



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

THÔNG TIN Du lịch

THÁNG 01/2026

*Xuân
Binh Ngo*

20
26





Phiên họp Ban Chỉ đạo Nhà nước về Du lịch



Ngày 13/01, tại trụ sở Chính phủ đã diễn ra **phiên họp Ban Chỉ đạo Nhà nước về Du lịch** do Phó Thủ tướng Mai Văn Chính - Trưởng Ban Chỉ đạo chủ trì. Du lịch Việt Nam năm 2025 tiếp tục khẳng định vai trò là động lực tăng trưởng quan trọng của nền kinh tế với mức tăng trưởng vượt trội so với khu vực và thế giới, đồng thời nâng cao vị thế, thương hiệu điểm đến trên trường quốc tế. Bước sang giai đoạn mới, Phó Thủ tướng Mai Văn Chính chỉ đạo ngành Du lịch chuyển đổi từ tư duy phục hồi sang tư duy tăng trưởng, cạnh tranh và phát triển bền vững, đóng góp vào mục tiêu tăng trưởng GDP hai con số; năm 2026 phấn đấu đón 25 triệu lượt khách quốc tế, 150 triệu lượt khách nội địa.

Việt Nam tham dự Diễn đàn Du lịch ASEAN (ATF) 2026



Từ ngày 28 - 30/01, Đoàn công tác Việt Nam do Thứ trưởng Bộ VHTTDL Hồ An Phong dẫn đầu đã tham dự **Diễn đàn Du lịch ASEAN (ATF) 2026** và **Hội chợ Du lịch quốc tế Travex** tại Philippines với chủ đề "Chung tay định hình tương lai ngành Du lịch". Tại đây, đoàn Việt Nam đã tham dự các hội nghị quan trọng như: Hội nghị Bộ trưởng Du lịch ASEAN lần thứ 29, Hội

nghị Bộ trưởng Du lịch ASEAN - Ấn Độ lần thứ 13, Hội nghị Bộ trưởng Du lịch ASEAN - Nga lần thứ 5, Hội nghị Du lịch ASEAN, Hội nghị Cơ quan Du lịch Quốc gia ASEAN lần thứ 63, Hội nghị Cơ quan Du lịch Quốc gia ASEAN+3 lần thứ 48...

Bên lề Diễn đàn, Lãnh đạo Bộ VHTTDL, Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam đã có các buổi gặp gỡ song phương và đa phương với các đối tác quốc tế như: Cơ quan Thương mại và Đầu tư Chính phủ Úc (**Austrade**), Cục Du lịch Nhật Bản (**JTA**), Hội đồng Lữ hành và Du lịch Thế giới (**WTTC**), Hội đồng Kinh doanh Hoa Kỳ - ASEAN (**US-ABC**), Công ty **Agoda**...

Giải thưởng Du lịch ASEAN 2026 vinh danh 25 địa phương, đơn vị của Việt Nam

Tại Lễ trao Giải thưởng Du lịch ASEAN 2026 trong khuôn khổ Diễn đàn ATF 2026, Việt Nam vinh dự có 25 địa phương, đơn vị, sản phẩm được vinh danh ở 04 hạng mục, bao gồm: Giải thưởng Khách sạn Xanh ASEAN (5 đơn vị), Giải thưởng Đô thị Du lịch sạch ASEAN (3 đô thị), Giải thưởng Địa điểm MICE ASEAN (15 đơn vị), Giải thưởng Du lịch Bền vững ASEAN (2 sản phẩm).



Hội nghị tổng kết Dự án Du lịch Thụy Sỹ vì sự phát triển bền vững tại Việt Nam năm 2025

Ngày 09/01, Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam tổ chức Hội nghị Tổng kết năm 2025 của Dự án “[Du lịch Thụy Sỹ vì sự phát triển bền vững tại Việt Nam](#)” (ST4SD). Hội nghị khẳng định những kết quả tích cực trong năm đầu triển khai, với các hoạt động cơ bản thực hiện đúng tiến độ trên cả ba hợp phần: hỗ trợ chính sách và đối thoại công tư, nâng cao năng lực đào tạo và phát triển điểm đến bền vững. Năm 2026 được xác định là năm bản lề, tập trung triển khai dự án theo chiều sâu, gắn với các chỉ số đầu ra cụ thể nhằm thúc đẩy du lịch Việt Nam phát triển theo hướng chất lượng và bền vững.



Hiệp hội Du lịch Việt Nam triển khai nhiệm vụ trọng tâm năm 2026

Ngày 10/01, Thứ trưởng Bộ VHTTDL Hồ An Phong, Cục trưởng Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam Nguyễn Trung Khánh đã tham dự Hội nghị tổng kết công tác năm 2025 và triển khai các nhiệm vụ trọng tâm năm 2026 của [Hiệp hội Du lịch Việt Nam](#). Hội nghị khẳng định kết quả tăng trưởng ấn tượng của du lịch Việt Nam năm 2025 có sự đóng góp quan trọng của đội ngũ gần 40.000 doanh nghiệp du lịch trên cả nước thông qua các hoạt động xúc tiến, hội chợ, sự kiện và đổi mới sản phẩm, chất lượng dịch vụ. Bước sang năm 2026, Hiệp hội Du lịch Việt Nam tiếp tục phát huy vai trò đại diện, kết nối và hỗ trợ doanh nghiệp, tăng cường xúc tiến thị trường, nâng cao năng lực cạnh tranh, đóng góp tích cực cho sự phát triển bền vững của du lịch Việt Nam.





Ninh Bình tổ chức Hội nghị tổng kết công tác ngành Du lịch năm 2025 và triển khai nhiệm vụ trọng tâm năm 2026

Ngày 16/01, Cục trưởng Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam Nguyễn Trùng Khánh đã dự Hội nghị tổng kết công tác ngành Du lịch Ninh Bình năm 2025 và triển khai nhiệm vụ trọng tâm năm 2026. Năm vừa qua, ngành Du lịch Ninh Bình đã đạt được nhiều kết quả tích cực, tiếp tục khẳng định vị thế là trung tâm du lịch lớn

của vùng, có giá trị thương hiệu cao của quốc gia và quốc tế. Trên cơ sở đó, tỉnh xác định du lịch là trung tâm kết nối các ngành công nghiệp văn hóa và kinh tế di sản, tạo động lực lan tỏa cho phát triển liên ngành và liên vùng. Đây là nền tảng quan trọng để du lịch Ninh Bình bước vào giai đoạn phát triển mới, giàu bản sắc và sức cạnh tranh cao trong năm 2026 và những năm tiếp theo.



Cục trưởng Nguyễn Trùng Khánh dự Lễ hội Ấn Độ India Fair 2026

Ngày 17/01, tại Hà Nội, Đại sứ quán Ấn Độ đã tổ chức Lễ hội Ấn Độ India Fair 2026. Cục trưởng Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam Nguyễn Trùng Khánh đã đến dự và phát biểu tại sự kiện. Lễ hội Ấn Độ India Fair 2026 là sự kiện ý nghĩa được tổ chức đúng vào dịp hai nước Việt Nam - Ấn Độ kỷ niệm 10 năm nâng cấp quan hệ song phương lên Đối tác Chiến lược Toàn diện (2016 - 2026).

Đây là một dấu mốc quan trọng, thể hiện sự gắn bó bền chặt và tầm nhìn hợp tác lâu dài giữa hai quốc gia, được vun đắp thông qua nhiều cơ chế hợp tác, lan tỏa sâu rộng trong các lĩnh vực văn hóa, kinh tế, du lịch và giao lưu nhân dân.



