APPOTA

Báo cáo

NGHIÊN CỨU VÀ PHÂN TÍCH XU HƯỚNG THỊ TRƯỜNG DU LỊCH 2024 | TẠI QUẢNG BÌNH VÀ CÁC TỈNH MIỀN TRUNG

Thực hiện: Công ty Cổ phần AppotaPay

Hotline: 1900 6004 Email: biz@appotapay.com Website: appotapay.com



Được thành lập vào ngày 01/12/2015, **Công ty Cổ phần AppotaPay**, thuộc Appota Group là một trong những đơn vị tiên phong tại thị trường Việt Nam về thanh toán điện tử, cung cấp các dịch vụ kết nối thanh toán số đơn giản, ổn định và tiết kiệm cho doanh nghiệp Việt Nam và Đông Nam Á.

Nhằm khai phá tiềm năng phát triển du lịch miền Trung, đặc biệt là tại Quảng Bình, AppotaPay hân hạnh ra mắt báo cáo **"Nghiên cứu và phân tích xu hướng thị trường du lịch 2024"**.

Báo cáo này không chỉ mang đến bức tranh toàn cảnh về thị trường du lịch miền Trung mà còn phân tích sâu những xu hướng nổi bật đang định hình ngành du lịch Việt Nam. Đây sẽ là **công cụ thiết yếu giúp doanh nghiệp nhanh chóng nắm bắt cơ hội**, tối ưu hóa chiến lược và sẵn sàng tạo bứt phá trong giai đoạn sắp tới.

APPOTA

MỤC LỤC

01 — 04 — TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG DU LỊCH VIỆT NAM 2024

02 — 10 — THỊ TRƯỜNG DU LỊCH QUẢNG BÌNH VÀ CÁC TỈNH MIỀN TRUNG

03 — 19 — NHU CẦU VÀ THÓI QUEN DU LỊCH CỦA GIỚI TRẺ

04 — 35 — DỰ BÁO NHU CẦU DU LỊCH GIỚI TRẺ 2025

05 — 40 — ĐỀ XUẤT CHO DOANH NGHIỆP

01

TỔNG QUAN THỊ TRƯỜNG DU LỊCH VIỆT NAM 2024

Năm 2024 đánh dấu bước chuyển mình mạnh mẽ trong hành trình phục hồi của thị trường du lịch Việt Nam, khi những nỗ lực tái mở cửa đang mang lại những tín hiệu tích cực. Lượng du khách nội địa và quốc tế tăng trưởng tốt, tạo nên một bức tranh sống động cho ngành du lịch.

Hãy cùng tìm hiểu tổng quan về thị trường du lịch Việt Nam trong năm 2024, từ những thách thức đến các cơ hội phát triển đang chờ đón. Những thông tin này sẽ là hành trang quý báu giúp bạn định hình chiến lược kinh doanh, tối ưu hóa hoạt động và sẵn sàng bứt phá trong giai đoạn đầy hứa hẹn phía trước.



TỔNG THU NGÀNH DU LỊCH

Theo Cục Du lịch quốc gia Việt Nam, tổng thu từ khách du lịch **9 tháng đầu năm 2024 ước đạt 637,7 nghìn tỷ đồng**. Chính sách thị thực thuận lợi, các chương trình quảng bá du lịch hiệu quả và những giải thưởng quốc tế danh giá đã giúp Việt Nam thu hút ngày càng nhiều khách quốc tế.



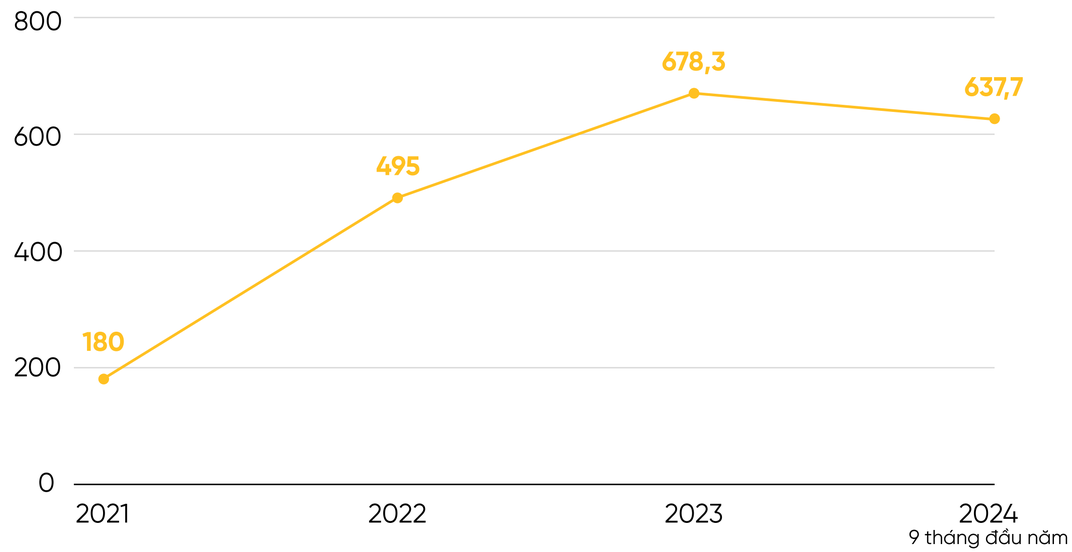
TỔNG THU TỪ KHÁCH DU LỊCH 9 THÁNG ĐẦU NĂM 2024 ƯỚC ĐẠT

