Trung Quốc. Trung Quốc sử dụng gấu trúc như một biểu tượng của sự dễ thương để tạo thiện cảm xã hội và nâng cao nhận thức của công chúng quốc tế về hình ảnh quốc gia [1]. Trên thực tế, ngoại giao gấu trúc không chỉ là việc trao đổi động vật giữa các sở thú mà là một chính sách được nhà nước điều phối, gấu trúc

<sup>1</sup> School of Philosophy, Zhongnan University of Economics and Law, Wuhan, China (Tran Thi Thu Thuy)

<sup>2</sup> The University of Danang - University of Foreign Language Studies, Vietnam (Nguyen Hung Vuong)

được mô tả là một “sứ giả hữu nghị” mang hàm ý tín hiệu khi quan hệ song phương xảy ra biến động [2]. Ban đầu, gấu trúc được sử dụng để thiết lập và duy trì quan hệ ngoại giao, nhưng về sau, Trung Quốc sử dụng gấu trúc như một “công cụ” để triển khai ngoại giao công chúng và phục vụ mục tiêu kinh tế và bảo tồn. Trung Quốc chủ yếu thông qua cơ chế cho mượn gấu trúc theo hợp đồng gắn với hợp tác nghiên cứu, bảo tồn, qua đó nâng cao hình ảnh quốc gia, củng cố quan hệ ngoại giao và phát tín hiệu về mức độ “ấm lạnh” của quan hệ đối ngoại. Điểm quan trọng là, đây là một “công cụ” có tính độc quyền về nguồn cung, gấu trúc vốn là quốc bảo của Trung Quốc, nên khả năng triển khai hình thức ngoại giao mềm này nằm hoàn toàn trong tay Trung Quốc.

Về mục tiêu, ngoại giao gấu trúc chủ yếu phục vụ ba tầng mục tiêu: tầng hình ảnh; tầng quan hệ song phương và tầng bảo tồn và vị thế quốc tế. Việc sử dụng quốc bảo để làm biểu tượng ngoại giao tạo sự liên tưởng đến sự thân thiện và mong muốn củng cố quan hệ với nước tiếp nhận. Chủ thể điều phối chính của chính sách này là nhà nước và các tổ chức bảo tồn của Trung Quốc, phối hợp với các đối tác nước ngoài (sở thú/quốc gia tiếp nhận). Ví dụ, phía San Diego Zoo công bố ký thỏa thuận hợp tác với China Wildlife Conservation Association và nộp hồ sơ xin phép cơ quan quản lý Mỹ, cho thấy đây là chuỗi quy trình chính thức chứ không phải giao dịch tự phát [3].

Về cơ chế vận hành, chủ yếu là thỏa thuận hợp tác bảo tồn và hợp đồng cho mượn. Các đặc trưng phổ biến: cho mượn theo cặp, thời hạn phổ biến khoảng 10 năm, phí thường niên có thể lên tới khoảng 1 triệu USD, điều kiện nuôi dưỡng (bao gồm cơ sở vật chất, bảo hiểm, đội ngũ thú y, chế độ dinh dưỡng, kiểm dịch) [2]. Hơn nữa, cơ chế sở hữu và hoàn trả khá chặt chẽ, gấu trúc được coi là “tài sản” thuộc Trung Quốc theo cơ chế cho mượn, kể cả trong trường hợp gấu trúc con được sinh ra ở nước ngoài. Gấu trúc cho mượn sau khi hết hạn hợp đồng phải trở về Trung Quốc, và gấu trúc con sinh ở nước ngoài cũng được đưa về Trung Quốc khi đạt một độ tuổi nhất định để tham gia chương trình gây giống [4].

Về phương diện truyền thông, điểm mạnh của ngoại giao công chúng là “chạm” vào công chúng từ các hoạt động tiếp đón, nghi lễ đến truyền thông số (như tin tức, video, panda-cam) đã tạo nên hiệu ứng lan tỏa vượt khỏi kênh ngoại giao nhà nước. Ví dụ, khi gấu trúc sang San Diego năm 2024, truyền thông ghi nhận có cả nghi lễ đón tiễn, các hoạt động giao lưu nhằm nhấn mạnh “hữu nghị” và hợp tác bảo tồn [5].

Ở tầm chiến lược, ngoại giao gấu trúc đóng ba vai trò quan trọng trong chiến lược đối ngoại “thời đại mới” của Trung Quốc. *Một là*, là công cụ tạo thiện cảm xã hội để hỗ trợ ngoại giao nhà nước. Khi thiện cảm của công chúng nước tiếp nhận được gia tăng, môi trường dư luận sẽ thuận lợi hơn cho hợp tác, ít nhất là trong các lĩnh vực như du lịch, giáo dục, môi trường. *Hai là*, là tín hiệu hóa trạng thái quan hệ song phương. Việc ký kết, gia hạn, hoặc để hợp đồng kết thúc thường được truyền thông và công chúng hiểu như một tín hiệu “ấm lên” hay “lạnh đi” của quan hệ song phương. Gấu trúc đôi khi được dùng để thể hiện sự hài lòng, nhưng cũng có thể trở thành dấu hiệu cho thấy sự

bất đồng [2]. *Ba là*, gắn ngoại giao với câu chuyện “bảo tồn sinh thái”. Trung Quốc có cơ sở để kể câu chuyện thành tích bảo tồn: chính phủ Trung Quốc thông tin số lượng quần thể gấu trúc hoang dã trong tự nhiên tăng mạnh từ 1100 cá thể vào thập niên 1980 lên khoảng 1900 con hiện nay [6], [7].

