

TP.HCM đặt mục tiêu vào năm 2030 ngành du lịch đóng góp 12% GRDP

10:56 11/09/2026

Đến năm 2030, TP.HCM đặt mục tiêu tổng thu từ khách du lịch đạt 684.000 tỷ đồng, tương đương khoảng 25 tỷ USD; đóng góp của ngành chiếm 12% GRDP thành phố. Thay vì chạy theo số lượng khách, thành phố sẽ hướng đến nhóm chi tiêu cao, lưu trú dài ngày, đồng thời phát triển ba chuỗi trải nghiệm kết nối đô thị, sông nước và biển đảo.

Du lịch TP.HCM đang đứng trước một cuộc tái cấu trúc quy mô lớn. Không gian phát triển mới tập hợp nhiều lớp tài nguyên trong cùng một địa giới hành chính, từ đô thị di sản, công nghiệp, dịch vụ đến biển đảo. Đây là điều kiện để thành phố làm mới sản phẩm, mở rộng thị trường và kéo dài hành trình của du khách.



Du lịch đường sông mở rộng chuỗi trải nghiệm giữa không gian đô thị TP.HCM. (Ảnh: minh họa)

Cụ thể hóa Nghị quyết số 26-NQ/TW, ngành du lịch thành phố xác định ba hướng đột phá gồm hoàn thiện thể chế, đầu tư hạ tầng phục vụ khách chi tiêu cao và xây dựng hệ thống quản trị dựa trên dữ liệu.

Thành phố đang nghiên cứu cơ chế hỗ trợ các loại hình du lịch mới, thí điểm có kiểm soát mô hình trung tâm du lịch, giải trí và thương mại hoạt động 24/7. Chính sách hoàn thuế giá trị gia tăng cho khách du lịch tại những trung tâm thương mại, điểm mua sắm đủ điều kiện cũng được xem xét nhằm kích thích chi tiêu.

Việc tái cấu trúc sản phẩm không đặt nặng việc tạo thêm thật nhiều điểm đến riêng lẻ. Trọng tâm là kết nối những tài nguyên sẵn có thành chuỗi trải nghiệm liền mạch, giúp du khách ở lại lâu hơn và chi tiêu nhiều hơn.

Theo định hướng của Sở Du lịch, khu vực Sài Gòn - Chợ Lớn - Thủ Thiêm sẽ giữ vai trò cửa ngõ, tập trung các sản phẩm hội nghị, mua sắm, ẩm thực, y tế và giải trí ban đêm. Hệ thống sông Sài Gòn, Đồng Nai, Nhà Bè, Soài Rạp và Thị Vải được khai thác như những tuyến kết nối du lịch. Dải Cần Giờ - Vũng Tàu - Long Hải - Hồ Tràm - Côn Đảo sẽ mở rộng hành trình về phía biển và hải đảo.

Chuỗi đô thị - sông - biển sẽ đưa du khách từ các điểm di sản, không gian sáng tạo tại trung tâm thành phố theo đường sông đến vùng ven biển và hải đảo. Một hành trình có thể kết hợp nhiều loại hình, thay vì tách rời đô thị với nghỉ dưỡng biển như trước.

Chuỗi thứ hai lấy du lịch MICE làm trục, kết nối hội nghị, triển lãm với mua sắm, ẩm thực và kinh tế đêm. Đây là phân khúc có mức chi tiêu bình quân cao, ít chịu tác động của mùa vụ và có khả năng tạo nguồn khách ổn định cho hệ thống lưu trú, vận tải, bán lẻ.

Chuỗi còn lại phát triển du lịch y tế và chăm sóc sức khỏe kết hợp nghỉ dưỡng. Lợi thế của TP.HCM nằm ở hệ thống bệnh viện, cơ sở y tế chuyên sâu cùng các điểm nghỉ dưỡng ven biển, tạo điều kiện hình thành sản phẩm dành cho khách có nhu cầu khám, điều trị, phục hồi sức khỏe.

Cách tiếp cận thị trường cũng sẽ thay đổi. Thành phố chuyển từ phân chia khách theo quốc gia sang từng nhóm nhu cầu cụ thể như khách chi tiêu cao, khách lưu trú dài ngày, khách MICE, khách du lịch y tế và khách tàu biển.

Sở Du lịch dự kiến triển khai các chương trình nghiên cứu về mức chi tiêu, thời gian lưu trú và sự hài lòng của từng nhóm khách. Dữ liệu sẽ được chia sẻ để doanh nghiệp lựa chọn thị trường, thiết kế sản phẩm và điều chỉnh chất lượng dịch vụ sát nhu cầu hơn.

