

Từ bản sắc vùng cao đến định vị thương hiệu du lịch Mèo Vạc

15:21 07/01/2026

Trong bối cảnh du lịch Việt Nam đang chuyển dịch theo hướng phát triển bền vững, nhiều địa phương vùng cao không còn đặt mục tiêu tăng trưởng nóng về số lượng du khách, mà chú trọng xây dựng giá trị dài hạn dựa trên bản sắc văn hóa và sự tham gia của cộng đồng. Xã Mèo Vạc (tỉnh Tuyên Quang) là một trong những địa phương đang từng bước định hình hướng đi này thông qua phát triển du lịch cộng đồng gắn với xây dựng thương hiệu điểm đến.

Mèo Vạc nằm trên cao nguyên đá Đồng Văn, sở hữu địa hình đặc thù, cảnh quan thiên nhiên hùng vĩ cùng hệ thống di sản văn hóa phong phú của đồng bào các dân tộc thiểu số. Tuy nhiên, trong nhiều năm, du lịch địa phương chủ yếu dựa vào lợi thế cảnh quan, chưa hình thành rõ nét các sản phẩm mang tính thương hiệu. Thực tế này đặt ra yêu cầu cần có những mô hình tiên phong, tạo điểm nhấn và định vị giá trị khác biệt cho du lịch Mèo Vạc.

Một trong những hướng tiếp cận được địa phương và người dân lựa chọn là phát triển du lịch cộng đồng gắn với bản sắc bản địa. Thay vì sao chép mô hình homestay phổ biến ở các điểm đến khác, các cơ sở lưu trú tại Mèo Vạc được khuyến khích khai thác kiến trúc truyền thống, lối sống và văn hóa đặc trưng của vùng cao, qua đó tạo nên trải nghiệm khác biệt cho du khách.



Trong bức tranh chung ấy, các homestay tại thôn Pả Vi Hạ đã có cách làm riêng, tiếp cận du lịch từ góc độ xây dựng thương hiệu. Đa số các Homestay ở đây được hình thành trên nền tảng kiến trúc nhà đất truyền thống của người H'Mông, sử dụng vật liệu tự nhiên, hạn chế bê tông hóa, đồng thời lồng ghép các yếu tố văn hóa bản địa trong hoạt động đón tiếp và trải nghiệm du khách.

Trao đổi về định hướng phát triển này, Ông Nguyễn Khắc Quyết – Chủ MeoVacClayHouse cho biết: *“Ngay từ đầu, chúng tôi xác định đây không chỉ là một cơ sở lưu trú, mà là một sản phẩm du lịch gắn với bản sắc Mèo Vạc. Nếu đánh mất yếu tố văn hóa, thì dù đầu tư lớn đến đâu cũng khó tạo ra giá trị lâu dài.”*



Ông Nguyễn Khắc Quyết – Chủ MeoVacClayHouse

Theo các chủ homestay ở thôn Pả Vi Hạ, thương hiệu du lịch vùng cao không thể hình thành bằng cách sao chép mô hình thành công ở nơi khác, mà phải bắt nguồn từ chính điều kiện tự nhiên, văn hóa và con người bản địa.

Không chỉ dừng lại ở dịch vụ lưu trú, các Homestay còn hướng tới việc tạo ra chuỗi giá trị lan tỏa cho cộng đồng địa phương. Người dân tham gia trực tiếp vào hoạt động du lịch thông qua cung cấp ẩm thực, sản phẩm thủ công, dịch vụ trải nghiệm, qua đó nâng cao thu nhập và ý thức gìn giữ không gian văn hóa truyền thống.



Thực tiễn cho thấy, khi người dân địa phương trở thành chủ thể của hoạt động du lịch, công tác bảo tồn cảnh quan, kiến trúc truyền thống và phong tục tập quán được thực hiện một cách tự nhiên, bền vững. Chính sự tham gia chủ động ấy tạo nên nền tảng quan trọng để xây dựng thương hiệu du lịch địa phương không chỉ dừng ở hình ảnh quảng bá, mà được hình thành từ giá trị thực và trải nghiệm chân thực của du khách.

Từ câu chuyện tại Mèo Vạc có thể khẳng định, xây dựng thương hiệu du lịch không đơn thuần là hoạt động truyền thông, mà là quá trình định hình, gìn giữ và kiên trì theo đuổi các giá trị cốt lõi. Đối với các địa phương vùng cao, những mô hình du lịch cộng đồng như MeoVacClayHouse đang gợi mở hướng đi phù hợp, hài hòa giữa phát triển kinh tế và bảo tồn văn hóa. Qua đó, từng bước khẳng định vị thế của Mèo Vạc trên bản đồ du lịch bền vững, dựa trên bản sắc bản địa và sự đồng hành của cộng đồng cư dân địa phương.

Thu Trang