### 3. Phương pháp luận nghiên cứu

#### 3.1. Cách tiếp cận lý thuyết

*Quyền lực mềm* được Joseph Nye định nghĩa rằng nó không chỉ là sự thuyết phục, mà còn là khả năng lôi cuốn và hấp dẫn khiến người khác tự nguyện quy thuận và đi theo. Theo cách tiếp cận này, ngoại giao gấu trúc không chỉ là một hoạt động hợp tác bảo tồn, mà còn là một công cụ thể hiện tình hữu nghị, thiện chí hoặc để tăng cường quan hệ ngoại giao với các nước khác [8].

*Ngoại giao công chúng* là cách thức một quốc gia giao tiếp, tương tác với nhân dân, công chúng hay các chủ thể phi nhà nước ở các xã hội khác. Đây còn là cách tiếp cận đa văn hóa, học hỏi lẫn nhau dựa trên đối thoại. Theo cách tiếp cận này, “gấu trúc” không chỉ là đối tượng bảo tồn mà là “sứ giả hữu nghị” được chính phủ Trung Quốc điều phối nhằm tác động trực tiếp đến dư luận nước tiếp nhận, tạo ra hiệu ứng lan tỏa truyền thông.

*Thuyết tín hiệu* trong quan hệ quốc tế nhấn mạnh rằng các quốc gia khó quan sát trực tiếp ý định và mức độ cam kết của nhau, nên phải dựa vào các hành động có thể quan sát được để giảm bất định và định hình kỳ vọng. Tín hiệu chỉ có giá trị khi đủ đáng tin, tức gắn với chi phí, ràng buộc hoặc rủi ro danh tiếng, chứ không chỉ là tuyên bố bằng lời.

#### 3.2. Phương pháp nghiên cứu

Nhóm tác giả thực hiện nghiên cứu định tính nhằm phân tích cách thức vận hành của ngoại giao gấu trúc của Trung Quốc, cụ thể:

*Phân tích trường hợp*: Nghiên cứu chọn ba trường hợp điển hình gồm Mỹ, Nhật Bản và Phần Lan nhằm làm rõ các cơ chế tác động khác nhau của ngoại giao gấu trúc, bao gồm: (1) nổi lại quan hệ ngoại giao trong bối cảnh cạnh tranh các nước lớn (trường hợp Mỹ); (2) tín hiệu ngoại giao cho thấy sự rạn nứt quan hệ hai bên (trường hợp Nhật); (3) sự tác động các yếu tố phi chính trị như chi phí vận hành và tài chính (trường hợp Phần Lan).

*Phân tích tài liệu*: rà soát và đối chiếu các nguồn học thuật, văn bản, thông cáo chính thức và báo chí quốc tế nhằm chuẩn hóa khái niệm, nhận diện cấu trúc chính sách và các thành tố vận hành của mô hình “cho mượn” gấu trúc.

*Phân tích tổng hợp*: hệ thống hóa các thông tin theo giai đoạn và theo chuỗi quyết định (ký mới, gia hạn, kết thúc), sau đó đối sánh với bối cảnh quan hệ song phương và phản ứng dư luận để rút ra mô hình vận hành và cơ chế tín hiệu hóa của ngoại giao gấu trúc.

Tuy nhiên, nghiên cứu chủ yếu phụ thuộc chủ yếu vào dữ liệu thứ cấp và các nguồn thông tin công khai, khả năng tiếp cận các tài liệu nội bộ còn hạn chế.

### 4. Hoạt động triển khai chính sách ngoại giao gấu trúc của Trung Quốc

Ngoại giao gấu trúc phát triển qua ba giai đoạn chính:

Giai đoạn 1: gấu trúc như quà tặng ngoại giao (từ năm 1950 đến năm 1983).

Ngoại giao gấu trúc được cho là do Mao Trạch Đông và Thủ tướng Chu Ân Lai khởi xướng, gấu trúc được “tặng” cho các quốc gia như là một biểu tượng của tình hữu nghị và sự hợp tác. Từ những năm 1950, chính phủ Trung Quốc đã bắt đầu tặng gấu trúc cho nhiều quốc gia nhằm mục đích duy trì và mở rộng quan hệ ngoại giao [9]. Việc trao tặng gấu trúc gắn với các đối tác lớn và các bước ngoặt quan hệ, trước hết với các nước xã hội chủ nghĩa, vào năm 1957, Trung Quốc tặng hai chú gấu trúc cho sở thú Moskva-Liên Xô (nay là Liên bang Nga), đánh dấu bước khởi đầu cho việc sử dụng gấu trúc như một phần trong chính sách ngoại giao [10], [11]. Khi đó, mối quan hệ giữa Liên Xô và Trung Quốc đang phát triển, và việc tặng gấu trúc là một cách để tăng cường quan hệ trong bối cảnh Cách mạng Trung Hoa. Lãnh đạo Liên Xô Khrushchev đã tuyên bố rằng “Hai chú gấu trúc này đã tô thêm ánh sáng mới cho tình hữu nghị Liên Xô và Trung Quốc” [12]. Tiếp sau đó, vào năm 1972 trong chuyến thăm tới Trung Quốc của Tổng thống Mỹ Nixon, chính phủ Trung Quốc đã tặng cho Mỹ hai con gấu trúc, đánh dấu lần đầu tiên gấu trúc được gửi đến Mỹ [13]. Đây là bằng chứng đầu tiên cho thấy ngoại giao gấu trúc nhận được sự quan tâm từ chính phủ trung ương. Kể từ đó, những năm tiếp theo, Trung Quốc tiếp tục mở rộng chương trình này bằng cách tặng những chú gấu trúc sang các quốc gia khác nhau như Đức, Pháp, Anh, Nhật Bản, Triều Tiên. Cách tiếp cận này đã dần trở thành một trong những chiến lược quan trọng trong chính sách ngoại giao của Trung Quốc. Trong suốt thời kỳ Chiến tranh Lạnh, Trung Quốc tiếp tục sử dụng ngoại giao gấu trúc để mở rộng ảnh hưởng và thiết lập mối quan hệ với các quốc gia đang phát triển, đặc biệt là những quốc gia chưa có quan hệ ngoại giao chặt chẽ với Liên Xô. Có thể nói, ngoại giao gấu trúc trong giai đoạn 1950-1982 chỉ là một mô hình quà tặng mang tính chính trị thuần túy. Đặc trưng của ngoại giao gấu trúc giai đoạn này là gấu trúc được coi như một món quà ngoại giao để xây dựng tình hữu nghị và tạo liên minh, “tặng” mang một ý nghĩa rất mạnh vì là trao quyền sở hữu, tạo cảm giác ưu ái đặc biệt. Các thống kê ghi nhận giai đoạn này có tới 09 quốc gia được nhận gấu trúc dưới hình thức “trao tặng” [2], [9].

