



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

# THÔNG TIN Du lịch

THÁNG 3/2026





Sự kiện

# NỔI BẬT

Tháng 3/2026



## Khai mạc Năm Du lịch Quốc gia - Gia Lai 2026 "Đại ngàn chạm biển xanh"

Ngày 28/3, Bộ VHTTDL phối hợp cùng UBND tỉnh Gia Lai tổ chức Lễ khai mạc Năm Du lịch Quốc gia - Gia Lai 2026 với chủ đề "Gia Lai - Đại ngàn chạm biển xanh", mở đầu cho chuỗi 244 sự kiện, hoạt động du lịch, văn hóa, thể thao quy mô quốc gia và quốc tế xuyên suốt cả năm. Đây là dịp để quảng bá hình ảnh Gia Lai mới sau sáp nhập năng động, thân thiện, giàu tiềm năng, phát huy lợi thế kết nối "rừng - biển" và thúc đẩy liên kết vùng, thu hút đầu tư.



## Gia Lai tổ chức hội nghị, hội thảo, diễn đàn định hình chiến lược thúc đẩy phát triển du lịch trong giai đoạn mới

Trong hai ngày 27, 28/3, trong khuôn khổ các hoạt động khai mạc Năm Du lịch Quốc gia 2026, Lãnh đạo Bộ VHTTDL, Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam đã tham dự các **hội nghị, hội thảo, diễn đàn** thúc đẩy phát triển du lịch Gia Lai. Các chương trình này nhằm nhận diện tiềm năng, định hướng không gian phát triển và đề xuất các giải pháp đột phá cho du lịch tỉnh. Gia Lai

đang từng bước định hình không gian phát triển mới dựa trên trục "biển - cao nguyên", khai thác lợi thế tổng hợp về thiên nhiên, văn hóa và vị trí kết nối liên vùng để hướng tới trở thành cực tăng trưởng du lịch mới của Việt Nam.

## Việt Nam tăng cường hợp tác du lịch, thúc đẩy trao đổi khách với các quốc gia đối tác

Trong tháng 3/2026, Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam đã làm việc với Đại sứ quán các quốc gia: Cộng hòa Séc, Cộng hòa Panama, Hàn Quốc, Nhật Bản, Philippines, Nicaragua về tăng cường hợp tác du lịch, nâng cao hiệu quả xúc tiến, thúc đẩy trao đổi khách du lịch. Các bên thống nhất đẩy mạnh các chương trình roadshow, hoạt động quảng bá, truyền thông, kết nối doanh nghiệp, chia sẻ thông tin.



## Việt Nam - Trùng Khánh (Trung Quốc) triển khai hiệu quả hợp tác du lịch song phương

Ngày 06/3, Cục trưởng Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam Nguyễn Trùng Khánh đã tiếp và làm việc với ông Thạch Cường - Bí thư Đảng ủy Ủy ban Phát triển Văn hóa và Du lịch TP. Trùng Khánh (Trung Quốc). Hai bên thống nhất triển khai hiệu quả Biên bản ghi nhớ hợp tác du lịch song phương, tăng cường xúc tiến quảng bá, kết nối doanh nghiệp, đào tạo nhân lực và nâng cao chất lượng dịch vụ. Với lợi thế về tài nguyên du lịch và kết nối giao thông đa dạng, hai bên kỳ vọng đẩy mạnh dòng khách qua lại. Đồng thời, chia sẻ kinh nghiệm ứng dụng công nghệ và phát triển du lịch thông minh, hướng tới nâng cao trải nghiệm du khách và tăng trưởng bền vững.



## Mastercard mong muốn đồng hành cùng du lịch Việt Nam thúc đẩy chuyển đổi số, vươn tầm điểm đến hàng đầu khu vực

Ngày 18/3, Cục trưởng Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam Nguyễn Trùng Khánh đã làm việc với ông Dheeraj Raina - Phó Chủ tịch cấp cao, Giám đốc Truyền thông Marketing tích hợp khu vực Đông Nam Á của Mastercard nhằm trao đổi về kế hoạch hợp tác phát triển du lịch Việt Nam. Mastercard mong muốn hỗ trợ đưa Việt Nam trở thành một trong những điểm đến hàng đầu khu vực thông qua thúc đẩy cả du lịch quốc tế và du lịch nội địa, đóng góp vào tăng trưởng kinh tế Việt Nam thông qua hỗ trợ cộng đồng doanh nghiệp. Hai bên thống nhất hướng tới ký kết biên bản ghi nhớ, triển khai các chiến dịch truyền thông, tăng cường xúc tiến quảng bá, thúc đẩy chuyển đổi số, nâng cao trải nghiệm của du khách trong hành trình du lịch.





## Global Blue đề xuất hỗ trợ triển khai hoàn thuế điện tử cho du khách quốc tế tại Việt Nam

Ngày 17/3, Phó Cục trưởng Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam Nguyễn Thị Hoa Mai đã tiếp và làm việc với đoàn Tập đoàn Global Blue về đề xuất triển khai hệ thống hoàn thuế điện tử cho du khách quốc tế tại Việt Nam. Theo đó, Global Blue đề xuất giải pháp số hóa quy trình hoàn thuế nhằm tăng cường bảo mật, phòng chống gian lận và nâng cao trải nghiệm, qua đó thúc đẩy chi tiêu mua sắm của du khách. Hai bên nhất trí đây là hướng đi

phù hợp trong bối cảnh du lịch Việt Nam tăng trưởng tích cực, đồng thời sẽ phối hợp nghiên cứu, đánh giá khả năng triển khai hệ thống tại Việt Nam.



## Hội thảo Giải pháp phát triển du lịch Hà Tĩnh

Ngày 20/3, tại Hà Tĩnh, Cục trưởng Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam Nguyễn Trùng Khánh dự Hội thảo Giải pháp phát triển du lịch Hà Tĩnh. Trong giai đoạn mới, Hà Tĩnh cần chuyển từ phát triển theo chiều rộng sang chiều sâu, nâng cao chất lượng và sức cạnh tranh. Các giải pháp trọng tâm đề ra bao gồm hoàn thiện cơ chế chính sách, thu hút đầu tư hạ tầng, phát triển sản phẩm du lịch đặc trưng, đẩy mạnh chuyển đổi số, nâng cao chất lượng

nguồn nhân lực và dịch vụ, đồng thời tăng cường liên kết vùng và quản lý điểm đến. Những định hướng này nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh, xây dựng thương hiệu và đưa du lịch Hà Tĩnh phát triển bền vững trong giai đoạn mới.



