

Du lịch Việt Nam khởi sắc đầu năm, doanh thu đạt khoảng 177.000 tỷ đồng

06:04 12/03/2026

Hai tháng đầu năm 2026, ngành du lịch Việt Nam ghi nhận nhiều tín hiệu tích cực khi lượng khách quốc tế tăng trưởng mạnh và doanh thu du lịch tiếp tục mở rộng. Theo số liệu của Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, tổng thu từ khách du lịch trong hai tháng đầu năm ước đạt khoảng 177.000 tỷ đồng, trong khi lượng khách quốc tế đạt gần 4,7 triệu lượt.

Kết quả này cho thấy sự phục hồi ổn định của ngành du lịch trong bối cảnh kinh tế toàn cầu vẫn còn nhiều biến động. Lượng khách quốc tế tăng trưởng hai con số cùng với nhu cầu du lịch nội địa duy trì ở mức cao đang góp phần khẳng định vai trò ngày càng quan trọng của du lịch đối với nền kinh tế.

Trong tháng 2/2026, Việt Nam đón hơn 2,2 triệu lượt khách quốc tế. Dù giảm khoảng 9,2% so với tháng 1 do yếu tố mùa vụ sau kỳ nghỉ Tết, lượng khách vẫn cao hơn 17,7% so với cùng kỳ năm 2025. Lũy kế hai tháng đầu năm, tổng lượng khách quốc tế đạt gần 4,7 triệu lượt, tăng 18,1% so với cùng kỳ năm trước và tương đương gần 19% mục tiêu cả năm của ngành.



Du lịch Việt Nam ghi nhận lượng khách quốc tế tăng mạnh đầu năm 2026.

Xét về cơ cấu thị trường, khu vực châu Á tiếp tục giữ vai trò chủ lực khi chiếm gần 73% tổng lượng khách quốc tế đến Việt Nam. Trong hai tháng đầu năm, khu vực này mang lại khoảng 3,41 triệu lượt khách. Lợi thế khoảng cách địa lý gần, hệ thống đường bay thuận tiện và sự tương đồng về văn hóa được xem là những yếu tố giúp thị trường châu Á duy trì vị trí quan trọng đối với du lịch Việt Nam.

Trong nhóm thị trường cụ thể, Hàn Quốc tiếp tục là nguồn khách lớn nhất. Hai tháng đầu năm 2026, Việt Nam đón khoảng 971.200 lượt khách từ thị trường này, tăng khoảng 10% so với cùng kỳ năm trước. Trung Quốc đứng thứ hai với khoảng 922.500 lượt khách. Các thị trường tiếp theo gồm Nhật Bản và Đài Loan.

Bên cạnh các thị trường truyền thống, khu vực Đông Nam Á cũng ghi nhận mức tăng trưởng đáng chú ý. Khách du lịch từ Philippines, Singapore, Indonesia và Malaysia đều tăng so với cùng kỳ. Sự gia tăng này giúp đa dạng hóa nguồn khách và giảm sự phụ thuộc vào một số thị trường lớn.

Một điểm sáng nổi bật trong giai đoạn đầu năm là sự phục hồi mạnh mẽ của thị trường Nga. Trong hai tháng đầu năm 2026, Việt Nam đón khoảng 246.900 lượt khách Nga, tăng tới 312,5% so với cùng kỳ năm trước. Mức tăng này thậm chí đã vượt tổng lượng khách Nga đến Việt Nam trong nhiều tháng đầu năm 2025, cho thấy nhu cầu du lịch đến các điểm đến nhiệt đới của du khách Nga đang tăng cao.

Ngoài ra, thị trường Ấn Độ cũng nổi lên như một nguồn khách tiềm năng khi đạt khoảng 158.400 lượt, tăng 71% so với cùng kỳ. Các thị trường xa hơn như Hoa Kỳ hay Ba Lan cũng ghi nhận tăng trưởng ổn định, trong đó lượng khách Ba Lan tăng mạnh nhờ nhu cầu tránh mùa đông và sự thuận lợi của các đường bay thẳng.

Song song với sự tăng trưởng của khách quốc tế, du lịch nội địa vẫn đóng vai trò quan trọng đối với ngành. Riêng trong tháng 2/2026, lượng khách du lịch trong nước ước đạt khoảng 18,5 triệu lượt, trong đó có khoảng 6,5 triệu lượt khách lưu trú. Tính chung hai tháng đầu năm, tổng lượng khách nội địa đạt khoảng 26,5 triệu lượt.

Kỳ nghỉ Tết Nguyên đán là một trong những yếu tố quan trọng thúc đẩy hoạt động du lịch trong giai đoạn đầu năm. Trong dịp Tết Bính Ngọ, ngành du lịch cả nước đã phục vụ hơn 14 triệu lượt khách. Nhiều địa phương đã chủ động tổ chức

các chương trình lễ hội, sự kiện văn hóa và hoạt động trải nghiệm để thu hút du khách.

Tại Hà Nội, chuỗi sự kiện “Happy Tết 2026” được tổ chức với nhiều hoạt động tái hiện không gian Tết truyền thống tại khu vực phố cổ. Trong khi đó, Thành phố Hồ Chí Minh thu hút đông đảo du khách với Đường hoa Nguyễn Huệ mang chủ đề “Xuân hội tụ – Vững bước vươn mình”. Các địa phương như Đà Nẵng, Quảng Ninh hay Khánh Hòa cũng triển khai nhiều sự kiện văn hóa và lễ hội nhằm tạo thêm trải nghiệm cho du khách.

Theo các chuyên gia, du lịch ngày càng thể hiện rõ vai trò là ngành “xuất khẩu tại chỗ”. Mỗi lượt khách quốc tế không chỉ mang lại nguồn thu trực tiếp cho ngành lữ hành, lưu trú và vận tải mà còn kích thích chi tiêu ở nhiều lĩnh vực khác như bán lẻ, ẩm thực, giải trí và dịch vụ địa phương.

Trong bối cảnh cạnh tranh du lịch khu vực ngày càng gay gắt, việc nâng cao chất lượng sản phẩm, kéo dài thời gian lưu trú và gia tăng mức chi tiêu của du khách được xem là yếu tố quan trọng giúp du lịch Việt Nam phát triển bền vững trong thời gian tới. Nếu duy trì được tốc độ tăng trưởng hiện nay, du lịch được kỳ vọng sẽ tiếp tục đóng góp lớn vào tăng trưởng của khu vực dịch vụ và nền kinh tế nói chung trong năm 2026.

Nam Sơn (t/h)