Giai đoạn 2: cho mượn theo hợp đồng dài hạn (từ năm 1984 đến trước năm 2008)

Đến đầu năm 1982, dưới sự lãnh đạo của Đặng Tiểu Bình, Trung Quốc đã công bố “chính sách đối ngoại độc lập và hòa bình”, đánh dấu sự thay đổi trong mục tiêu ngoại giao gấu trúc. Sự suy giảm môi trường sống và số lượng loài giảm sút đã khiến Trung Quốc đáp ứng lời kêu gọi bảo vệ các loài động vật có nguy cơ tuyệt chủng. Do đó việc trao tặng trở nên khó duy trì, đồng thời Trung Quốc cần một cơ chế mới vừa giữ chủ quyền tài nguyên, vừa thu nguồn lực cho bảo tồn, từ đó đánh dấu sự kết thúc của mô hình quà tặng chính trị.

Từ năm 1984, chính quyền Bắc Kinh với chính sách “cải cách và mở cửa”, nhu cầu về quan hệ đối ngoại và nguồn vốn từ nước ngoài trở nên cấp thiết, buộc Trung Quốc chuyển từ tặng gấu trúc miễn phí sang cho thuê mượn theo hợp đồng [10]. Mô hình phổ biến là cho mượn khoảng

10 năm, phí thường niên có thể lên tới khoảng 1 triệu USD/năm. Điều này biến gấu trúc thành một công cụ ràng buộc trách nhiệm và hợp tác lâu dài.

Giai đoạn 3: gắn với hợp tác dài hạn và mạng lưới quan hệ (từ năm 2008 đến nay)

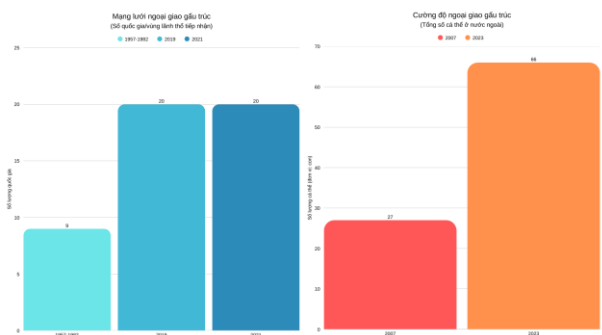
Đến thế kỷ 21, ngoại giao gấu trúc đã phát triển thành một công cụ ngoại giao mềm đặc trưng, gấu trúc đã trở thành “đại sứ” thúc đẩy quan hệ quốc tế, truyền tải hình ảnh tích cực của Trung Quốc và thể hiện cam kết bảo vệ môi trường. Trung Quốc ngày càng coi ngoại giao gấu trúc như một công cụ mang tính chiến lược trong chính sách đối ngoại, trong đó hình thức cho thuê gấu trúc đã được điều chỉnh, gắn chặt hơn với các mục tiêu chính trị và ngoại giao cụ thể. Do đó, số lượng các quốc gia được nhận và cho thuê gấu trúc được mở rộng, không còn chỉ giới hạn ở các quốc gia láng giềng như trước đây.

Nhiều nghiên cứu học thuật cũng lý giải bước chuyển này như một giai đoạn mới của ngoại giao gấu trúc sau năm 2008, khi mà nó vận hành trong quỹ đạo bảo tồn mới và gắn với sự trỗi dậy vị thế quốc tế của Trung Quốc. Trong nghiên cứu của K.C. Buckingham et al. [14], nhấn mạnh bối cảnh sau động đất Tứ Xuyên năm 2008 và sự gia tăng năng lực quốc gia là nền tảng thúc đẩy giai đoạn này. Ở góc độ thực chứng, một nghiên cứu của Oxford năm 2013 cho thấy thời điểm Trung Quốc cho mượn gấu trúc tới một số nước thường trùng với các hợp đồng hoặc thỏa thuận lớn, và nhiều trường hợp khác trùng với thời điểm ký kết hiệp định thương mại tự do [2].