## Hội nghị Xúc tiến điểm đến du lịch Bắc Ninh năm 2026

Ngày 28/3, Phó Cục trưởng Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam Hà Văn Siêu dự Hội nghị Xúc tiến điểm đến du lịch Bắc Ninh năm 2026. Hội nghị nhấn mạnh yêu cầu đổi mới tư duy phát triển du lịch theo hướng tổng thể, chủ động kiến tạo sản phẩm và giá trị mới. Bắc Ninh định hướng phát triển các dòng sản phẩm chủ lực, đồng thời đẩy mạnh xúc tiến quảng bá chuyên nghiệp, ứng dụng công nghệ số, xây dựng thương hiệu dựa trên giá trị đặc trưng.

Bên cạnh đó, tỉnh chú trọng hoàn thiện cơ chế, huy động nguồn lực, tăng cường liên kết vùng và hợp tác doanh nghiệp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển bền vững.

## Khai mạc Lễ hội Du lịch Hà Nội 2026 “Du lịch xanh, trải nghiệm số”

Ngày 13/3, tại Công viên Thống Nhất (Hà Nội), Phó Cục trưởng Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam Hà Văn Siêu dự khai mạc Lễ hội Du lịch Hà Nội 2026 với chủ đề “Hà Nội - Du lịch xanh, trải nghiệm số”. Lễ hội được thiết kế như một hành trình khám phá Hà Nội thông qua nhiều không gian trải nghiệm hấp dẫn, kết hợp giữa giá trị văn hóa, sản phẩm du lịch đặc sắc và ứng dụng công nghệ số, cùng với nhiều hoạt động quảng bá, giới thiệu sản phẩm, kích cầu du lịch...



## Khai trương khách sạn Fairmont Hà Nội - Dấu ấn mới của du lịch cao cấp Thủ đô

Ngày 30/3, Cục trưởng Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam Nguyễn Trùng Khánh tham dự Lễ khai trương khách sạn Fairmont Hà Nội, đánh dấu lần đầu tiên thương hiệu Fairmont Hotels & Resorts hiện diện tại Việt Nam, mở ra điểm đến mới trong phân khúc khách sạn hạng sang. Tọa lạc tại khu vực Hoàn Kiếm - trung tâm lịch sử - văn hóa của Thủ đô, khách sạn được đánh giá là sự kết hợp hài hòa giữa tinh thần Tràng

An thanh lịch, bản sắc Hà Nội nghìn năm văn hiến và kiến trúc hiện đại. Fairmont Hà Nội được kỳ vọng góp phần nâng cao vị thế của Hà Nội trên bản đồ du lịch và dịch vụ cao cấp của khu vực.



## Hang Sơn Đoòng xuất hiện ấn tượng trên chương trình truyền hình hàng đầu thế giới “60 Minutes” của CBS (Hoa Kỳ)

Ngày 30/3, hang Sơn Đoòng - hang động lớn nhất thế giới đã được giới thiệu trong chương trình truyền hình nổi tiếng “60 Minutes” của Đài CBS (Hoa Kỳ). CBS đánh giá đây là một trong những phóng sự ấn tượng nhất từng được phát sóng trên kênh truyền hình này. Đây là sự kiện truyền thông có ý nghĩa đặc biệt đối với du lịch Quảng Trị và di sản thiên nhiên

thế giới Vườn quốc gia Phong Nha - Kẻ Bàng. Với độ phủ sóng toàn cầu và lượng khán giả lên tới hàng triệu người mỗi tập, phóng sự được kỳ vọng sẽ tạo cú hích mạnh mẽ quảng bá thương hiệu của Sơn Đoòng như một biểu tượng hàng đầu của du lịch thám hiểm và khám phá thiên nhiên trên bản đồ thế giới.



# Du lịch Việt Nam bứt phá trong bối cảnh toàn cầu biến động: Khẳng định vị thế điểm đến an toàn, hấp dẫn

Trong bối cảnh du lịch toàn cầu tiếp tục chịu tác động từ xung đột địa chính trị, gián đoạn chuỗi vận tải và chi phí đi lại gia tăng, ngành du lịch Việt Nam vẫn ghi nhận những kết quả tăng trưởng ấn tượng. Tháng 3/2026, Việt Nam đón gần 2,1 triệu lượt khách quốc tế, nâng tổng số khách trong Quý I lên 6,76 triệu lượt, tăng 12,4% so với cùng kỳ năm 2025. Đây là mức cao nhất trong Quý I từ trước đến nay, đồng thời đánh dấu lần đầu tiên 3 tháng liên tiếp Việt Nam đón trên 2 triệu lượt khách quốc tế mỗi tháng.

Kết quả này không chỉ là một kỷ lục về số lượng, mà còn phản ánh rõ nét sức hấp dẫn, khả năng chống chịu và vị thế ngày càng vững chắc của du lịch Việt Nam trong một môi trường toàn cầu nhiều bất định.

