



CỤC DU LỊCH QUỐC GIA VIỆT NAM
TRUNG TÂM THÔNG TIN DU LỊCH

THÔNG TIN *Du lịch*

THÁNG 2/2026



THỦ TƯỚNG BAN HÀNH CHỈ THỊ 06 VỀ VIỆC ĐÔN ĐỐC THỰC HIỆN NHIỆM VỤ TRỌNG TÂM SAU KỲ NGHỈ TẾT NGUYÊN ĐÁN BÍNH NGỌ NĂM 2026



Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính ký ban hành [Chỉ thị 06/CT-TTg](#) ngày 23/02/2026 về việc đôn đốc thực hiện nhiệm vụ trọng tâm sau kỳ nghỉ Tết Nguyên đán Bính Ngọ năm 2026. Thủ tướng yêu cầu các bộ, cơ quan, địa phương khẩn trương xử lý công việc với tinh thần “làm việc sớm, vào việc ngay”, đổi mới sáng tạo, thúc đẩy sản xuất kinh doanh, phấn đấu tăng trưởng GDP từ 10% trở lên. Đối với lĩnh vực du lịch, Thủ tướng giao Bộ VHTTDL chủ trì, phối hợp với các cơ quan, địa phương triển khai các giải pháp thúc đẩy liên kết sản phẩm du lịch theo gói, kết hợp hoạt động du lịch với quảng bá, tiêu dùng sản phẩm OCOP, đặc sản địa phương, bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa.

THÔNG DIỆP ĐẦU XUÂN CỦA THỦ TƯỚNG VỚI NGÀNH VĂN HÓA, THỂ THAO VÀ DU LỊCH



Ngày 23/02, ngay trong ngày làm việc chính thức đầu tiên sau Tết Nguyên đán 2026, [Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính](#) đã tới thăm và làm việc với Bộ VHTTDL. Thủ tướng ghi nhận 5 điểm sáng nổi bật của ngành, từ quản lý hoạt động văn hóa, định hướng thông tin truyền thông, thành tích thể thao ấn tượng, đa dạng chương trình nghệ thuật, đến sự phục hồi mạnh mẽ của du lịch với 14 triệu lượt khách dịp Tết và gần 2,5 triệu khách quốc tế trong tháng 1. Năm 2026, Thủ tướng yêu cầu triển khai 9 nhóm nhiệm vụ trọng tâm, trong đó tái cấu trúc du lịch thành ngành kinh tế mũi nhọn, thúc đẩy công nghiệp văn hóa, chuyển đổi số và chuyển đổi xanh. Định hướng xuyên suốt được nhấn mạnh: Văn hóa thấm sâu, thể thao tạo sức bật, du lịch giàu bản sắc, truyền thông chủ động dẫn dắt.





CÔNG BỐ CHƯƠNG TRÌNH XÚC TIẾN, QUẢNG BÁ DU LỊCH VIỆT NAM NĂM 2026

Ngày 02/02, tại Hà Nội, Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, Bộ VHTTDL tổ chức [Lễ công bố các chương trình xúc tiến](#), quảng bá du lịch Việt Nam năm 2026 với thông điệp cốt lõi “Hợp lực - Bứt phá”. Đây là lần đầu tiên Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, Bộ VHTTDL tổ chức công bố chương trình xúc tiến, quảng bá du lịch trên cơ sở tổng hợp các hoạt động trong và ngoài nước của Trung ương, địa phương và doanh nghiệp. Cách làm này giúp các đơn vị chủ động xây dựng kế hoạch xúc tiến hằng năm, bảo đảm sự phối hợp đồng bộ, hợp lực giữa các bên, hạn chế trùng lặp sự kiện, tối ưu nguồn lực xã hội hóa, tạo sức mạnh liên kết và sự bứt phá trên phạm vi toàn quốc, qua đó nâng cao hiệu quả tiếp cận thị trường.

HỢP BÁO NĂM DU LỊCH QUỐC GIA - GIA LAI 2026



Ngày 02/02, tại Hà Nội, Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam và UBND tỉnh Gia Lai chủ trì tổ chức [Hội báo](#) giới thiệu Năm Du lịch quốc gia - Gia Lai 2026 với chủ đề “Gia Lai - Đại ngàn chạm biển xanh”. Sự kiện được kỳ vọng là cơ hội để Gia Lai tái định vị thương hiệu điểm đến trong bối cảnh mở rộng không gian phát triển sau sáp nhập, phát huy lợi thế di sản văn hóa, hệ sinh thái rừng và biển đặc sắc theo hướng bền vững. Năm Du lịch quốc gia 2026 sẽ tập trung phát triển sản phẩm du lịch theo chiều sâu, đẩy mạnh xúc tiến quảng bá trong và ngoài nước, hướng tới thu hút mạnh mẽ khách quốc tế, tạo động lực lan tỏa cho phát triển kinh tế - xã hội của địa phương và ngành Du lịch Việt Nam.



ĐẢNG ỦY CỤC DU LỊCH QUỐC GIA VIỆT NAM TỔ CHỨC HỘI NGHỊ PHỔ BIẾN, TẬP HUẤN ỨNG DỤNG TRÍ TUỆ NHÂN TẠO TRIỂN KHAI NGHỊ QUYẾT 57 CỦA BỘ CHÍNH TRỊ



Ngày 04/02, Đảng uỷ Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam tổ chức Hội nghị phổ biến, tập huấn ứng dụng [trí tuệ nhân tạo](#) triển khai Nghị quyết số 57-NQ/TW của Bộ Chính trị cho toàn thể đảng viên, cán bộ, công chức, viên chức, người lao động của Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam. Hội nghị tập huấn là cơ hội để cán bộ, đảng viên, công chức, viên chức, người lao động tiếp cận một cách hệ thống các kiến thức cơ bản về trí tuệ nhân tạo, hiểu rõ bản chất, xu thế phát triển cũng như khả năng ứng dụng AI trong lĩnh vực chuyên môn và trong đời sống hằng ngày. Qua đó, góp phần thay đổi tư duy quản lý, chuyển sang phương thức quản lý dựa trên dữ liệu và ứng dụng công nghệ.