637,7 NGHÌN TỶ ĐỒNG

Nguồn: Cục Du lịch quốc gia Việt Nam

Tổng thu từ khách du lịch 2021 - 2024

Nguồn: Tổng cục Thống kê, Cục Du lịch quốc gia Việt Nam *Đơn vị: Nghìn tỉ đồng*



THỰC TRẠNG KHÁCH DU LỊCH

Năm 2023, Việt Nam tiếp tục đẩy mạnh xúc tiến du lịch, với lượng khách quốc tế **tăng gần 4 lần** so với năm 2022. Dự kiến đến cuối năm 2024, Việt Nam sẽ đón **17-18 triệu** lượt khách quốc tế. Theo Cục Du lịch quốc gia Việt Nam, 9 tháng đầu năm 2024, tình hình đón khách ổn định với hơn **107 triệu lượt** khách.

Tình hình khách du lịch tại Việt Nam tháng 9 và 9 tháng năm 2024



Khách quốc tế

Tháng 9

1.274.804
lượt khách đến

9 tháng đầu năm 2024

12.705.316
lượt khách đến



Khách nội địa

95,5 TRIỆU
lượt khách đến

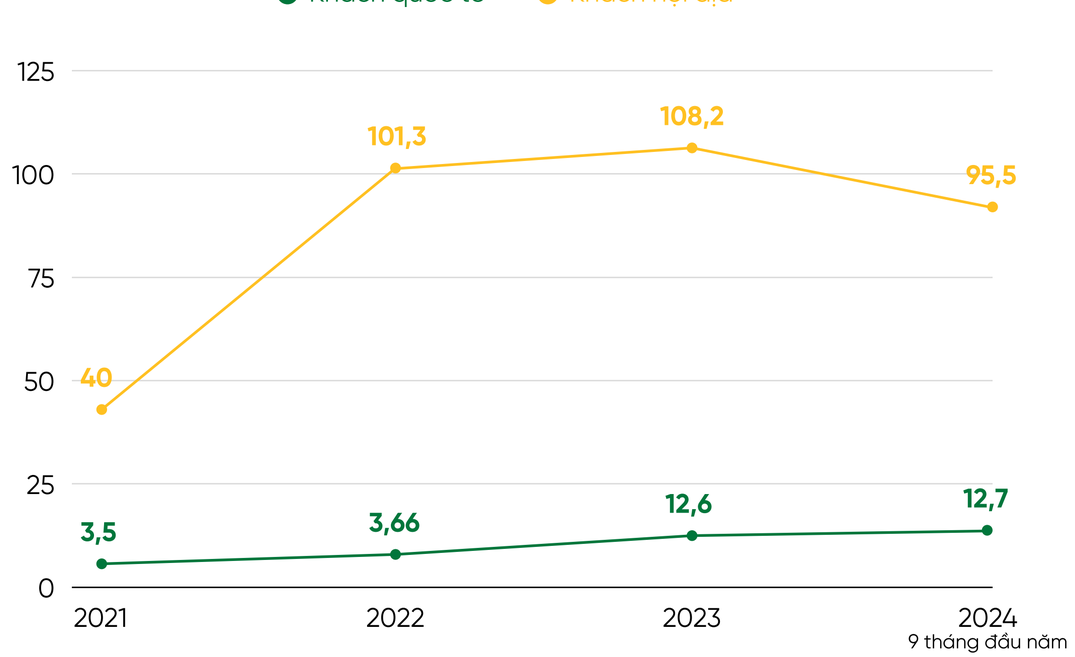
4,0 TRIỆU
lượt khách đến

trong đó

6,0 TRIỆU
lượt khách nghỉ đến tại cơ sở lưu trú

Lượng khách du lịch 2021 - 2024

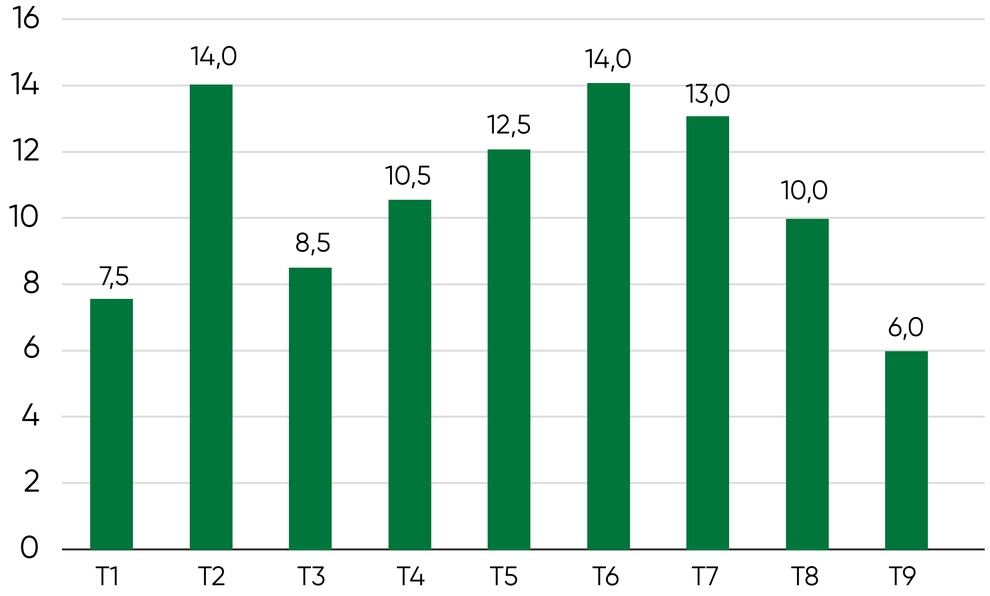
