TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Điều gì tạo nên sức hấp dẫn đầu tư dài hạn của một điểm đến?

09:32 14/06/2026

Theo thống kê, Việt Nam đón 10,6 triệu lượt khách quốc tế trong 5 tháng đầu năm 2026, tiếp tục duy trì đà phục hồi mạnh mẽ của ngành du lịch. Đối với các nhà đầu tư trong lĩnh vực khách sạn và bất động sản lưu trú, tăng trưởng lượng khách chỉ là một phần của câu chuyện. Điều họ quan tâm hơn là liệu một điểm đến có đủ khả năng duy trì sức hút trong nhiều năm, thậm chí nhiều thập kỷ tới hay không.

Trong bối cảnh ngành du lịch toàn cầu ngày càng cạnh tranh, lợi thế của một điểm đến không còn được quyết định đơn thuần bởi cảnh quan hay tốc độ phát triển hạ tầng. Thay vào đó, giá trị dài hạn ngày càng gắn với khả năng tạo ra nhu cầu du lịch bền vững, thu hút du khách quay trở lại và duy trì hoạt động kinh doanh ổn định cho các tài sản lưu trú qua nhiều chu kỳ kinh tế. Trong đó, những giá trị văn hóa và bản sắc được tích lũy qua thời gian đang trở thành một trong những yếu tố khó thay thế nhất của một điểm đến.

Đây cũng là lý do các nhà đầu tư khách sạn và hoạt động M&A trong lĩnh vực lưu trú đang có xu hướng đánh giá điểm đến dựa trên những yếu tố nền tảng hơn như bản sắc văn hóa, môi trường sống, sức mạnh kinh tế địa phương và sự đa dạng của nguồn khách.

Điều nhà đầu tư tìm kiếm không chỉ là tăng trưởng

Hạ tầng giao thông đóng vai trò quan trọng trong việc mở rộng khả năng tiếp cận của du khách. Các tuyến cao tốc, sân bay và hệ thống giao thông công cộng mới đã tạo điều kiện cho nhiều địa phương tham gia sâu hơn vào bản đồ du lịch.

Tuy nhiên, kinh nghiệm từ các thị trường phát triển cho thấy hạ tầng chỉ tạo ra cơ hội ban đầu. Theo báo cáo Savills Impacts, khả năng cạnh tranh dài hạn của các đô thị được đánh giá dựa trên bốn nhóm yếu tố gồm nền tảng kinh tế, kinh tế tri thức và công nghệ, các tiêu chí môi trường - xã hội - quản trị (ESG) và thị trường bất động sản, đầu tư hạ tầng và chất lượng sống đang trở thành những

động lực quan trọng giúp nhiều thành phố thu hút dòng vốn trong dài hạn. Đối với ngành khách sạn, đây cũng là những yếu tố giúp duy trì nhu cầu lưu trú ổn định và tạo nền tảng cho hiệu quả vận hành dài hạn của tài sản.

Khi nhiều thị trường có thể phát triển những sản phẩm lưu trú tương đồng, lợi thế cạnh tranh hiện nay đến từ những giá trị khó sao chép như di sản văn hóa, bản sắc địa phương, không gian công cộng và hệ sinh thái dịch vụ được hình thành qua thời gian.



(Ảnh minh họa)

Hà Nội và lợi thế của một điểm đến có khả năng duy trì nhu cầu dài hạn

Theo bà Nguyễn Lê Dung, Trưởng Bộ phận Tư vấn Đầu tư Savills Hà Nội, khả năng thu hút nhà đầu tư ngày nay không còn phụ thuộc riêng vào địa điểm mà còn gắn với cơ cấu sản phẩm của dự án, mức độ kết nối với điểm đến và hệ sinh thái dịch vụ mà dự án có thể mang lại cho khách hàng.

Hà Nội sở hữu nhiều lợi thế khi vừa là trung tâm chính trị và hành chính của cả nước, vừa là là điểm giao thoa giữa văn hóa, du lịch, thương mại và hoạt động ngoại giao quốc tế. Điều này tạo ra cơ cấu nhu cầu lưu trú đa dạng, bao gồm khách du lịch nghỉ dưỡng, khách công tác, hoạt động MICE, các sự kiện quốc tế và nhóm khách cao cấp. Sự đa dạng này giúp thị trường khách sạn Hà Nội duy trì khả năng chống chịu tốt hơn trước các biến động kinh tế so với những điểm đến phụ thuộc chủ yếu vào một nhóm khách nhất định.