CỤC TRƯỞNG NGUYỄN TRÙNG KHÁNH DỰ CHƯƠNG TRÌNH KẾT NỐI DOANH NGHIỆP VÀ TIỆC ĐÓN TẾT NGUYÊN ĐÁN 2026 CỦA ẤN ĐỘ



Ngày 04/02, tại Hà Nội, Cục trưởng Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam Nguyễn Trùng Khánh dự [Chương trình Kết nối doanh nghiệp](#) và tiệc đón Tết Nguyên đán 2026 của Ấn Độ. Đây là diễn đàn quan trọng nhằm tăng cường đối thoại, kết nối và mở ra nhiều cơ hội hợp tác mới giữa cộng đồng doanh nghiệp Việt Nam và Ấn Độ trong năm 2026. Năm 2025, Việt Nam đón gần 750.000 lượt khách Ấn Độ, tăng 49%, đưa Ấn Độ vào top 6 thị trường gửi khách lớn nhất. Ngành Du lịch Việt Nam đang tích cực đẩy mạnh xúc tiến quảng bá du lịch, đồng thời tăng cường hợp tác với các doanh nghiệp Ấn Độ, hướng tới mục tiêu đạt một triệu lượt khách trao đổi song phương trong thời gian tới.





NGÀNH DU LỊCH CHỦ ĐỘNG NỖ LỰC GIẢM THIỂU RÁC THẢI NHỰA, PHÁT TRIỂN THEO HƯỚNG XANH, BỀN VỮNG

Ngày 06/02, tại Ninh Bình, Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam phối hợp với Chương trình Phát triển Liên hợp quốc (UNDP) tại Việt Nam tổ chức [Hội thảo tham vấn](#) đánh giá cơ sở tình hình ô nhiễm chất thải nhựa ngành Du lịch. Hội thảo nhằm đánh giá cơ sở hiện trạng ô nhiễm chất thải nhựa và kiến nghị đưa ra các giải pháp giảm thiểu rác thải nhựa, nâng tầm du lịch Việt Nam. Các kết quả nghiên cứu, ý kiến tham vấn và khuyến nghị tại hội thảo là cơ sở cho việc hoàn thiện các chính sách, định hướng phát triển sản phẩm, cũng như tăng cường phối hợp liên ngành nhằm thúc đẩy chuyển đổi xanh trong ngành Du lịch, nâng cao chất lượng dịch vụ và thương hiệu du lịch Việt Nam.

KHAI MẠC CHƯƠNG TRÌNH HAPPY TẾT 2026 “TẾT LÀ HẠNH PHÚC”



Ngày 06/2, tại Khu Di sản Hoàng thành Thăng Long (Hà Nội), Phó Cục trưởng Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam Nguyễn Thị Hoa Mai dự [Chương trình Happy Tết](#) năm 2026 với chủ đề “Tết là hạnh phúc”. Chương trình được xây dựng như một hành trình trải nghiệm Tết cổ truyền của Thủ đô và của mọi miền đất nước. Thông qua đó, tái hiện không gian sum họp gia đình, phong tục đón Tết, chợ Tết, ẩm thực Tết, nghệ thuật dân gian và những ký ức Xuân thân thương đã gắn bó với bao thế hệ người Việt. Đây cũng là không gian giao thoa văn hóa sống động, nơi sắc Xuân của các vùng miền hội tụ, tạo nên một bức tranh Tết Việt đa sắc, giàu bản sắc và đầy sức sống.



DU LỊCH VIỆT NAM ĐÓN 14 TRIỆU LƯỢT KHÁCH, KHỞI SẮC MẠNH MẼ DỊP TẾT NGUYÊN ĐÁN BÍNH NGỌ 2026



Tết Nguyên đán Bính Ngọ 2026 ghi dấu một mùa du lịch rộn ràng, an toàn và tăng trưởng tích cực trên phạm vi cả nước. Trong 9 ngày nghỉ lễ, toàn ngành Du lịch đã đón và phục vụ khoảng [14 triệu lượt khách](#), tăng 12% so với cùng kỳ năm 2025. Đáng chú ý, lượng khách quốc tế gia tăng rõ rệt tại nhiều địa phương trọng điểm, khẳng định vị thế ngày càng vững chắc của du lịch Việt Nam trên thị trường toàn cầu. Kết quả này cho thấy sự tăng trưởng ấn tượng và sự phát triển mạnh mẽ đi cùng chất lượng bền vững, tạo động lực thúc đẩy ngành Du lịch Việt Nam bứt phá trong năm 2026./.