## KHÁCH QUỐC TẾ ĐẾN THÁNG 3

≈ **2,1**

TRIỆU LƯỢT

↑ **1,3%**

So với cùng kỳ  
năm 2025

## KHÁCH QUỐC TẾ ĐẾN 3 THÁNG

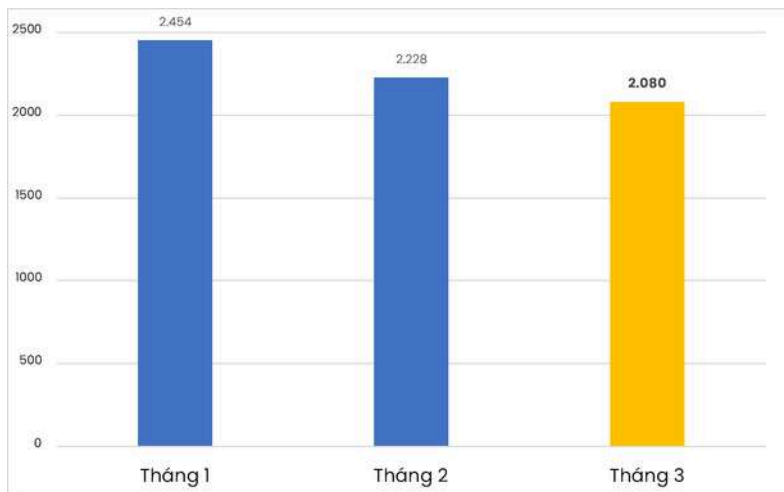
≈ **6,76**

TRIỆU LƯỢT

↑ **12,4%**

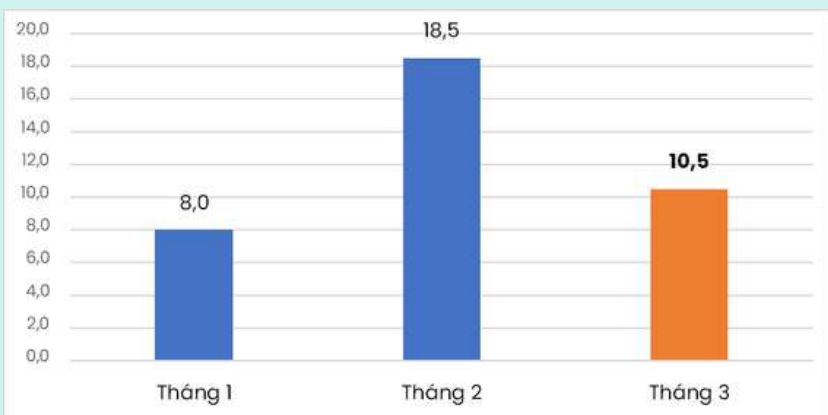
So với cùng kỳ  
năm 2025

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



Nguồn: Tổng hợp từ số liệu Cục Thống kê (Bộ Tài chính)

Biểu đồ 2. Khách nội địa theo tháng năm 2026 (triệu lượt)



Nguồn: Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam

## KHÁCH NỘI ĐỊA THÁNG 3

**10,5**

TRIỆU LƯỢT

Trong đó:

**7,0** TRIỆU LƯỢT

Khách nghỉ đêm tại  
CSLT

## KHÁCH NỘI ĐỊA 3 THÁNG

**37,0** TRIỆU LƯỢT

- **TỔNG THU TỪ KHÁCH DU LỊCH 267 NGHÌN TỶ ĐỒNG**

## Kết nối hàng không giữ vai trò quan trọng, củng cố niềm tin điểm đến

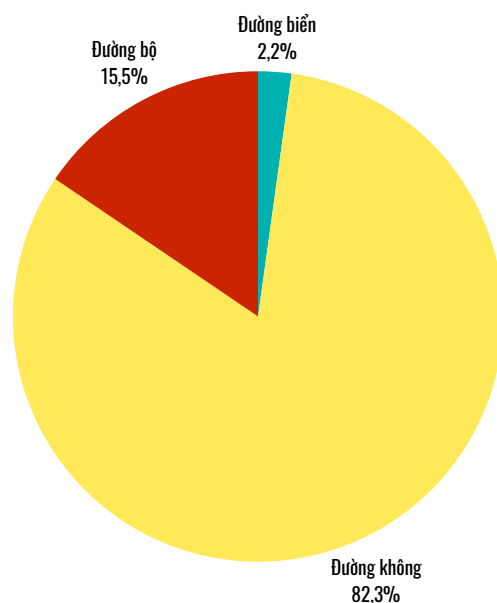
Trong tổng số 6,76 triệu lượt khách quốc tế đến Việt Nam trong Quý I/2026, khách đến bằng đường hàng không chiếm 82,3%, đường bộ chiếm 15,5% và đường biển chiếm 2,2%.

Tỷ trọng vượt trội của vận tải hàng không cho thấy Việt Nam đang thu hút mạnh mẽ dòng khách từ các thị trường tâm trung và đường xa - những thị trường chịu tác động trực tiếp từ biến động địa chính trị và chi phí nhiên liệu. Trong bối cảnh xung đột tại Trung Đông làm gia tăng giá dầu và gây gián đoạn một số tuyến bay quốc tế, việc dòng khách hàng không vẫn duy trì ở mức cao không chỉ phản ánh năng lực kết nối, mà quan trọng hơn là **niềm tin của du khách quốc tế đối với một điểm đến an toàn, ổn định và dễ tiếp cận**.

Đây là yếu tố có ý nghĩa đặc biệt, bởi với các thị trường đường xa, quyết định lựa chọn điểm đến ngày càng phụ thuộc không chỉ vào tài nguyên du lịch, mà còn vào mức độ an toàn và sự thuận tiện trong hành trình.

Bên cạnh đó, 15,5% khách đến bằng đường bộ tiếp tục khẳng định vai trò quan trọng của các thị trường láng giềng như Trung Quốc, Lào, Campuchia, Thái Lan. Đây là nhóm khách có lợi thế về khoảng cách địa lý, chi phí hợp lý, khả năng phục hồi nhanh và tính linh hoạt cao. Trong bối cảnh chi phí vận chuyển toàn cầu gia tăng, dòng khách khu vực đã góp phần tạo nên lớp đệm ổn định, giúp du lịch Việt Nam duy trì đà tăng trưởng và giảm thiểu tác động từ các biến động bên ngoài.

Trong khi đó, khách du lịch đường biển hiện chỉ chiếm 2,2% tổng lượng khách quốc tế, cho thấy vẫn còn nhiều dư địa khai thác phân khúc này. Với lợi thế đường bờ biển dài, tài nguyên du lịch phong phú và vị trí thuận lợi trong khu vực, Việt Nam có nhiều điều kiện để phát triển du lịch tàu biển - phân khúc có đặc điểm chi tiêu cao và đi theo đoàn lớn. Điều này đồng nghĩa với việc ngay cả khi đã đạt mức tăng trưởng kỷ lục, ngành du lịch Việt Nam vẫn còn những “không gian phát triển” quan trọng để nâng cao chất lượng và giá trị gia tăng trong thời gian tới. Việc đầu tư nâng cấp cảng chuyên dụng, phát triển sản phẩm du lịch ngắn ngày chất lượng cao sẽ là những yếu tố then chốt để khai thác hiệu quả dư địa này trong thời gian tới.



Nguồn: Tổng hợp từ số liệu Cục Thống kê (Bộ Tài chính)



## Thị trường quốc tế tăng trưởng tích cực, đa dạng

Trong Quý I/2026, **Trung Quốc** (1,4 triệu lượt) và **Hàn Quốc** (1,3 triệu lượt) tiếp tục là hai thị trường gửi khách lớn nhất, chiếm khoảng 40% tổng lượng khách quốc tế đến Việt Nam.