Bên cạnh đó, thành phố đang tiếp tục đầu tư mạnh cho hạ tầng và nâng cấp không gian đô thị. Quy hoạch Thủ đô đến năm 2045, tầm nhìn 2065 cho thấy định hướng phát triển không chỉ tập trung vào mở rộng quỹ đất mà còn chú trọng khai thác các giá trị sẵn có như hệ thống di sản, không gian công cộng và cảnh quan ven sông.

Định hướng phát triển không gian cảnh quan sông Hồng là một ví dụ tiêu biểu. Bên cạnh đóng vai trò hạ tầng đô thị, khu vực này được kỳ vọng trở thành trục kết nối văn hóa, du lịch và cộng đồng, góp phần mở rộng trải nghiệm của du khách cũng như tạo thêm động lực phát triển cho các hoạt động dịch vụ, lưu trú và thương mại trong tương lai.

Giá trị của điểm đến được tạo nên bởi hệ sinh thái trải nghiệm

Trên thế giới, những khu vực duy trì giá trị khách sạn và bất động sản lưu trú cao nhất thường không chỉ sở hữu vị trí thuận lợi mà còn được hỗ trợ bởi một hệ sinh thái trải nghiệm hoàn chỉnh.

Tại Tokyo, khu vực Ginza tiếp tục là một trong những thị trường khách sạn có giá trị cao nhất nhờ khả năng kết hợp giữa mua sắm, văn hóa, ẩm thực và hoạt động thương mại cao cấp. Trong khi đó, khu vực dọc sông Hoàng Phố tại Thượng Hải đã trở thành biểu tượng của thành phố khi kết nối hài hòa giữa các công trình lịch sử, không gian công cộng, du lịch và hoạt động kinh tế hiện đại.

Điểm chung của các khu vực này là khả năng bảo tồn và phát huy những giá trị văn hóa, lịch sử và bản sắc riêng của mình để tạo ra những trải nghiệm đặc trưng mà du khách khó có thể tìm thấy ở nơi khác. Chính những yếu tố này giúp duy trì sức hút của điểm đến qua nhiều thế hệ và tạo nền tảng cho giá trị bất động sản trong dài hạn. Không ít điểm đến trên thế giới ghi nhận những khách sạn và khu lưu trú đã hoạt động hàng chục, thậm chí hàng trăm năm nhưng vẫn duy trì vị thế dẫn đầu thị trường. Điểm chung của các tài sản này không nằm ở tuổi đời công trình mà ở khả năng gắn kết với câu chuyện văn hóa và lịch sử của điểm đến, trở thành một phần trong trải nghiệm mà du khách tìm kiếm khi quay trở lại.

Tại Hà Nội, khu vực lõi đô thị cũng đang sở hữu nhiều yếu tố tương tự với hệ thống di sản lâu đời, mạng lưới không gian công cộng, các hoạt động văn hóa đặc trưng cùng hệ sinh thái dịch vụ phục vụ du lịch đã được hình thành qua nhiều thập kỷ.

Nơi dòng vốn tìm kiếm sự bền vững

Việt Nam tiếp tục ghi nhận tăng trưởng tích cực về du lịch quốc tế, dòng vốn đầu tư nước ngoài và nhu cầu đối với các dịch vụ chất lượng cao, những điểm đến có khả năng kết hợp giữa hạ tầng, văn hóa, môi trường sống và hoạt động kinh tế đang trở thành tâm điểm quan tâm của các nhà đầu tư.

Đối với lĩnh vực khách sạn và bất động sản lưu trú, lợi thế cạnh tranh bền vững hiếm khi được tạo ra trong một vài năm. Giá trị dài hạn thường là kết quả của quá trình tích lũy về văn hóa, lịch sử, trải nghiệm, khả năng kết nối và sức hấp dẫn của điểm đến qua thời gian. Những yếu tố này không thể được tạo ra trong một chu kỳ đầu tư ngắn hạn mà cần nhiều thập kỷ hình thành và bồi đắp. Chính vì vậy, tại nhiều thị trường phát triển, các tài sản gắn liền với những điểm đến giàu bản sắc văn hóa thường là nhóm duy trì được sức cạnh tranh và hiệu quả vận hành bền vững nhất.

Từ góc độ đầu tư, đây cũng chính là những yếu tố góp phần định hình nhu cầu lưu trú, hiệu quả vận hành và giá trị tài sản trong dài hạn. Khi hoạt động đầu tư và M&A khách sạn ngày càng hướng tới các tài sản có khả năng tạo dòng tiền ổn định và tăng trưởng bền vững, sức hấp dẫn của điểm đến sẽ tiếp tục là một trong những tiêu chí quan trọng nhất trong quá trình ra quyết định của nhà đầu tư.

Thu Trang