KẾT QUẢ ĐÓN KHÁCH

• THÁNG 2/2026

KHÁCH QUỐC TẾ ĐẾN

2,2 **+17,7%**
TRIỆU LƯỢT So với cùng kỳ năm 2025

KHÁCH NỘI ĐỊA

Trong đó:
18,5 **6,5** TRIỆU LƯỢT
TRIỆU LƯỢT Khách nghỉ đêm tại CSLT

• 2 THÁNG ĐẦU NĂM 2026

KHÁCH QUỐC TẾ ĐẾN

4,7 **+18,1%**
TRIỆU LƯỢT So với cùng kỳ năm 2025

KHÁCH NỘI ĐỊA

26,5
TRIỆU LƯỢT

• TỔNG THU TỪ KHÁCH DU LỊCH **177** NGHÌN TỶ ĐỒNG

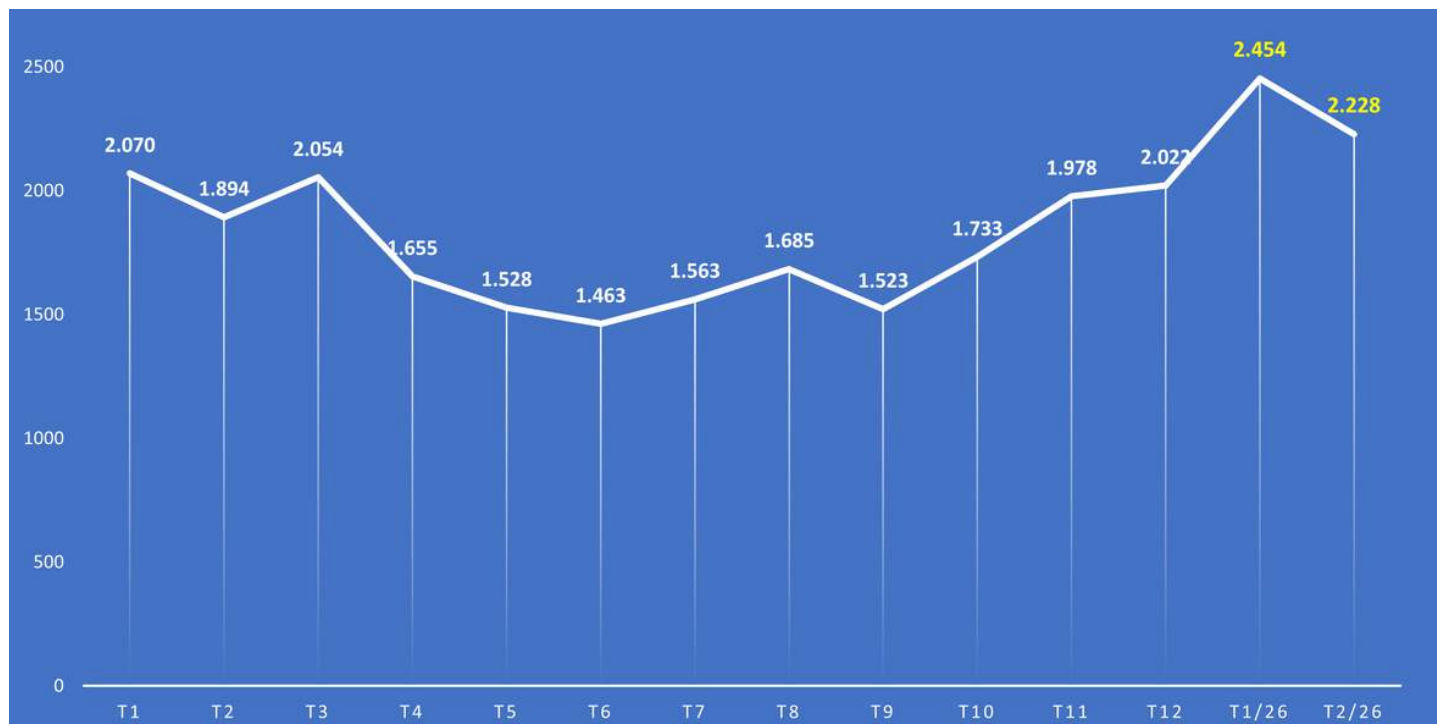
Số liệu thống kê mới nhất từ Cục Thống kê (Bộ Tài chính) cho thấy lượng khách quốc tế đến Việt Nam trong tháng 2/2026 đạt trên 2,2 triệu lượt, đánh dấu tháng thứ 3 liên tiếp Việt Nam đón trên 2 triệu lượt khách quốc tế sau khi đạt 2,45 triệu lượt vào tháng 1/2026 và 2,02 triệu lượt vào tháng 12/2025.

Tính chung trong hai tháng đầu năm 2026, Việt Nam đã đón gần 4,7 triệu lượt khách quốc tế, tăng 18,1% so với cùng kỳ năm trước.



★ Đa dạng hóa thị trường đi cùng với tăng trưởng ấn tượng

Biểu đồ 1. Khách quốc tế đến Việt Nam theo tháng năm 2025 và 2 tháng đầu năm 2026 (nghìn lượt)



Nguồn: Tổng hợp từ số liệu Cục Thống kê

Phân tích cơ cấu thị trường khách quốc tế đến Việt Nam trong hai tháng đầu năm 2026 tiếp tục cho thấy vai trò trụ cột của các thị trường gần ở khu vực **châu Á**. Tổng lượng khách từ khu vực này đạt khoảng 3,4 triệu lượt, chiếm 73% tổng lượng khách quốc tế đến Việt Nam trong giai đoạn này.

Trong đó, đáng chú ý, Hàn Quốc lại vươn lên giữ vị trí thị trường gửi khách lớn nhất, với khoảng 971 nghìn lượt khách trong hai tháng đầu năm, tăng khoảng 10% so với cùng kỳ năm 2025. Đây không chỉ là thị trường có quy mô lớn mà còn duy trì mức tăng trưởng ổn định, phản ánh sức hút bền vững của các sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng biển, du lịch golf, du lịch gia đình cũng như lợi thế kết nối hàng không dày đặc giữa hai nước.

Thị trường Trung Quốc đứng thứ hai với khoảng 923 nghìn lượt khách, khẳng định quy mô của một thị trường lớn và tiếp tục là một trong những nguồn khách quan trọng nhất của du lịch Việt Nam. Trong khi đó, 2 thị trường Nhật Bản và Đài Loan duy trì đà tăng trưởng ổn định, góp phần củng cố vai trò của khu vực Đông Bắc Á trong tổng nguồn khách quốc tế.

Ở khu vực Đông Nam Á, nhiều thị trường ghi nhận mức tăng trưởng tích cực. Philippines (+72%), Singapore (+35%), Indonesia (+27%) và Malaysia (+16,5%) đều tăng trưởng hai chữ số so với cùng kỳ. Campuchia tiếp tục đà tăng mạnh so với cùng kỳ năm trước (+95,1%). Điều này phản ánh hiệu quả của các chương trình hợp tác du lịch nội khối ASEAN, cũng như lợi thế về khoảng cách địa lý gần, chi phí hợp lý và sự thuận tiện trong kết nối giao thông.