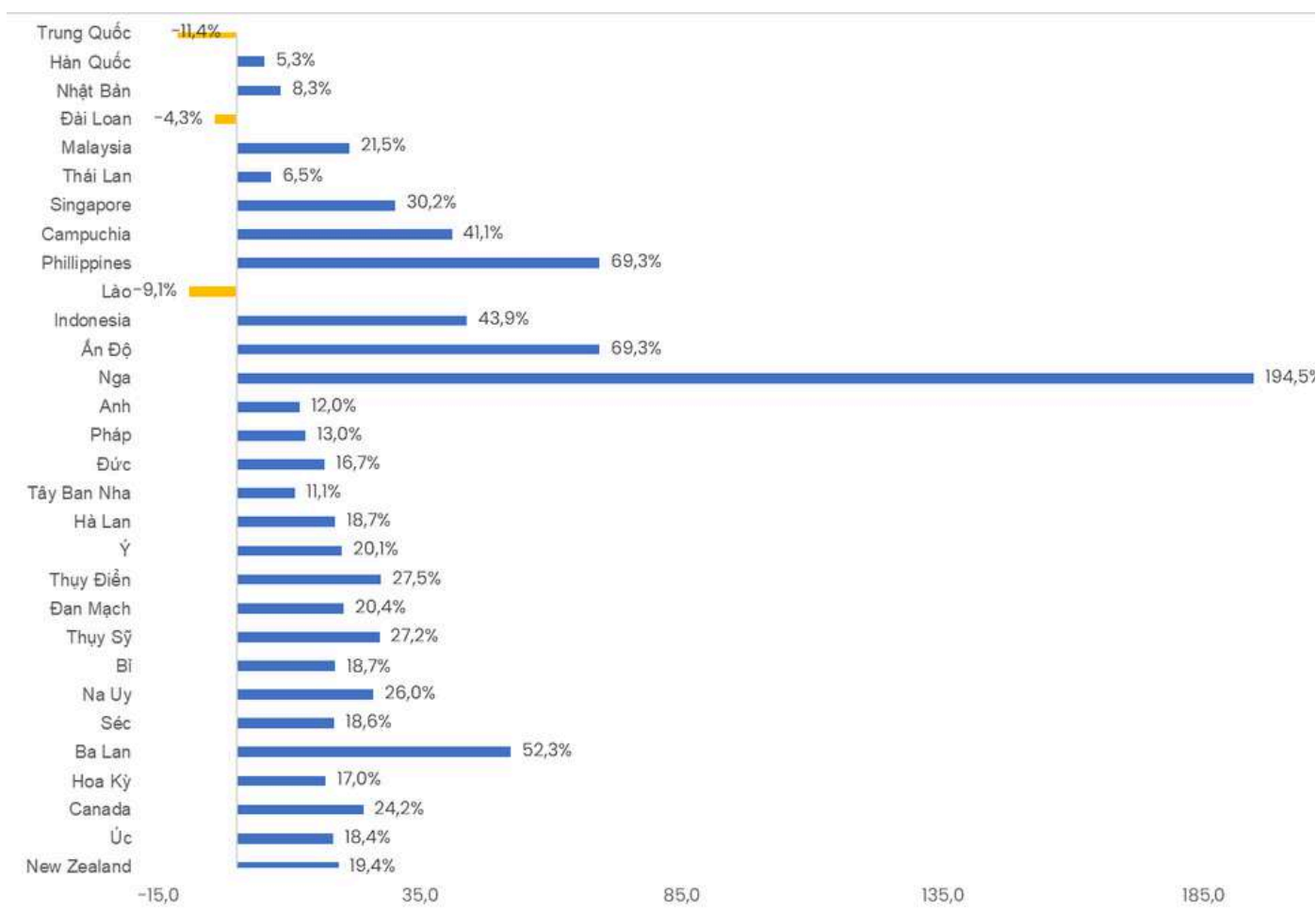
Các thị trường **Đông Nam Á** ghi nhận mức tăng trưởng mạnh: Malaysia tăng 21,5%, Singapore tăng 30,2%, Campuchia tăng 41,1%, Indonesia tăng 43,9%, Philippines tăng 69,3%, trong khi Thái Lan tăng nhẹ 6,5%. Tại Nam Á, **Ấn Độ** tiếp tục tăng trưởng ấn tượng 69,3%, cho thấy tiềm năng lớn của thị trường đông dân nhất thế giới.

Trong khi đó, **châu Âu** với mức tăng chung 55,6% thực sự là một điểm nhấn trong bức tranh tăng trưởng của du lịch Việt Nam. Đặc biệt, riêng trong tháng 3/2026 mặc dù bị ảnh hưởng gián đoạn nhiều đường bay quốc tế do chiến sự ở Trung Đông, nhưng các thị trường khách đường xa từ châu Âu đến Việt Nam vẫn tăng so với cùng kỳ năm 2025: Anh (+3,0%), Pháp (+2,3%), Đức (+15,2%), Hà Lan (+8,5%), Thụy Điển (+9,2%), Đan Mạch (+13,9%), Thụy Sĩ (+18,9%), Ba Lan (+19,2%), Na Uy (+12,0%). Đặc biệt, thị trường Nga tăng tới 163,4% cho thấy sự quan tâm ngày càng lớn của du khách từ xứ sở Bạch Dương đối với điểm đến Việt Nam.

Quý I/2026, tăng trưởng tích cực cũng được ghi nhận tại **Bắc Mỹ** với Hoa Kỳ (+17,0%), Canada (+24,2%) và **châu Úc** với Úc (+18,4%), New Zealand (+19,4%).

Những con số này cho thấy một xu hướng rõ nét: Việt Nam không chỉ tăng trưởng về quy mô, mà còn mở rộng và đa dạng hóa thị trường, nâng cao tính bền vững.

**Biểu đồ 3: Tỷ lệ tăng trưởng các thị trường Quý I/2026 so với Quý I/2025**



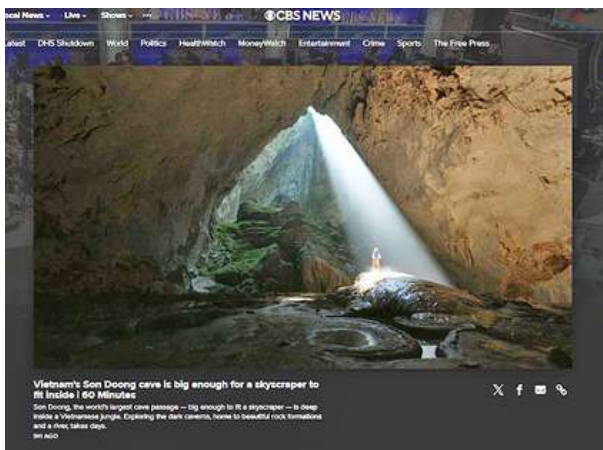
Nguồn: Tổng hợp từ số liệu Cục Thống kê (Bộ Tài chính)

## Việt Nam - điểm đến an toàn trong một thế giới nhiều rủi ro

Trong bối cảnh các yếu tố an ninh truyền thống và phi truyền thống ngày càng tác động trực tiếp đến hành vi du lịch, **“an toàn”** đã trở thành tiêu chí lựa chọn mang tính quyết định của du khách quốc tế.

