

MỘT SỐ GỢI Ý TRONG XÂY DỰNG SẢN PHẨM OCOP DU LỊCH TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH CAO BẰNG

ThS. Đặng Xuân Phi¹, ThS. Mai Văn Bình², TS. Mai Thị Phụng¹

¹Học viện Nông nghiệp Việt Nam

²Học viện Hành chính và Quản trị công

Tác giả liên hệ: mtpuong@vnua.edu.vn

Ngày nhận: 03/7/2025

Ngày nhận bản sửa: 20/8/2025

Ngày duyệt đăng: 25/8/2025

DOI: <https://doi.org/10.71192/423151qhepbx>

Tóm tắt

Xây dựng sản phẩm OCOP du lịch tại Cao Bằng có ý nghĩa chiến lược trong đáp ứng nhu cầu thực tiễn và phát triển bền vững du lịch địa phương. Nghiên cứu tập trung đề xuất các định hướng và giải pháp nhằm hỗ trợ hợp tác xã trong thiết kế, phát triển và quản trị sản phẩm OCOP du lịch hiệu quả. Trên cơ sở phân tích tiềm năng nổi bật của Cao Bằng như Công viên Địa chất Toàn cầu UNESCO, thác Bản Giốc, động Ngườm Ngao, cùng di sản văn hóa - lịch sử đa dạng, nghiên cứu chỉ ra những hạn chế về số lượng, tính đa dạng và liên kết chuỗi giá trị sản phẩm. Các giải pháp đề xuất bao gồm xây dựng thương hiệu “Chất Cao Bằng”, phát triển mô hình “Tam giác OCOP”, áp dụng tiêu chí “5 Không”, chứng nhận “Cao Bằng Authentic” và chuyển đổi số để nâng cao chất lượng, bản sắc và năng lực cạnh tranh.

Từ khóa: OCOP, du lịch, Cao Bằng.

Strategic Recommendations for Enhancing OCOP Tourism Products in Cao Bang Province

MA. Dang Xuan Phi¹, MA. Mai Van Binh², TS. Mai Thi Phuong¹

¹Vietnam University of Agriculture

²Academy of Public Administration and Governance

Corresponding Author: mtpuong@vnua.edu.vn

Abstract

The strategic development of OCOP tourism products in Cao Bang is essential for addressing practical needs and fostering sustainable tourism in the region. This study aims to provide recommendations and solutions to assist cooperatives in effectively designing, developing, and managing OCOP tourism products. By analyzing Cao Bang's unique advantages, including its designation as a UNESCO Global Geopark, the Ban Gioc Waterfall, Ngườm Ngao Cave, and a rich cultural and historical heritage, the research highlights existing challenges regarding product quantity, diversity, and integration within the value chain. Suggested strategies include creating the “Cao Bang Quality” brand, implementing the “OCOP Triangle” model, adopting the “5 No’s” criteria, certifying products as “Cao Bang Authentic,” and leveraging digital transformation to improve product quality, identity, and competitiveness.

Keywords: OCOP, Tourism, Cao Bang.

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh toàn cầu hóa, du lịch đã trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của Cao Bằng - tỉnh biên giới sở hữu Công viên Địa chất Toàn cầu UNESCO Non nước rộng 3.375 km², nơi hội tụ 8 dân tộc và bề dày văn hóa - lịch sử cách mạng. Đại hội XIX Đảng bộ tỉnh (2020-2025) xác định du lịch là lĩnh vực đột phá. Theo thông tin của tỉnh Cao Bằng, năm 2024 ghi nhận 1,83 triệu lượt khách,

tổng thu 1.466 tỷ đồng, tăng gần 10% so với 2023 [1]. Cao Bằng hiện có trên 215 di tích, trong đó, 3 di tích quốc gia đặc biệt, 6 di sản văn hóa phi vật thể quốc gia, nổi bật là “Then Tây - Nùng” được UNESCO vinh danh.