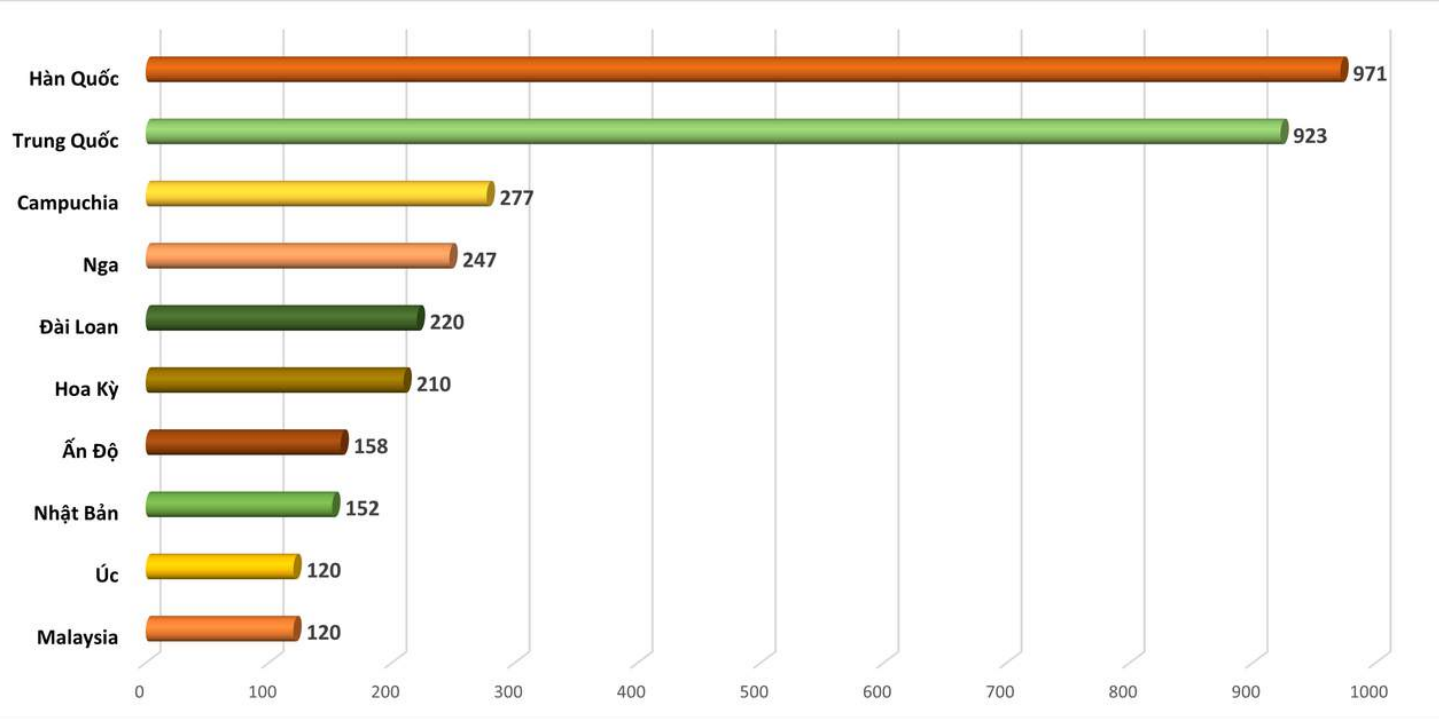
Bên cạnh các thị trường truyền thống, Ấn Độ thể hiện là một thị trường mới nổi rất nhiều tiềm năng với tốc độ tăng trưởng cao. Hai tháng đầu năm 2026, Việt Nam đón khoảng 158 nghìn lượt khách Ấn Độ, tăng hơn 71% so với cùng kỳ năm trước. Sự tăng trưởng nhanh chóng của thị trường này cho thấy hiệu quả của chiến lược đa dạng hóa nguồn khách quốc tế, đặc biệt khi các đường bay thẳng giữa hai nước được mở rộng, hoạt động xúc tiến du lịch được đẩy mạnh và nhu cầu du lịch nước ngoài của tầng lớp trung lưu Ấn Độ ngày càng tăng.

Ở các thị trường xa, **châu Âu** tiếp tục là điểm sáng tăng trưởng với 847 nghìn lượt khách trong hai tháng đầu năm 2026, tăng 67,4% so với cùng kỳ năm trước. Các thị trường lớn như Anh (+17,1%), Pháp (+19,8%), Đức (+17,5%) ghi nhận mức tăng trưởng rất tốt. Đặc biệt Nga tiếp tục là thị trường lớn nhất ở châu Âu với 247 nghìn lượt khách (+212,5%). Nhóm khách châu Âu thường có thời gian lưu trú dài và mức chi tiêu cao, góp phần nâng cao giá trị kinh tế của ngành du lịch.

Thị trường **châu Mỹ** duy trì tăng trưởng ổn định, với khoảng 278 nghìn lượt khách trong hai tháng, trong đó Hoa Kỳ tiếp tục nằm trong 10 thị trường gửi khách lớn nhất đến Việt Nam với 210 nghìn lượt (+16,3%), Canada với 50 nghìn lượt (+22,9%). Bên cạnh đó, **châu Úc** đạt khoảng 130 nghìn lượt khách, tăng 15% so với cùng kỳ, với Úc là thị trường chủ lực với 120 nghìn lượt khách (+14,6%).

Nhìn tổng thể, sự tăng trưởng đồng đều từ các thị trường Đông Bắc Á, ASEAN, châu Âu và các thị trường xa cho thấy cơ cấu nguồn khách quốc tế của Việt Nam đang ngày càng đa dạng và cân bằng hơn. Đây là nền tảng quan trọng giúp ngành du lịch duy trì đà tăng trưởng trong năm 2026, đồng thời nâng cao khả năng cạnh tranh của điểm đến Việt Nam trong bối cảnh du lịch toàn cầu cạnh tranh ngày càng mạnh mẽ.

Biểu đồ 2. 10 thị trường gửi khách hàng đầu 2 tháng đầu năm 2026 (nghìn lượt)



Nguồn: Tổng hợp từ số liệu Cục Thống kê



★ Môi trường an toàn là động lực tăng trưởng quan trọng

Trong bối cảnh cạnh tranh điểm đến toàn cầu ngày càng gay gắt, du lịch Việt Nam đang được tiếp sức bởi một “tổ hợp động lực” ngày càng rõ nét, qua đó nâng cao năng lực cạnh tranh và khả năng thu hút khách quốc tế.