Ở góc độ này, Việt Nam nổi lên như một điểm đến có lợi thế cạnh tranh rõ rệt. Với môi trường chính trị ổn định, trật tự an toàn xã hội được đảm bảo và khả năng kiểm soát rủi ro hiệu quả, du khách có thể di chuyển, trải nghiệm với mức độ an toàn cao. Đây chính là nền tảng tạo dựng niềm tin điểm đến - yếu tố có giá trị ngày càng lớn trong bối cảnh toàn cầu bất ổn.

Bên cạnh đó, sức hấp dẫn của du lịch Việt Nam còn đến từ sự đa dạng về tài nguyên và bản sắc văn hóa. Xu hướng du lịch trải nghiệm, du lịch xanh và khám phá bản địa đang giúp nhiều điểm đến của Việt Nam gia tăng sức hút. Việc **Hang Sơn Đoòng** - hang động lớn nhất thế giới - vừa được giới thiệu trên chương trình “60 Minutes” nổi tiếng của CBS (Mỹ) với hàng triệu khán giả toàn cầu là minh chứng rõ nét cho sức hấp dẫn và lan tỏa của hình ảnh du lịch Việt Nam.



## Chính sách thuận lợi và xúc tiến hiệu quả tạo động lực tăng trưởng

Sự cải thiện về chính sách visa và kết nối hàng không tiếp tục đóng vai trò quan trọng. Việc mở rộng diện miễn visa, kéo dài thời hạn lưu trú, tăng số cửa khẩu áp dụng e-visa cùng với việc gia tăng tần suất các đường bay quốc tế đã giúp nâng cao khả năng tiếp cận điểm đến.

Trong bối cảnh chi phí đi lại toàn cầu gia tăng, những điểm đến “dễ đến, dễ đi” và tối ưu chi phí đang có lợi thế rõ rệt, và Việt Nam đang tận dụng tốt xu hướng này.

Đồng thời, công tác xúc tiến, quảng bá du lịch cũng đang được Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam cùng toàn ngành triển khai theo hướng chuyên nghiệp, có trọng tâm trên tinh thần **“Hợp lực - Bứt phá”**, phát huy cơ chế hợp tác công tư, tận dụng tốt các nền tảng truyền thông số. Hình ảnh Việt Nam không chỉ là một điểm đến đẹp, hấp dẫn mà còn là một quốc gia thân thiện, hiếu khách, ổn định và đáng tin cậy - những giá trị mang tính quyết định trong hành vi lựa chọn của du khách.



## Khẳng định vị thế trong bối cảnh toàn cầu biến động

Kết quả tăng trưởng của du lịch Việt Nam trong Quý I/2026 vì vậy không chỉ là sự gia tăng về lượng, mà phản ánh sự hội tụ của những lợi thế cạnh tranh cốt lõi trong một bối cảnh thế giới nhiều bất ổn.

Khi yếu tố an toàn ngày càng trở thành điều kiện tiên quyết trong lựa chọn điểm đến, việc Việt Nam duy trì được đà tăng trưởng ổn định, đặc biệt từ các thị trường đường xa, cho thấy quốc gia đang từng bước khẳng định vị thế là điểm đến an toàn, ổn định và có sức hấp dẫn bền vững trong khu vực và trên thế giới.

Tiếp tục phát huy tốt lợi thế này, đồng thời nâng cao chất lượng dịch vụ và trải nghiệm, nỗ lực duy trì và mở rộng kết nối hàng không với các thị trường mục tiêu, ngành du lịch Việt Nam sẽ có cơ hội duy trì được động lực tăng trưởng tích cực trong thời gian tới.

# Xúc tiến, quảng bá, truyền thông số

Trong tháng 3/2026, Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam đã triển khai nhiều hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong và ngoài nước, hoạt động truyền thông trên các nền tảng số nhằm thu hút du khách quốc tế và nội địa. Cụ thể một số hoạt động trọng tâm như sau:

- Ngày 28/3, Bộ VH-TT-DL phối hợp UBND tỉnh Gia Lai tổ chức Lễ **Khai mạc** Năm Du lịch Quốc gia - Gia Lai 2026 với chủ đề “Gia Lai - Đại ngàn chạm biển xanh”. Trong khuôn khổ sự kiện, lãnh đạo Bộ VH-TT-DL, Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam đã tham dự nhiều hoạt động quan trọng như: **Hội thảo** “Gia Lai 2026: Kích hoạt trục Biển - Cao nguyên”; **Diễn đàn** “Du lịch Gia Lai - Tiềm năng và triển vọng”; **Hội nghị Xúc tiến Đầu tư** tỉnh Gia Lai năm 2026; Ngày hội tinh hoa **Ấm thực** Gia Lai năm 2026.



- Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam đã làm việc với các đối tác để mở rộng kết nối, quảng bá du lịch Việt Nam như: làm việc với đoàn công tác Ủy ban Phát triển Văn hoá và Du lịch thành phố **Trùng Khánh** (Trung Quốc) về thúc đẩy trao đổi khách du lịch hai chiều; làm việc với **Đại sứ Du lịch** Việt Nam tại Hàn Quốc Lý Xương Căn về kế hoạch hợp tác, nâng cao hiệu quả xúc tiến quảng bá du lịch; làm việc với Phó Đại sứ, Đại biện lâm thời Đại sứ quán Cộng hòa **Séc** tại Việt Nam về giải pháp phát triển du lịch đường mòn tại Việt Nam; làm việc với Đại sứ Đặc mệnh Toàn quyền Cộng hòa **Panama** tại Việt Nam nhằm tăng cường hợp tác du lịch song phương; làm việc với Tham tán Công sứ **Nicaragua** nhằm trao đổi định hướng thúc đẩy hợp tác du lịch giữa hai quốc gia; tiếp và làm việc với Đại sứ **Philippines** tại Việt Nam.
- Đồng thời, Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam đã làm việc với công ty **VFS Global** trao đổi về khả năng hợp tác, hỗ trợ xúc tiến quảng bá du lịch Việt Nam tại các thị trường mục tiêu; làm việc với Tập đoàn **Global Blue** trao đổi về khả năng hợp tác triển khai hệ thống hoàn thuế điện tử, thúc đẩy hoạt động mua sắm của du khách quốc tế tại Việt Nam; làm việc với Phó Chủ tịch cấp cao, Giám đốc Truyền thông Marketing tích hợp khu vực Đông Nam Á của **Mastercard** trao đổi về kế hoạch hợp tác phát triển du lịch Việt Nam.



