

Hà Nội: Ngành Du lịch vẫn chưa khai thác hết tiềm năng, lợi thế

06:05 27/10/2025

Những năm qua, việc đầu tư có lộ trình, đa dạng hóa các loại hình, đẩy mạnh chuyển đổi số..., ngành Du lịch Thủ đô đã gặt hái được những kết quả đáng ghi nhận. Tuy nhiên, theo các chuyên gia, Hà Nội vẫn chưa khai thác hết các tiềm năng, lợi thế sẵn có.

Hội tụ nhiều tiềm năng, lợi thế

Với 5.922 di tích được kiểm kê, trong đó, có 1 di sản văn hóa thế giới, 21 cụm di tích quốc gia đặc biệt, 1.160 di tích quốc gia, 1.456 di tích cấp thành phố và hơn 1.350 làng nghề, Hà Nội đang hội tụ nhiều tiềm năng, lợi thế để phát triển du lịch văn hóa, du lịch làng nghề, du lịch tâm linh...

Có thể thấy, khi đặt chân tới Thủ đô, du khách sẽ lập tức nghĩ ngay đến các công trình kiến trúc được xếp vào hàng bậc nhất cả nước, những di tích lịch sử văn hóa, như: Lăng Bác, Hoàng thành Thăng Long, Văn Miếu - Quốc Tử Giám..., hay hệ thống làng nghề thủ công truyền thống, như: Làng gốm Bát Tràng, Làng lụa Vạn Phúc, những làng quê Bắc bộ trù phú của xứ Đoài mây trắng, làng cổ Đường Lâm.



Khách du lịch tham quan Văn Miếu - Quốc Tử Giám. Ảnh: KT

Không chỉ lưu giữ những kiến trúc đặc sắc, Hà Nội còn là địa phương đang bảo tồn tinh hoa ẩm thực Bắc Bộ. Đây cũng là một trong những lý do khiến giải thưởng danh giá trong làng ẩm thực thế giới Michelin đã chọn các nhà hàng ở Hà Nội để gắn sao như một cách vinh danh và ghi nhận nền ẩm thực đặc sắc của mảnh đất nghìn năm văn hiến.

Về cơ sở hạ tầng, với lợi thế là Thủ đô “ngàn năm văn hiến”, lượng khách du lịch nội địa đến Hà Nội ở vị trí hàng đầu cả nước, là trung tâm tiếp nhận và phân phối khách du lịch đến các vùng du lịch phía Bắc và các vùng, miền khác trên lãnh thổ Việt Nam, cũng như các nước trong khu vực qua cả đường không, đường bộ, đường thủy và đường sắt...

Trước những tiềm năng và lợi thế sẵn có, những năm qua, ngành Du lịch Hà Nội đã không ngừng nỗ lực trong công tác đầu tư, phát triển, đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn.

Cụ thể, Hà Nội đặt mục tiêu vừa nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước, vừa phát triển sản phẩm mới, vừa quảng bá mạnh mẽ hình ảnh Thủ đô; đa dạng hóa các sản phẩm du lịch; triển khai chiến dịch truyền thông; tăng cường quảng bá trên truyền hình quốc gia, quốc tế và nền tảng số; tổ chức các chương trình khảo sát, kết nối điểm đến với doanh nghiệp lữ hành; đẩy mạnh chuyển đổi số trong ngành du lịch; đặt công tác phát triển nguồn nhân lực được đặt lên hàng đầu...



Khách du lịch tham quan tại hồ Hoàn Kiếm. Ảnh: Tuấn Ngọc

Kết quả, theo thống kê của Sở Du lịch Hà Nội, 9 tháng năm 2025, Thủ đô đón 26,07 triệu lượt khách, tăng 23,8% so với cùng kỳ 2024. Trong đó, khách quốc tế đạt 5,54 triệu lượt (3,9 triệu lưu trú), tăng 26%. Khách nội địa đạt 20,53 triệu lượt, tăng 23,2%. Tổng thu du lịch đạt 98,36 nghìn tỷ đồng, tăng 20,7%. Những con số trên cho thấy sức hấp dẫn mạnh mẽ của Hà Nội trong bối cảnh du lịch Việt Nam phục hồi toàn diện.

Bên cạnh đó, hoạt động lưu trú và dịch vụ du lịch cũng ghi nhận tín hiệu tích cực. Trong 9 tháng năm 2025, công suất đạt 62,6%, ngang bằng cùng kỳ 2024.