Trước hết, **môi trường chính trị - xã hội ổn định và an toàn** tiếp tục là lợi thế nền tảng. Khi du khách quốc tế ngày càng ưu tiên những điểm đến an toàn và dễ tiếp cận, hình ảnh Việt Nam thân thiện, ổn định đã góp phần củng cố niềm tin thị trường và thúc đẩy quyết định lựa chọn điểm đến. Tại các thị trường gần như Đông Bắc Á và Đông Nam Á, hành vi lựa chọn điểm đến thường chịu ảnh hưởng mạnh bởi mức độ thuận tiện di chuyển, chi phí hợp lý và yếu tố an toàn. Nhờ duy trì tốt môi trường ổn định và năng lực bảo đảm an ninh du lịch, Việt Nam tiếp tục giữ được nhịp tăng trưởng nhanh, đồng thời duy trì quy mô khách lớn trong khu vực.

Với các thị trường xa như châu Âu, Úc và Bắc Mỹ, xu hướng dịch chuyển càng gắn chặt với nhu cầu tìm kiếm những điểm đến an toàn trong bối cảnh thế giới còn nhiều bất định. Trong khi một số khu vực đối mặt với cảnh báo an ninh, gián đoạn hàng không, Việt Nam lại nổi lên như lựa chọn có mức độ an toàn cao, chi phí hợp lý và trải nghiệm ngày càng đa dạng, hấp dẫn.





Song song với lợi thế về an toàn là **chính sách thị thực** ngày càng thông thoáng. Việc mở rộng diện miễn visa, kéo dài thời hạn tạm trú, đơn giản hóa thủ tục e-visa, gia tăng số lượng cửa khẩu nhập cảnh bằng e-visa... đã giúp tạo thuận lợi cho khách quốc tế tiếp cận và nhập cảnh vào Việt Nam, đặc biệt đối với các thị trường đường dài có mức chi tiêu cao. Đây được xem là một trong những đòn bẩy quan trọng thúc đẩy tăng trưởng khách quốc tế.

Cùng với đó, công tác **xúc tiến, quảng bá** du lịch đang chuyển mạnh theo hướng chuyên nghiệp, tăng cường phối hợp công - tư và số hóa. Việc tận dụng các nền tảng số, tăng cường hợp tác với hãng hàng không, tập đoàn công nghệ và đối tác quốc tế giúp mở rộng độ phủ thị trường, tiếp cận các phân khúc khách mục tiêu và nâng cao hiệu quả truyền thông điểm đến Việt Nam.

Ở phương diện **sản phẩm**, sức hấp dẫn của du lịch Việt Nam tiếp tục được củng cố nhờ nguồn tài nguyên phong phú đi kèm nỗ lực làm mới trải nghiệm. Các dòng sản phẩm như du lịch biển đảo, thiên nhiên, văn hóa - di sản, nghỉ dưỡng cao cấp, du lịch xanh và trải nghiệm cộng đồng đang được đầu tư bài bản hơn, phù hợp với xu hướng du lịch hậu đại dịch hướng tới an toàn, bền vững và cá nhân hóa.



Chất lượng dịch vụ cũng ghi nhận nhiều chuyển biến tích cực. Nhiều doanh nghiệp đã chủ động tái cấu trúc, đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số, nâng chuẩn phục vụ và phát triển sản phẩm chuyên biệt theo từng phân khúc thị trường, qua đó nâng cao trải nghiệm du khách và tăng sức cạnh tranh của điểm đến.

Ở góc độ **hạ tầng**, việc mở rộng mạng lưới giao thông, đặc biệt là kết nối hàng không quốc tế, đang tạo thêm dư địa tăng trưởng. Các đường

bay quốc tế không chỉ được khôi phục mà còn mở mới với tần suất cao hơn, cùng với đầu tư nâng cấp sân bay, cao tốc và hạ tầng du lịch tại các địa phương trọng điểm, đã cải thiện rõ rệt khả năng tiếp cận Việt Nam của du khách quốc tế.

Tổng hòa các yếu tố trên đang tạo nền tảng vững chắc để du lịch Việt Nam chuyển mình sang giai đoạn tăng trưởng chất lượng, qua đó nâng cao vị thế cạnh tranh trên bản đồ du lịch khu vực và thế giới./



XÚC TIẾN, QUẢNG BÁ, TRUYỀN THÔNG SỐ



Ngày 2/2, lần đầu tiên, Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đã phối hợp với các địa phương, đơn vị tổ chức công bố các [Chương trình xúc tiến, quảng bá du lịch Việt Nam năm 2026](#). Chương trình được xây dựng trên cơ sở tổng hợp các hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, các địa phương và doanh nghiệp, qua đó nhằm bảo đảm sự phối hợp đồng bộ, phát huy sức mạnh liên kết, tối ưu nguồn lực và nâng cao hiệu quả tiếp cận thị trường trọng điểm.



Đây là bước đổi mới mang tính đột phá, thể hiện tư duy thống nhất và quyết tâm hợp lực toàn ngành. Năm 2026, Du lịch Việt Nam dự kiến triển khai 16 hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch ở nước ngoài, các địa phương triển khai 21 hoạt động và doanh nghiệp, tập đoàn kinh tế tham gia 39 hoạt động.

Với thông điệp “Hợp lực - Bứt phá”, cách làm mới này bảo đảm sự phối hợp đồng bộ, hạn chế trùng lặp, tối ưu nguồn lực xã hội hóa và nâng cao hiệu quả tiếp cận thị trường. Bên cạnh việc củng cố các thị trường gần truyền thống như Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản và ASEAN, ngành du lịch sẽ tập trung khai thác thị trường xa, chất lượng cao tại Tây Âu, Bắc Âu, Bắc Mỹ; mở rộng các thị trường giàu tiềm năng như Úc, Nga, Ấn Độ, Đông Âu và Nam Âu.