Trung tâm Thông tin du lịch và Ngân hàng SHB hợp tác phát triển du lịch thông minh trên nền tảng dữ liệu, công nghệ và tài chính số

Ngày 19/01, Trung tâm Thông tin du lịch (Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam) và Ngân hàng TMCP Sài Gòn - Hà Nội (SHB) đã phối hợp tổ chức Lễ công bố ký kết hợp tác, đánh dấu bước đi quan trọng 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.

Trên cơ sở thế mạnh của mỗi bên, hai bên sẽ phối hợp triển khai các giải pháp công nghệ nhằm thúc đẩy đổi mới sáng tạo, đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số, triển khai các hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch, góp phần nâng cao hiệu quả quản lý, chất lượng dịch vụ và trải nghiệm du khách, đóng góp thiết thực vào mục tiêu phát triển du lịch Việt Nam theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, xanh và bền vững.

Thứ trưởng Hồ An Phong làm việc với Công ty CTG về hợp tác thúc đẩy trao đổi khách du lịch giữa Việt Nam - Trung Quốc

Sáng ngày 22/01, tại Hà Nội, Thứ trưởng Bộ VHTTDL Hồ An Phong đã tiếp và làm việc với đoàn công tác Công ty TNHH Dịch vụ Kinh doanh Tập đoàn Du lịch Trung Quốc do Phó Tổng Giám đốc Uông Giao làm trưởng đoàn. Cùng dự buổi tiếp có Phó Cục trưởng Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam Nguyễn Thị Hoa Mai; Phó Cục trưởng Cục Hợp tác quốc tế Trần Nhất Hoàng; cùng đại diện các doanh nghiệp khai thác khách du lịch từ thị trường Trung Quốc. Thứ trưởng đề nghị Công ty CTG tích cực phối hợp với các doanh nghiệp Việt Nam, tăng cường xúc tiến quảng bá, tăng cường thu hút, thúc đẩy giao lưu, trao đổi khách. Từ đó, góp phần tăng cường giao lưu nhân dân giữa hai nước, thúc đẩy tình hữu nghị bền vững.



Hà Nội ra mắt chương trình “Du lịch xanh Đa Phúc - River Camping”

Ngày 24/01, tại xã Đa Phúc, Hà Nội, UBND xã Đa Phúc đã ra mắt chương trình “Du lịch xanh Đa Phúc - River Camping”. Chương trình có sự tham dự của Thứ trưởng Bộ VHTTDL Hồ An Phong; Cục trưởng Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam Nguyễn Trùng Khánh; Giám đốc Sở Du lịch Hà Nội Đặng Hương Giang; cùng đại diện nhiều doanh nghiệp du lịch trên địa bàn Hà Nội.

Chương trình nhằm quảng bá mảnh đất, con người, tiềm năng, thế mạnh về du lịch nông nghiệp, du lịch văn hóa - tâm linh, du lịch sinh thái, du lịch trải nghiệm của Đa Phúc. Đồng thời khuyến khích người dân tham gia làm du lịch, đưa Đa Phúc trở thành điểm du lịch cộng đồng gắn với bảo tồn và phát huy giá trị của di tích, lễ hội, bảo vệ môi trường sinh thái, bản sắc văn hóa truyền thống.



Khởi động chương trình "Du lịch Hà Nội chào 2026 - Get on Hanoi 2026"

Tối ngày 30/01, tại Không gian văn hóa sáng tạo Tây Hồ, Sở Du lịch Hà Nội phối hợp cùng UBND phường Tây Hồ tổ chức chương trình “Du lịch Hà Nội chào 2026 - Get on Hanoi 2026” khởi động mùa du lịch 2026. Phó Cục trưởng Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam Hà Văn Siêu tham dự chương trình. Chương trình “Get on Hanoi 2026” không chỉ là lời chào năm mới sắp đến, mà còn là lời mời gửi tới du khách trong nước và quốc tế: Hãy đến với Hà Nội, trải nghiệm hương xuân, khám phá chiều sâu văn hóa cổ truyền qua nghệ thuật trình diễn, ẩm thực, lễ hội, làng nghề truyền thống cùng những không gian mang màu sắc đặc trưng của Thủ đô, giao thoa, hội nhập cùng văn hóa quốc tế, văn minh nhân loại.



Đón 2,5 triệu khách quốc tế trong tháng 01

- Mốc son mới của Ngành Du lịch trong năm 2026

Tháng 01/2026, ngành Du lịch Việt Nam đạt một bước tiến chưa từng có khi đón gần 2,5 triệu lượt khách quốc tế - một cột mốc kỷ lục mở ra giai đoạn phát triển mới của du lịch. Đây không chỉ là con số thống kê, nó phản ánh niềm tin thị trường, hiệu quả chính sách và sức hút ngày càng mạnh mẽ của du lịch Việt Nam trên bản đồ du lịch toàn cầu.

• Những điểm nổi bật từ con số kỷ lục

Theo số liệu thống kê, tháng 01/2026, Việt Nam đón gần 2,5 triệu lượt khách quốc tế - lượng khách cao nhất trong một tháng mà Việt Nam đón được từ trước đến nay, tăng 21,4% so với tháng trước và tăng 18,5% so với cùng kỳ năm 2025. Con số gần 2,5 triệu lượt khách quốc tế không chỉ ấn tượng ở quy mô mà còn cho thấy cấu trúc tăng trưởng rất đáng chú ý giữa các nhóm thị trường.

- Đường hàng không tiếp tục là kênh chính, chiếm phần lớn (gần 80%) lượng khách quốc tế đến với Việt Nam - thể hiện sự hồi phục và mở rộng đường bay quốc tế thời gian qua.
- Đường bộ cũng ghi nhận mức tăng đáng kể (gần gấp đôi so với cùng kỳ), phản ánh sự sôi động của dòng khách từ các nước láng giềng và ASEAN, đặc biệt trong dịp đầu năm mới.
- Trong khi đó, đường biển dù chiếm tỷ lệ nhỏ nhưng vẫn ghi nhận mức tăng khá tốt 30% so với cùng kỳ, duy trì vai trò trong phân khúc thị trường du lịch đường biển.