Nguồn: Tổng cục Thống kê, Cục Du lịch quốc gia Việt Nam *Đơn vị: Triệu người*



THỰC TRẠNG KHÁCH DU LỊCH

Khách nội địa theo tháng, năm 2024 (triệu lượt)

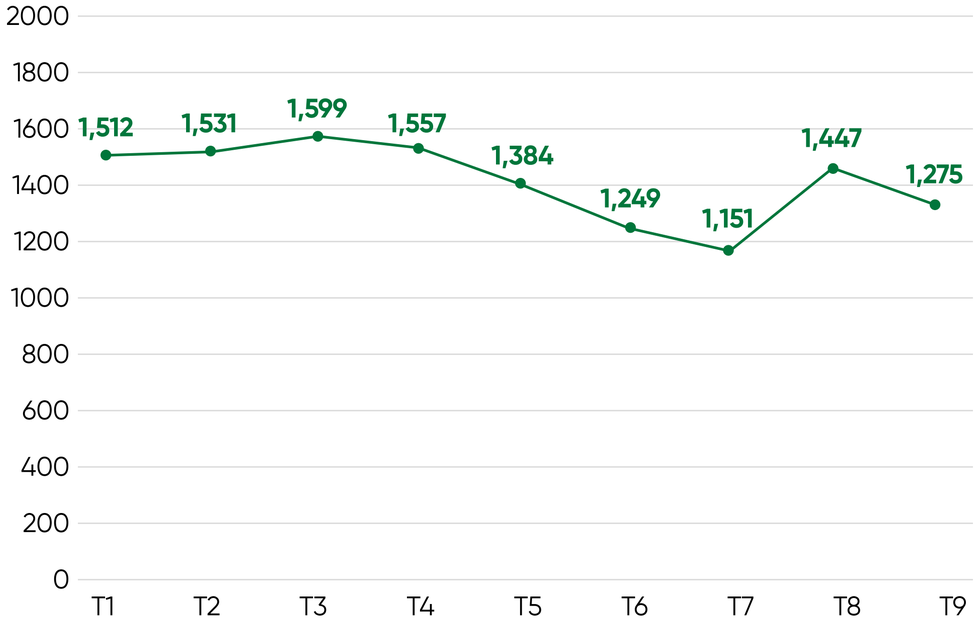
Nguồn: Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam



Theo số liệu từ Cục Du lịch quốc gia Việt Nam, trong 9 tháng đầu năm 2024**, lượng khách nội địa đạt 95,5 triệu lượ**t, trong khi **khách quốc tế vượt mốc 12 triệu lượt**, **tăng 43%** so với cùng kỳ năm trước.

Khách quốc tế theo tháng, năm 2024 (triệu lượt)

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu Tổng cục Thống kê



Tuy nhiên, so với tháng 8/2024, **lượng khách tháng 9 giảm 11,9%** do ảnh hưởng nghiêm trọng của siêu bão Yagi, gây thiệt hại nặng nề cho các điểm du lịch trọng điểm như Quảng Ninh, Hải Phòng và Hà Nội. Hoàn lưu bão dẫn đến lũ lụt kéo dài ở nhiều tỉnh phía Bắc, gây gián đoạn hoạt động du lịch và ảnh hưởng đến cơ sở hạ tầng.