✦ Bên cạnh đó, Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam tham gia các chương trình, hoạt động hợp tác, xúc tiến, kết nối du lịch giữa Việt Nam và các nước như: Chương trình Kết nối doanh nghiệp và tiệc đón Tết Nguyên đán 2026 của [Ấn Độ](#); Chương trình [Happy Tết](#) năm 2026; Chương trình giới thiệu du lịch [Đà Nẵng](#) năm 2026; Ngày [Gia Lai](#) tại Hà Nội...



✦ Tiếp tục đẩy mạnh truyền thông thu hút khách quốc tế trên website <https://vietnam.travel/> và các mạng xã hội của Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam. Nội dung truyền thông tập trung quảng bá những điểm đến, thương hiệu cao cấp, sản phẩm, dịch vụ hấp dẫn, đầy sức sống mới của du lịch Việt Nam. Bên cạnh đó, chú trọng giới thiệu các trải nghiệm du lịch gần gũi với thiên nhiên hoang sơ, sinh thái đa dạng, biển cả trong xanh, du lịch có trách nhiệm, bảo vệ môi trường... phù hợp với nhu cầu, thị hiếu của khách quốc tế trong giai đoạn mới./



[Places to go](#)
[Things to do](#)
[Plan your trip](#)
[Travel offers](#)
[EN](#)

WELCOME TO VIETNAM

DISCOVER THE CHARM OF VIETNAM

Step into the magical world of Vietnam!

A land where timeless beauty meets warm hospitality.

visa policies including bilateral visa exemptions for selected countries, 45-

ĐỔI MỚI SÁNG TẠO, CHUYỂN ĐỔI SỐ DU LỊCH



Sự hợp tác thể hiện tinh thần đồng hành chiến lược giữa ngành ngân hàng và ngành du lịch - hai lĩnh vực có sức lan tỏa mạnh mẽ trong thúc đẩy tăng trưởng, tạo việc làm, nâng cao năng lực cạnh tranh quốc gia và quảng bá hình ảnh Việt Nam ra thế giới.

Thời gian qua, Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam đã tập trung phát triển các nền tảng số quan trọng và đưa vào vận hành, như: hệ thống cơ sở dữ liệu Du lịch Việt Nam phục vụ công tác quản lý với dữ liệu về doanh nghiệp lữ hành, khách sạn, hướng dẫn viên, điểm mua sắm, khu vui chơi giải trí...; ứng dụng “Quản trị và kinh doanh du lịch” hỗ trợ doanh nghiệp cung cấp dịch vụ du lịch, hướng dẫn viên; ứng dụng “Du lịch Việt Nam - Vietnam Travel” hỗ trợ khách du lịch tra cứu thông tin du lịch, đặt phòng, đặt tour, mua vé máy bay, vé tàu hỏa, vé tham quan...; Thẻ Việt - Thẻ du lịch thông minh hỗ trợ các giao dịch thanh toán điện tử một cách thuận tiện và an toàn; hệ thống vé điện tử “Trực tuyến - Liên thông - Đa phương thức” hỗ trợ các điểm tham quan, di tích, bảo tàng.../.

Triển khai các giải pháp phát triển du lịch thông minh dựa trên dữ liệu, công nghệ và tài chính số

Với định hướng đẩy mạnh giải pháp thanh toán số trong lĩnh vực du lịch, trong thời gian qua, Trung tâm Thông tin du lịch (Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam) đã ký kết hợp tác với Ngân hàng SHB. Đây là hoạt động nằm trong lộ trình xây dựng hệ sinh thái du lịch thông minh trên nền tảng dữ liệu, công nghệ và tài chính số được tích hợp đồng bộ.

Việc xây dựng hệ sinh thái dịch vụ du lịch tích hợp bao gồm: thông tin điểm đến, đặt dịch vụ, thanh toán điện tử, ưu đãi tài chính, chăm sóc khách hàng và phân tích dữ liệu người dùng. Với ứng dụng công nghệ thanh toán số giúp du khách dễ dàng thực hiện giao dịch tại điểm đến, từ đặt phòng, mua vé tham quan, sử dụng dịch vụ ăn uống đến mua sắm sản vật...





» Về cấp phép kinh doanh lữ hành quốc tế

- Từ ngày 21/01/2026 đến ngày 23/02/2026, Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam đã thẩm định và thực hiện 89 thủ tục hành chính, trong đó cấp mới 38 giấy phép, cấp đổi 30 giấy phép và thu hồi 21 giấy phép.

- Tính đến ngày 23/02/2026, cả nước có 4.506 doanh nghiệp lữ hành quốc tế, trong đó có 1.342 công ty cổ phần, 3.158 công ty TNHH và 06 doanh nghiệp tư nhân.

» Về xếp hạng cơ sở lưu trú du lịch 4-5 sao

Từ ngày 21/01 đến ngày 20/02/2026, Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam đã ban hành 33 quyết định xếp hạng cơ sở lưu trú du lịch từ 4-5 sao, trong đó thẩm định mới 10 cơ sở và thẩm định lại 23 cơ sở.

Đến nay, cả nước có 298 cơ sở lưu trú du lịch hạng 5 sao với 96.218 buồng, 349 cơ sở lưu trú du lịch hạng 4 sao với 47.886 buồng.

TÌNH HÌNH CẤP PHÉP KINH DOANH DU LỊCH

» Về cấp thẻ hướng dẫn viên

- Từ ngày 21/01/2026 đến ngày 23/02/2026, Sở quản lý du lịch các tỉnh, thành phố đã cấp 494 thẻ HDV du lịch, trong đó cấp mới 389 thẻ, cấp đổi 105 thẻ.

- Tính đến ngày 23/02/2026, cả nước có 43.966 thẻ hướng dẫn viên đã được cấp và đang hoạt động, trong đó có 26.537 thẻ hướng dẫn viên quốc tế, 15.162 thẻ hướng dẫn viên nội địa và 2.267 thẻ hướng dẫn viên tại điểm.