- Bên cạnh đó, lãnh đạo 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: Hội thảo Xúc tiến Du lịch Nhật Bản - Việt Nam; Hội thảo Giải pháp phát triển du lịch Hà Tĩnh; chương trình giới thiệu Hội chợ Du lịch quốc tế Việt Nam - VITM 2026; Lễ hội Văn hóa ẩm thực, món ngon Saigontourist Group 2026; Hội nghị Xúc tiến điểm đến du lịch Bắc Ninh năm 2026.



- 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 gắn liền 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.

# Đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số

- Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam triển khai kế hoạch tập huấn hỗ trợ các địa phương trong chuyển đổi số du lịch

Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam vừa ban hành **Kế hoạch** tổ chức tập huấn, đào tạo và triển khai chuyển đổi số trong lĩnh vực du lịch năm 2026. Đây là hoạt động nhằm triển khai đồng bộ và hiệu quả các định hướng, chỉ đạo của Đảng, Nhà nước về chuyển đổi số trong hoạt động du lịch trong giai đoạn mới.

Theo kế hoạch, Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam sẽ hướng dẫn, hỗ trợ các địa phương và doanh nghiệp tiếp cận, sử dụng hiệu quả các nền tảng số dùng chung của ngành Du lịch, bảo đảm thống nhất, đồng bộ, nâng cao hiệu quả quản lý điểm đến, hoạt động kinh doanh và gia tăng trải nghiệm của khách du lịch.

Các chương trình tập huấn, đào tạo chuyển đổi số sẽ được triển khai với đơn vị đầu mối là Trung tâm Thông tin du lịch, cùng sự đồng hành, phối hợp của Tập đoàn công nghệ Vietsens, Ngân hàng TMCP Sài Gòn - Hà Nội, Công ty cổ phần Công nghệ và Truyền thông VTC NETVIET.

## MỘT SỐ NỀN TẢNG SỐ DÙNG CHUNG TRONG NGÀNH DU LỊCH GỒM CÓ:

- **Hệ thống cơ sở dữ liệu ngành du lịch:** phục vụ công tác quản lý nhà nước về du lịch từ Trung ương đến địa phương, với nhiều cơ sở dữ liệu thành phần như doanh nghiệp lữ hành, cơ sở lưu trú, hướng dẫn viên, khu/điểm du lịch...
- **Phần mềm báo cáo trực tuyến thống kê du lịch:** hỗ trợ các địa phương, doanh nghiệp trong ngành du lịch thực hiện chế độ báo cáo thống kê định kỳ và đột xuất theo quy định tại các Thông tư của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch.
- **Dashboard thông tin điều hành du lịch:** là công cụ tiện lợi giúp cơ quan quản lý tổng hợp các số liệu quan trọng theo thời gian thực dưới dạng biểu đồ, phục vụ phân tích nhanh các hoạt động du lịch một cách trực tiếp, chủ động.
- **Ứng dụng du lịch quốc gia "Du lịch Việt Nam - Vietnam Travel":** là nền tảng số tích hợp đa dịch vụ nhằm hỗ trợ toàn diện du khách với nhiều tiện ích như: tra cứu thông tin du lịch, bản đồ số du lịch, đặt vé máy bay, đặt phòng, mua vé tham quan, mua sắm hàng hóa, quản lý tour du lịch, phản ánh tới cơ quan chức năng...
- **Ứng dụng "Quản trị và Kinh doanh du lịch":** hỗ trợ các doanh nghiệp du lịch kết nối với khách hàng, thiết lập điểm chấp nhận thanh toán trực tuyến, cung cấp sản phẩm, kết nối với cơ quan quản lý nhà nước trong lĩnh vực du lịch, thực hiện báo cáo thống kê...
- **Thẻ Việt - Thẻ du lịch thông minh:** được phát triển với công nghệ hiện đại, an toàn, bảo mật, hỗ trợ du khách giao dịch, thanh toán không dùng tiền mặt một cách an toàn, thuận tiện, nhanh chóng theo chủ trương chung của Chính phủ.
- **Hệ thống vé điện tử "Trực tuyến - Liên thông - Đa phương thức":** được thiết kế để áp dụng tại các điểm tham quan, khu di tích, khu vui chơi giải trí có bán vé. Hỗ trợ các điểm tham quan kiểm soát tối ưu quy trình quản lý vận hành bán vé, soát vé; tạo thuận lợi hơn cho du khách khi đến mua vé vào cửa; hỗ trợ hướng dẫn viên khi đưa khách đến tham quan.
- **Hệ thống Thuyết minh đa phương tiện (Multi-media Guide):** được tích hợp trên ứng dụng du lịch quốc gia "Du lịch Việt Nam - Vietnam Travel", được thiết kế để có thể áp dụng cho tất cả điểm du lịch, di tích, bảo tàng... có nhu cầu thuyết minh giới thiệu thông tin cho khách tham quan..
- **Trang vàng du lịch Việt Nam:** nơi hội tụ các nhà cung cấp sản phẩm, dịch vụ du lịch uy tín đã cam kết với Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, giúp tìm kiếm và cập nhật những thông tin hữu ích cho việc đưa ra quyết định lựa chọn nhà cung cấp và đặt dịch vụ cho chuyến đi du lịch.

# Tình hình cấp phép kinh doanh du lịch

## • Về cấp phép kinh doanh lữ hành quốc tế

Tháng 3/2026, Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam đã thẩm định và thực hiện 70 thủ tục hành chính, trong đó cấp mới 32 giấy phép, cấp đổi 24 giấy phép, cấp lại 01 giấy phép và thu hồi 13 giấy phép.

Tính chung trong quý I năm 2026, Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam đã thẩm định và thực hiện 257 hồ sơ thủ tục hành chính, trong đó cấp mới 108 giấy phép, cấp đổi 89 giấy phép, cấp lại 01 giấy phép, thu hồi 59 giấy phép.

Tính đến ngày 17/3/2026, cả nước có 4.525 doanh nghiệp lữ hành quốc tế, trong đó có 1.343 công ty cổ phần, 3.176 công ty TNHH và 06 doanh nghiệp tư nhân.

## • Về cấp thẻ hướng dẫn viên

Tháng 3/2026, Sở quản lý du lịch các tỉnh/thành phố đã cấp 319 thẻ HDV du lịch, trong đó cấp mới 260 thẻ, cấp đổi 59 thẻ.

Tính chung trong quý I năm 2026, Sở quản lý du lịch các tỉnh/thành phố đã cấp 1.394 thẻ hướng dẫn viên du lịch, trong đó cấp mới 1.053 thẻ, cấp đổi 341 thẻ.

Tính đến ngày 17/3/2026, cả nước có 44.196 thẻ hướng dẫn viên đã được cấp và đang hoạt động, trong đó có 26.659 thẻ hướng dẫn viên quốc tế, 15.270 thẻ hướng dẫn viên nội địa và 2.267 thẻ hướng dẫn viên tại điểm.

