

Traveloka ghi nhận xu hướng “Micro-Holiday” gia tăng khi du khách Việt lên kế hoạch cho kỳ nghỉ 30/4-1/5

18:23 13/04/2026

Cách du khách Việt tận hưởng một kỳ nghỉ dài ngày đang có sự thay đổi rõ rệt. Khi kỳ nghỉ lễ 30/4 - 1/5 đang đến gần, Traveloka - nền tảng du lịch hàng đầu Đông Nam Á ghi nhận sự chuyển dịch đáng chú ý trong hành vi đặt dịch vụ, du khách không còn ưu tiên đi xa, mà họ hướng tới những trải nghiệm sâu sắc hơn.

Xu hướng du lịch “Micro-Holiday” lên ngôi

Xu hướng du lịch này được gọi là “Micro-Holiday”, chú trọng những chuyến đi trong thời gian ngắn từ 2-3 ngày, nhưng được lên kế hoạch có chủ đích, ưu tiên chất lượng trải nghiệm hơn là khoảng cách di chuyển. Dữ liệu mới nhất từ Traveloka tiếp tục củng cố xu hướng này, trước thềm kỳ nghỉ lễ sắp tới, nhu cầu đối với các chuyến đi ngắn từ hai đến ba ngày đã tăng gần 40%, phản ánh sự thay đổi đáng kể trong sở thích của du khách, khi ngày càng ưu tiên những kỳ nghỉ ngắn nhưng diễn ra thường xuyên hơn.

Xu hướng này thể hiện rõ nét hơn khi nhu cầu đối với các điểm đến gần và có thời gian di chuyển ngắn đã tăng mạnh. Cũng theo Traveloka, lượng tìm kiếm các chặng bay ngắn nội địa ghi nhận mức tăng trưởng hơn 40% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, các tuyến có mức tăng nổi bật bao gồm Hà Nội - Đà Nẵng, TP.HCM - Phú Quốc, Hà Nội - Huế.



Dữ liệu từ Traveloka cho thấy một sự chuyển dịch rõ rệt sang xu hướng “Micro-Holiday” gắn với thiên nhiên, khi mức độ quan tâm đến các điểm đến gần các đô thị lớn tăng mạnh. Ninh Bình nổi lên như điểm đến bất phá với lượng tìm kiếm tăng gần gấp 3 lần, trong khi các điểm nghỉ dưỡng ven biển như Nha Trang và Vũng Tàu ghi nhận mức tăng hơn 40%. Xu hướng này phản ánh nhu cầu ngày càng cao đối với những điểm đến dễ tiếp cận, gần gũi thiên nhiên, phù hợp cho các kỳ nghỉ ngắn nhưng vẫn mang lại trải nghiệm thư giãn và tái tạo năng lượng trọn vẹn.

Gần nhà, nhưng không hề nhàm chán

Điều thúc đẩy du khách Việt lựa chọn các hành trình ngắn không phải là do nhu cầu du lịch đơn giản hơn, mà là cái nhìn rõ ràng hơn về điều gì thực sự tạo nên một chuyến đi ý nghĩa. Những điểm đến dẫn đầu xu hướng tìm kiếm hiện nay đều có một điểm chung: Cảnh quan thiên nhiên giàu cảm hứng, bản sắc địa phương rõ nét và những trải nghiệm mang lại cảm giác tái tạo năng lượng thực sự, thay vì chỉ đơn thuần là vui chơi, giải trí.

Song song đó, các điểm đến quốc tế trong khu vực Đông Bắc Á và Đông Nam Á vẫn duy trì được sức hút. Dữ liệu của Traveloka dịp lễ này ghi nhận đà tăng trưởng tích cực, với tổng lượng tìm kiếm vé máy bay và lưu trú tăng khoảng 30%. Điều này cho thấy du khách Việt vẫn duy trì sự quan tâm lớn đối với các điểm đến quốc tế có khả năng tiếp cận thuận tiện cùng mật độ trải nghiệm cao trong khung thời gian ngắn.

Thế hệ du khách “thông minh” đang định hình xu hướng mới

Không chỉ điểm đến, cách du khách lên kế hoạch cho chuyến đi cũng cho thấy một sự thay đổi đáng chú ý. Traveloka ghi nhận mức tăng rõ rệt ở các lượt đặt sớm và đặt theo gói, kết hợp giữa vé máy bay, khách sạn và hoạt động du lịch

trong cùng một hành trình.

Du khách ngày nay đang tiếp cận việc lên kế hoạch du lịch như cách họ đưa ra những quyết định quan trọng khác trong cuộc sống: Có nhiều thông tin hơn, có chủ đích hơn và ưu tiên sự thuận tiện khi mọi nhu cầu đều có thể được đáp ứng trên cùng một nền tảng.

Bà Baidi Li, Phó Chủ tịch Thương mại, Traveloka, chia sẻ: *“Là nền tảng phục vụ hàng triệu du khách mỗi ngày, Traveloka có góc nhìn rõ nét về cách hành vi du lịch đang thay đổi theo thời gian thực. Và điều chúng tôi đang chứng kiến hiện nay là một sự chuyển dịch rất đáng chú ý: những chuyến đi ngắn không còn là phương án thay thế, mà đang trở thành lựa chọn ưu tiên mới. Du khách ngày càng chủ động hơn trong việc lựa chọn điểm đến, lên kế hoạch sớm hơn và ưu tiên những trải nghiệm thực sự có ý nghĩa. Đây là thế hệ du khách hiểu rất rõ họ mong muốn điều gì từ một chuyến đi, và vai trò của chúng tôi là giúp họ dễ dàng tìm thấy điều đó”*.

Nhằm đáp ứng nhu cầu gia tăng trong mùa cao điểm du lịch, Traveloka triển khai chiến dịch Holiday Fiesta với chủ đề “Mừng đại lễ - Sale mê say”, với ưu đãi lên đến 50% cùng mã giảm giá trị giá đến 2 triệu đồng cho nhiều dịch vụ du lịch, bao gồm vé máy bay, khách sạn và hoạt động vui chơi, trải nghiệm.

Trong suốt thời gian diễn ra chiến dịch, người dùng có thể tận hưởng các khung giờ flash sale hằng ngày từ 11:00 - 13:00 và 20:00 - 22:00, cùng loạt ưu đãi hấp dẫn như mã giảm giá theo từng sản phẩm, ưu đãi đặt nhóm, khuyến mãi cho người dùng mới và các chương trình ưu đãi chéo giữa nhiều dịch vụ. Qua đó, Traveloka mong muốn giúp du khách tối ưu chi phí đồng thời nâng cao trải nghiệm đặt dịch vụ.

Phương Thảo