Ngoại giao gấu trúc giai đoạn này được lồng ghép trong các chiến lược ngoại giao và kinh tế lớn của Trung Quốc, đặc biệt là trong Sáng kiến Vành đai và Con đường (BRI) nhằm thúc đẩy phát triển kinh tế tại các quốc gia dọc theo con đường tơ lụa. Trong khuôn khổ BRI, ngoại giao gấu trúc đóng vai trò như một công cụ để thực hiện các mục tiêu chính trị và ngoại giao. Trong những năm gần đây, Trung Quốc đã gửi gấu trúc tới các quốc gia như Hà Lan, Đan Mạch và Bỉ, các đối tác trong BRI, với các thỏa thuận về đầu tư thương mại và nghiên cứu bảo tồn. Cụ thể, vào năm 2017 Trung Quốc và vườn thú Copenhagen đã ký kết “thỏa thuận hợp tác nghiên cứu bảo tồn gấu trúc” với một khu nuôi với kiến trúc mang đậm phong cách truyền thống Trung Quốc, với tổng chi phí lên tới 1,5 tỷ Krone Đan Mạch [15]. Hà Lan - điểm khởi đầu của con đường tơ lụa trên bộ nối Trung Quốc với Tây Âu - cũng đã ký thỏa thuận hợp tác nghiên cứu bảo tồn gấu trúc với Trung Quốc. Với sự xuất hiện của hai chú gấu trúc Xingya và Wuwen vào năm 2017 không chỉ thúc đẩy quan hệ hữu nghị giữa hai nước mà còn giúp tăng cường hợp tác kinh tế, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp Trung Quốc tiếp cận thị trường châu Âu. Ở Bỉ, chú gấu trúc Tianbao, sinh ra tại vườn thú Pairi Daiza đã trở thành biểu tượng chứng kiến tiến trình hợp tác giữa Trung Quốc và các thành viên của Ngân hàng Đầu tư Cơ sở hạ tầng châu Á (AIIB).

Có thể thấy ngoại giao gấu trúc của Trung Quốc đã chuyển dịch rõ từ logic rộng sang sâu. Trước năm 1982, gấu trúc chủ yếu được tặng theo kiểu dàn trải mang tính biểu tượng nhiều hơn là một cơ chế hợp tác bền chặt. Tuy nhiên, đến những năm 2020, Trung Quốc không chỉ duy trì

ổn định mạng lưới khoảng 20 quốc gia trọng điểm mà còn gia tăng đáng kể số lượng cá thể trên mỗi quốc gia, từ 27 lên 66 con [1], cho thấy cường độ và độ “thâm nhập” của quyền lực mềm ngày càng sâu sắc. Nói cách khác, gấu trúc không chỉ là loài vật đáng yêu, mà còn là một phần của cơ chế hợp tác dài hạn, trong đó các nước tiếp nhận tham gia mạng lưới nghiên cứu, gây giống và bảo tồn, đồng thời gánh các chi phí và nghĩa vụ tương ứng. Theo logic này, gấu trúc có thể được hiểu như một dạng “con dấu” phê duyệt chiến lược, việc số lượng cá thể tăng vọt vào năm 2023 phản ánh các hợp đồng “hợp tác nghiên cứu” được gia hạn hoặc ký mới, thường đi kèm những thỏa thuận kinh tế và chính trị quan trọng, chẳng hạn với các đối tác thuộc BRI. Đồng thời, tính chọn lọc cũng thể hiện rõ khi số lượng 20 quốc gia không đổi trong giai đoạn 2019 đến 2021 [1], cho thấy Trung Quốc khá khắt khe trong việc chọn “đối tác đủ tầm” để gửi gấu trúc, khiến ngoại giao gấu trúc ngày càng giống một phần thưởng dành cho quan hệ song phương tốt đẹp hơn là một món quà đại trà.



**Hình 1.** Thống kê sự phát triển của Ngoại giao gấu trúc qua các giai đoạn

Nguồn: Tác giả tổng hợp và trực quan hóa số liệu từ *China Daily*, *Channel News Asia* và *TIME*

Ngoại giao gấu trúc đã và đang góp phần đáng kể trong việc tạo thiện cảm với công chúng và mang lại lợi ích du lịch. Nhiều nước tiếp nhận kỳ vọng gấu trúc thu hút khách, tăng doanh thu cho sở thú, và tạo nên điểm nhấn quốc gia. Dù hiệu quả tài chính không phải lúc nào cũng như kỳ vọng, nhưng sức hút truyền thông tăng lên rõ rệt. Bên cạnh đó, gắn ngoại giao với bảo tồn, hợp tác nghiên cứu và gây giống được quảng bá như một đóng góp cho việc bảo tồn loài động vật này. Việc Trung Quốc công bố quần thể hoang dã tăng lên quanh mức 1.900 cho thấy đây là kết quả của nhiều thập kỷ bảo tồn. Vào năm 2016 gấu trúc được Liên minh Bảo tồn Thiên nhiên Quốc tế chuyển từ nhóm “có nguy cơ tuyệt chủng”, sang nhóm “dễ bị tổn thương” - một cấp độ an toàn hơn trong phân loại bảo tồn [7], [16] cũng đã nhấn mạnh vai trò của Trung Quốc như người quản trị môi trường có năng lực. Đồng thời, ngoại giao gấu trúc cũng trở thành một “kênh hợp tác ít nhạy cảm” để duy trì đối thoại. Trong các lĩnh vực hay vấn đề có thể căng thẳng, việc hợp tác bảo tồn vẫn có thể là sợi dây duy trì giao lưu.