Xu hướng du lịch trải nghiệm văn hóa cộng đồng ngày càng được ưa chuộng, tạo động lực phát triển các sản phẩm tương tác, gắn với bản sắc địa phương. Quy hoạch tỉnh giai đoạn

2021-2030 xác định dịch vụ - du lịch là ngành mũi nhọn, gắn với khai thác Công viên Địa chất Toàn cầu. Đến hết năm 2024, Cao Bằng có 171 sản phẩm OCOP (10 sản phẩm 4 sao, 161 sản phẩm 3 sao), trong đó, chỉ 3 sản phẩm du lịch đạt chuẩn, tiêu biểu là Lan's Homestay (4 sao) với doanh thu trên 500 triệu đồng/năm [2].

Mục tiêu đến năm 2025 là đón trên 2,5 triệu lượt khách, doanh thu 2.000 tỷ đồng; đến năm 2030, đón được 4 triệu lượt khách, tốc độ tăng trưởng bình quân tổng khách giai đoạn 2025-2030 đạt 12%, tổng thu du lịch đến năm 2030 đạt khoảng 6.900 tỷ đồng; qua đó, khẳng định du lịch là “công nghiệp không khói” chủ lực [3-4]. Nhiệm vụ cấp thiết hiện nay là phát triển sản phẩm OCOP du lịch đặc thù, chất lượng cao, mang thương hiệu Cao Bằng, góp phần phát triển kinh tế - xã hội bền vững và nâng cao đời sống cộng đồng địa phương. Trước thực tiễn đó, việc tập trung nghiên cứu, đề xuất các giải pháp thiết thực để xây dựng thành công các sản phẩm OCOP du lịch đặc thù, chất lượng cao, mang thương hiệu Cao Bằng là yêu cầu cấp bách. Đây chính là lý do chúng tôi chọn chủ đề nghiên cứu: “*Một số gợi ý trong xây dựng sản phẩm OCOP du lịch trên địa bàn tỉnh Cao Bằng*”.

2. Tổng quan nghiên cứu

Trong những năm gần đây, việc phát triển sản phẩm OCOP gắn với du lịch tại Cao Bằng đã nhận được sự quan tâm của nhiều nhà nghiên cứu và cơ quan quản lý. Theo tác giả Hồng Sơn, sản phẩm OCOP không chỉ góp phần quảng bá hình ảnh địa phương, mà còn trở thành cầu nối quan trọng trong việc gắn kết cộng đồng với phát triển du lịch. Bài viết nhấn mạnh rằng Cao Bằng sở hữu nhiều tiềm năng trong việc xây dựng sản phẩm đặc trưng, đặc biệt là các sản phẩm nông sản, thủ công truyền thống và ẩm thực địa phương. Tuy nhiên, để sản phẩm OCOP thực sự trở thành điểm nhấn du lịch, cần có sự đầu tư bài bản về mẫu mã, chất lượng, cũng như liên kết chặt chẽ với các điểm tham quan, dịch vụ trải nghiệm [5].

Nghiên cứu sản phẩm OCOP trong du lịch nông thôn Cao Bằng [6] đã phân tích sâu hơn vai trò của sản phẩm OCOP trong phát triển du lịch nông thôn. Nhóm tác giả cho rằng sản phẩm OCOP tại Cao Bằng hiện nay mới dừng lại ở quy mô nhỏ, thiếu tính chuyên nghiệp và chưa có chiến lược dài hạn. Việc xây dựng sản phẩm du lịch

gắn với OCOP cần gắn liền với câu chuyện bản sắc văn hóa, trải nghiệm du khách và giá trị cộng đồng. Đặc biệt, bài viết nhấn mạnh sự cần thiết của việc tạo chuỗi giá trị khép kín từ sản xuất, quảng bá đến tiêu thụ, đồng thời, khuyến nghị tăng cường sự phối hợp giữa chính quyền, doanh nghiệp và người dân.

3. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp lựa chọn địa điểm nghiên cứu: Nghiên cứu đã lựa chọn nghiên cứu tại tỉnh Cao Bằng. Phương pháp tiếp cận địa điểm nghiên cứu để thấy được tổng quan về sản phẩm OCOP của thành phố. Từ đó, nghiên cứu đánh giá những thuận lợi và khó khăn trong việc phát triển sản phẩm OCOP nhằm gợi ý trong xây dựng sản phẩm OCOP du lịch trên địa bàn tỉnh Cao Bằng.

Phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp: Dữ liệu thứ cấp tin cậy của tỉnh Cao Bằng, Tổng cục Thống kê, phòng Du lịch và những nguồn uy tín khác. Từ dữ liệu thứ cấp, nghiên cứu phân tích ý nghĩa, xu hướng và mức độ ảnh hưởng của từng yếu tố đến xây dựng sản phẩm OCOP du lịch trên địa bàn tỉnh Cao Bằng.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Thế mạnh của Cao Bằng cho OCOP du lịch

4.1.1. Tài nguyên du lịch tự nhiên độc đáo
Cao Bằng được thiên nhiên ban tặng kho báu địa chất quý giá, nổi bật với Công viên Địa chất Toàn cầu UNESCO Non nước Cao Bằng - danh hiệu uy tín tầm cỡ thế giới, trở thành điểm nhấn đặc biệt và khác biệt nhất trong hệ thống tài nguyên du lịch của địa phương. Công viên lưu giữ dấu tích địa chất hơn 500 triệu năm, sở hữu cảnh quan karst (đá vôi) kỳ vĩ, độc đáo hiếm có. Trong quần thể này, thác Bản Giốc nổi bật như biểu tượng của vẻ đẹp hoang sơ và hùng vĩ - là một trong những thác nước tự nhiên lớn và đẹp nhất Đông Nam Á, tọa lạc trên đường biên giới Việt - Trung, tạo nên bức tranh thiên nhiên kỳ thú, ngoạn mục. Động Ngườm Ngao - được mệnh danh là “đệ nhất động” của Cao Bằng - gây ấn tượng với hệ thống nhũ đá phong phú, lung linh, huyền ảo như một cung điện dưới lòng đất, hấp dẫn du khách khám phá vẻ đẹp bí ẩn của lòng núi. Hồ Thang Hen - hệ thống hồ nước ngọt liên hoàn trên núi, ẩn hiện giữa rừng già nguyên sinh - mang vẻ đẹp hoang sơ, thơ mộng, đặc biệt với hiện tượng tự nhiên kỳ thú: nước lên xuống theo chu kỳ thủy triều hiếm gặp trong địa hình núi đá vôi [7].

4.1.2. Văn hóa lịch sử phong phú

Các làng văn hóa truyền thống ở Cao Bằng cũng mang giá trị vật thể đặc sắc, tiêu biểu như làng đá Khuổi Ky (Trùng Khánh) với kiến trúc nhà sàn bằng đá độc đáo, làng rèn Phja Thập (Phục Hòa), hay làng dệt thổ cẩm truyền thống - những không gian lưu giữ kỹ nghệ và lối sống lâu đời. Lễ hội truyền thống là một phần không thể thiếu trong đời sống văn hóa nơi đây, nổi bật như Lễ hội Lồng Tồng (xuống đồng) của người Tày cầu mùa màng tốt tươi, Lễ hội Pháo hoa tại Hòa An, Lễ cấp sắc của người Dao... Tất cả đều thể hiện đậm nét bản sắc cộng đồng và tâm linh người dân.

4.2. Thực trạng sản phẩm có thể phát triển OCOP du lịch tại Cao Bằng

Cao Bằng hiện đã có những mô hình sản phẩm OCOP du lịch bước đầu đạt kết quả tích cực, đặc biệt trong các lĩnh vực homestay văn hóa, tour trải nghiệm địa chất – văn hóa, và ẩm thực dân tộc. Mặc dù quy mô còn khiêm tốn, nhưng đây là những “hạt nhân” quan trọng, tạo tiền đề phát triển các sản phẩm OCOP đặc thù mang tính địa phương.

4.2.1. Homestay đặc trưng văn hóa

Một số mô hình homestay đã bước đầu kết hợp lưu trú với trải nghiệm văn hóa – ẩm thực, điển hình như:

- **Lan's Homestay (xã Đàm Thủy, huyện Trùng Khánh):** Là mô hình dịch vụ du lịch nông thôn đầu tiên và duy nhất tại tỉnh được công nhận 4 sao OCOP. Homestay không chỉ cung cấp dịch vụ lưu trú, mà còn gắn liền với trải nghiệm ẩm thực Tày đặc sắc như *thịt treo gác bếp, lạp sườn truyền thống*.

