

Ngành du lịch phục hồi mạnh mẽ: Chú trọng trải nghiệm và yếu tố bản sắc

09:11 04/07/2025

Ngành du lịch toàn cầu tiếp tục phục hồi khi nhu cầu đi lại của người dân trên khắp thế giới ngày càng gia tăng. Tại Việt Nam, ngành du lịch đồng thời ghi nhận mức phục hồi đáng chú ý. Trong đó, ghi nhận xu hướng người tiêu dùng hiện nay chi tiêu cho trải nghiệm hơn là mua sắm vật chất.

Du lịch tăng trưởng trở lại

Báo cáo Savills Impacts cho thấy trong năm 2024, du lịch quốc tế đã phục hồi và trở về mức trước đại dịch. Trên phạm vi toàn cầu, lượng khách du lịch quốc tế nghỉ qua đêm đạt 1,4 tỷ lượt, tăng 140 triệu lượt, tương đương 11% so với số liệu năm 2023. Mức tăng trưởng này chủ yếu nhờ vào nhu cầu đi lại gia tăng mạnh mẽ, đặc biệt tại các thị trường có nhiều khách du lịch. Tại thị trường Châu Á - Thái Bình Dương, lượng khách du lịch trong năm vừa qua đã vượt ngưỡng năm 2019.

Sự phục hồi mạnh mẽ của ngành du lịch tạo ra những tác động đáng kể đối với lĩnh vực bất động sản. Trong các phân khúc bất động sản vận hành, khách sạn là loại tài sản phát triển nhất. Phân khúc này ngày càng thu hút các nhà đầu tư. Đặc biệt, trong bối cảnh lạm phát gia tăng và chi phí vay vốn ở mức cao, doanh thu mà loại hình này mang lại được nhà đầu tư đánh giá là hấp dẫn. Nhu cầu lưu trú mạnh mẽ cũng đã góp phần thúc đẩy công suất phòng khách sạn và giá phòng trung bình hàng ngày (ADR) tăng 2,6% và đạt 142 USD/đêm trong năm 2024. Kết quả này đã củng cố thêm niềm tin của các nhà đầu tư.



Tại Việt Nam, ngành du lịch đồng thời ghi nhận mức phục hồi đáng chú ý. Được đánh giá là kết quả cộng hưởng của nhiều yếu tố từ chính sách nới lỏng visa, cho đến các chiến lược tiếp thị hiệu quả từ chính quyền địa phương cùng doanh nghiệp.

Số liệu từ Cục Thống kê (Bộ Tài Chính) cho thấy, trong 5 tháng đầu năm 2025, khách quốc tế đến Việt Nam đạt 9,2 triệu lượt người, tăng 21,3% so với cùng kỳ năm 2024. Chỉ tính riêng tháng 5/2025, lượng khách quốc tế đến nước ta đạt 1,53 triệu lượt- tăng 10,5% so với cùng kỳ năm ngoái. Xét về quy mô thị trường, Trung Quốc vẫn là thị trường có lượng khách du lịch đến Việt Nam nhiều nhất. Trong 5 tháng đầu năm 2025, có đến 2,36 triệu lượt khách Trung Quốc đến nước ta- chiếm 25,7% tổng lượng khách quốc tế. Tiếp sau là Hàn Quốc với 1,9 triệu lượt khách, tương đương 20,7%. Danh sách 10 thị trường quốc tế có lượng khách tới Việt Nam hàng đầu còn có Đài Loan, Mỹ, Nhật Bản, Campuchia, Ấn Độ, Australia, Malaysia và Nga.

Sự phục hồi của ngành du lịch được dự báo sẽ tiếp tục tăng trong năm 2025. Các dự báo sơ bộ cho thấy lượng khách du lịch quốc tế có thể tăng trưởng từ 3-5% so với cùng kỳ, cùng với nhiều khách sạn mới chuẩn bị khai trương. Về nguồn cung, Việt Nam đã chứng kiến sự phục hồi mạnh mẽ về nguồn cung khách sạn và khu nghỉ dưỡng sau Covid, phần lớn các dự án mới tập trung tại các điểm đến ven biển, đặc biệt là Đà Nẵng, nơi nguồn cung khách sạn tại một số khu vực trên địa bàn đã vượt quá nhu cầu.



Ưu tiên trải nghiệm và yếu tố bản sắc

Theo Savills Impacts 2025, nhu cầu đi lại ngày càng gia tăng từ tầng lớp trung lưu đang mở rộng tại các thị trường mới nổi. Ngoài ra, người tiêu dùng hiện nay có xu hướng chi tiêu cho trải nghiệm hơn là mua sắm vật chất.

Bà Leyre Octavio de Toledo, Giám đốc Điều hành, Bộ phận Kiến trúc và Giải pháp không gian thuê, Savills Tây Ban Nha, cho rằng: Để thành công, các khách sạn cần thích nghi với những thay đổi theo nhu cầu thị trường. “Việc cải tạo về mặt thẩm mỹ là chưa đủ. Các khách sạn hiện nay cần được tái thiết kế không gian và chức năng một cách linh hoạt hơn, bền vững hơn và gắn kết với môi trường xung quanh, nhưng vẫn phải giữ được bản sắc và tinh thần vốn có”, bà Leyre nhận định.