Mỗi phường, xã và đặc khu được định hướng xây dựng ít nhất một sản phẩm du lịch đặc thù. Nếu khai thác hiệu quả, hệ thống sản phẩm tại cơ sở sẽ trở thành nguồn nguyên liệu lớn để doanh nghiệp lựa chọn xây dựng những tuyến đi mới

trên toàn không gian thành phố.

Muốn cạnh tranh ở phân khúc khách chi tiêu cao, TP.HCM cần bổ sung những công trình mà hệ thống du lịch hiện nay còn thiếu. Danh mục được đề xuất gồm khách sạn cao cấp, trung tâm hội nghị có sức chứa tối thiểu 5.000 người, trung tâm triển lãm quốc tế với diện tích sàn trong nhà từ 60.000 đến 80.000 m², cảng tàu khách quốc tế, bến du thuyền và trung tâm mua sắm hàng hiệu theo tiêu chuẩn quốc tế.

Nhu cầu này đã được Sở Du lịch chuyển đến cơ quan lập Quy hoạch tổng thể TP.HCM để xem xét tích hợp. Việc sớm xác định quỹ đất, không gian phát triển và cơ chế thu hút đầu tư sẽ quyết định khả năng hình thành những dự án quy mô lớn.

Hạ tầng MICE là một trong những điểm cần ưu tiên. TP.HCM hiện chưa có trung tâm triển lãm đủ sức cạnh tranh với các điểm đến hàng đầu Đông Nam Á, nơi nhiều sàn triển lãm đã vượt quy mô 100.000 m². Thành phố cũng thiếu cảng hành khách tàu biển chuyên dụng và hệ thống bến nội địa phục vụ khách du lịch.



Hạ tầng hội nghị, triển lãm hiện đại góp phần thu hút dòng khách MICE và khách chi tiêu cao. (Ảnh: minh họa)

Cần Giờ, Côn Đảo cùng những khu vực có giá trị sinh thái đặc biệt được xác định là nơi cần thu hút các dự án động lực, nhưng việc đầu tư phải gắn với yêu cầu bảo tồn. Song song đó, những khoảng trống pháp lý liên quan đến kinh tế đêm, du lịch ven sông, mô hình hoạt động 24/7, kinh tế chia sẻ và nền tảng du lịch trực tuyến xuyên biên giới sẽ được rà soát để đề xuất cơ chế thí điểm.

Công nghệ sẽ trở thành công cụ điều hành trực tiếp. Đến hết năm 2028, ngành du lịch TP.HCM phấn đấu hoàn thành cơ sở dữ liệu kết nối với nền tảng du lịch quốc gia, đồng thời số hóa toàn bộ dữ liệu về tài nguyên và điểm đến.

Dữ liệu từ cơ sở lưu trú, doanh nghiệp lữ hành và điểm tham quan sẽ hỗ trợ phân tích dòng khách, nhu cầu, hành vi tiêu dùng. AI và các công cụ dự báo được ứng dụng để lựa chọn thị trường, phân khúc khách và sản phẩm xúc tiến phù hợp.

Du khách cũng sẽ được hỗ trợ bằng bản đồ tương tác, hình ảnh 3D và 360 độ, trợ lý ảo đa ngôn ngữ, mã QR và hệ thống thuyết minh tự động. Những công cụ này giúp người dùng tra cứu thông tin, xây dựng hành trình và tiếp cận dịch vụ thuận tiện hơn.

Để đo hiệu quả, số lượt khách sẽ không còn là thước đo trung tâm. TP.HCM dự kiến đánh giá ngành du lịch qua bốn nhóm chỉ tiêu gồm hiệu quả kinh tế; chất lượng trải nghiệm; năng lực của điểm đến; phát triển bền vững và chuyển đổi số.

Ngoài tổng thu và tỷ lệ đóng góp vào GRDP, thành phố sẽ theo dõi thời gian lưu trú, mức chi tiêu của từng phân khúc, sự hài lòng của du khách, tỷ trọng phòng lưu trú 4-5 sao, số sự kiện quốc tế, việc làm được tạo ra và tỷ lệ điểm đến áp dụng tiêu chí du lịch xanh.

Mục tiêu 684.000 tỷ đồng vì thế đòi hỏi sự thay đổi sâu hơn cách đếm số lượt khách. Du lịch TP.HCM sẽ phải giữ khách lâu hơn, khuyến khích chi tiêu nhiều hơn và biến không gian mở rộng thành những chuỗi trải nghiệm có khả năng cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

L.T