- **Yến Nhi - Bản Giốc Homestay:** Được công nhận đạt chuẩn 3 sao OCOP (năm 2021), nổi bật với kiến trúc *nhà sàn đá cổ trên 100 năm tuổi*, phục vụ các món ăn địa phương và tái hiện không gian sinh hoạt truyền thống.

- **Mê Farmstay (Hà Quảng):** Là mô hình kết hợp giữa *ngủ dưỡng và trải nghiệm nông nghiệp*. Du khách được tham gia các hoạt động tại nông trại, gần với lối sống xanh và gần gũi thiên nhiên. Sản phẩm đã đạt chứng nhận 3 sao OCOP loại hình du lịch nông thôn.

4.2.2. Tour trải nghiệm địa chất và văn hóa
Lợi thế lớn về cảnh quan địa chất đã và đang được khai thác trong các tour OCOP như:

- **Tour khám phá Công viên Địa chất Toàn cầu Non nước Cao Bằng:** Các điểm nhấn như thác Bản Giốc, động Ngườm Ngao được kết nối với các trải nghiệm tại

Khu du lịch sinh thái Kolia (Nguyên Bình) nơi du khách có thể hái chè, sao chè thủ công. Sản phẩm Hồng Trà A1 và Lục Trà A1 tại đây đã đạt chứng nhận OCOP 3 sao.

- **Làng đá Khuổi Ky (xã Đàm Thủy):** Nơi đây tổ chức các hoạt động biểu diễn văn nghệ dân tộc (Then, đàn Tính...), tuy nhiên, chưa gắn kết hiệu quả với việc giới thiệu và tiêu thụ sản phẩm OCOP tại chỗ, còn tiềm năng phát triển.

4.2.3. Ẩm thực dân tộc, đặc sản địa phương

Ẩm thực bản địa tại Cao Bằng là một thế mạnh nổi bật đang được khai thác hiệu quả để thu hút du khách. Điển hình như Tày's Homestay Khuổi Ky – Bản Giốc tổ chức phục vụ “bữa cơm quê” với các món đặc sản địa phương như hạt dẻ Trùng Khánh, gạo nếp Ong, tạo nên ấn tượng sâu sắc và trải nghiệm độc đáo cho khách tham quan.

Bên cạnh đó, một số sản phẩm hỗ trợ có chứng nhận OCOP như thạch đen Đình Tuyên (Thạch An) và bún khô Cao Tuyên (xã Hưng Đạo), đều đạt tiêu chuẩn OCOP 3 sao, được phân phối tại các điểm du lịch. Những sản phẩm này không chỉ nâng cao giá trị trải nghiệm ẩm thực mà còn góp phần hình thành chuỗi giá trị sản phẩm gắn liền với phát triển du lịch địa phương.

4.3. Hạn chế trong phát triển sản phẩm OCOP du lịch tại Cao Bằng

4.3.1. Số lượng sản phẩm còn ít, thiếu đa dạng và chiều sâu

Toàn tỉnh hiện mới chỉ có 3 sản phẩm OCOP thuộc nhóm dịch vụ du lịch, một con số rất khiêm tốn so với tiềm năng thực tế. Trong khi đó, Cao Bằng đang sở hữu 21 cơ sở làng nghề truyền thống, mạng lưới homestay ngày càng phát triển [7], và đặc biệt là di sản địa chất toàn cầu UNESCO vốn là nền tảng lý tưởng để xây dựng các sản phẩm du lịch đặc thù. Mỗi dạng nghề truyền thống được xem như một thành tố quan trọng góp phần tạo dựng nên bản sắc văn hóa đặc trưng của địa phương. Không chỉ đóng vai trò trong việc gìn giữ và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, làng nghề còn tạo tiền đề để phát triển các loại hình du lịch cộng đồng và du lịch trải nghiệm. Thông qua đó, làng nghề góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch, thu hút du khách, đồng thời, mang lại lợi ích kinh tế thiết thực, nâng cao thu nhập và chất lượng cuộc sống cho người dân địa phương.

Hầu hết các sản phẩm hiện tại mới dừng lại ở mô hình lưu trú và ẩm thực đơn giản, chưa có các hoạt động trải nghiệm chuyên sâu như workshop dệt thổ cẩm, chế

tác đồ thủ công, hay tour địa chất có hướng dẫn viên bản địa - những loại hình có thể gia tăng đáng kể giá trị và bản sắc cho sản phẩm OCOP du lịch.