Dù mang lại nhiều lợi ích về hình ảnh và hợp tác quốc tế, ngoại giao gấu trúc vẫn vấp phải không ít tranh cãi. Trước hết, chi phí thuê và duy trì gấu trúc rất cao, thậm chí có nhiều trường hợp đối tác phải trả gấu trúc sớm, Phần Lan là ví dụ điển hình, với chi phí 1,5 triệu euro mỗi năm tạo nên áp lực tài chính buộc Phần Lan phải trả gấu trúc

sớm vì không kham nổi [17], [18]. Đồng thời, ngoại giao gấu trúc rất dễ bị chính trị hóa. Khi quan hệ xấu đi, gấu trúc có thể trở thành biểu tượng của sự rạn nứt, việc không gia hạn hoặc đưa gấu trúc về có thể bị công chúng hiểu như một tín hiệu lạnh nhạt của mối quan hệ song phương. Ví dụ như căng thẳng ngoại giao Trung - Nhật, sau phát ngôn của Thủ tướng Nhật Bản Sanae Takaichi và việc Trung Quốc hạn chế công dân du lịch sang Nhật Bản. Kéo theo đó là việc Nhật Bản trả những chú gấu trúc về lại Trung Quốc sau nhiều thập kỷ được truyền thông gắn với mối quan hệ song phương đang đi xuống [4], [19].

## 5. Thái độ các quốc gia và hàm ý chính sách cho Việt Nam

### 5.1. Thái độ của các quốc gia

Thái độ của các quốc gia tiếp nhận gấu trúc nhìn chung mang tính hai mặt, vừa tích cực về mặt xã hội nhưng cũng đi kèm những khó khăn rất thực tế, từ đó có thể chia thành ba nhóm phản ứng chính. Trước hết, nhiều nước tỏ ra nhiệt tình vì gấu trúc tạo hiệu ứng văn hóa mạnh và được công chúng yêu mến, giúp chính quyền địa phương và sở thú có “biểu tượng hữu nghị” để thu hút du khách và thúc đẩy giao lưu. Trường hợp gấu trúc con sinh ra ở Hàn Quốc cho thấy mức độ gắn bó cảm xúc của công chúng, đồng thời cũng làm nổi lên tranh luận về thời điểm phải đưa gấu trúc trở về Trung Quốc theo các quy định sở hữu [20], tương tự, năm 2024 San Diego được truyền thông đóng khung như một dấu hiệu hợp tác và “tái khởi động” giao lưu [5]. Tuy nhiên, không phải nơi nào cũng duy trì được sự hào hứng này, vì chi phí nuôi dưỡng rất cao khiến một số nước lựa chọn cách tiếp cận thực dụng, cân đối lợi ích với gánh nặng vận hành. Phần Lan trả gấu trúc sớm là ví dụ điển hình khi không thể chịu nổi chi phí duy trì, nhất là trong bối cảnh khó khăn thời hậu dịch. Ở nhóm nhạy cảm chính trị, gấu trúc còn có thể trở thành “nhiệm kế quan hệ” và bị cuốn vào các biến động song phương. Căng thẳng Nhật-Trung gần đây cho thấy việc gấu trúc rời đi dễ bị diễn giải như quan hệ đang lạnh dần, truyền thông cho rằng Trung Quốc từng dùng gấu trúc như “phần thưởng” thiện chí nhưng cũng có thể không gia hạn hoặc thu hồi khi quan hệ gặp vấn đề, làm gia tăng rủi ro truyền thông [4], [21], [22]. Thêm vào đó, bất kỳ nghi ngờ nào về điều kiện chăm sóc hay phúc lợi động vật cũng có thể bùng lên thành tranh cãi nội bộ mang màu sắc dân tộc chủ nghĩa. Tóm lại, các khó khăn cốt lõi của nước tiếp nhận thường tập trung vào ba điểm: (1) chi phí và năng lực vận hành; (2) áp lực dư luận và phúc lợi động vật; và (3) rủi ro bị chính trị hóa.

### 5.2. Hàm ý chính sách cho Việt Nam

Việt Nam không thể và cũng không nên xây dựng một “linh vật ngoại giao” theo mô hình của Trung Quốc, bởi điều kiện nguồn lực và nền tảng biểu tượng của hai nước khác nhau. Vì vậy, hàm ý chính sách không nằm ở việc sao chép cách làm, mà ở chỗ Việt Nam cần hiểu cách Trung Quốc vận hành các công cụ quyền lực mềm, từ đó điều chỉnh cách quản trị quan hệ Việt-Trung cho phù hợp.

*Thứ nhất*, cần nhìn ngoại giao gấu trúc như một cơ chế phát tín hiệu. Từ đó, thay vì xem đây chỉ là hoạt động văn hóa thông thường thì cần nâng cao năng lực “đọc tín hiệu” từ công cụ quyền lực mềm này như một phần của phân tích chính sách đối ngoại.

Việt Nam nên theo dõi các động thái quyền lực mềm của Trung Quốc như một lớp tín hiệu trong việc phân tích, đánh giá quan hệ song phương và xây dựng cơ chế theo dõi để tránh bị động. Cơ chế này có thể gồm 05 nhóm chỉ báo: (1) các sự kiện biểu tượng như hợp tác văn hóa và chương trình giao lưu; (2) hợp tác bảo tồn và nghiên cứu khoa học; (3) các quyết định ký mới, gia hạn hoặc chấm dứt hợp đồng; (4) tần suất và nội dung phát ngôn trên truyền thông của hai bên; (5) dư luận trên các nền tảng mạng xã hội.

