TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Chủ động xúc tiến du lịch năm 2026, nâng tầm hình ảnh Việt Nam trên bản đồ quốc tế

10:25 21/01/2026

Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam vừa ban hành Công văn số 54/CDLQGVN-QLXT gửi các Sở quản lý du lịch, Trung tâm xúc tiến du lịch, Hiệp hội Du lịch Việt Nam cùng các doanh nghiệp hàng không, lữ hành, khách sạn, đề nghị tổng hợp thông tin về các hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch trong và ngoài nước năm 2026.

Xây dựng chương trình xúc tiến, quảng bá du lịch năm 2026, bảo đảm sự phối hợp đồng bộ giữa Trung ương - địa phương - doanh nghiệp. (Ảnh minh họa)

Theo Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, việc tập hợp sớm thông tin nhằm chủ động xây dựng chương trình xúc tiến, quảng bá du lịch năm 2026, bảo đảm sự phối hợp đồng bộ giữa Trung ương - địa phương - doanh nghiệp, đồng thời tạo sức mạnh liên kết trên phạm vi quốc gia. Qua đó, nâng cao hiệu quả tiếp cận thị trường, đặc biệt là các thị trường trọng điểm và thị trường mới nổi. Dự kiến,

danh mục các sự kiện xúc tiến, quảng bá du lịch năm 2026 sẽ được công bố chậm nhất trong tháng 2/2026.

Ở góc độ chiến lược, đây được xem là bước chuẩn bị quan trọng nhằm duy trì đà tăng trưởng khách quốc tế, mở rộng nhận diện điểm đến Việt Nam trong bối cảnh cạnh tranh toàn cầu ngày càng gay gắt. Hoạt động xúc tiến được định hướng theo mô hình hiện đại, đa nền tảng, gắn kết văn hóa - nghệ thuật - điện ảnh với công nghệ số, phù hợp xu thế quảng bá điểm đến trên thế giới.

Trong năm 2025, ngành Du lịch đã triển khai mạnh mẽ Chương trình kích cầu phát triển du lịch theo Nghị quyết 11/NQ-CP và Nghị quyết 229/NQ-CP; tham gia và tổ chức nhiều sự kiện xúc tiến lớn như ATF & TRAVEX Malaysia 2025, ITB Berlin 2025, WTM London 2025; đồng thời phối hợp tổ chức các hoạt động trong khuôn khổ Năm Du lịch Quốc gia Huế 2025.

Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam cũng đã thực hiện các chương trình giới thiệu du lịch Việt Nam tại nhiều thị trường quan trọng như châu Âu (Ý, Thụy Sĩ, Pháp, Ba Lan, Séc, Đức), Nga, Ấn Độ, Hoa Kỳ, Úc, Hàn Quốc, Nhật Bản và Trung Quốc. Hoạt động xúc tiến thông qua điện ảnh được tăng cường, tiêu biểu là quảng bá du lịch Việt Nam tại Liên hoan phim Cannes, góp phần mở rộng hợp tác giữa điện ảnh, văn hóa, du lịch và công nghiệp sáng tạo.

Bên cạnh đó, nhiều hoạt động điểm nhấn khác đã được triển khai như gian hàng du lịch tại Phân khu Tinh hoa Văn hóa Việt Nam trong Triển lãm thành tựu đất nước kỷ niệm 80 năm Quốc khánh; Ngày Văn hóa Thế giới tại Hà Nội; Hội nghị Chủ sở hữu Sân Golf - Phát triển Du lịch Golf Việt Nam 2025, cho thấy xu hướng mở rộng sang các phân khúc du lịch chuyên đề có giá trị gia tăng cao.

Việc yêu cầu tổng hợp chương trình xúc tiến năm 2026 tiếp tục khẳng định vai trò điều phối ngày càng rõ nét của Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam trong xây dựng “bản đồ xúc tiến” quốc gia. Cách làm này hướng tới hạn chế trùng lặp sự kiện giữa các địa phương, tối ưu nguồn lực xã hội hóa, tăng cường liên kết doanh nghiệp - địa phương - thị trường và thống nhất thông điệp truyền thông về hình ảnh quốc gia.

Theo kế hoạch, năm 2026, Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam sẽ chủ trì, phối hợp tổ chức các chương trình xúc tiến tại Hội chợ Travex và Diễn đàn Du lịch ASEAN 2026, ITB Berlin, WTM Anh; tiếp tục triển khai chương trình giới thiệu du lịch Việt Nam tại các thị trường trọng điểm, đồng thời tổ chức các hoạt động trong khuôn khổ Năm Du lịch Quốc gia 2026 và các sự kiện xúc tiến thường niên trong nước.

Tổng thể, chương trình xúc tiến, quảng bá du lịch năm 2026 được kỳ vọng sẽ tạo nền tảng nhận diện thương hiệu du lịch Việt Nam thống nhất và bền vững trên bình diện quốc tế, góp phần tận dụng chính sách visa mới, mở rộng đường bay, thúc đẩy xuất khẩu dịch vụ và tái cấu trúc sản phẩm phù hợp với nhu cầu mới của du lịch toàn cầu.

Hậu Thạch (t/h)