

Đà Nẵng: Mở rộng thị trường khách quốc tế, nâng giá trị điểm đến

21:16 29/10/2026

Cơ cấu khách Hàn Quốc thay đổi, thị trường Úc tăng trưởng và lịch bay quốc tế mùa đông mở rộng đang tạo nên chuyển động mới của du lịch tại TP. Đà Nẵng. Trong không gian phát triển sau hợp nhất, bài toán không chỉ là thu hút thêm du khách mà còn nâng giá trị mỗi hành trình.



Bà Nguyễn Thị Hoài An (người đứng giữa), tặng quà lưu niệm đại diện Cảng hàng không quốc tế Tây Sydney (WSI), sau buổi thảo luận về tăng cường khả năng kết nối hàng không khu vực trong thời gian tới.
Ảnh: TTXTDL Đà Nẵng

Chín tháng năm 2026, các cơ sở lưu trú tại TP. Đà Nẵng phục vụ 15,86 triệu lượt khách, tăng 26,4% so với cùng kỳ; trong đó khách quốc tế đạt 7,73 triệu lượt, tăng 28,7%. Doanh thu dịch vụ lưu trú, ăn uống ước đạt 52.945 tỷ đồng, tăng 26,2%. Những con số tích cực đi cùng sự thay đổi cơ cấu thị trường, đặt ra yêu cầu nâng chất lượng tăng trưởng.

Cuối tháng 10, ba diễn biến nổi bật: Thị trường Hàn Quốc điều chỉnh lịch bay, Đà Nẵng đẩy mạnh xúc tiến tại Úc và mạng bay mùa đông dự kiến tăng. Đặt cạnh nhau, chúng cho thấy cơ hội tái cơ cấu nguồn khách, gần mở rộng thị trường với hiệu quả kinh tế du lịch.



Sân bay quốc tế Đà Nẵng, tháng 10/2026.

Giữ khách truyền thống, mở rộng nguồn tăng trưởng

Hàn Quốc vẫn là thị trường quốc tế lớn nhất của TP. Đà Nẵng. Trong chín tháng, khách từ quốc gia này đạt khoảng 1,58 triệu lượt, chiếm 20,44% tổng khách quốc tế. Tỷ trọng đó cho thấy vai trò đáng kể của khách Hàn Quốc, đồng thời phản ánh nguồn khách đã đa dạng hơn.

Không thể từ tỷ trọng hiện tại kết luận lượng khách Hàn Quốc sụt giảm tương ứng so với những năm trước, bởi phạm vi thống kê thay đổi sau khi TP. Đà Nẵng hợp nhất với Quảng Nam. Tuy nhiên, lịch bay mùa đông dự kiến có 6.493 lượt chuyến kết nối Hàn Quốc, giảm 12% so với mùa trước, là tín hiệu cần theo dõi.

Đà Nẵng đã có hệ sinh thái dịch vụ phục vụ khách Hàn Quốc, từ nghỉ dưỡng biển đến golf, ẩm thực và mua sắm. Hướng đi phù hợp là làm mới trải nghiệm cho khách quay lại, đồng thời phát triển nguồn khách khác để giảm rủi ro từ biến động của một thị trường.

Thị trường Úc đang bổ sung động lực tăng trưởng. Theo Trung tâm Xúc tiến du lịch TP. Đà Nẵng, chín tháng đầu năm thành phố đón 376.981 lượt khách Úc, tăng 43,86% so với cùng kỳ 2025. Tốc độ tăng gợi mở khả năng mở rộng những hành trình nghỉ dưỡng kết hợp di sản, ẩm thực, golf và thiên nhiên.

Từ ngày 24 đến 31/10, Đà Nẵng xúc tiến du lịch tại Úc. Tại chương trình ở Sydney tối 28/10, ngành du lịch thành phố kết nối hơn 30 doanh nghiệp lữ hành và đối tác. Các cuộc làm việc với Destination NSW, Cảng hàng không quốc tế Tây Sydney và đối tác sở tại nhằm mở rộng kênh phân phối, trao đổi thông tin thị trường và tìm kiếm hợp tác hàng không. Hoạt động này chưa đồng nghĩa với việc đã xác lập đường bay thẳng.