Có thể lấy trường hợp Nhật Bản làm ví dụ: sau căng thẳng hồi tháng 11 năm 2025, Nhật Bản quyết định trả cấp gấu trúc cuối cùng về Trung Quốc và tương lai của ngoại giao gấu trúc vẫn không có gì chắc chắn. Điều này được truyền thông quốc tế diễn giải như một tín hiệu cho thấy mối quan hệ song phương đã bắt đầu suy giảm. Ngược lại, việc Mỹ tái ký hợp tác để đưa gấu trúc trở lại, như trường hợp San Diego năm 2024, đã cho thấy đây là dấu hiệu hạ nhiệt căng thẳng và cả hai bên đang nói lại giao lưu. Trong các tình huống như vậy, Việt Nam không nhất thiết phải bình luận công khai, nhưng về nội bộ cần nhận diện rõ tín hiệu để điều chỉnh nhịp tiếp xúc và xác định kênh đối ngoại cần ưu tiên nhằm giảm rủi ro và hạn chế những hiểu lầm không cần thiết.

*Thứ hai*, Việt Nam nên chủ động tách bạch giữa tầng biểu tượng và tầng lợi ích cốt lõi trong việc quản trị quan hệ với Trung Quốc.

Gấu trúc, dựa vào sức hút từ sự dễ thương để tạo nên cảm xúc tích cực, nhưng nó không tự thay thế được năng lực thương thảo và thiết kế chính sách. Do đó, cần tách biệt tầng biểu tượng ra khỏi tầng lợi ích để tránh việc cảm xúc xã hội dẫn dắt kỳ vọng chính sách. Việt Nam có thể tận dụng công cụ mềm này để mở rộng các kênh hợp tác ít nhạy cảm từ đó tạo đà đối thoại, nhưng đồng thời vẫn cần phải giữ vững nguyên tắc đàm phán dựa trên lợi ích.

Chẳng hạn như, một chương trình giao lưu văn hóa hoặc du lịch có thể tạo nền tảng cho các cuộc đàm phán khó khăn. Nhưng Việt Nam không nên để các sự kiện này làm suy giảm tiêu chuẩn đánh giá rủi ro trong những vấn đề như thương mại, đầu tư, chuỗi cung ứng, hợp tác biên giới hay các nội dung nhạy cảm khác. Tóm lại, cần tận dụng hình ảnh biểu tượng để mở cửa, nhưng không thể dùng biểu tượng để quyết định nội dung.

*Thứ ba*, Việt Nam cần thiết kế một khung “giải mã gói hợp tác” và phát triển tư duy liên kết vấn đề trong quan hệ với Trung Quốc.

Một điểm mạnh của Trung Quốc trong các chính sách đối ngoại đó là, họ thường lồng ghép việc hợp tác ngoại giao mềm theo dạng dài hạn, có sự ràng buộc và mang lại lợi ích mạng lưới. Vì thế, Việt Nam cần đánh giá các đề xuất hợp tác dạng này, cần xem xét kỹ các lợi ích ngắn hạn dài hạn đi kèm, các điều kiện ràng buộc, chi phí thực thi và đặc biệt là mức độ tạo ra sự phụ thuộc trong tương lai. Việc “giải mã” nên được thể chế hóa bằng các bảng phân tích liên ngành giữa ngoại giao, kinh tế, truyền thông và văn hóa để bảo đảm đánh giá đầy đủ và thống nhất.

*Thứ tư*, về ngoại giao công chúng, Việt Nam không cần tạo ra một linh vật độc quyền như gấu trúc, nhưng cần có một chiến lược ngoại giao chủ động hơn để tránh bị động

trong mối quan hệ với Trung Quốc. Việt Nam nên ưu tiên xây dựng “tài sản mềm” của riêng mình dựa trên lợi thế của bản thân, để kiểm chứng và gắn liền với trải nghiệm của công chúng quốc tế.

Ví dụ như phối hợp cùng với chính quyền địa phương và các doanh nghiệp du lịch tổ chức chương trình “Tuần lễ Âm thực và Di sản Việt Nam” tại một số thành phố của Trung Quốc và Việt Nam. Hoặc là đẩy mạnh giao lưu trao đổi học thuật và giao lưu thanh niên bằng các chương trình trao đổi, những chuyến tham quan. Hay thậm chí là thúc đẩy hợp tác trong phát triển bền vững như bảo tồn di sản, bảo vệ môi trường,... Tuy nhiên, điều quan trọng là các hoạt động này phải được triển khai theo một hệ thống rõ ràng, từ mục tiêu và ngân sách, đến kênh truyền thông đối ngoại chính thống, hợp tác với viện nghiên cứu, và quảng bá trên nền tảng nội dung số.

*Thứ năm*, Việt Nam cần thiết kế cơ chế quản trị dư luận trong nước.

Vì công cụ mềm tác động trực tiếp vào cảm xúc vì thế Việt Nam cần làm tốt quản trị kỳ vọng dư luận theo hướng vừa minh bạch vừa giảm cực đoan. Trước hết, cần làm rõ rằng ngoại giao biểu tượng là hợp tác có điều kiện và có thời hạn, không nên diễn giải thành những bộ hay thăng lợi. Tiếp theo, cần có kịch bản phản ứng nhanh khi biểu tượng bị chính trị hóa hoặc khi xuất hiện làn sóng bài xích. Sau cùng, phát ngôn và cách cung cấp dữ liệu phải nhất quán.

