

## Ngành du lịch TP. HCM làm mới sản phẩm, đón làn sóng khách quốc tế

11:18 01/04/2026

Nhằm phục hồi và gia tăng sức hút đối với thị trường quốc tế, TP. HCM đang đồng loạt triển khai nhiều tour du lịch kích cầu với sản phẩm đa dạng, trải nghiệm mới lạ. Các chương trình không chỉ hướng đến nâng cao chất lượng dịch vụ, mà còn kỳ vọng tạo cú hích thu hút dòng khách quốc tế quay trở lại mạnh mẽ.

Theo đại diện Sở Du lịch TP. HCM, năm 2025, ngành du lịch thành phố tăng trưởng mạnh so với cùng kỳ năm trước.

Cụ thể, lượng khách quốc tế đến TP. HCM ước đạt 8,5 triệu lượt, tăng trên 39%; khách du lịch nội địa đạt 45 triệu lượt, tăng 18,4%. Tổng thu du lịch năm 2025 đạt 260.000 tỷ đồng, tăng 36% so với năm trước.

Tuy nhiên, từ tháng 3, khi xung đột Trung Đông nổ ra khiến chi phí nhiên liệu tăng cao, không chỉ ảnh hưởng đến ngành hàng không mà cả với ngành hàng hải.



Khách du lịch tại TP. HCM (Ảnh: Phạm Thịnh)

Trong bối cảnh đó, đại diện Sở Du lịch TP. HCM cho biết, các doanh nghiệp du lịch đã chủ động ứng phó linh hoạt kịp thời, đặc biệt từ cạnh tranh về giá đã chuyển sang phát triển mạnh sản phẩm, nhất là các sản phẩm theo hướng tối ưu hành trình, đa dạng sản phẩm du lịch nhằm nâng cao giá trị sản phẩm.

Đồng thời, đẩy mạnh thêm dòng sản phẩm du lịch nội đô, nội địa, du lịch ngắn ngày, du lịch xanh với các phương tiện có thể tiết kiệm chi phí với giá thành tour. Ngoài ra, các doanh nghiệp cũng chủ động tách chi phí nhiên liệu ra khỏi chi phí tour, tạo được độ tin cậy với khách hàng.

Sở Du lịch TP. HCM xác định những định hướng trọng tâm, cụ thể: Thứ nhất là thích ứng linh hoạt trong ngắn hạn và dài hạn, gồm tái cấu trúc sản phẩm, tái cấu trúc thị trường cụ thể.

Thứ hai là triển khai chương trình kích cầu thị trường và hỗ trợ cho doanh nghiệp thông qua các sự kiện lớn như Ngày hội du lịch TP. HCM năm 2026. Chương trình này được kỳ vọng thúc đẩy sự phối hợp của ngành hàng không và các doanh nghiệp lữ hành để cùng nhau tạo ra các gói sản phẩm tốt, tối ưu hóa chi phí. Đồng thời, Sở cũng tăng cường vận động các doanh nghiệp tăng thêm chất lượng dịch vụ và trải nghiệm cho du khách như sự bù đắp về giá cả cũng như cảm ơn khách hàng, trao giá trị thật thay vì chạy đua về giá cả.

Thứ ba, đa dạng hóa sản phẩm. Ngành du lịch TP. HCM sẽ tập trung phát triển các sản phẩm nội đô, nội địa, sản phẩm về đường thủy cũng như khai thác hiệu quả các hệ thống giao thông công cộng như metro.

Thứ tư, tái định hướng thị trường trong đó sẽ tái cấu trúc lại các thị trường trọng điểm, đặc biệt là thị trường gần, các phân khúc khách chi tiêu cao ít bị tác động bởi biến động giá cả, chẳng hạn phân khúc khách MICE hay du lịch y tế.

Ngoài ra, TP. HCM cũng đẩy mạnh một số giải pháp như ứng dụng công nghệ số để nâng cao trải nghiệm của khách hàng.

Cụ thể, trong tháng 4, ngành du lịch TP. HCM sẽ tung ra chương trình kích cầu cho khách du lịch quốc tế đến thành phố thông qua các gói ưu đãi. Cụ thể, mỗi tháng sẽ có 10.000 gói ưu đãi, với giá trị mỗi gói lên đến 2,5 triệu đồng cho du khách. Thông qua đó, tạo điều kiện tối đa cho du khách có những trải nghiệm về ăn uống và mua sắm trên địa bàn TP. HCM.

Đặc biệt, vào dịp lễ 30/4, 1/5 và hè sắp tới tiếp tục là đợt cao điểm du lịch cả nước, xu hướng du lịch ngắn ngày, linh hoạt sẽ tăng. Đây là cơ hội cho sự phát triển của du lịch nội đô, du lịch vùng, nội địa phát triển mạnh hơn.

**Phạm Thịnh**