• THÁNG 01 NĂM 2026

KHÁCH QUỐC TẾ ĐẾN

≈ **2,5**
TRIỆU LƯỢT

+18,5 %
So với cùng kỳ năm 2025

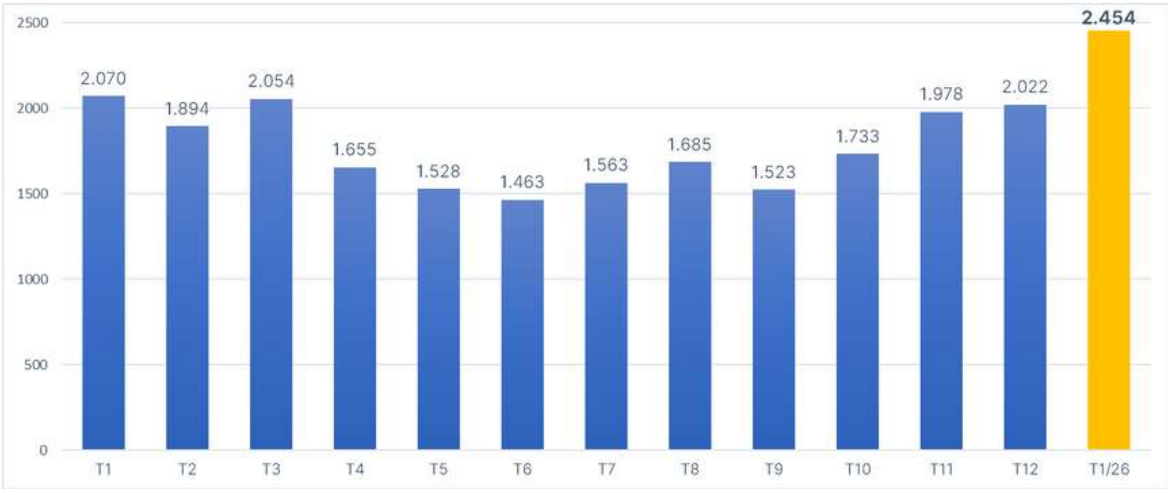
KHÁCH NỘI ĐỊA

8,0
TRIỆU LƯỢT

Trong đó:
2,8 TRIỆU LƯỢT
Khách nghỉ đêm tại CSLT

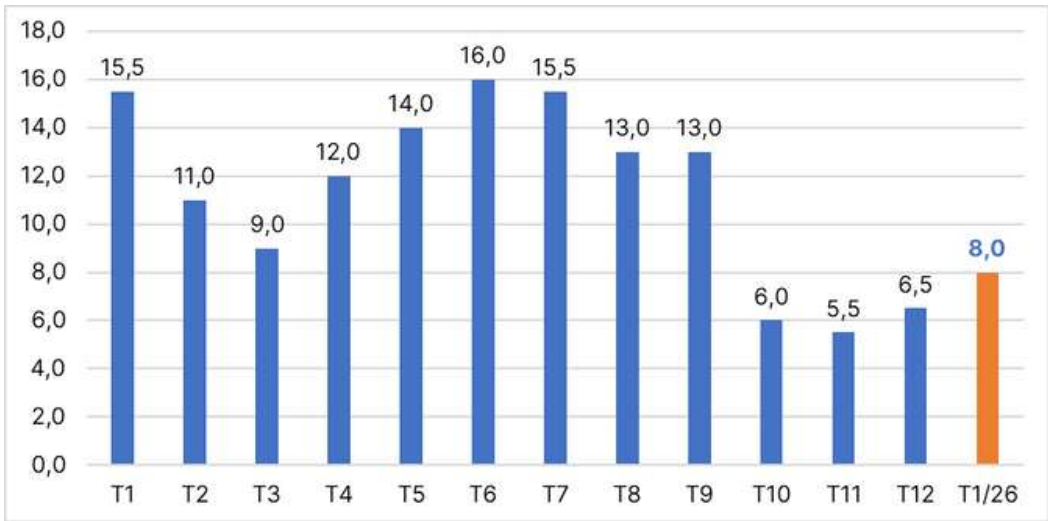
• TỔNG THU TỪ KHÁCH DU LỊCH **78** NGHÌN TỶ ĐỒNG

Biểu đồ 1. Khách quốc tế đến Việt Nam theo tháng năm 2025 và tháng 01 năm 2026 (nghìn lượt)



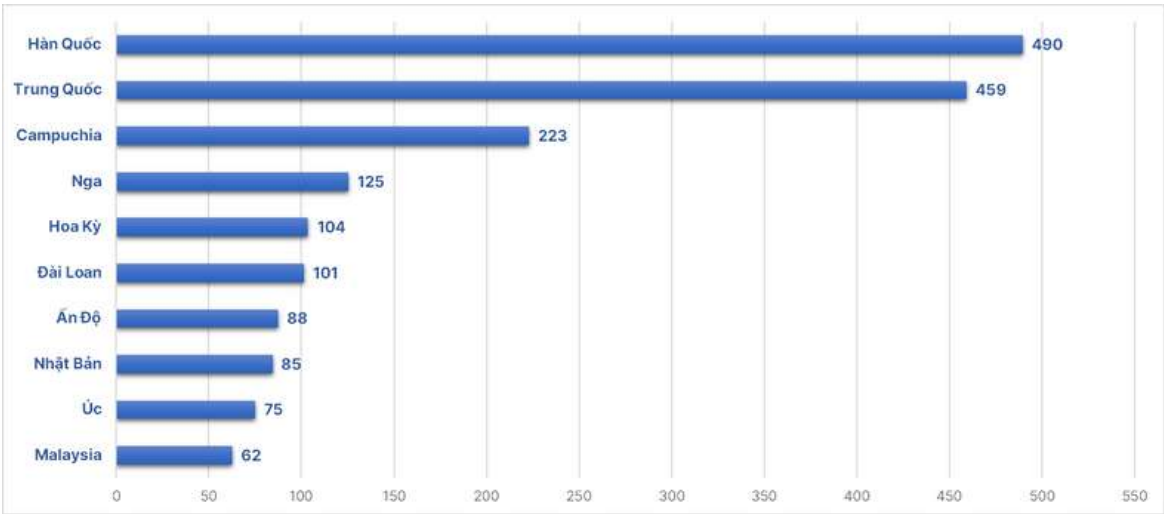
Nguồn: Tổng hợp từ số liệu Cục Thống kê (Bộ Tài chính)

Biểu đồ 2. Khách nội địa theo tháng năm 2025 và tháng 01 năm 2026 (triệu lượt)



Nguồn: Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam

Biểu đồ 3. 10 thị trường gửi khách hàng đầu tháng 01 năm 2026 (nghìn lượt)



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

Các thị trường gần ở khu vực **Châu Á** tiếp tục là trụ cột, đạt khoảng 1,8 triệu lượt, chiếm hơn 73% tổng lượng khách. Tuy nhiên, tăng trưởng trong khu vực này có sự khác biệt. Hàn Quốc giữ vai trò thị trường động lực với gần 490 nghìn lượt, tăng khoảng 26% so với tháng trước và hơn 17% so cùng kỳ. Đây không chỉ là thị trường ổn định mà còn duy trì tốc độ tăng trưởng tốt, phản ánh sức hút bền vững của các điểm đến nghỉ dưỡng biển, du lịch golf, du lịch gia đình và lợi thế kết nối hàng không dày đặc giữa hai nước.

Nhật Bản tăng mạnh 41% so tháng trước và 16,9% so với cùng kỳ, cho thấy sự phục hồi tốt của phân khúc khách có mức chi tiêu cao. Thị trường Trung Quốc dù giảm so với cùng kỳ nhưng lượng khách vẫn rất lớn, đạt gần 460 nghìn lượt, xếp thứ hai sau Hàn Quốc.

Ở khu vực Đông Nam Á, nhiều thị trường đạt mức tăng trưởng cao như Philippines tăng 75,0%, Singapore tăng 51,7%, Indonesia tăng 41,4% và Thái Lan tăng 10,6%, đáng chú ý Campuchia tăng trên 3 lần so tháng trước và hơn gấp đôi cùng kỳ. 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, chi phí hợp lý và sự thuận tiện trong kết nối giao thông.