- Trong tổng số 26.537 thẻ hướng dẫn viên du lịch quốc tế đã được cấp có 14.576 thẻ HDV tiếng Anh, 6.651 HDV tiếng Trung Quốc, 1.455 thẻ HDV tiếng Pháp, 1.397 thẻ HDV tiếng Hàn Quốc, 731 thẻ HDV tiếng Nhật Bản, 424 thẻ HDV tiếng Nga, 356 thẻ HDV tiếng Đức, 323 thẻ HDV tiếng Thái Lan, 316 thẻ HDV tiếng Tây Ban Nha, 207 thẻ HDV tiếng Ý, còn lại là các ngôn ngữ khác./





Hạn nộp hồ sơ:
25/5/2026

UN Tourism CHÍNH THỨC TIẾP NHẬN HỒ SƠ “LÀNG DU LỊCH TỐT NHẤT 2026”



Tổ chức Du lịch Liên Hợp Quốc (UN Tourism) vừa chính thức mở cổng tiếp nhận hồ sơ tham gia chương trình “Làng Du lịch Tốt nhất 2026” (Best Tourism Villages 2026), nhằm tôn vinh những điểm đến nông thôn tiêu biểu trên toàn cầu.

Kể từ khi ra mắt năm 2021, sáng kiến "Làng Du lịch Tốt nhất" đã thu hút hơn 1.000 hồ sơ từ 100 quốc gia. Đến nay, mạng lưới này quy tụ 319 điểm đến nông thôn trên toàn thế giới, trong đó có hơn 230 làng được công nhận danh hiệu “Làng Du lịch Tốt nhất” và 83 làng tham gia Chương trình Nâng cấp. Tổng cộng có 65 quốc gia thuộc 5 khu vực gồm châu Phi, châu Mỹ, châu Á - Thái Bình Dương, châu Âu và Trung Đông tham gia mạng lưới.



★ Hạn chót nộp hồ sơ đến ngày 25/5/2026

Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam đề nghị các Sở Du lịch, Sở VH-TT-DL phổ biến thông tin và mời các làng du lịch trên địa bàn đăng ký tham gia giải thưởng “Làng Du lịch Tốt nhất” của UN Tourism. [Hồ sơ ứng cử bằng tiếng Anh](#) đề nghị các Sở gửi về Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam trước ngày 25/5/2026 để tổng hợp, lựa chọn 08 ứng viên phù hợp nhất tham gia.

Tổng Thư ký UN Tourism, bà Shaikha Al Nuwais, nhấn mạnh: “**Du lịch đã được chứng minh là một nhân tố thay đổi cuộc chơi đối với các cộng đồng nông thôn. Thông qua sáng kiến Làng Du lịch Tốt nhất, chúng tôi tôn vinh những mô hình tiêu biểu nhất, nơi truyền thống được gìn giữ, doanh nghiệp nhỏ được hỗ trợ và thiên nhiên được bảo tồn. Chúng tôi mong muốn tiếp tục mở rộng mạng lưới, mang đến cho du khách nhiều cơ hội hơn để trải nghiệm những giá trị bản địa đích thực và tạo ra tác động tích cực trong mỗi hành trình.**”

Best Tourism Villages by UN Tourism 2025 Ceremony



THÚC ĐẨY PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN THÔNG QUA DU LỊCH

Là một phần của Chương trình Du lịch vì Phát triển Nông thôn, sáng kiến Làng Du lịch Tốt nhất hướng đến việc khai thác du lịch như một động lực thúc đẩy thịnh vượng, khả năng thích ứng và nâng cao chất lượng sống tại khu vực nông thôn.

Thông qua việc bảo tồn và phát huy cảnh quan, đa dạng văn hóa và hệ tri thức truyền thống, sáng kiến khuyến khích các mô hình du lịch đổi mới, phù hợp với các Mục tiêu Phát triển Bền vững (SDGs).

Chương trình được triển khai dựa trên ba trụ cột chính:

Công nhận “Làng Du lịch Tốt nhất”

Danh hiệu được trao cho các điểm đến nông thôn thể hiện sự xuất sắc trong việc bảo tồn di sản văn hóa - thiên nhiên, củng cố giá trị cộng đồng và thúc đẩy phát triển bền vững. Việc đánh giá dựa trên 9 nhóm tiêu chí bao quát các khía cạnh kinh tế, xã hội và môi trường.



Chương trình Nâng cấp (Upgrade Programme)

Dành cho các làng chưa đáp ứng đầy đủ tiêu chí công nhận là Làng Du lịch Tốt nhất. Các điểm đến tham gia sẽ nhận được tư vấn chuyên sâu và hỗ trợ kỹ thuật nhằm khắc phục hạn chế, hoàn thiện chiến lược phát triển du lịch.



Mạng lưới Làng Du lịch Tốt nhất

Mạng lưới bao gồm các làng đã được công nhận là Làng Du lịch Tốt nhất và các làng tham gia Chương trình Nâng cấp. Đây là nền tảng hợp tác nhằm chia sẻ kiến thức, thúc đẩy học hỏi lẫn nhau, tăng cường hợp tác và nâng cao năng lực giữa các điểm đến, khu vực./



TRUYỀN THÔNG QUỐC TẾ VINH DANH DU LỊCH VIỆT NAM



Quy Nhơn: Top 4 Điểm đến xu hướng hàng đầu thế giới năm 2026



Huế: Top 6 Điểm đến trắng một lăng mạn hàng đầu thế giới 2026



Hà Nội: Top 4 Điểm đến hàng đầu thế giới 2026



Hà Nội: Top 7 Điểm đến văn hóa hàng đầu thế giới 2026



Hà Nội: Top 7 Điểm đến du lịch một mình hàng đầu thế giới 2026



Hà Nội: Top 11 Điểm đến ẩm thực hàng đầu thế giới 2026



Việt Nam vượt Thái Lan trong cuộc đua hút du khách Trung Quốc



Du lịch Việt Nam - Điểm sáng đang chuyển mình mạnh mẽ ở Đông Nam



Đảo Phú Quý nằm trong danh sách 10 điểm đến đáng khám phá hàng đầu Đông Nam Á 2026



SỰ KIỆN NỔI BẬT THÁNG 3/2026



Lễ Khai mạc Năm Du lịch quốc gia - Gia Lai 2026

Phường Quy Nhơn, tỉnh Gia Lai



Năm Du lịch quốc gia - Gia Lai 2026 có chủ đề “Gia Lai - Đại ngàn chạm biển xanh”. Với 244 sự kiện, hoạt động du lịch, văn hóa và thể thao xuyên suốt cả năm 2026, đây là dịp mời gọi bạn bè trong nước và quốc tế đến với một Gia Lai hoàn toàn mới, hứa hẹn mang đến cho du khách những trải nghiệm độc đáo, khác biệt.



