

Liên kết thương mại - du lịch: Hướng đi chiến lược nâng cao giá trị điểm đến Hà Nội

09:00 17/01/2026

Trong bối cảnh kinh tế - xã hội phục hồi tích cực, nhu cầu du lịch gắn với trải nghiệm, mua sắm và khám phá văn hóa ngày càng gia tăng, Hà Nội đang chủ động thúc đẩy chiến lược kết nối giữa thương mại và du lịch như một động lực quan trọng để nâng cao giá trị điểm đến. Cách tiếp cận này không chỉ góp phần mở rộng không gian phát triển cho các ngành dịch vụ mà còn tạo lợi thế cạnh tranh mới cho Thủ đô trong bối cảnh các đô thị lớn ngày càng chú trọng “kinh tế trải nghiệm”.

Thực tiễn cho thấy, thương mại và du lịch có mối quan hệ tương hỗ rõ nét. Du lịch phát triển kéo theo nhu cầu lớn về mua sắm, ẩm thực, giải trí và dịch vụ, trong khi hệ thống thương mại hiện đại, đa dạng lại góp phần nâng cao chất lượng trải nghiệm, kéo dài thời gian lưu trú và gia tăng mức chi tiêu của du khách. Nhận diện rõ xu hướng này, Hà Nội xác định việc gắn kết hai lĩnh vực là một trong những trụ cột quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế dịch vụ.



Hà Nội thường xuyên tổ chức các hội chợ, triển lãm xúc tiến thương mại gắn kết du lịch địa phương.

Theo Sở Công Thương Hà Nội, thời gian qua, Thành phố đã triển khai nhiều chương trình xúc tiến thương mại gắn với quảng bá du lịch, thông qua tổ chức hội chợ, triển lãm, tuần hàng Việt, các sự kiện giới thiệu sản phẩm đặc trưng tại những không gian văn hóa, di tích lịch sử và khu vực du lịch trọng điểm. Cách làm này không chỉ hỗ trợ doanh nghiệp mở rộng thị trường mà còn hình thành thêm các điểm đến mua sắm hấp dẫn cho du khách.

Một điểm nhấn quan trọng trong chiến lược kết nối là việc phát triển sản phẩm làng nghề, sản phẩm OCOP và hàng thủ công mỹ nghệ. Hà Nội hiện là địa phương có số lượng làng nghề lớn nhất cả nước, với nhiều sản phẩm mang giá trị văn hóa và nghệ thuật cao. Thông qua các chương trình hỗ trợ xây dựng thương hiệu, cải tiến mẫu mã, nâng cao chất lượng và mở rộng kênh phân phối, sản phẩm làng nghề ngày càng được định vị như những “đại sứ văn hóa”, vừa phục vụ tiêu dùng, vừa là quà tặng, lưu niệm đặc trưng cho du khách.

Khi các làng nghề được đưa vào tour du lịch trải nghiệm, giá trị kinh tế và chiều sâu văn hóa của sản phẩm cũng được nâng lên, tạo sinh kế bền vững cho người dân và góp phần bảo tồn bản sắc truyền thống.

Song song với đó, Hà Nội chú trọng phát triển các không gian thương mại gắn với du lịch như phố đi bộ, phố chuyên doanh, chợ truyền thống cải tạo theo hướng văn minh, trung tâm mua sắm hiện đại kết hợp giải trí. Những không gian này không chỉ đáp ứng nhu cầu mua sắm mà còn trở thành điểm tham quan, trải nghiệm đời sống đô thị, góp phần làm phong phú sản phẩm du lịch của Thủ đô.

Trong bối cảnh chuyển đổi số diễn ra mạnh mẽ, việc ứng dụng công nghệ trong thương mại và du lịch cũng được Hà Nội đẩy mạnh. Thương mại điện tử, thanh toán không dùng tiền mặt, quảng bá sản phẩm và dịch vụ trên nền tảng số giúp doanh nghiệp tiếp cận thị trường hiệu quả hơn, đồng thời tạo thuận lợi cho du khách trong quá trình tìm kiếm thông tin và sử dụng dịch vụ. Sự kết hợp giữa thương mại điện tử và du lịch thông minh được kỳ vọng sẽ nâng cao chất lượng trải nghiệm và mức chi tiêu của khách.

Ở góc độ quy hoạch không gian, Sở Du lịch Hà Nội cho biết, Thành phố đã rà soát 119 điểm, tuyến phố có giá trị văn hóa – thương mại, trong đó xác định 35 tuyến phố trọng điểm có khả năng kết nối với các phân tuyến du lịch. Việc tổ chức, liên thông các tuyến phố này không chỉ nâng cao giá trị không gian đô thị mà còn tạo thêm động lực phát triển kinh tế – văn hóa.

Với định hướng nhất quán và cách làm bài bản, Hà Nội đang từng bước khẳng định vị thế là trung tâm thương mại – du lịch lớn của cả nước. Sự kết nối hiệu quả giữa hai lĩnh vực này không chỉ góp phần nâng tầm giá trị điểm đến Thủ đô, mà còn tạo nền tảng cho tăng trưởng bền vững trong giai đoạn phát triển mới.

Nam Sơn (t/h)