

## Đón làn sóng khách quốc tế 2026: Du lịch Việt cần tạo lợi thế cạnh tranh mới

06:38 24/02/2026

Năm 2026 mở ra kỳ vọng lớn cho ngành du lịch Việt Nam, khi cả thị trường quốc tế và nội địa cùng ghi nhận những tín hiệu tăng trưởng tích cực. Tuy nhiên, để tận dụng trọn vẹn làn sóng mới, ngành du lịch cần nhanh chóng định hình lợi thế cạnh tranh bền vững.

Theo số liệu từ Sở Du lịch TP.HCM, trong 9 ngày nghỉ Tết (14-22/2/2026), doanh thu du lịch của thành phố ước đạt 12.150 tỷ đồng, tăng gần 43% so với cùng kỳ năm trước. Lượng khách quốc tế đạt khoảng 170.000 lượt, tăng hơn 51%, trong khi tổng khách tham quan các điểm du lịch ước đạt 4,32 triệu lượt. Công suất phòng đạt khoảng 75%, cho thấy sức cầu tăng rõ rệt.

Điểm đáng chú ý là, xu hướng du lịch đô thị, trải nghiệm văn hóa – ẩm thực và các hoạt động Tết truyền thống trong không gian hiện đại được du khách ưa chuộng. Các doanh nghiệp lữ hành đã chủ động tung ra tour ngắn ngày, city tour, tour đêm và chương trình kết nối TP.HCM với các tỉnh lân cận. Cơ sở lưu trú, trung tâm thương mại và dịch vụ giải trí đồng loạt mở rộng thời gian hoạt động, nâng cấp sản phẩm để giữ chân du khách và gia tăng chi tiêu.



Từ tín hiệu tích cực của du lịch Tết Bính Ngọ 2026 cho đến triển vọng “làn sóng” du khách quốc tế, tin rằng “công nghiệp không khói” Việt Nam sẽ tiếp tục có bút phá mới.

Không chỉ TP.HCM, triển vọng chung của du lịch Việt Nam năm 2026 cũng được đánh giá tích cực. Phân tích từ Công ty Chứng khoán MB (MBS) cho thấy, nhu cầu du lịch quốc tế tiếp tục là động lực tăng trưởng cho Vietnam Airlines. Dự kiến giai đoạn 2026–2027, lượng khách quốc tế của hãng có thể đạt 9,5–11,2 triệu lượt, tăng trưởng hai chữ số nhờ chính sách thị thực thuận lợi và sự mở rộng mạng bay.

Chính sách miễn thị thực, môi trường chính trị ổn định cùng chi phí sinh hoạt hợp lý đang giúp Việt Nam trở thành điểm đến hấp dẫn trong khu vực. Đáng chú ý, dòng khách từ Trung Quốc có xu hướng dịch chuyển sang Việt Nam, trong khi Ấn Độ nổi lên là thị trường tiềm năng nhờ tầng lớp trung lưu tăng nhanh và nhu cầu du lịch quốc tế mở rộng.

Ở thị trường nội địa, nhu cầu cũng duy trì đà phục hồi. Xu hướng du lịch sau đại dịch cho thấy người Việt ưu tiên sự an toàn, linh hoạt và trải nghiệm cá nhân hóa. Các chuyến đi ngắn ngày, khoảng cách gần nhưng có thể lặp lại nhiều lần trong năm ngày càng phổ biến, tạo động lực ổn định cho ngành.

Theo Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, mục tiêu năm 2026 là đón 25 triệu lượt khách quốc tế và 150 triệu lượt khách nội địa. Để đạt được con số này, ngành du lịch cần phát triển hệ thống sản phẩm đủ tầm vóc, đạt chuẩn quốc tế và có bản sắc rõ ràng. Thương hiệu điểm đến Việt Nam phải được định vị mạnh mẽ hơn ở phân khúc cao cấp và thị trường đặc thù.

Các chuyên gia cho rằng, lợi thế mới không chỉ nằm ở tài nguyên thiên nhiên hay chi phí cạnh tranh, mà còn ở khả năng thấu hiểu từng nhóm khách. Với thị trường Ấn Độ, việc gia tăng chuyến bay thẳng, phát triển ẩm thực phù hợp và tạo không gian kết nối giao thương có thể mở rộng dư địa tăng trưởng. Sự kết hợp giữa du lịch, văn hóa và cơ hội hợp tác kinh doanh sẽ tạo ra trải nghiệm khác biệt.

Trong bối cảnh cạnh tranh khu vực ngày càng gay gắt, du lịch Việt Nam muốn đón trọn “làn sóng” 2026 cần chuyển mình từ tăng trưởng theo số lượng sang nâng cao chất lượng. Khi sản phẩm, dịch vụ và hạ tầng được đầu tư đồng bộ, ngành “công nghiệp không khói” không chỉ bút phá về lượng khách mà còn gia tăng giá trị, khẳng định vị thế trên bản đồ du lịch quốc tế.

**Nam Sơn (t/h)**