THỰC TRẠNG KHÁCH DU LỊCH QUỐC TẾ ĐẾN VIỆT NAM

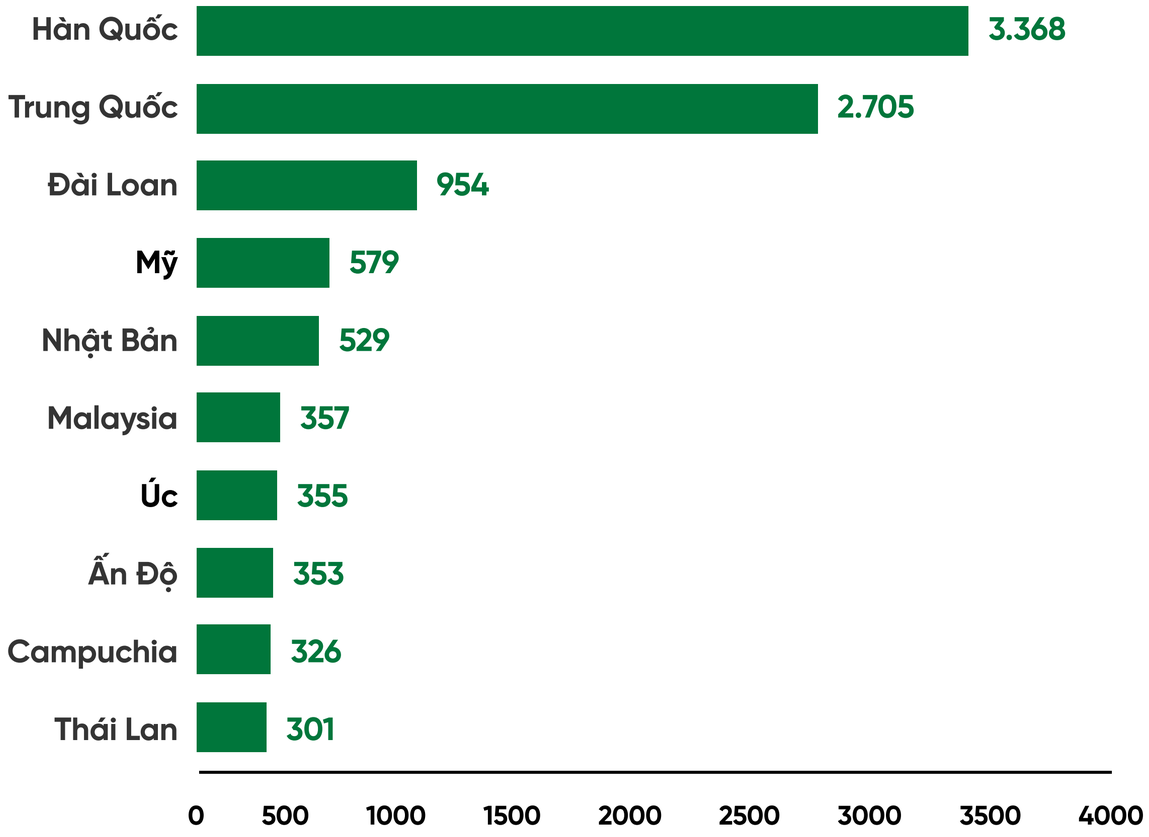
Theo Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, trong 9 tháng đầu năm 2024, Hàn Quốc tiếp tục đứng đầu với **3,3 triệu lượt** khách (chiếm 26,5% tổng lượng khách quốc tế), theo sau là Trung Quốc với **2,7 triệu lượt** (21,3%). Hai thị trường này đã đóng góp tổng cộng **47,8% lượng khách quốc tế** đến Việt Nam. Các thị trường khác bao gồm Đài Loan (954 nghìn lượt), Mỹ (579 nghìn lượt), Nhật Bản (529 nghìn lượt) và Malaysia (357 nghìn lượt).



Việt Nam đã triển khai nhiều chiến lược xúc tiến du lịch quốc tế, bao gồm quảng bá tại nước ngoài, nới lỏng chính sách visa, và hợp tác với các hãng hàng không quốc tế. Những con số tích cực từ 9 tháng đầu năm 2024 là **tín hiệu khả quan để hiện thực hóa mục tiêu đón 17-18 triệu khách du lịch quốc tế** trong năm nay.

Top 10 thị trường gửi khách 9 tháng đầu năm 2024 (nghìn lượt)