Theo bà Đặng Hương Giang, Giám đốc Sở Du lịch Hà Nội, để bảo đảm phát triển đồng bộ, thành phố tập trung quy hoạch hạ tầng du lịch theo cụm. Khu vực trung tâm nâng cao chất lượng du lịch văn hóa - di sản, phát triển du lịch đêm, MICE, ẩm thực. Phía Tây đẩy mạnh du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng, nông nghiệp; phía Bắc phát triển nghỉ dưỡng cuối tuần, mua sắm, thể thao; phía Đông khai thác du lịch đêm và MICE; phía Nam chú trọng làng nghề và du lịch nông thôn.

Cần có những giải pháp đồng bộ

Mặc dù Hà Nội có nhiều tiềm năng, lợi thế để phát triển du lịch, nhưng theo các chuyên gia, việc phát triển sản phẩm du lịch của Hà Nội chưa khai thác được hết tài nguyên, lợi thế.

Đơn cử, ông Phạm Mạnh Hà, Chủ tịch Lux Group nhận định, việc khai thác du lịch của Hà Nội hiện nay còn rời rạc, chỉ vài điểm du lịch truyền thống tại nội thành như: Hoàn Kiếm, Ba Đình, Đống Đa nên chưa ra được tổng thể các tour du lịch mang tính bài bản.

Tương tự, ông Lê Công Năng, Tổng Giám đốc Wondertour Việt Nam cũng đánh giá, Hà Nội là điểm hội tụ tinh hoa của Việt Nam qua các thời kỳ. Tuy nhiên hoạt động truyền thông quảng bá các tour văn hóa, đặc biệt tour văn hóa Hà Nội chưa được đầu tư mạnh mẽ.



Làng lụa Hà Đông - Làng lụa Vạn Phúc trang hoàng đón khách du lịch.
Ảnh: KT

Để tận dụng, khai thác tiềm năng, thế mạnh sẵn có của Hà Nội, ông Nguyễn Anh Tuấn, Viện trưởng Viện Kinh tế Du lịch cho rằng: Hà Nội cần chuyển từ mô hình điểm đến tham quan sang điểm đến trải nghiệm, sự kiện và sáng tạo. Quy hoạch Thủ đô 2021-2030, tầm nhìn 2050 đã tạo điều kiện hình thành 5 cụm sản phẩm ưu tiên như du lịch di sản - làng nghề, sinh thái, MICE - sự kiện, ẩm thực - du lịch đêm và sản phẩm du lịch thông minh..

TS.KTS Nguyễn Thu Hạnh, Chủ tịch Liên hiệp Khoa học Phát triển Du lịch bền vững (STDe) nêu quan điểm, để quy hoạch phát triển du lịch tại các di sản văn hóa thành công, Hà Nội cần nghiên cứu đầu tư phát triển chuỗi sản phẩm du lịch từ các giá trị cốt lõi, nổi trội của di sản để tạo sự phong phú, đa dạng và độc đáo qua đó thu hút được nhiều đối tượng khách.

Nhưng, để làm được điều này, cơ quan quản lý như Sở Du lịch Hà Nội cần xây dựng cơ chế phân chia lợi ích rõ ràng, hợp lý, từ đó xây dựng môi liên kết chặt chẽ giữa nhà quản lý - nhà khoa học - doanh nghiệp với người dân trong quá trình triển khai chuỗi sản phẩm.



Du khách tham quan tại làng gốm Bát Tràng. Ảnh: KT

Dưới góc độ quản lý, ông Hà Văn Siêu, Phó Cục trưởng Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam cho rằng, các doanh nghiệp du lịch cần tăng cường liên kết, hợp tác với chính quyền, cơ quan quản lý Nhà nước và người dân để tạo ra nhiều tour, tuyến, sản phẩm du lịch. Để Hà Nội tiếp tục là điểm đến văn hóa nổi bật hàng đầu châu Á.

Bên cạnh sự cố gắng của doanh nghiệp đòi hỏi Sở Du lịch Hà Nội tiếp tục định hướng và thúc đẩy hợp tác công – tư, triển khai hiệu quả Nghị quyết 68-NQ/TW về phát triển kinh tế tư nhân. Qua đó, khuyến khích các doanh nghiệp tiên phong sáng tạo sản phẩm mới, liên kết chuỗi giá trị du lịch, xây dựng tuyến – điểm du lịch đặc sắc của Hà Nội, đem đến cho du khách không chỉ là trải nghiệm ăn, ở, tham quan, mà còn là những cảm xúc, ấn tượng sâu sắc về từng vùng đất, từng con người Hà Nội.

Tuấn Ngọc