Trong tổng số 26.659 thẻ hướng dẫn viên du lịch quốc tế đã được cấp có 14.629 thẻ HDV tiếng Anh, 6.687 HDV tiếng Trung, 1.465 thẻ HDV tiếng Pháp, 1.405 thẻ HDV tiếng Hàn Quốc, 734 thẻ HDV tiếng Nhật Bản, 427 thẻ HDV tiếng Nga, 357 thẻ HDV tiếng Đức, 326 thẻ HDV tiếng Thái Lan, 317 thẻ HDV tiếng Tây Ban Nha, 210 thẻ HDV tiếng Ý, còn lại là các ngôn ngữ khác.

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

Tháng 3/2026, Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam đã ban hành 03 quyết định xếp hạng cơ sở lưu trú du lịch từ 4-5 sao, trong đó thẩm định mới 01 cơ sở và thẩm định lại 02 cơ sở.

Tính chung trong quý I/2026, Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam đã ban hành 45 quyết định xếp hạng cơ sở lưu trú du lịch từ 4-5 sao, trong đó thẩm định mới 13 cơ sở, thẩm định lại 32 cơ sở.

Đến nay, cả nước có 299 cơ sở lưu trú du lịch hạng 5 sao với 96.441 buồng, 348 cơ sở lưu trú du lịch hạng 4 sao với 47.663 buồng.

# Amadeus chỉ ra 6 xu hướng định hình du lịch toàn cầu năm 2026

Báo cáo Travel Trends 2026 do Amadeus phối hợp với Globetrender thực hiện đã chỉ ra 6 xu hướng được dự báo sẽ định hình ngành du lịch toàn cầu trong năm tới.

Theo báo cáo, trọng tâm của du lịch đang dịch chuyển từ câu hỏi “đi đâu” sang “đi như thế nào” và “đi để làm gì”, khi du khách ngày càng đề cao trải nghiệm sâu, giá trị cảm xúc và khả năng cá nhân hóa hành trình.

Sáu xu hướng nổi bật gồm: (1) Du lịch với thú cưng; (2) Kết hợp trí tuệ nhân tạo (AI) với con người trong lập kế hoạch chuyến đi; (3) Mở rộng các đường bay thẳng; (4) Du lịch theo dấu văn hóa đại chúng; (5) Du lịch khám phá công nghệ; và (6) Cá nhân hóa trải nghiệm lưu trú.

## Thú cưng trở thành “hành khách đặc biệt”



Xu hướng du lịch cùng thú cưng đang phát triển mạnh mẽ. Báo cáo cho thấy 56% người được khảo sát hiện nuôi thú cưng, trong đó 27% lần đầu đưa vật nuôi đi du lịch trong năm 2025.

Xu hướng này thúc đẩy sự ra đời của các hãng hàng không chuyên biệt như BarkAir hay SkyePets, khai thác các chuyến bay dành riêng cho thú cưng. Bên cạnh đó, các thiết bị đeo tích hợp AI giúp theo dõi sức khỏe vật nuôi từ xa, mang lại sự yên tâm cho chủ nhân trong suốt hành trình.

## Lập kế hoạch du lịch thời AI: đã kên, đã trải nghiệm

Công nghệ AI đang thay đổi cách du khách lên kế hoạch cho chuyến đi. Thay vì phụ thuộc vào một nguồn thông tin duy nhất, nhiều người sử dụng AI để tìm ý tưởng ban đầu, sau đó kiểm chứng thông tin qua các nền tảng như YouTube, Reddit hay Instagram.

Amadeus cho biết 18% du khách hiện sử dụng AI để lập kế hoạch du lịch, trong khi 36% dùng AI để khám phá điểm đến mới.

## Bay thẳng nhiều hơn: thế giới đang “thu nhỏ”

Sự xuất hiện của các dòng máy bay thân hẹp tầm xa như Airbus A321XLR cho phép các hãng hàng không mở thêm nhiều đường bay thẳng giữa những thành phố trước đây phải quá cảnh. Xu hướng này không chỉ giúp rút ngắn thời gian di chuyển mà còn tạo cơ hội phát triển cho các điểm đến mới nổi.

Các sân bay tương lai cũng được định hình lại như những không gian trải nghiệm, nơi hành khách muốn dừng lại lâu hơn thay vì chỉ trung chuyển. Tại Việt Nam, sân bay Long Thành với thiết kế hình hoa sen dự kiến đi vào hoạt động trong năm 2026 được kỳ vọng sẽ trở thành đối thủ cạnh tranh đáng chú ý với sân bay Changi của Singapore.



## Du lịch theo dấu phim ảnh và văn hóa đại chúng

Phim ảnh, âm nhạc và truyền hình đang tạo nên làn sóng “du lịch theo kịch bản” trên toàn cầu. Seoul (Hàn Quốc) ghi nhận lượng du khách tăng mạnh nhờ làn sóng K-pop và các sản phẩm giải trí. Đặc biệt, bộ phim K-Pop Demon Hunters trên Netflix đạt hơn 300 triệu lượt xem, góp phần thu hút đông đảo người hâm mộ tới thủ đô Hàn Quốc để trải nghiệm các địa điểm xuất hiện trong phim, mặc hanbok hay tham gia các lớp học nhảy K-pop.

Tại Canada, tỉnh Alberta cũng hưởng lợi từ sức hút của loạt phim The Last of Us, một trong những series ăn khách nhất trên HBO Max tại châu Âu. Theo Amadeus, lượng khách quốc tế đặt vé đến Alberta trong nửa đầu năm 2026 tăng 20%, riêng nhu cầu từ châu Âu tăng 47%.



## Khách sạn cá nhân hóa: “ở theo cách của bạn”

Xu hướng Pick 'n' Stays cho phép du khách tự lựa chọn tiện nghi phòng theo nhu cầu cá nhân, từ thiết bị tập luyện, không gian làm việc đến minibar chăm sóc sức khỏe

Khoảng 63% du khách sẵn sàng chi thêm cho trải nghiệm cá nhân hóa. Trong đó, 17% khách công tác tại Mỹ chấp nhận trả thêm 20% cho dịch vụ văn phòng trong phòng, còn 12% khách Gen Z sẵn sàng chi thêm 25% để có Xbox hoặc TV cao cấp.

Nhiều khách sạn đã bắt đầu cung cấp phòng với máy tập Pilates, màn hình wrap-around hoặc minibar wellness, thu hút sự quan tâm của nhóm khách trẻ và khách công tác.