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu Tổng cục Thống kê

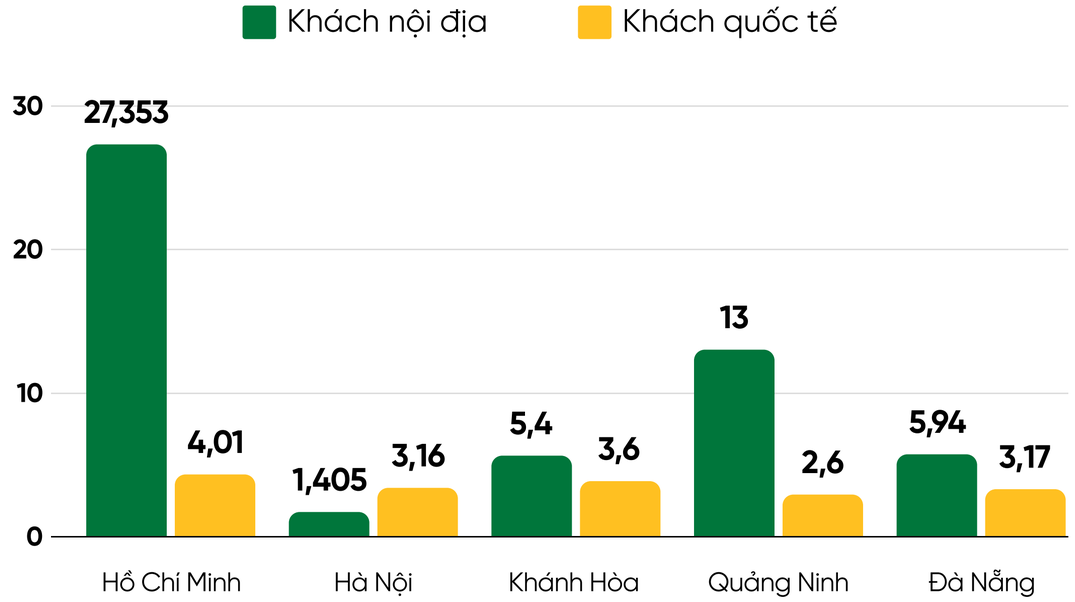


THỰC TRẠNG KHÁCH DU LỊCH TẠI CÁC TỈNH THÀNH

Tính chung 9 tháng đầu năm, các tỉnh và thành phố dẫn đầu về lượng khách quốc tế bao gồm Hà Nội, Đà Nẵng, Quảng Ninh, Hồ Chí Minh và Khánh Hòa. Những địa phương này không chỉ sở hữu cơ sở hạ tầng hiện đại mà còn mang đến hàng loạt các hoạt động văn hóa, giải trí và dịch vụ du lịch phong phú, đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách trong và ngoài nước.

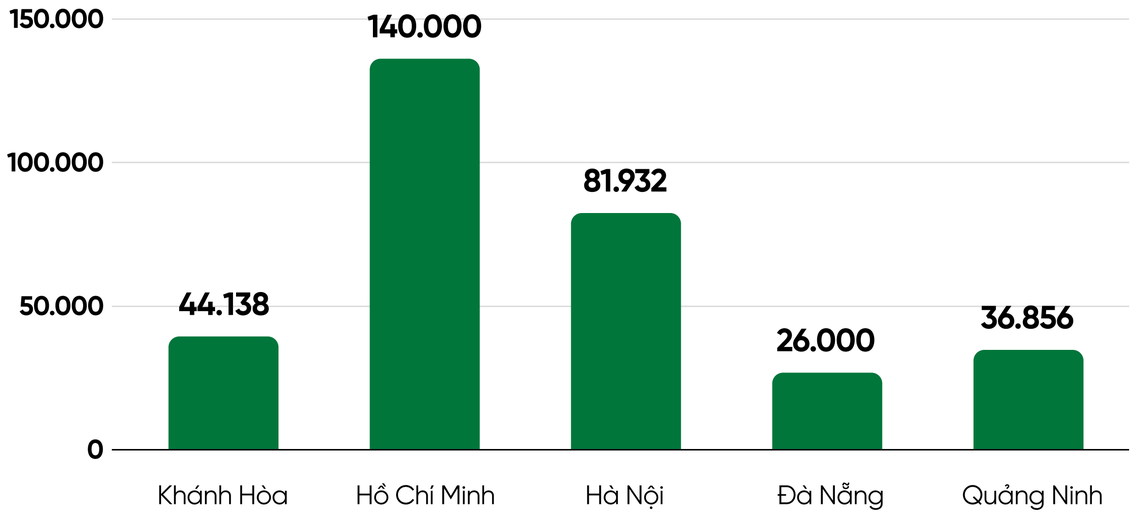
Lượng khách đến các tỉnh thành Việt Nam trong 9 tháng đầu năm 2024

Nguồn: Tổng hợp từ Cục Thống kê các Tỉnh *Đơn vị: Triệu người*



Doanh thu du lịch của các tỉnh thành Việt Nam trong 9 tháng đầu năm 2024

Nguồn: Tổng hợp từ Cục Thống kê các Tỉnh *Đơn vị: Tỷ đồng*



02

THỊ TRƯỜNG DU LỊCH QUẢNG BÌNH & CÁC TỈNH MIỀN TRUNG 2024

Năm 2024 ghi dấu bước ngoặt quan trọng của du lịch Quảng Bình và các tỉnh miền Trung, khi những bãi biển tuyệt đẹp, di sản thiên nhiên kỳ vĩ, cùng các chương trình xúc tiến hiệu quả đang thu hút sự quan tâm mạnh mẽ từ du khách trong và ngoài nước.

Cùng khám phá bức tranh toàn cảnh về du lịch miền Trung trong năm 2024, đối mặt những thách thức và nắm bắt cơ hội phát triển đang chờ đón.