Khai mạc Lễ hội Áo dài TP. Hồ Chí Minh lần thứ 12 năm 2026 (01 - 31/3)

Công viên Tượng đài Chủ tịch Hồ Chí Minh và Đường đi bộ Nguyễn Huệ, phường Sài Gòn, TP. Hồ Chí Minh



Lễ hội nhằm tôn vinh và quảng bá nét đẹp văn hóa thông qua trang phục truyền thống Việt Nam với 17 chuỗi hoạt động chính như: chương trình khai mạc ngày 08/3; chương trình nghệ thuật Áo dài; diễu hành Áo dài; cuộc thi thiết kế Áo dài...



Sự kiện tháng 3 “Mùa xuân và tuổi trẻ” (01 - 31/3)

Làng Văn hóa - Du lịch các dân tộc Việt Nam, Đoàn Phường, TP. Hà Nội



Mang chủ đề “Mùa xuân và tuổi trẻ”, hoạt động tháng 3 tại Làng quy tụ sự tham gia của đông đảo đồng bào từ 16 dân tộc với nhiều hoạt động văn hóa, du lịch hấp dẫn như: tái hiện nghi lễ ví đũa; trình diễn và trải nghiệm nghệ thuật múa trống đũa, khua luống; trò chơi dân gian...



Lễ hội Hoa Ban năm 2026 (06 - 12/3)

Phường Điện Biên Phủ, tỉnh Điện Biên



Lễ hội năm nay có nhiều điểm nhấn mới với các chuỗi sự kiện VH-TTDL phong phú, hấp dẫn, nổi bật là chương trình khai mạc, cùng với đó là biểu diễn carnival đường phố, trình diễn show thực cảnh "Huyền tích U Va", không gian giới thiệu sản phẩm văn hóa, du lịch...

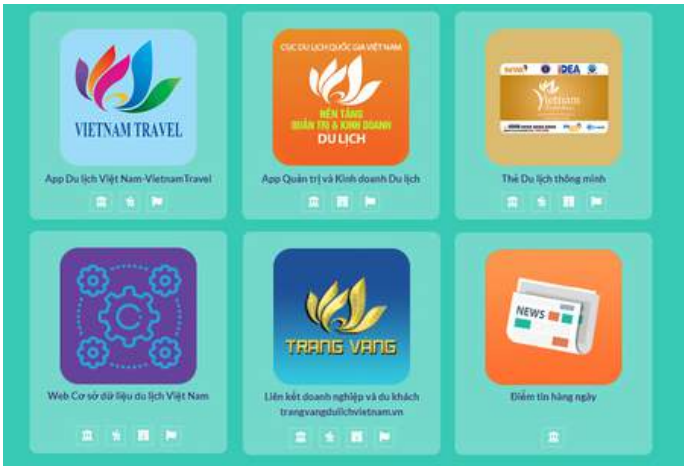


Trung tâm Thông tin du lịch là đơn vị sự nghiệp trực thuộc Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, chuyên trách về những lĩnh vực chính gồm có:

Chuyển đổi số trong lĩnh vực du lịch: hình thành hệ sinh thái du lịch thông minh gắn kết cơ quan quản lý, doanh nghiệp, điểm đến và khách du lịch.

Truyền thông, xúc tiến quảng bá: truyền thông phục vụ công tác quản lý nhà nước của Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam và triển khai các hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch Việt Nam.

Thống kê du lịch: triển khai xây dựng hệ thống thống kê du lịch ở Việt Nam theo mô hình Tài khoản vệ tinh du lịch.

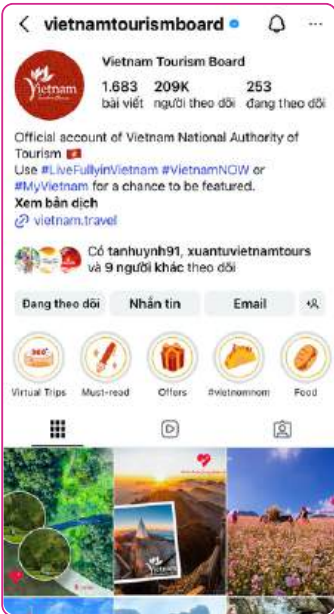
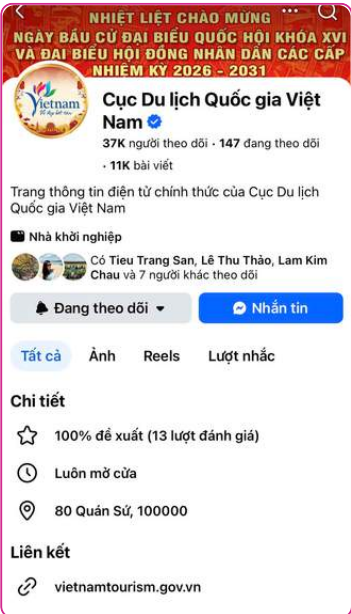


NỀN TẢNG SỐ TRONG LĨNH VỰC DU LỊCH



ẤN PHẨM DU LỊCH

TRUYỀN THÔNG DU LỊCH



KHÁM PHÁ





Vẻ đẹp Việt Nam





CỤC DU LỊCH QUỐC GIA VIỆT NAM
TRUNG TÂM THÔNG TIN DU LỊCH



0862 10 10 10



titc@vietnamtourism.gov.vn



vietnamtourism.gov.vn | vietnam.travel