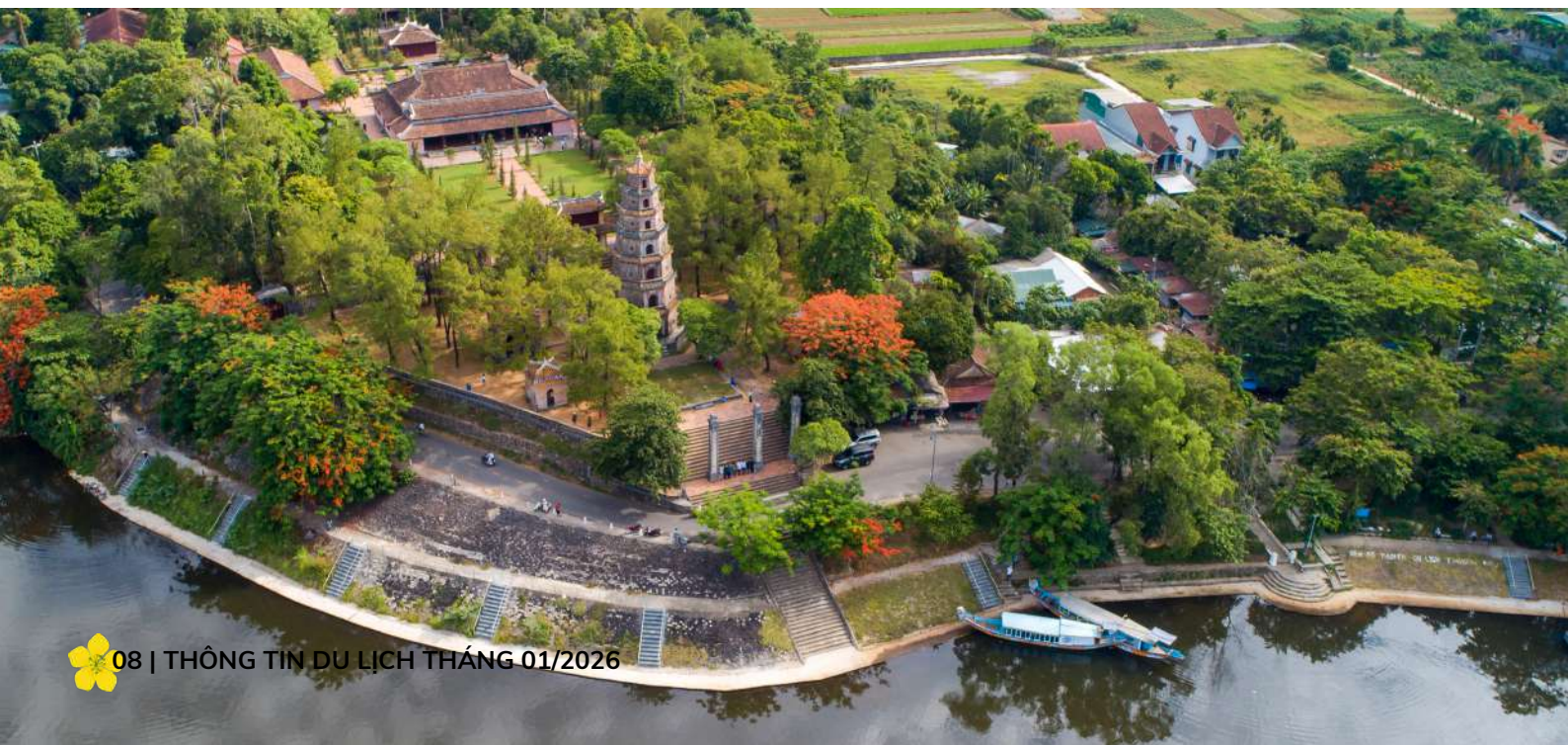
Đặc biệt, thị trường tiềm năng Ấn Độ gây ấn tượng với mức tăng 80,5% so với cùng kỳ năm 2025, đưa số lượng khách nước này đạt gần 88 nghìn lượt trong tháng 01/2026. Sự tăng trưởng nhanh chóng của thị trường Ấn Độ trong thời gian qua cho thấy hướng đi đúng đắn của du lịch Việt Nam nhằm đa dạng hóa các thị trường nguồn.

Châu Âu nổi lên như điểm sáng tăng trưởng, tổng lượng khách đạt khoảng 424 nghìn lượt, tăng hơn 35% so tháng trước và gần 60% so cùng kỳ. Các thị trường chính là Nga, Anh, Pháp, Đức đều tăng hai chữ số; đặc biệt Nga (+195,1% so với cùng kỳ) và Ba Lan (+98,7% so với cùng kỳ) có tốc độ tăng rất cao. Điều này cho thấy hiệu ứng tích cực từ chính sách thị thực thuận lợi, đường bay thẳng và sức hấp dẫn của du lịch nghỉ dưỡng dài ngày tại Việt Nam. Nhóm khách châu Âu cũng thường lưu trú dài hơn và chi tiêu cao, tạo giá trị gia tăng lớn.

Thị trường **châu Mỹ** tăng trưởng ổn định, đạt khoảng 137 nghìn lượt, tăng 23% so tháng trước và 14,2% so với cùng kỳ. Hoa Kỳ tiếp tục là nguồn khách đường dài quan trọng với hơn 103 nghìn lượt, tăng 24,8% so với tháng trước và 12% so với cùng kỳ. Đây là thị trường có độ ổn định cao, ít biến động theo mùa vụ ngắn hạn.

Châu Úc tăng mạnh, đạt hơn 81 nghìn lượt, tăng 42% so tháng trước và 13% so với cùng kỳ, trong đó Úc là động lực chính với 75 nghìn lượt khách.

Nhìn chung, sự tăng trưởng 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, bền vững hơn. Đây là nền tảng quan trọng để ngành du lịch duy trì đà tăng trưởng trong năm 2026 và giai đoạn tới.



- **Động lực tạo nên tăng trưởng**

Việc đạt được con số gần 2,5 triệu lượt trong tháng 01/2026 không phải ngẫu nhiên mà là sự kết hợp của nhiều yếu tố chiến lược đã và đang định hình lại thị trường du lịch quốc tế của Việt Nam.

Chính sách thị thực thuận lợi

Việc Chính phủ mở rộng diện miễn thị thực, kéo dài thời gian tạm trú, áp dụng thị thực điện tử có giá trị xuất nhập cảnh nhiều lần, bổ sung các cửa khẩu đón khách thị thực điện tử và tạo thuận lợi hơn trong thủ tục xuất nhập cảnh đã giúp Việt Nam trở nên dễ tiếp cận hơn đối với du khách từ nhiều quốc gia, tăng tính linh hoạt cho hành trình du lịch.

Tăng cường kết nối hàng không quốc tế

Hàng loạt đường bay mới được mở rộng, sự phục hồi các tuyến bay đường dài và các dịch vụ vận chuyển linh hoạt đã tạo điều kiện thuận lợi hơn cho việc đi lại, từ cả các thị trường truyền thống tới những thị trường mới nổi.

Môi trường ổn định và an toàn

Môi trường chính trị - xã hội ổn định, an ninh trật tự được bảo đảm, cùng hình ảnh điểm đến an toàn, thân thiện đang trở thành lợi thế cạnh tranh quan trọng của du lịch Việt Nam trong thu hút khách quốc tế. Trong bối cảnh du khách toàn cầu ngày càng ưu tiên sự an toàn và tin cậy khi lựa chọn điểm đến, Việt Nam được đánh giá là quốc gia ổn định, hiếu khách, qua đó tạo cảm giác yên tâm cho du khách khi lên kế hoạch và trải nghiệm hành trình. Đây là nền tảng quan trọng giúp nâng cao năng lực cạnh tranh và sức hấp dẫn của du lịch Việt Nam.

Đổi mới xúc tiến quảng bá thương hiệu du lịch quốc gia

Các chiến dịch quảng bá du lịch của Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam và các địa phương, doanh nghiệp tại các thị trường trọng điểm và tiềm năng, sự tham gia của Du lịch Việt Nam tại các hội chợ du lịch quốc tế lớn, hợp tác với hãng truyền thông và các tổ chức quốc tế, đẩy mạnh quảng bá đa kênh... đã nâng cao nhận thức và sự quan tâm tới Việt Nam như điểm đến hấp dẫn trong khu vực Đông Nam Á.