Ông Matthew Powell, Giám đốc Savills Hà Nội, ghi nhận sự thay đổi tương tự trong lĩnh vực nghỉ dưỡng tại Việt Nam. Các chủ đầu tư và đơn vị vận hành ngày càng chú trọng đến việc tích hợp yếu tố bản địa vào thiết kế và vận hành khách sạn, bao gồm vật liệu địa phương, chi tiết văn hóa và phong cách kiến trúc đặc trưng, phù hợp với từng điểm đến. Đồng thời, tinh thần hiếu khách của người Việt cũng được thể hiện rõ nét thông qua thiết kế dịch vụ chu đáo và đào tạo nhân sự bài bản, mang đến cho du khách trải nghiệm được cá nhân hóa nhưng vẫn mang bản sắc văn hóa Việt.



“Bất động sản nghỉ dưỡng tại Việt Nam đang xa dần khỏi mô hình tiêu chuẩn hóa, thiếu bản sắc. Thay vào đó, các dự án đang hướng tới tính chân thực và sự kết nối với địa phương, điều mà du khách ngày nay ngày càng kỳ vọng. Điều này càng được thể hiện rõ nét ở các phân khúc cao cấp”, ông Powell nhận định.

Ngày nay, khách du lịch quốc tế đang quay trở lại các điểm đến quen thuộc tại Việt Nam nhờ sự phát triển đồng bộ về hạ tầng, cơ sở lưu trú và mạng lưới chuyến bay thẳng. Đây được xem là bước ngoặt quan trọng, phản ánh khả năng cạnh tranh ngày càng cao của Việt Nam trên bản đồ du lịch toàn cầu.

Cũng theo ông Powell, ngành nghỉ dưỡng tại Việt Nam đang cho thấy tiềm năng đầu tư mạnh mẽ, được hỗ trợ bởi đa dạng về địa lý, từ trung tâm đô thị, bờ biển đến miền núi và các vùng văn hóa đặc thù.

Một số xu hướng mới đang hình thành, định hình mối quan tâm của nhà đầu tư. Trong đó có sự nổi lên của các khu nghỉ dưỡng vùng núi, du lịch kết hợp dịch vụ chăm sóc sức khỏe, với các sản phẩm đang ngày càng đa dạng hóa trong các khu nghỉ dưỡng truyền thống. Bên cạnh đó, các thương hiệu khách sạn và chủ đầu tư đang mở rộng các điểm đến mới, đặc biệt là các khu vực gắn liền với phát triển hạ tầng như sân bay, đường cao tốc. Nhà đầu tư hiện cũng có xu hướng vượt ra khỏi các thị trường truyền thống để đón đầu nhu cầu mới và tận dụng các cơ hội kết nối tương lai.



Các điểm đến ven biển nổi bật như Đà Nẵng, Hội An, Nha Trang, Hạ Long và Phú Quốc đang thu hút nhiều thương hiệu khách sạn quốc tế danh tiếng. Các dự án tại đây không chỉ sở hữu vị trí đắc địa mà còn nổi bật với thiết kế đạt chuẩn quốc tế, dịch vụ quản lý chuyên nghiệp và trải nghiệm đẳng cấp, giúp nhà đầu tư an tâm về giá trị tài sản dài hạn, kể cả khi không sử dụng cho mục đích cá nhân.

Xét về cơ hội đầu tư, ông Powell đánh giá ngành khách sạn Việt Nam có sự khác biệt khi cùng lúc phục vụ nhiều nhóm du lịch đa dạng. Điều này mở ra cơ hội phong phú cho các nhà đầu tư với chiến lược và kỳ vọng lợi nhuận khác nhau. Song song với sự phát triển của khách sạn và khu nghỉ dưỡng, Việt Nam chứng kiến sự gia tăng đáng kể của phân khúc bất động sản hàng hiệu. Đây là một phân khúc đang phát triển nhanh chóng, dẫn dắt bởi các thương hiệu khách sạn siêu sang toàn cầu. Thành công của các dự án không chỉ đến từ chất lượng dịch vụ vượt trội mà còn nhờ vào sức mạnh nhận diện và uy tín thương hiệu, yếu tố ngày càng quan trọng đối với các nhà đầu tư.

Ông Powell cũng lưu ý, nhà đầu tư tìm kiếm cơ hội trong lĩnh vực khách sạn tại Việt Nam cần cân nhắc một số yếu tố then chốt. Trước tiên là nguồn cung tương lai và mức độ cạnh tranh tại từng phân khúc thị trường, bởi đây là yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả đầu tư. Bên cạnh đó là tiến độ phát triển hạ tầng hàng không và giao thông đường bộ, đóng vai trò then chốt trong việc điều phối dòng khách du lịch và cần được theo dõi sát sao. Tính minh bạch về pháp lý, đặc biệt về mô hình sở hữu và phát triển bất động sản hàng hiệu, cũng là yếu tố quan trọng trong bối cảnh phân khúc này đang dần mở rộng. Ngoài ra, việc lựa chọn đối tác vận hành chuyên nghiệp sẽ góp phần đảm bảo giá trị tài sản lâu dài.

“Thị trường nghỉ dưỡng Việt Nam đang trong giai đoạn tăng trưởng, mang lại cơ hội hấp dẫn cho các nhà đầu tư tại các điểm đến mới với các loại hình sản phẩm sáng tạo. Triển vọng dài hạn của ngành được củng cố bởi nhu cầu ngày càng tăng, sự khác biệt hóa đến từ thương hiệu và kỳ vọng ngày càng cao của du khách hiện đại”, ông Powell kết luận.

Thu Trang