TỔNG THU DU LỊCH TẠI CÁC TỈNH MIỀN TRUNG

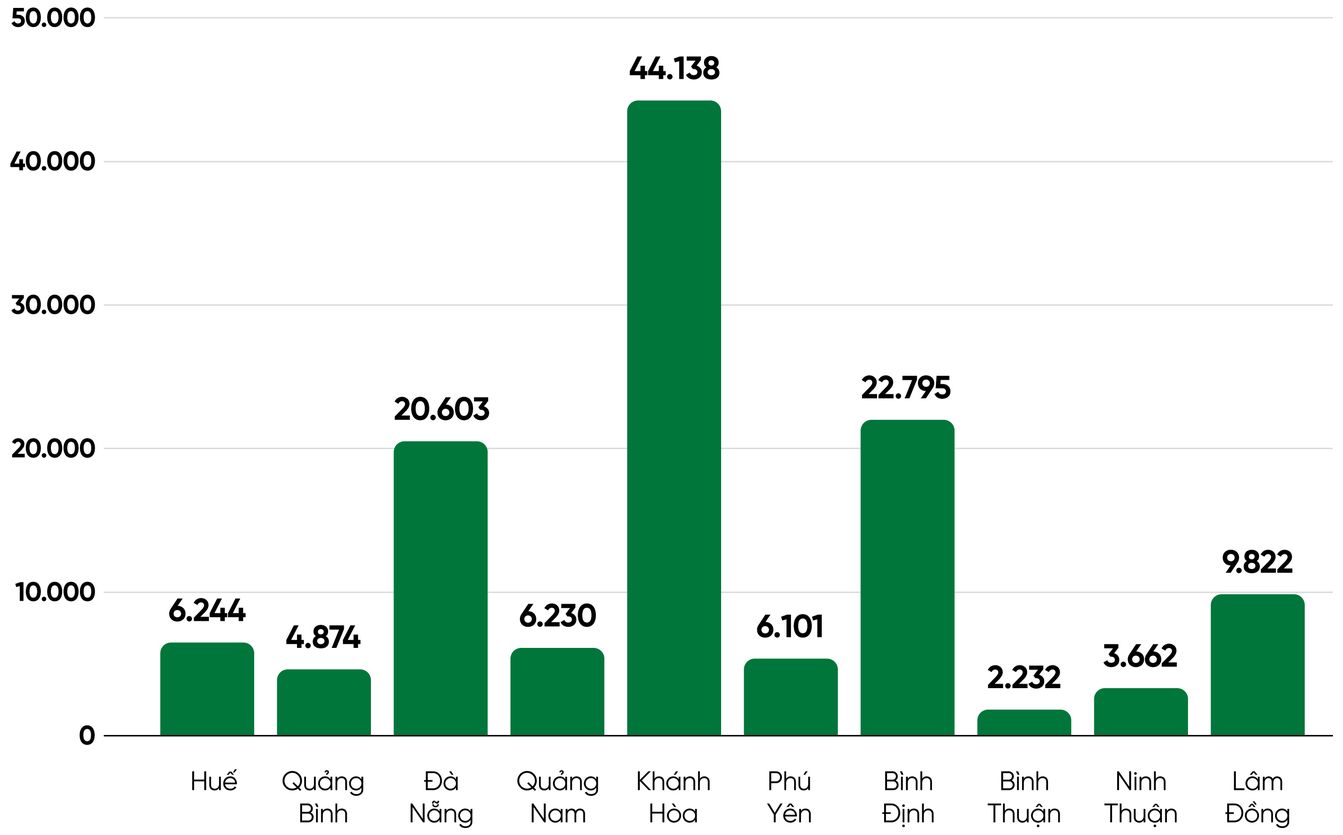
Khánh Hòa tiếp tục khẳng định vị thế dẫn đầu trong ngành du lịch với **doanh thu hơn 44 nghìn tỷ đồng**, gần gấp đôi so với các địa phương khác.

Đà Nẵng và Bình Định cũng ghi nhận doanh thu ấn tượng, cho thấy không chỉ lượng khách đông đảo mà còn khả năng khai thác hiệu quả tiềm năng du lịch để thúc đẩy kinh tế địa phương.

Huế, mặc dù là điểm đến di sản nổi bật, nhưng doanh thu vẫn **khá khiêm tốn (hơn 6 nghìn tỷ đồng)**, cho thấy dịch vụ du lịch ở đây chưa được phát huy hết mức, khiến sức hút đối với du khách còn hạn chế.

