

Đà Nẵng: Định vị thương hiệu du lịch trở thành trung tâm quốc tế hàng đầu khu vực

07:48 18/10/2025

TP. Đà Nẵng cần triển khai điều chỉnh quy hoạch phát triển du lịch mới và tìm kiếm các giải pháp để khai thác hiệu quả nguồn tài nguyên du lịch xứ Quảng; xây dựng thành phố trở thành điểm du lịch hấp dẫn của thế giới.



Đà Nẵng tăng sức hút với thị trường khách CIS.

Chiều 17/10, trong khuôn khổ Ngày hội Du lịch Quốc tế Đà Nẵng 2025, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch thành phố tổ chức Tọa đàm “Giải pháp thu hút thị trường CIS đến TP. Đà Nẵng trong thời gian tới”, với sự tham gia của hơn 150 đại biểu trong và ngoài nước nhằm tìm hướng khai thác hiệu quả thị trường giàu tiềm năng này.

Phát biểu khai mạc, Giám đốc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch TP. Đà Nẵng Trương Thị Hồng Hạnh cho biết, những năm qua, với sự chỉ đạo sâu sát của lãnh đạo thành phố, sự hỗ trợ của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, cùng nỗ lực của doanh nghiệp và người dân, ngành du lịch TP. Đà Nẵng đã đạt nhiều kết quả tích cực, trở thành điểm sáng của kinh tế thành phố.



Giám đốc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch TP. Đà Nẵng Trương Thị Hồng Hạnh phát biểu tại hội thảo.

Đà Nẵng liên tiếp được vinh danh ở các bảng xếp hạng quốc tế uy tín: “Điểm đến sự kiện và lễ hội hàng đầu châu Á”, “Top 10 thành phố châu Á có tỷ lệ du khách quay lại cao nhất”, “Top 50 điểm đến hấp dẫn toàn cầu”. Bên cạnh đó, Hội An được bình chọn Top 25 thành phố đẹp nhất thế giới năm 2025, còn Cẩm Thanh nằm trong 50 ngôi làng tốt nhất thế giới.

Theo Cục Thống kê thành phố, 9 tháng năm 2025, tổng lượng khách lưu trú tại TP. Đà Nẵng ước đạt 14,4 triệu lượt, tăng 22% so với cùng kỳ 2024. Trong đó, khách quốc tế đạt 5,8 triệu lượt (tăng 27,4%) và khách nội địa đạt 8,6 triệu lượt (tăng 19%). Doanh thu dịch vụ lưu trú, ăn uống, lữ hành đạt gần 41 nghìn tỷ đồng, tăng hơn 25%.

Sau hợp nhất địa giới, Đà Nẵng bước vào giai đoạn phát triển mới với không gian mở rộng hơn 10 lần cùng nguồn tài nguyên du lịch phong phú. Tuy nhiên, điều này cũng đặt ra nhiều thách thức về đồng bộ hạ tầng, chất lượng dịch vụ, định vị thương hiệu và nguồn lực đầu tư.

“Đây là thời điểm cần thiết để triển khai điều chỉnh quy hoạch định hướng phát triển du lịch TP. Đà Nẵng mới và tìm kiếm các giải pháp sao cho có thể khai thác hiệu quả các nguồn tài nguyên gắn với các giá trị truyền thống, lịch sử và văn hóa bản địa giàu bản sắc của vùng đất xứ Quảng, từ đó xây dựng TP. Đà Nẵng trở thành điểm du lịch hấp dẫn của thế giới, góp phần phát triển bền vững kinh tế thành phố, mang lại công ăn việc làm cho doanh nghiệp và người dân

địa phương”, bà Hồng Hạnh nhấn mạnh.



Sau sáp nhập, du lịch Đà Nẵng sở hữu tiềm năng phát triển mạnh mẽ.

Chủ tịch Hiệp hội du lịch TP. Đà Nẵng, ông Cao Trí Dũng khẳng định, sáp nhập đã đưa TP. Đà Nẵng trở thành địa phương mạnh của cả nước về phát triển du lịch. Vì vậy, cần xây dựng các sản phẩm du lịch cụ thể để xứng tầm với du lịch của thành phố. Theo đó, cần định vị 5 nhóm sản phẩm trụ cột là: Du lịch biển đảo, du lịch di sản, văn hóa, lịch sử; du lịch sự kiện, hội nghị, MICE. Ngoài ra, còn có du lịch đô thị, du lịch sinh thái, cộng đồng...

Việc định vị lại thương hiệu du lịch TP. Đà Nẵng trở “Tinh hoa Việt Nam” là bước đi chiến lược để tối ưu hóa tài nguyên và tăng khả năng cạnh tranh quốc tế.

Ông Cao Trí Dũng đề xuất, TP. Đà Nẵng cần định vị các mục tiêu phát triển chiến lược đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2050 với vai trò “Trung tâm du lịch châu Á” gắn với “Siêu đô thị du lịch biển - di sản - sự kiện – sinh thái, cộng đồng - đổi mới, sáng tạo”. Đồng thời, thành lập Ban Điều phối quảng bá thương hiệu mới, ưu tiên nguồn lực cho xây dựng bộ nhận dạng thương hiệu mới và chiến lược truyền thông...



Cục trưởng Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam Nguyễn Trùng Khánh phát biểu tại chương trình

Phát biểu tại Hội thảo, Cục trưởng Cục Du lịch quốc gia Việt Nam, ông Nguyễn Trùng Khánh khẳng định, du lịch Việt Nam chuyển đổi mạnh mẽ sang các xu hướng du lịch xanh, ứng dụng công nghệ để đem tới đa dạng các giá trị trải nghiệm, chất lượng cao, hướng tới các mục tiêu có tính bao trùm về kinh tế và hiệu quả xã hội.

Trong bối cảnh chung đó, Đà Nẵng cần xác định mục tiêu đến năm 2030, định vị thương hiệu du lịch Đà Nẵng trở thành trung tâm du lịch quốc tế hàng đầu khu vực là thành phố nghỉ dưỡng biển, lễ hội, sự kiện, sáng tạo... chất lượng cao ở khu vực Đông Nam Á.



Lễ ký kết hợp tác giữa Trung tâm Xúc tiến Du lịch Đà Nẵng và Yango Ads Việt Nam

Đồng thời, tiếp tục cải thiện kết nối và các điều kiện hạ tầng du lịch, phát triển, nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch đặc sắc và đa dạng các giá trị trải nghiệm, chú trọng bảo vệ môi trường, phát triển du lịch xanh, nghiên cứu ban hành chính sách hỗ trợ đặc thù và quản trị điểm đến.

Thông qua Tọa đàm lần này, ngành du lịch TP.Đà Nẵng đã tiếp nhận nhiều ý kiến đóng góp thiết thực từ các chuyên gia, hãng hàng không, doanh nghiệp du lịch và đối tác quốc tế, nhằm xây dựng kế hoạch hợp tác, xúc tiến và phát triển sản phẩm phù hợp với đặc thù thị trường CIS, tạo nền tảng vững chắc để Đà Nẵng nâng cao năng lực cạnh tranh và thu hút bền vững nguồn khách này trong thời gian tới.

Hoàng Hữu Quyết