Đặc biệt, ngày 02/02/2026, lần đầu tiên Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam đã phối hợp với các địa phương, doanh nghiệp tổ chức Lễ công bố kế hoạch **Chương trình xúc tiến, quảng bá du lịch Việt Nam năm 2026**. Điểm mới nổi bật là việc công bố chương trình xúc tiến, quảng bá du lịch năm 2026 trên cơ sở tổng hợp các hoạt động xúc tiến trong và ngoài nước của địa phương và doanh nghiệp. Cách làm này giúp các đơn vị chủ động xây dựng kế hoạch xúc tiến, bảo đảm sự phối hợp đồng bộ giữa Trung ương, địa phương và doanh nghiệp, hạn chế trùng lặp sự kiện, tối ưu nguồn lực xã hội hóa, tạo sức mạnh liên kết và bứt phá trên phạm vi quốc gia, qua đó nâng cao hiệu quả tiếp cận thị trường và tăng cường nhận diện hình ảnh du lịch Việt Nam trong cạnh tranh toàn cầu.

Đổi mới và đa dạng hóa sản phẩm du lịch

Sự phong phú và đa dạng về loại hình như du lịch biển đảo, du lịch văn hóa, du lịch thiên nhiên, du lịch đô thị cùng với các sản phẩm du lịch mới mẻ như du lịch MICE, du lịch nông nghiệp, du lịch đường sắt, du lịch y tế và chăm sóc sức khỏe, du lịch golf, du lịch điện ảnh... đã giúp thu hút nhiều phân khúc khách khác nhau.



- Chuyển từ “phục hồi” sang “tăng trưởng và cạnh tranh”

Kỷ lục 2,5 triệu lượt khách quốc tế của tháng 01/2026 không chỉ là một con số ấn tượng, mà có thể được nhìn nhận như một điểm khởi đầu cho chu kỳ tăng trưởng mới của du lịch Việt Nam trong giai đoạn phát triển tiếp theo. Du lịch Việt Nam đang chuyển từ trạng thái phục hồi sang nâng cao chất lượng tăng trưởng, gia tăng năng lực cạnh tranh. Các yếu tố như chính sách thị thực ngày càng thông thoáng, mở rộng kết nối hàng không, đổi mới sản phẩm và đẩy mạnh xúc tiến quảng bá tiếp tục đóng vai trò quan trọng trong việc thu hút khách quốc tế.

Trong bối cảnh cạnh tranh điểm đến ngày càng gay gắt và xu hướng du lịch toàn cầu biến động nhanh, sự tăng trưởng đột phá của Du lịch Việt Nam là một điểm sáng của khu vực và thế giới. Thành quả đó cần có vai trò kiến tạo của Nhà nước, sự phối hợp liên ngành, liên vùng, sự vào cuộc mạnh mẽ của các địa phương, điểm đến, doanh nghiệp đổi mới sáng tạo, đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao chất lượng trải nghiệm và xây dựng thương hiệu điểm đến.

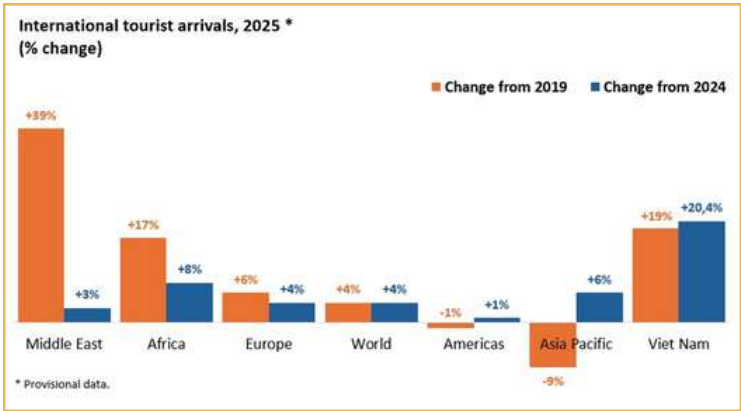
Năm 2026 cũng là năm có ý nghĩa quan trọng, mở đầu cho việc triển khai các mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của nhiệm kỳ mới, đặt ra yêu cầu ngành du lịch phải tiếp tục đổi mới mô hình tăng trưởng, nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, bền vững.

Với đà tăng trưởng tích cực ngay từ đầu năm, cùng sự chỉ đạo quyết liệt của Chính phủ, sự phối hợp chặt chẽ của các bộ, ngành, địa phương và cộng đồng doanh nghiệp, du lịch Việt Nam được kỳ vọng sẽ tiếp tục duy trì tốc độ tăng trưởng cao, tạo động lực lan tỏa trong phát triển kinh tế - xã hội đất nước.



Du lịch thế giới đạt 1,52 tỷ lượt khách quốc tế năm 2025, Việt Nam tăng trưởng tốt đầu

Theo báo cáo mới nhất của Tổ chức Du lịch Liên Hợp Quốc (UN Tourism), năm 2025, lượng khách du lịch quốc tế toàn cầu đạt khoảng 1,52 tỷ lượt, tăng 4% so với năm 2024.

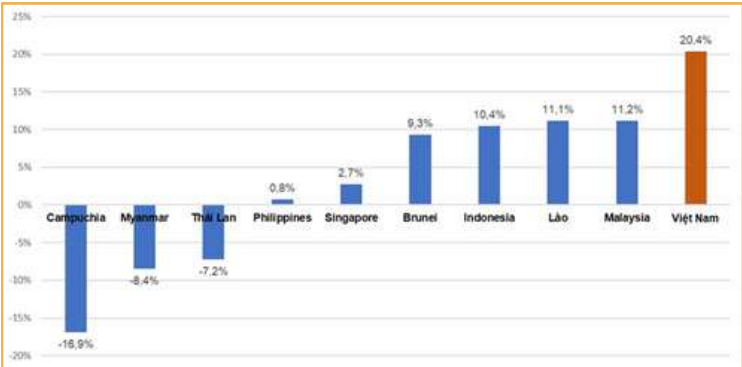


Nguồn: UN Tourism

Du lịch thế giới tiếp tục phục hồi tích cực theo từng khu vực. Châu Âu vẫn là điểm đến lớn nhất, đón 793 triệu lượt khách quốc tế, tăng 4% so với năm 2024. Các khu vực khác cũng ghi nhận tăng trưởng, trong đó châu Phi đạt 81 triệu lượt (tăng 8%), Trung Đông đạt 100 triệu lượt (tăng 3%) và châu Mỹ đạt 218 triệu lượt (tăng 1%). Khu vực châu Á - Thái Bình Dương đón 331 triệu lượt khách, tăng 6%, song mới phục hồi khoảng 91% so với mức trước đại dịch.

Trong bối cảnh chung, mức tăng trưởng 20,4% của Việt Nam là điểm sáng nổi bật, nằm trong nhóm các quốc gia tăng cao nhất thế giới, cao hơn rất nhiều so với mức tăng toàn cầu (+4%) và mức tăng của châu Á - Thái Bình Dương (+6%).

Theo số liệu cập nhật của Ban Thư ký ASEAN, năm 2025, Việt Nam là quốc gia có mức tăng trưởng lượng khách quốc tế cao nhất trong ASEAN, vượt xa các điểm đến lớn khác như Malaysia (+11,2%), Indonesia (+10,4%) hay Singapore (+2,7%), Philippines (+0,8%). Ở chiều ngược lại, một số điểm đến lúng túng ghi nhận sự sụt giảm về lượng khách quốc tế như Thái Lan (-7,2%), Campuchia (-16,9%), Myanmar (-8%).