Doanh thu từ du lịch của các tỉnh/thành phố miền Trung trong 9 tháng năm 2024

Nguồn: Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam *Đơn vị: Tỷ đồng*



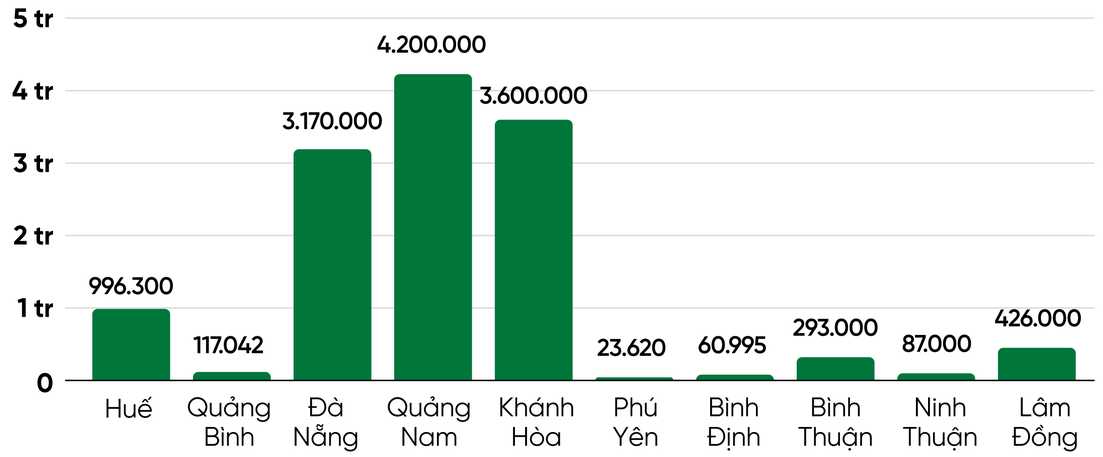
THỰC TRẠNG KHÁCH DU LỊCH TẠI CÁC TỈNH MIỀN TRUNG

Khánh Hòa tiếp tục khẳng định vị thế dẫn đầu với **4,2 triệu lượt** khách quốc tế, nhờ sức hút từ các điểm đến nổi tiếng như Nha Trang và hệ thống dịch vụ du lịch phát triển.

Đà Nẵng và Quảng Nam cũng ghi nhận lượng khách quốc tế ấn tượng, lần lượt đạt **3,17 triệu và 3,6 triệu lượt**, nhờ danh tiếng của các địa danh như Hội An và bãi biển Mỹ Khê.

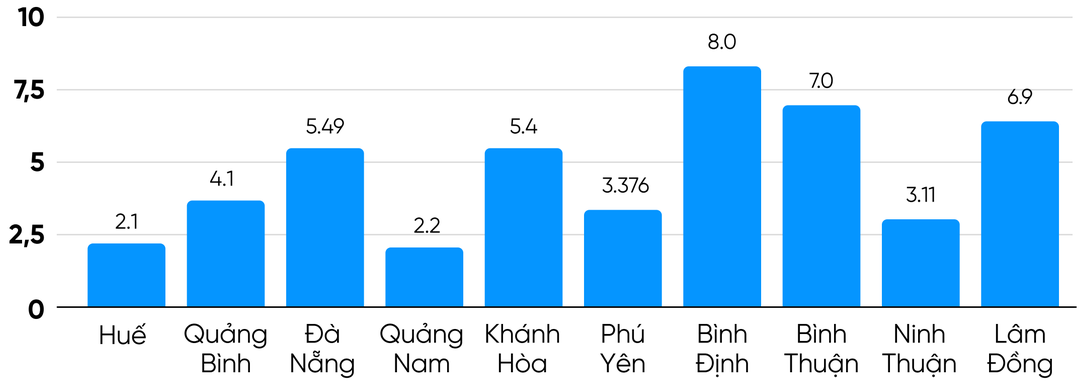
Lượng khách du lịch quốc tế trong 9 tháng năm 2024

Nguồn: Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam *Đơn vị: lượt*



Lượng khách du lịch trong nước trong 9 tháng năm 2024

Nguồn: Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam *Đơn vị: Triệu lượt*



Khánh Hòa, Bình Định và Đà Nẵng đang trở thành điểm đến lý tưởng cho du khách nội địa nhờ bãi biển tuyệt đẹp và hệ thống nghỉ dưỡng chất lượng cao. Với hạ tầng phát triển và dịch vụ đa dạng, các tỉnh này không chỉ mang đến trải nghiệm thư giãn mà còn thu hút du khách bằng nhiều hoạt động giải trí phong phú, tạo nên sức hút mạnh mẽ cho ngành du lịch.

TỔNG THU VÀ LƯỢNG KHÁCH DU LỊCH TẠI QUẢNG BÌNH

Doanh thu dịch vụ lưu trú ước đạt 454 tỷ đồng

Theo Cục Du lịch Quốc gia, trong 9 tháng qua, doanh thu từ dịch vụ lưu trú của Quảng Bình đã **vượt mốc 454 tỷ đồng**. Đặc biệt, trong dịp lễ Quốc khánh 2024, tỉnh đón **175.000 lượt khách** (**tăng 9,4%** so với năm trước), mang lại tổng thu ước đạt **201,3 tỷ đồng**

Trong 9 tháng đầu năm 2024, Quảng Bình thu hút **4,24 triệu lượt khách, tăng 13,4%** so với cùng kỳ 2023, **đạt 94%** kế hoạch năm. Sở Du lịch tỉnh cho biết khách quốc tế chủ yếu đến từ **Mỹ, Anh và Nhật Bản**, trong khi khách nội địa thường đi theo nhóm bạn hoặc gia đình bằng ô tô cá nhân.