Theo bà Panawan Khaikaew, Giám đốc kinh doanh mảng khách sạn của Amadeus tại Thái Lan, xu hướng cá nhân hóa đang tác động rõ rệt tới ngành lưu trú trong khu vực. Bà cho rằng các khách sạn nên phát triển các dịch vụ độc đáo, hấp dẫn để gia tăng doanh thu thay vì phụ thuộc vào việc giảm giá.

“Khách sạn không nhất thiết phải giảm giá để tăng lượng khách. Thay vào đó, họ nên bổ sung những trải nghiệm cụ thể mà khách hàng đang tìm kiếm và để khách trả tiền cho giá trị cá nhân hóa đó”, bà Khaikaew nói.

Để hỗ trợ mô hình này, Amadeus đang tích hợp AI vào các giải pháp Travel Intelligence nhằm đơn giản hóa việc phân tích dữ liệu cho các nhà quản lý khách sạn.

“Các công cụ tư vấn AI cho phép người dùng chỉ cần nhập câu hỏi và lập tức nhận được kết quả có thể áp dụng. Điều này giúp tiết kiệm thời gian, để nhà quản lý tập trung nhiều hơn vào vận hành và chiến lược marketing dài hạn”, bà Khaikaew cho biết thêm.

## Du lịch công nghệ cao: trải nghiệm tương lai





Ảnh: Tạo bởi AI

Các điểm đến sớm năm bắt xu hướng du lịch đổi mới sáng tạo được kỳ vọng sẽ thu hút nhóm du khách tò mò về tương lai và yêu thích công nghệ. Với họ, dấu mộc trên hộ chiếu không còn là điều quan trọng nhất, giá trị lớn nhất của chuyến đi chính là câu chuyện về việc được chạm vào tương lai trước phần còn lại của thế giới.

# Sự kiện nổi bật tháng 4/2026


## THÁNG 4 10 Hội chợ Du lịch quốc tế Việt Nam - VITM 2026 (10 - 12/4)

 Trung tâm Triển lãm Quốc tế ICE Hà Nội, Cung Văn hóa Hữu nghị, 91 Trần Hưng Đạo, phường Cửa Nam, TP. Hà Nội

 Với chủ đề “Chuyển đổi Số & Tăng trưởng Xanh - Nâng tầm Du lịch Việt Nam”, VITM năm nay sẽ diễn ra nhiều hoạt động thương mại, xúc tiến du lịch và giao lưu văn hóa sôi động, quy tụ 450 gian hàng, 600 doanh nghiệp du lịch, 15 quốc gia và vùng lãnh thổ, dự kiến thu hút 80.000 lượt khách tham quan và giao dịch.


## THÁNG 4 25 Tuần Văn hóa, Thể thao, Du lịch Quảng Ninh chào hè 2026 (25/4 - 03/5)

 Phường Hạ Long, Bãi Cháy, Hồng Gai và Yên Tử, tỉnh Quảng Ninh

 Sự kiện mang đến chuỗi hoạt động văn hóa, nghệ thuật, thể thao, lễ hội và trải nghiệm du lịch đặc sắc, với điểm nhấn là Carnival Hạ Long 2026 - “Kỳ quan bùng sáng kỷ nguyên mới”, hứa hẹn tạo nên không khí sôi động, thu hút đông đảo du khách trong nước và quốc tế.


## THÁNG 4 26 Lễ hội Bánh dân gian Nam Bộ lần thứ XIII năm 2026 (26/4 - 01/5)

 Quảng trường phường Bình Thủy và khu vực lân cận, TP. Cần Thơ

 Lễ hội năm nay có quy mô khoảng 200 - 250 gian hàng giới thiệu bánh dân gian, ẩm thực, sản phẩm OCOP, đặc sản, trái cây vùng miền... Cùng với đó là các gian hàng quảng bá, xúc tiến du lịch, chương trình biểu diễn nghệ thuật, hội thi làm bánh...


## THÁNG 4 Lễ hội mùa Hạ Festival Huế 2026 (Tháng 4 - Tháng 6)

 TP. Huế

 Với chủ đề “Kinh thành tỏa sáng”, Lễ hội mùa Hạ diễn ra chuỗi hoạt động đặc sắc như: Lễ hội Điện Huệ Nam, chương trình “Hoàng cung huyền ảo”, Dạ yến Hoàng cung; trải nghiệm ẩm thực Huế... hứa hẹn mang đến hành trình khám phá di sản mới lạ, giàu cảm xúc.


## THÁNG 4 Lễ hội Du lịch Quảng Ngãi 2026 (Tháng 4 - Tháng 6)

 Tỉnh Quảng Ngãi

 Lễ hội mang chủ đề “Khám phá Quảng Ngãi - Nơi thiên nhiên và văn hóa hội tụ” hướng đến một không gian trải nghiệm đa sắc màu, nơi du khách có thể chạm vào chiều sâu văn hóa và tận hưởng vẻ đẹp thiên nhiên đặc trưng của nơi dải đất miền Trung.

## THÁNG 4 Festival Du lịch Cửa Lò 2026 (Tháng 4 - Tháng 12)

 Tỉnh Nghệ An

 Festival năm nay có chủ đề “Bốn mùa biển gọi” được định hướng tổ chức xuyên suốt năm với chuỗi hoạt động phong phú gắn với đặc trưng từng mùa, tạo dòng sự kiện liên tục nhằm đa dạng hóa sản phẩm du lịch của tỉnh.

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.

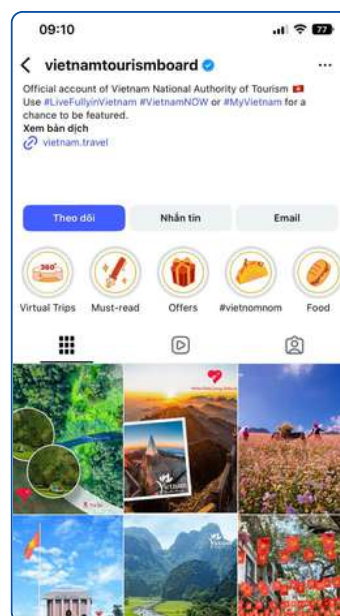
**Thống kê du lịch:** triển khai xây dựng hệ thống thống kê du lịch ở Việt Nam theo mô hình Tài khoản vệ tinh du lịch.



## NỀN TẢNG SỐ TRONG LĨNH VỰC DU LỊCH


## ẨM PHẨM DU LỊCH


## TRUYỀN THÔNG DU LỊCH






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

 0862 10 10 10

 [titic@vietnamtourism.gov.vn](mailto:titic@vietnamtourism.gov.vn)

 [vietnamtourism.gov.vn](http://vietnamtourism.gov.vn) | [vietnam.travel](http://vietnam.travel)