Phố cổ Hội An.

Mạng bay rộng hơn, cơ hội và cạnh tranh cùng tăng

Theo lịch đăng ký mùa đông 2026-2027 do Công ty CP Đầu tư khai thác nhà ga quốc tế Đà Nẵng (AHT) thông tin, giai đoạn từ 25/10/2026 đến 27/3/2027 dự kiến có 23.016 lượt chuyến bay quốc tế cất, hạ cánh, gồm cả chuyến đến và chuyến đi, tăng gần 20% so với mùa đông trước. Khoảng 36 hãng hàng không dự kiến kết nối TP.Đà Nẵng với 24 điểm đến tại 10 quốc gia và vùng lãnh thổ.

Các thị trường Đông Nam Á dự kiến đạt 9.769 lượt chuyến, chiếm khoảng 42% tổng số và tăng 44% so với mùa trước. Nhật Bản, Campuchia, Philippines cũng có mức tăng dự kiến đáng chú ý, góp phần làm rộng mạng kết nối khu vực.

Tuy nhiên, lịch đăng ký không phải kết quả khai thác thực tế; số chuyến bay cũng không thể quy đổi trực tiếp thành lượng khách du lịch. Hiệu quả cần được đánh giá qua số ghế sử dụng, lượng khách lưu trú, thời gian lưu trú và doanh thu theo thị trường.

Khách Úc hiện có thể đến TP. Đà Nẵng qua các điểm trung chuyển trong nước và khu vực. Khi chưa xác lập đường bay trực tiếp, việc thiết kế hành trình thuận tiện và phối hợp bán sản phẩm giữa hãng bay với doanh nghiệp lữ hành có ý nghĩa thiết thực.

Sản lượng bay tăng cũng gây áp lực lên nhà ga, thủ tục xuất nhập cảnh, vận chuyển mặt đất và dịch vụ giờ cao điểm. Khả năng giữ khách phụ thuộc vào trải nghiệm xuyên suốt, không chỉ ở kết nối hàng không.



Nhà ga hành khách quốc tế T2, Cảng hàng không quốc tế Đà Nẵng, nơi phục vụ các đường bay quốc tế của thành phố. Ảnh: Cổng thông tin du lịch TP. Đà Nẵng.

Không gian du lịch mới phải tạo ra giá trị mới

Sau hợp nhất, TP. Đà Nẵng có thể tổ chức hành trình nối biển, đô thị, Hội An, Mỹ Sơn, Cù Lao Chàm, làng nghề và vùng sinh thái miền núi. Lợi thế này phù hợp với du khách muốn kết hợp nghỉ dưỡng và tìm hiểu văn hóa, thay vì chỉ ở một địa điểm.

Điểm then chốt là kết nối dịch vụ thành hành trình dễ tiếp cận: Lịch trình hợp lý, thông tin đa ngôn ngữ, vận chuyển thuận tiện, trải nghiệm bản địa có chất lượng và đặt mua dễ dàng. Những sản phẩm ấy có thể hấp dẫn cả khách Hàn Quốc quay lại lẫn khách Úc và thị trường đường dài.

Thước đo hiệu quả không nên chỉ là số khách và lượt chuyến bay. Thời gian lưu trú, chi tiêu bình quân, doanh thu theo phân khúc, tỷ lệ quay lại và phần giá trị đến với cộng đồng mới phản ánh đầy đủ lợi ích kinh tế. Nghiên cứu nhu cầu từng thị trường cũng giúp xúc tiến đúng đối tượng, tránh dàn trải.

Những tín hiệu tháng 10/2026 cho thấy cơ hội của TP.Đà Nẵng không chỉ nằm ở việc thêm khách hay thêm chuyến bay. Duy trì thị trường truyền thống, phát triển nguồn khách mới và biến không gian du lịch mở rộng thành hành trình có giá trị cao hơn mới là nền tảng cho tăng trưởng bền vững.

Hoàng Hữu Quyết