4.3.2. Thiếu liên kết trong chuỗi giá trị sản phẩm du lịch

Một trong những điểm nghẽn lớn trong quá trình phát triển du lịch tại Cao Bằng hiện nay là tình trạng thiếu liên kết chặt chẽ giữa các chủ thể trong chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch. Sự phát triển còn mang tính rời rạc, thiếu tính hệ thống đã làm giảm hiệu quả khai thác tiềm năng tại địa phương. Bên cạnh đó, nhiều tour, tuyến du lịch hiện vẫn chưa tích hợp hoạt động trải nghiệm tại các làng nghề truyền thống như nghề rèn Phúc Sen hay dệt thủ công tại Lũng Nọi dù đây là những làng nghề đã có sản phẩm đạt chứng nhận OCOP và sở hữu tiềm năng lớn trong việc thu hút khách du lịch thông qua hoạt động trải nghiệm văn hóa bản địa.

4.3.3. Chất lượng dịch vụ không đồng đều, thiếu chuyên nghiệp

Hiện nay, một bộ phận đáng kể các cơ sở lưu trú dạng homestay tại Cao Bằng vẫn chưa đáp ứng đầy đủ các tiêu chuẩn dịch vụ du lịch. Những hạn chế chủ yếu tập trung ở ba khía cạnh: năng lực nghiệp vụ du lịch của người vận hành còn hạn chế; điều kiện đảm bảo an toàn thực phẩm chưa được quan tâm đúng mức; và cơ sở vật chất thiết yếu như hệ thống vệ sinh, kết nối internet (wifi), cũng như chất lượng phòng nghỉ chưa đạt chuẩn phục vụ du lịch. Bên cạnh đó, đội ngũ hướng dẫn viên tại địa phương còn yếu và thiếu cả về số lượng lẫn kỹ năng chuyên môn, đặc biệt là năng lực truyền tải các giá trị văn hóa, lịch sử và địa chất theo hướng hấp dẫn, logic và bài bản. Điều này khiến cho trải nghiệm du lịch của du khách còn nghèo, thiếu chiều sâu và khó tạo được ấn tượng bền vững sau hành trình.

4.4. Một số gợi ý xây dựng sản phẩm OCOP du lịch tại Cao Bằng

4.4.1. Xác định và phát triển sản phẩm chủ lực đặc thù

Các hợp tác xã (HTX) cần tập trung khai thác tài nguyên độc bản của Cao Bằng để tạo sản phẩm không thể sao chép. Với trải nghiệm văn hóa - cộng đồng, triển khai tour **“Một ngày làm người Tày”** tại Phúc Sen: Buổi sáng học dệt thổ cẩm từ nghệ nhân, chiều thực hành nấu lap sườn và học hát. Về du lịch địa chất - thiên nhiên, thiết kế tour **“Nông dân ngô đá”** tại Hà Quảng: Khách tham gia trồng ngô trên núi đá kết hợp nghe giải thích về hệ sinh thái karst và thưởng thức chè đắng OCOP.

Đối với ẩm thực bản địa, xây dựng **“Bữa cơm Pác Bó”** tại các homestay - sử dụng nguyên liệu địa phương như măng rừng, cá suối, mô phỏng bữa ăn thời kỳ cách mạng. Cuối cùng, thủ công mỹ nghệ nên phát triển workshop **“Đan gùi tre Pác Ràng”** ở Thông Nông: Khách tự tay đan sản phẩm dưới hướng dẫn của nghệ nhân Nùng và mang về làm quà lưu niệm có chứng nhận **“Handmade in Cao Bằng”**.

