TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Mùa hè sôi động, thị trường tour bước vào “cuộc đua” ưu đãi và trải nghiệm

06:28 13/04/2026

Thị trường du lịch nội địa đang chính thức bước vào giai đoạn cao điểm mùa hè, với nhu cầu dự báo tăng mạnh sau kỳ nghỉ lễ 30/4. Tuy nhiên, trong bối cảnh chi phí đầu vào, đặc biệt là giá vé máy bay có nhiều biến động, các doanh nghiệp lữ hành buộc phải nhanh chóng thích ứng để giữ sức hút với du khách.

Một trong những thay đổi rõ nét là việc các hãng hàng không điều chỉnh tần suất khai thác, cắt giảm những chuyến bay có hệ số lấp đầy thấp. Điều này khiến nguồn cung vé không còn dồi dào như trước, kéo theo sự thay đổi trong cấu trúc giá tour. Trước áp lực đó, nhiều doanh nghiệp lữ hành đã chủ động tái cấu trúc sản phẩm, đồng thời chuyển mạnh sang nền tảng bán hàng trực tuyến.

Thông qua hệ thống đặt tour online, giá sản phẩm được cập nhật theo thời gian thực, kèm theo các chương trình ưu đãi linh hoạt theo thời điểm đặt chỗ. Cách làm này không chỉ giúp doanh nghiệp tối ưu dòng tiền mà còn góp phần phân bổ nhu cầu, tránh tình trạng dồn khách vào cao điểm.



Các chương trình ưu đãi giúp tăng khả năng tiếp cận và thúc đẩy quyết định mua tour của khách hàng.

Không khí cạnh tranh càng trở nên sôi động khi Hội chợ Du lịch Quốc tế Việt Nam VITM 2026 diễn ra tại Hà Nội, ngay sau Ngày hội Du lịch TP.HCM. Đây được xem là “điểm nóng” của thị trường khi hàng loạt doanh nghiệp tung ra các chương trình khuyến mại quy mô lớn.

Nhiều đơn vị lữ hành cho biết, đã kích hoạt các “mã giảm giá” với giá trị cao nhằm kích cầu tiêu dùng. Bên cạnh yếu tố giá, các doanh nghiệp cũng tập trung làm mới sản phẩm để tạo khác biệt. Chẳng hạn, các tour trải nghiệm du thuyền trên Vịnh Hạ Long, hay hành trình khám phá thiên nhiên, văn hóa vùng miền đang được thiết kế lại theo hướng độc đáo và linh hoạt hơn.

Vietravel là một trong những doanh nghiệp mạnh tay khi tung ra hàng chục nghìn sản phẩm tour trong và ngoài nước, với mức giảm giá lên tới 30–50%. Các chương trình kích cầu kết hợp giữa tour lễ và tour hè giúp khách hàng có thêm lựa chọn với chi phí hợp lý. Trong khi đó, BenThanh Tourist triển khai hơn 300 chương trình tour với lịch khởi hành kéo dài suốt mùa hè, đồng thời đa dạng hóa sản phẩm hướng tới nhóm khách yêu thích du lịch văn hóa và lịch sử.

Ở phân khúc nghỉ dưỡng, Saigontourist Group gây chú ý với các tour ngắn ngày giá cạnh tranh, cùng loạt combo nghỉ dưỡng 4–5 sao tại các điểm đến như Đà Nẵng, Huế hay Lý Sơn. Đây là những sản phẩm phù hợp với xu hướng du lịch

ngắn ngày, tiết kiệm chi phí nhưng vẫn đảm bảo chất lượng trải nghiệm.

Bên cạnh đó, nhiều doanh nghiệp như Vietluxtour hay Flamingo Redtours cũng đồng loạt tung ra các gói tour giá ưu đãi, kết hợp quà tặng và dịch vụ gia tăng. Đáng chú ý, một số đơn vị lựa chọn hướng đi khác biệt khi không cạnh tranh trực tiếp bằng giá.

Tiêu biểu, BestPrice Travel tập trung vào cá nhân hóa trải nghiệm, ứng dụng chuyển đổi số và đưa ra các chính sách giá trị gia tăng như hoàn tiền nếu không đỗ visa, tặng quà du lịch hoặc nâng cấp dịch vụ. Cách tiếp cận này cho thấy xu hướng chuyển dịch từ “du lịch giá rẻ” sang “du lịch giá trị”.

Song song với đó, các doanh nghiệp cũng đẩy mạnh phát triển những sản phẩm mới như “du lịch một chạm”, tour không mua sắm (No Shopping), hay các chương trình kết hợp nghỉ dưỡng và chăm sóc sức khỏe. Đây là những xu hướng phù hợp với nhu cầu ngày càng cao của du khách về trải nghiệm cá nhân hóa và chất lượng dịch vụ.

Tại Hanoitourist, hệ sinh thái sản phẩm được mở rộng từ lưu trú, ẩm thực đến tour trải nghiệm đường sông như tuyến sông Hồng. Các chương trình ưu đãi sâu, đặc biệt với tour nước ngoài và nội địa, giúp du khách có thêm lựa chọn đa dạng ngay tại thị trường Thủ đô.

Nhìn tổng thể, thị trường tour hè 2026 không chỉ là cuộc đua giảm giá mà còn là cuộc cạnh tranh toàn diện về sản phẩm, công nghệ và trải nghiệm. Khi chi phí đầu vào còn nhiều biến động, doanh nghiệp buộc phải tối ưu vận hành, đồng thời sáng tạo hơn trong cách tiếp cận khách hàng.

Về phía du khách, đây lại là cơ hội thuận lợi để “săn sale” với nhiều lựa chọn phong phú. Tuy nhiên, thay vì chỉ quan tâm đến giá, xu hướng hiện nay cho thấy người tiêu dùng đang ưu tiên các yếu tố như chất lượng dịch vụ, tính an toàn và trải nghiệm cá nhân.

Sự chuyển dịch này không chỉ giúp thị trường du lịch trở nên năng động hơn trong ngắn hạn, mà còn là nền tảng quan trọng để ngành du lịch Việt Nam phát triển bền vững trong dài hạn.

Nam Sơn