Nguồn: Tổng hợp từ số liệu Ban Thư ký ASEAN



Với lượng khách quốc tế đạt con số 21,2 triệu lượt trong năm 2025, Việt Nam vượt xa Singapore và Indonesia để vươn lên xếp thứ ba trong ASEAN, chỉ còn sau Malaysia (42 triệu lượt) và Thái Lan (33 triệu lượt). Kết quả này khẳng định vị thế ngày càng nổi bật của du lịch Việt Nam trên bản đồ du lịch khu vực.

Xúc tiến, quảng bá, truyền thông số

Trong tháng 01/2026, 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:

- Quảng bá du lịch Việt Nam nhân dịp Diễn đàn Du lịch ASEAN (ATF) 2026 và Hội chợ Du lịch quốc tế [TRAVEX](#) diễn ra tại tỉnh Cebu, Philippines

Hội chợ TRAVEX là một trong những hoạt động quan trọng nhất trong khuôn khổ ATF 2026, thu hút sự quan tâm của đông đảo đối tác, doanh nghiệp và du khách quốc tế. Tại đây, Du lịch Việt Nam tổ chức gian hàng chung quảng bá tổng thể về du lịch Việt Nam với điểm nhấn là Năm Du lịch Quốc gia 2026 - Gia Lai, lan tỏa hình ảnh điểm đến mới, giàu bản sắc văn hóa và tiềm năng du lịch của khu vực Tây Nguyên. Đồng thời, tổ chức họp báo giới thiệu, cập nhật cho bạn bè, đối tác quốc tế về tình hình du lịch Việt Nam, các chính sách mới tạo thuận lợi cho du lịch, các sản phẩm, dịch vụ, điểm đến tiêu biểu nhằm thu hút khách.

Trong khuôn khổ ATF 2026, đoàn Việt Nam đã tham dự, đóng góp tích cực vào thành công của [Lễ khai mạc ATF 2026](#); [Hội nghị Cơ quan Du lịch Quốc gia ASEAN lần thứ 63](#); [Hội nghị Cơ quan Du lịch Quốc gia ASEAN+3](#); [Hội nghị Bộ trưởng Du lịch ASEAN - Liên bang Nga lần thứ 5](#); [Hội nghị Du lịch ASEAN công bố Kế hoạch Ngành Du lịch ASEAN 2026-2030](#); [Hội nghị Bộ trưởng Du lịch ASEAN+3 lần thứ 25](#); [Lễ trao Giải thưởng Du lịch ASEAN 2026](#); [Lễ bế mạc ATF 2026](#)...

Bên lề sự kiện, đoàn Việt Nam đã gặp gỡ song phương với Cơ quan Thương mại và Đầu tư Chính phủ Úc ([Austrade](#)); Đoàn doanh nghiệp cấp cao Hội đồng Kinh doanh Hoa Kỳ - ASEAN ([US-ABC](#)); Công ty [Agoda](#); Cục Du lịch [Nhật Bản](#); Hội đồng Lữ hành và Du lịch Thế giới ([WTTC](#)) trao đổi tập trung vào công tác xúc tiến, quảng bá du lịch Việt Nam, hướng tới hợp tác phát triển bền vững.



- **Mở rộng kết nối, hợp tác, quảng bá du lịch**

- 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 **Golfasian** Việt Nam về tiềm năng hợp tác phát triển du lịch golf; tiếp **Đại sứ Ấn Độ** tại Việt Nam; làm việc với Sở Du lịch TP. Hồ Chí Minh về công tác tổ chức Hội chợ **ITE HCMC 2026**.

- 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: Lễ hội Ấn Độ **India Fair 2026**; chương trình Du lịch năm 2026 “**Mộc Châu - Hẹn ước mùa hoa**”; chương trình “**Du lịch xanh Đa Phúc - River Camping**”; chương trình “**Du lịch Hà Nội chào 2026 - Get on Hanoi 2026**”...



- **Đẩy mạnh truyền thông du lịch trên nền tảng số**

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 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.



Đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số

- Agoda mong muốn hợp tác thúc đẩy quảng bá du lịch Việt Nam trên nền tảng dữ liệu nghiên cứu thị trường

Ngày 28/01, bên lề Diễn đàn Du lịch ASEAN (ATF) 2026, Thứ trưởng Bộ VHTTDL Hồ An Phong, Cục trưởng Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam Nguyễn Trùng Khánh cùng đoàn Việt Nam đã gặp gỡ và làm việc với Công ty Agoda.

Đại diện Agoda cho biết, qua các số liệu theo dõi và đánh giá, thị trường Việt Nam đang nổi lên như “ngôi sao” của du lịch thế giới. Agoda bày tỏ mong muốn phối hợp đẩy mạnh quảng bá du lịch Việt Nam trên các nền tảng số của Agoda, triển khai các hoạt động xúc tiến du lịch, giới thiệu các điểm đến mới, hạ tầng du lịch mới... hỗ trợ du khách tiếp cận thông tin và tích hợp vào các công cụ cung cấp thông tin du lịch. Agoda cũng nhấn mạnh tầm quan trọng của việc xây dựng chính sách xúc tiến du lịch trên cơ sở phân tích dữ liệu tìm kiếm, mức độ quan tâm của du khách từ các thị trường nguồn quan trọng.



Nhất trí với đề xuất của Agoda, Thứ trưởng Hồ An Phong giao Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam phối hợp với các đơn vị liên quan và Agoda nghiên cứu xây dựng Biên bản ghi nhớ (MOU), xem xét hình thức ký kết phù hợp.

- Trung tâm Thông tin du lịch và Ngân hàng SHB hợp tác phát triển du lịch thông minh trên nền tảng dữ liệu, công nghệ và tài chính số

Sáng ngày 19/01, tại Hà Nội, đã diễn ra [Lễ công bố ký kết hợp tác](#) giữa Trung tâm Thông tin du lịch (Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam) và Ngân hàng TMCP Sài Gòn - Hà Nội (SHB). Sự hợp tác giữa hai bên đánh dấu bước đi quan trọng 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.



Trên cơ sở thế mạnh của mỗi bên, Trung tâm Thông tin du lịch và Ngân hàng SHB sẽ phối hợp triển khai các giải pháp công nghệ nhằm thúc đẩy đổi mới sáng tạo, đẩy nhanh quá trình chuyển đổi số trong lĩnh vực du lịch. SHB tham gia cung cấp các giải pháp tài chính - ngân hàng số, góp phần thúc đẩy thanh toán không dùng tiền mặt theo chủ trương chung của Chính phủ, nâng cao hiệu quả công tác quản lý nhà nước, hoạt động kinh doanh du lịch, tạo thuận lợi và nâng cao trải nghiệm cho du khách.

Đồng thời, hai bên sẽ phối hợp triển khai các hoạt động xúc tiến quảng bá du lịch Việt Nam đến du khách trong nước và quốc tế, đặc biệt sẽ đẩy mạnh các chiến dịch truyền thông du lịch Việt Nam trên các nền tảng kỹ thuật số, mạng xã hội, ấn phẩm đa phương tiện...



Một điểm nhấn trong chương trình hợp tác là hai bên sẽ ra mắt giải pháp tài chính - du lịch toàn diện, tích hợp trực tiếp trên ứng dụng “Quản trị và kinh doanh du lịch” hỗ trợ đơn vị cung cấp dịch vụ du lịch, hướng dẫn viên và ứng dụng “Du lịch Việt Nam - Vietnam Travel” hỗ trợ du khách tìm hiểu thông tin, đặt phòng, đặt tour, vé máy bay, vé tàu hỏa, vé tham quan, mua sắm.... Đây là các ứng dụng cốt lõi nằm trong hệ sinh thái du lịch thông minh của Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, với việc kết hợp giải pháp tài chính số từ Ngân hàng SHB cho phép người dùng tiếp cận thông tin du lịch và thực hiện các giao dịch trên một nền tảng thống nhất.