4.4.2. Nâng cao chất lượng và chuẩn hóa dịch vụ

Chất lượng dịch vụ cần được chuẩn hóa thông qua ba trụ cột chính. Thứ nhất, đào tạo toàn diện cho thành viên HTX với việc tổ chức khóa học tại chỗ về kỹ năng giao tiếp đa văn hóa, an toàn khi dẫn trekking, và vệ sinh an toàn thực phẩm, đặc biệt chú trọng thực hành xử lý tình huống thực tế. Thứ hai, áp dụng bộ tiêu chuẩn rõ ràng như Homestay bắt buộc có wifi, nước nóng, bộ sơ cứu; tour phải có hướng dẫn viên thông thạo ít nhất 2 truyền thuyết địa phương; workshop cần sử dụng nguyên liệu có tem OCOP. Thứ ba, đầu tư cơ sở vật chất thiết yếu như xây nhà vệ sinh sinh thái tại điểm tham quan, lắp biển chỉ dẫn hai thứ tiếng ở các điểm du lịch, và trang bị thiết bị định vị cho tour trekking.

4.4.3. Tăng cường liên kết chuỗi giá trị dịch vụ du lịch

Giải pháp đột phá nằm ở việc tạo **chuỗi giá trị dịch vụ du lịch** giữa các thành phần. Ví dụ như HTX du lịch tại Khuổi Ky nên ký hợp đồng dài hạn với HTX nông nghiệp Trùng Khánh để cung cấp ổn định hạt dẻ, cá hồi cho bữa ăn khách tour, đồng thời, kết nối với HTX làng nghề Phúc Sen tổ chức workshop rèn dao cho du khách. Hợp tác với các doanh nghiệp lữ hành lớn và có tệp khách phù hợp để đưa sản phẩm vào hệ thống tour quốc tế, áp dụng cơ chế chia doanh thu 10-15% cho đối tác HTX cung ứng dịch vụ.

5. Kết luận

Tiềm năng lớn về du lịch của Cao Bằng với tài nguyên di sản UNESCO, văn hóa đa dân tộc và sản vật đặc hữu là nền tảng lý tưởng để phát triển các sản phẩm OCOP du lịch khác biệt. Trước thực trạng sản phẩm còn manh mún và thách thức cạnh tranh toàn cầu, việc xây dựng hệ sinh thái OCOP du lịch bài bản không còn là lựa chọn mà là yêu cầu cấp thiết. Trong đó, các HTX sẽ đóng vai trò hạt nhân then chốt lực lượng trực tiếp chuyển hóa tài nguyên thành sản phẩm giá trị cao, tạo sinh kế bền vững cho cộng đồng.

Tài liệu tham khảo

- [1] Thùy, L, *Dấu mốc đáng nhớ của ngành Du lịch*, Báo Cao Bằng, 2025. <https://baocaobang.vn/dau-moc-dang-nho-cua-nganh-du-lich-3174996.html>
- [2] M.H., “171 sản phẩm được công nhận OCOP”, *Báo Cao Bằng*, 2025. <https://baocaobang.vn/171-san-pham-duoc-cong-nhan-ocop-3175296.html>.
- [3] Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, “Cao Bằng: Phấn đấu đón trên 2,5 triệu lượt khách du lịch trong năm 2025”, 2025. <https://vietnamtourism.gov.vn/post/62627>
- [4] Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch, “Cao Bằng: Đột phá về phát triển du lịch - dịch vụ đạt nhiều kết quả tích cực”, 2025. <https://bvhttdl.gov.vn/cao-bang-dot-pha-ve-phat-trien-du-lich-dich-vu-dat-nhieu-ket-qua-tich-cuc-2025071817380227.htm>
- [5] Hồng, S., “Cao Bằng: Phát triển sản phẩm OCOP gắn với du lịch”, 2022. <https://vietnamtourism.gov.vn/post/42280>
- [6] Nguyễn, T., & Sơn, T. T, “Cao Bằng: Phát triển sản phẩm OCOP gắn với du lịch nông thôn”, *Báo Đại Đoàn Kết*, 2024. <https://daidoanket.vn/cao-bang-phat-trien-san-pham-ocop-gan-voi-du-lich-nong-thon-10294662.html>
- [7] Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, “Khám phá Công viên địa chất toàn cầu UNESCO non nước Cao Bằng qua Ba tuyến du lịch chủ đạo”, 2019. <https://vietnamtourism.gov.vn/post/30177>
- [8] Hoài, N., “Cao Bằng: Hành trình khám phá những làng nghề truyền thống độc đáo”, 2024. https://caobangtourism.vn/vi/detailnews/?t=cao-bang-hanh-trinh-kham-pha-nhung-lang-nghe-truyen-thong-doc-dao-&id=news_2125