Thực tế cho thấy ở nhiều quốc gia, chỉ cần xuất hiện những nghi ngờ về điều kiện chăm sóc gấu trúc hoặc quyết định không gia hạn và trao trả gấu trúc đã có thể gây xung đột nội bộ, thậm chí bùng lên tranh luận mang màu sắc chủ nghĩa dân tộc. Với Việt Nam, các biến động trong quan hệ Việt Nam và Trung Quốc cũng có thể kích hoạt dư luận tương tự, chỉ khác ở chỗ đối tượng có thể là một sự kiện văn hóa, một phát ngôn hoặc một chiến dịch truyền thông. Vì vậy, cần chuẩn bị sẵn kịch bản truyền thông để ứng phó với các tình huống này.

*Thứ sáu*, Việt Nam cần tận dụng các lĩnh vực hợp tác ít nhạy cảm để tạo sự ổn định trong quan hệ với Trung Quốc.

Ngoại giao gấu trúc vận hành đạt được hiệu quả vì nó tạo được không gian hợp tác dài hạn và làm dày mạng lưới tương tác. Do đó, Việt Nam có thể tăng độ dày trong quan hệ thông qua giao lưu nhân dân, truyền thông đối ngoại, hợp tác địa phương với địa phương, đặc biệt ở các tỉnh biên giới, cũng như hợp tác giữa hiệp hội doanh nghiệp, trường đại học và viện nghiên cứu trong các lĩnh vực khoa học, môi trường, y tế, giáo dục và du lịch. Tuy nhiên, bài học từ các nước tiếp nhận gấu trúc cho thấy chi phí và năng lực vận hành quyết định tính bền vững, do đó mỗi chương trình cần cơ chế đánh giá chi phí lợi ích rõ ràng và điều khoản giảm rủi ro phụ thuộc, nhằm tránh biến hợp tác thành gánh nặng ngân sách hoặc gánh nặng chính trị.

*Cuối cùng*, cần giữ vững nguyên tắc đối ngoại của Việt Nam, coi tự chủ, đa phương hóa và đa dạng hóa như khung an toàn.

Việt Nam cần tiếp tục mở rộng và đa dạng hóa đối tác, đồng thời nâng cao chất lượng hoạch định chính sách đối ngoại dựa trên dữ liệu. Kinh nghiệm từ các nước tiếp nhận gấu trúc cho thấy công cụ mềm vẫn có thể bị kéo vào chính

trị khi quan hệ xấu đi. Vì vậy, Việt Nam cần củng cố các kênh hợp tác ổn định, tránh phụ thuộc vào một kênh duy nhất, đồng thời duy trì không gian hợp tác thiết thực như kinh tế, du lịch, giáo dục và môi trường để giảm dao động khi môi trường chiến lược thay đổi. Song song, Việt Nam cũng cần tăng năng lực dự báo và đánh giá rủi ro, đặc biệt là các rủi ro truyền thông, vì đây vốn là nơi ngoại giao mềm tác động mạnh nhất.