Trung tâm Thông tin du lịch cùng Ngân hàng SHB sẽ thúc đẩy kết nối giữa dữ liệu, nền tảng công nghệ và dịch vụ thị trường, mở rộng khả năng cung ứng các giải pháp tài chính số cho lĩnh vực du lịch. Các tiện ích như mở tài khoản điện tử (eKYC), thanh toán trực tuyến, quản lý dòng tiền và đối soát giao dịch được tích hợp trên ứng dụng du lịch, giúp nâng cao trải nghiệm người dùng và hỗ trợ doanh nghiệp du lịch quản trị tài chính hiệu quả.

- Trung tâm Thông tin du lịch mở rộng hỗ trợ áp dụng vé điện tử tại các điểm tham quan phường Hoàn Kiếm (Hà Nội)

Từ ngày 19/01/2026, Di tích số 28 Hàng Buồm và Trung tâm Giao lưu Văn hóa Phố cổ Hà Nội số 50 Đào Duy Từ chính thức thực hiện thu phí tham quan thông qua hình thức **vé điện tử “Trực tuyến - Liên thông - Đa phương thức”**.



Hệ thống vé điện tử này là giải pháp được Trung tâm Thông tin du lịch (Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam) triển khai nhằm hỗ trợ các điểm di tích bảo đảm quản lý vận hành hiệu quả việc bán vé, kiểm soát vé vào cửa.

Với việc thêm 2 di tích mới nói trên đã nâng tổng số di tích, điểm tham quan tại phường Hoàn Kiếm đang được Trung tâm Thông tin du lịch hỗ trợ triển khai hệ thống vé điện tử lên con số 6. Trước đó, Trung tâm Thông tin du lịch đã hỗ trợ triển khai hệ thống vé điện tử tại: Đình Kim Ngân, Đền Bạch Mã, Ngôi nhà Di sản số 87 phố Mã Mây, Di tích số 22 phố Hàng Buồm.

Tình hình cấp phép kinh doanh du lịch

Về cấp phép kinh doanh lữ hành quốc tế

Từ ngày 21/12/2025 đến ngày 20/01/2026, Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam đã thẩm định và thực hiện 98 thủ tục hành chính, trong đó cấp mới 38 giấy phép, cấp đổi 35 giấy phép và thu hồi 25 giấy phép.

Tính đến ngày 20/01/2026, cả nước có 4.489 doanh nghiệp lữ hành quốc tế, trong đó có 1.341 công ty cổ phần, 3.142 công ty TNHH và 06 doanh nghiệp tư nhân.

Về cấp thẻ hướng dẫn viên

Từ ngày 21/12/2025 đến ngày 20/01/2026, Sở quản lý du lịch các tỉnh, thành phố đã cấp 581 thẻ HDV du lịch, trong đó cấp mới 404 thẻ, cấp đổi 177 thẻ HDV du lịch.

Tính đến ngày 20/01/2026, cả nước có 43.612 thẻ hướng dẫn viên đã được cấp và đang hoạt động, trong đó có 26.257 thẻ hướng dẫn viên quốc tế, 15.092 thẻ hướng dẫn viên nội địa và 2.263 thẻ hướng dẫn viên tại điểm.

Trong tổng số 26.257 thẻ hướng dẫn viên du lịch quốc tế đã được cấp có 14.429 thẻ HDV tiếng Anh, 6.579 HDV thẻ tiếng Trung Quốc, 1.438 thẻ HDV tiếng Pháp, 1.378 thẻ HDV tiếng Hàn Quốc, 724 thẻ HDV tiếng Nhật Bản, 419 thẻ HDV tiếng Nga, 353 thẻ HDV tiếng Đức, 321 thẻ HDV tiếng Thái Lan, 313 thẻ HDV tiếng Tây Ban Nha, 205 thẻ HDV tiếng Ý, còn lại là các ngôn ngữ khác.

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

Từ ngày 21/12/2025 đến ngày 20/01/2026, Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam đã ban hành 09 quyết định xếp hạng cơ sở lưu trú du lịch từ 4-5 sao, trong đó thẩm định mới 02 cơ sở và thẩm định lại 07 cơ sở.

Đến nay, cả nước có 292 cơ sở lưu trú du lịch hạng 5 sao với 95.103 buồng, 346 cơ sở lưu trú du lịch hạng 4 sao với 47.642 buồng.



Xu hướng du lịch thế giới

Báo cáo Travel Trends 2026 của Amadeus & Globetrender cho thấy, năm 2026 không còn xoay quanh câu hỏi “đi đâu”, mà chuyển sang “đi như thế nào” và “đi để làm gì”. Du khách ưu tiên chiều sâu trải nghiệm, giá trị cảm xúc và sự chủ động trong từng hành trình. Trong đó, ba trụ cột chi phối hành vi du khách gồm có: cá nhân hóa sâu, tìm kiếm cân bằng tinh thần và ứng dụng công nghệ.



Thú cưng trở thành “hành khách đặc biệt”

Du lịch cùng thú cưng không còn là trào lưu nhỏ lẻ. Thống kê 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.

Nhiều hãng hàng không chuyên biệt như BarkAir hay SkyePets đã khai thác đường bay riêng cho thú cưng, trong khi các thiết bị đeo tích hợp AI giúp theo dõi sức khỏe vật nuôi từ xa, mang lại sự an tâm cho chủ nhân.



Lập kế hoạch du lịch thời AI: đa kênh, đa trải nghiệm

Du khách ngày nay không còn phụ thuộc vào một nguồn thông tin duy nhất. AI thường được dùng để lên ý tưởng ban đầu, sau đó người dùng tìm kiếm đánh giá thực tế trên YouTube, Reddit hay Instagram. Amadeus cho biết, hiện có khoảng 18% du khách sử dụng AI trong khâu lập kế hoạch, 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 mở thêm nhiều đường bay thẳng giữa những thành phố trước đây phải quá cảnh. Xu hướng này giúp tiết kiệm thời gian di chuyển và mở ra cơ hội phát triển cho các điểm đến mới nổi. Đáng chú ý, các sân bay tương lai không chỉ là những nhà ga hàng không đơn thuần mà còn là nơi hành khách muốn nán lại, trải nghiệm và lưu giữ cảm xúc. Sân bay Long Thành của Việt Nam với thiết kế hình dáng hoa sen dự kiến đi vào hoạt động trong năm 2026, được dự báo sẽ trở thành đối thủ cạnh tranh nặng ký với sân bay Changi của Singapore.



Du lịch theo dấu phim ảnh và văn hóa đại chúng

Trong thời đại hiện nay, phim ảnh, âm nhạc và truyền hình đang tạo nên làn sóng “du lịch theo kịch bản”. Seoul (Hàn Quốc) ghi nhận lượng du khách tăng mạnh nhờ K-pop, đặc biệt bộ phim K-Pop Demon Hunters được công chiếu trên nền tảng Netflix đã thu hút số lượng khán giả khổng lồ với 300 triệu lượt xem. Nhờ đó, thủ đô của Hàn Quốc đã hưởng lợi từ lượng lớn fan hâm mộ kéo về tham quan, du lịch và trải nghiệm: mặc trang phục truyền thống như các nhân vật trong phim, ăn các đồ ăn xuất hiện trong phim, tham gia lớp học nhảy K-Pop...

Trong khi đó, tỉnh Alberta của Canada hưởng lợi rõ rệt từ sức hút của loạt phim The Last of Us - bộ phim ăn khách nhất trên HBO Max tại châu Âu. Lượng khách quốc tế đặt vé đến Alberta cho nửa đầu năm 2026 đã tăng 20%, trong đó nhu cầu từ các quốc gia châu Âu tăng 47%, theo Amadeus.

Khách sạn cá nhân hóa: ở theo cách của bạn

Mô hình “Pick ‘n’ Stays” cho phép du khách tự chọn tiện nghi phòng, từ thiết bị tập luyện, không gian làm việc đến minibar wellness. Khoảng 63% khách sẵn sàng chi thêm cho trải nghiệm cá nhân hóa; 17% khách công tác Mỹ chấp nhận trả thêm 20% cho dịch vụ văn phòng; 12% Gen Z chi thêm 25% cho Xbox hoặc TV cao cấp. Các khách sạn cung cấp phòng có máy tập Pilates, màn hình wrap-around hoặc minibar wellness đang thu hút sự quan tâm lớn





Du lịch công nghệ cao: trải nghiệm tương lai

Du khách bắt đầu tìm đến các trung tâm sáng tạo để khám phá công nghệ mới, từ AI, robot phục vụ đến không gian cảm quan tương tác. Theo nghiên cứu của Amadeus, hơn 60% du khách toàn cầu bày tỏ sự quan tâm đến hàng không siêu vượt âm - phương tiện có thể bay nhanh gấp 5 lần tốc độ âm thanh, đưa hành khách từ London đến New York trong chưa đầy một giờ. Bên cạnh đó, 59% cho biết sẵn sàng trải nghiệm Hyperloop, hệ thống vận chuyển mặt đất siêu tốc kết nối các đô thị lớn. Những thành phố công nghệ như Shenzhen ghi nhận mức tăng trưởng tìm kiếm chuyến bay gần 50%.





Những điểm đến sớm đón đầu xu hướng Du lịch Đổi mới sáng tạo (Innovation Tourism) sẽ thu hút nhóm du khách tò mò về tương lai, sẵn sàng trải nghiệm điều mới mẻ và thể hiện gu công nghệ tiên phong. Với nhóm du khách này, dấu mộc trên hộ chiếu không còn là điều quan trọng nhất, món quà thực sự họ mang về chính là câu chuyện về việc đã được chạm vào tương lai trước phần còn lại của thế giới.

Sự kiện nổi bật tháng 02/2026

THÁNG 02
01

Chuỗi hoạt động đón Tết Nguyên đán Bính Ngọ 2026 (01 - 25/02)



Trung tâm Bảo tồn Di sản Thăng Long - Hà Nội, số 19C đường Hoàng Diệu, phường Ba Đình, TP. Hà Nội.



Chuỗi hoạt động diễn ra với nhiều nội dung đặc sắc, ấn tượng như: không gian trưng bày Tết Nguyên đán dân gian truyền thống, không gian Nghi lễ tết cung đình thời Lê Trung Hưng, triển lãm ảnh tư liệu “Tết trong ký ức”, chương trình “Happy Tết 2026”...

THÁNG 02
02

Hội chợ Mùa Xuân lần thứ nhất năm 2026 (02 - 13/02)



Trung tâm Triển lãm Việt Nam (VEC), Đồng Anh, TP. Hà Nội



Với chủ đề “Kết nối thịnh vượng - Đón Xuân huy hoàng”, hội chợ có quy mô khoảng 100.000m² trong nhà và hơn 45.000m² ngoài trời với 10 sảnh trưng bày, 3.000 gian hàng tiêu chuẩn cùng các khu vực phục vụ hoạt động văn hóa, ẩm thực và trải nghiệm.

THÁNG 02
07

Khai mạc Lễ hội Hoa đào xứ Lạng 2026



Tỉnh Lạng Sơn



Lễ hội diễn ra từ ngày 01/01 - 16/03 với điểm nhấn là Lễ Khai mạc vào tối ngày 07/02 với nhiều chương trình nghệ thuật đặc sắc. Xuyên suốt Lễ hội là các hoạt động văn hóa, thể thao, du lịch hấp dẫn góp phần lan tỏa không khí tươi vui, phấn khởi của mùa Xuân xứ Lạng.

THÁNG 02
17

Tết Nguyên đán Bính Ngọ 2026 (14 - 22/02)



Địp Tết Nguyên đán Bính Ngọ 2026, nhiều địa phương tổ chức bắn pháo hoa vào đêm Giao thừa. Cùng với đó là đa dạng các lễ hội, chương trình chào mừng Tết cổ truyền, hoạt động tham quan, vui chơi giải trí sôi động phục vụ nhân dân và du khách.

THÁNG 02
27

Sự kiện “Sắc Xuân trên mọi miền Tổ quốc” năm 2026 (27/02 - 01/3)



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



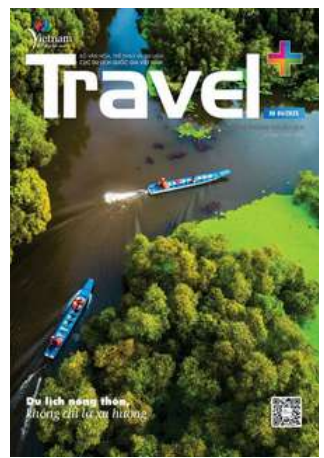
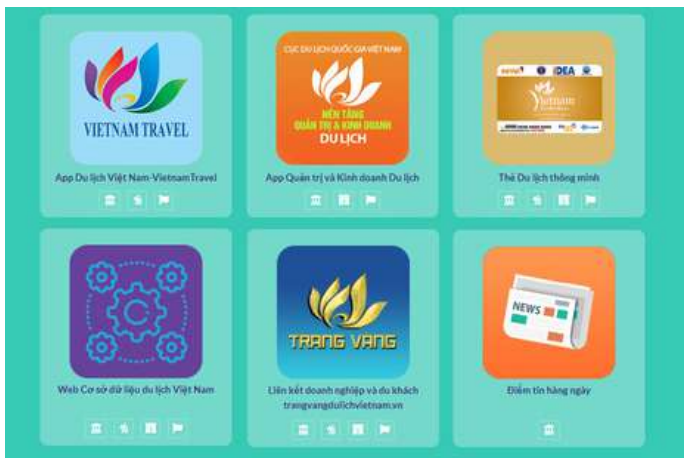
Chương trình có sự tham dự của 300 đồng bào thuộc 32 cộng đồng dân tộc của 15 địa phương với nhiều hoạt động hấp dẫn như: tái hiện nghi thức rước Tê-vê-đa, không gian Tết cổ truyền Nam Bộ, không gian văn hóa Bắc Bộ, không gian cổng chiêng, Chương trình “Hội xuân”...

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.

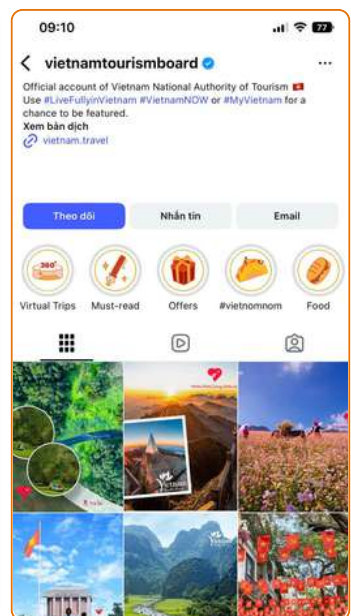
Thống kê du lịch: triển khai xây dựng hệ thống thống kê du lịch ở Việt Nam theo mô hình Tài khoản vệ tinh du lịch.



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



vietnamtourism.gov.vn | vietnam.travel