## 6. Kết luận

Ngoại giao gấu trúc là một trường hợp điển hình cho cách Trung Quốc kết hợp biểu tượng văn hóa với lợi ích đối ngoại trong kỷ nguyên ngoại giao công chúng, bởi đây là một công cụ quyền lực mềm đặc thù dựa trên sức hút cảm xúc rất cao của gấu trúc và lợi thế từ “nguồn cung độc quyền”. Về mặt chính sách, ngoại giao gấu trúc được thiết kế tương đối hoàn chỉnh, bao gồm các thỏa thuận hợp tác bảo tồn, hợp đồng cho mượn dài hạn, cơ chế sở hữu và hoàn trả, các ràng buộc kỹ thuật trong chăm sóc, cùng với các nghi lễ và truyền thông nhằm tối đa hóa hiệu ứng thiện cảm. Về mặt chiến lược, công cụ này vận hành theo các pha lịch sử từ giai đoạn “trao tặng” chuyển sang “cho mượn” theo hợp đồng, rồi phát triển thành hình thức “hợp tác” gắn với logic quan hệ dài hạn trong bối cảnh Trung Quốc gia tăng vị thế quốc tế. Nhờ đó, ngoại giao gấu trúc có thể tạo thiện cảm mạnh và hỗ trợ câu chuyện bảo tồn, nhưng đồng thời cũng đối mặt với chi phí duy trì cao và đặc biệt dễ bị chính trị hóa khi quan hệ song phương biến động. Vì vậy, đối với Việt Nam, bài học cốt lõi không phải là sao chép mô hình, mà là nâng cao năng lực đọc đúng tín hiệu từ các công cụ mềm của Trung Quốc, giải mã logic “gối quan hệ” đi kèm, quản trị kỳ vọng của công chúng, và điều chỉnh sách lược quan hệ Việt Trung theo hướng tinh táo, tự chủ, đồng thời cân bằng lợi ích dài hạn dựa trên thế mạnh và nguyên tắc đối ngoại của Việt Nam.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] C. Byrne, “Commentary: People love pandas but what’s really behind China’s panda diplomacy?”, *CNA*, August 29, 2021. [Online]. Available: <https://tinyurl.com/v5cykzph> [Accessed: May 15, 2025].
- [2] Reuters, “Explainer: What is China’s panda diplomacy and how does it work?”, *Reuters*, June 19, 2024. [Online]. Available: <https://tinyurl.com/yc82cmf5> [Accessed: May 14, 2025].
- [3] San Diego Zoo Wildlife Alliance, “San Diego Zoo Wildlife Alliance and China Wildlife Conservation Association sign a new cooperative agreement for giant panda collaboration”, *San Diego Zoo Wildlife Alliance.org*, February 22, 2024. [Online]. Available: <https://sandiegozoowildlifealliance.org/PR/pandas-san-diego-zoo-2024> [Accessed: December 14, 2025].
- [4] H. Wu, “Japan’s last pair of pandas have arrived back in China”, *AP News*, January 28, 2026. [Online]. Available: <https://tinyurl.com/3bz9jycw> [Accessed: February 16, 2026].
- [5] Guardian staff and agencies, “China says farewell to two giant pandas traveling to San Diego zoo”, *The Guardian*, June 27, 2024. [Online]. Available: <https://tinyurl.com/5atwnt5a> [Accessed: December 25, 2025].
- [6] State Council of the People’s Republic of China, “China’s wild panda population nears 1,900”, *english.gov.cn*, January 25, 2024. [Online]. Available: [https://english.www.gov.cn/archive/statistics/202401/25/content\\_WS65b20287c6d0868f4e8e37be.html](https://english.www.gov.cn/archive/statistics/202401/25/content_WS65b20287c6d0868f4e8e37be.html) [Accessed: June 14, 2025].
- [7] B. Hoang, “Who really benefits in China’s panda diplomacy?”, *VOV*, February 15, 2026. [Online]. Available: <https://tinyurl.com/56fac9pp> [Accessed: February 14, 2026].
- [8] J. S. Nye, *Soft Power: The Means To Success In World Politics*. Public Affairs, 2004.
- [9] Q. Zhan and S. Zhao, “A short history of panda fever worldwide”, *China Daily*, July 6, 2017. [Online]. Available: <https://tinyurl.com/79x472aj> [Accessed: November 17, 2025].
- [10] J. Szczudlik, “Role of ‘Panda Diplomacy’ in China’s Foreign Policy”, *The Polish Institute of International Affairs (PISM)*, no. 83 (1023), September 11, 2017. [Online]. Available: [https://pism.pl/publications/Role\\_of\\_Panda\\_Diplomacy\\_in\\_China\\_s\\_Foreign\\_Policy\\_?](https://pism.pl/publications/Role_of_Panda_Diplomacy_in_China_s_Foreign_Policy_?) [Accessed: January 19, 2026].
- [11] N. T. T. Uyen, “A brief overview of China’s Panda Diplomacy”, *International Studies*, September 15, 2023. [Online]. Available: <https://nghiencuuquoc.org/2023/09/15/doi-net-ve-ngoai-giao-gau-truc-cua-trung-quoc/> [Accessed: January 19, 2026].
- [12] Baidu, “Which countries have received giant pandas as gifts?”, *Baidu.com*, April 03, 2023. [Online]. Available: <https://tinyurl.com/3y2puzw6> [Accessed: August 29, 2025].
- [13] P. Linh, “Giant pandas – China’s unique ‘diplomatic weapon’”, *People’s Army Newspaper*, May 21, 2025. [Online]. Available: <https://www.qdnd.vn/tu-lieu-ho-so/ho-so/gau-truc-vu-khi-ngoai-giao-dao-dao-cua-trung-quoc-728827> [Accessed: January 19, 2026].
- [14] K. C. Buckingham, J. N. W. David, and P. Jepson, “Environmental Reviews And Case Studies: Diplomats and Refugees: Panda Diplomacy, Soft “Cuddly” Power, and the New Trajectory in Panda Conservation”, *Environmental Practice*. Vol. 15, no. 3, pp. 262-270, 2013 doi:10.1017/S1466046613000185
- [15] M. Larsen, “Copenhagen Zoo tries to get Chinese owned pandas to mate as every panda counts”, *Scandasia*, April 29, 2021. [Online]. Available: <https://scandasia.com/copenhagen-zoo-tries-to-get-chinese-owned-pandas-to-mate-as-every-panda-counts/> [Accessed: July 29, 2025].
- [16] S. Yi, “Panda no longer ‘endangered’ in IUCN Red List update”, *Sixth Tone*, September 5, 2016. [Online]. Available: <https://www.sixthtone.com/news/1285> [Accessed: December 29, 2025].
- [17] J. Tanner, “A zoo in Finland is returning giant pandas to China because they’re too expensive to keep”, *AP News*, September 26, 2024. [Online]. Available: <https://tinyurl.com/53xxsmvn> [Accessed: January 29, 2026].
- [18] BBC News, “Finland to return pandas to China early due to cost”, *BBC News*, September 25, 2024. [Online]. Available: <https://www.bbc.com/news/articles/cd0z289ervmo> [Accessed: August 29, 2025].
- [19] J. McCurry, “Black and white and sent back over: End of panda diplomacy as Japan returns bears to China”, *The Guardian*, January 24, 2026. [Online]. Available: <https://tinyurl.com/uahdfk2x> [Accessed: February 17, 2026].
- [20] K. Ewe, “Two new pandas were born in South Korea. Here’s why they’ll eventually end up in China”, *TIME*, July 13, 2023. [Online]. Available: <https://time.com/6294115/south-korea-newborn-pandas-china-loan/> [Accessed: September 22, 2025].
- [21] M. Yamaguchi, “Japan will be without a panda for the first time in 50 years after twins leave Tokyo zoo”, *AP News*, December 15, 2025. [Online]. Available: <https://tinyurl.com/3dt8chcz> [Accessed: December 26, 2025].
- [22] T. Bateman, “Japan bids farewell to last giant pandas as pair leave for China”, *Reuters*, January 27, 2026. [Online]. Available: <https://tinyurl.com/yby2yus4> [Accessed: February 19, 2026].