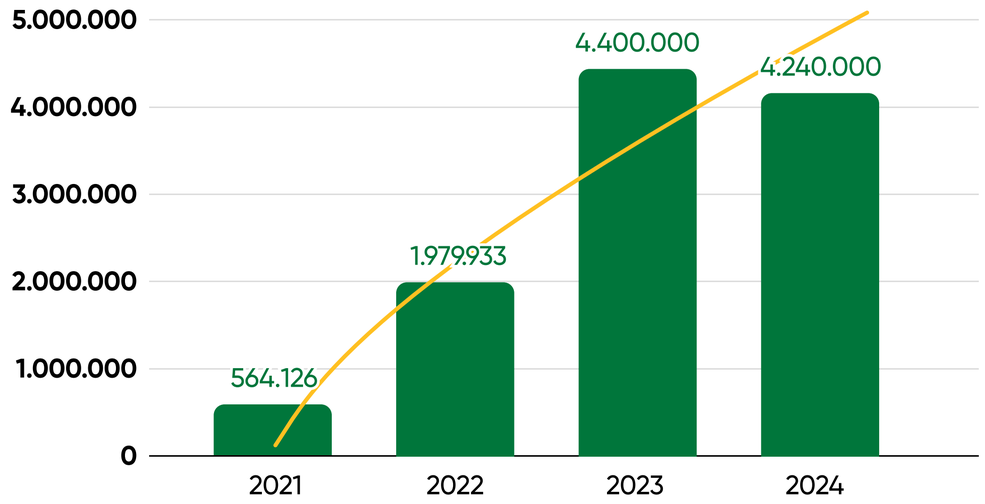


THỰC TRẠNG KHÁCH DU LỊCH TẠI QUẢNG BÌNH

Du lịch nội địa ở Quảng Bình đang có sự tăng trưởng bền vững. Trong 9 tháng đầu năm 2024, tỉnh đã nhanh chóng thu hút đông đảo du khách, với **4,24 triệu lượt khách**, khẳng định sức hấp dẫn mạnh mẽ của Quảng Bình đối với thị trường nội địa.

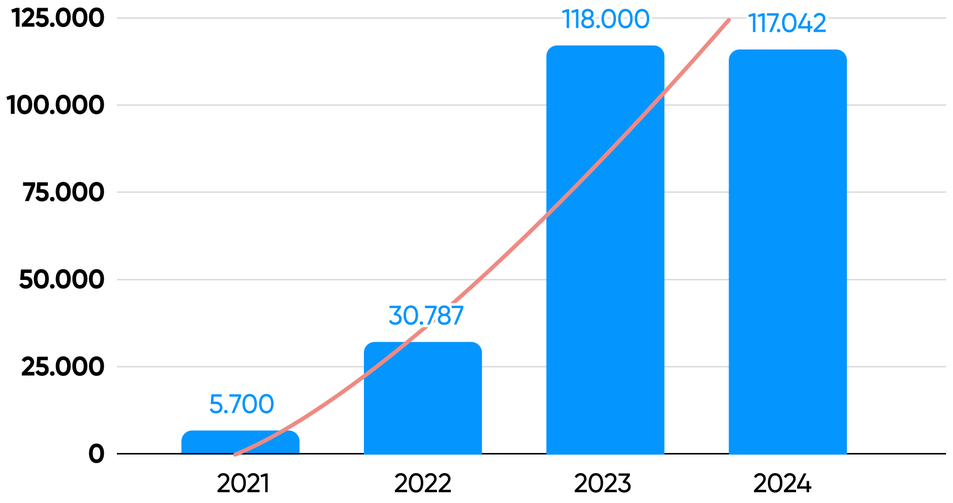
Số lượng khách trong nước du lịch Quảng Bình các năm gần đây

Nguồn: Sở du lịch Quảng Bình *Đơn vị: Lượt khách*



Số lượng khách quốc tế du lịch Quảng Bình các năm gần đây

Nguồn: Sở du lịch Quảng Bình *Đơn vị: Lượt khách*



Du lịch quốc tế tại Quảng Bình đang phục hồi mạnh mẽ sau đại dịch, với lượng khách **tăng từ 5.700 người vào năm 2021 lên gần 120.000 trong 9 tháng đầu năm 2024**. Điều này chứng tỏ Quảng Bình đang trở thành một điểm đến hấp dẫn cho những du khách đam mê khám phá thiên nhiên.

THỰC TRẠNG CƠ SỞ LƯU TRÚ TẠI QUẢNG BÌNH

532
Cơ sở lưu trú

8.475
Phòng

16.200
Giường

3.000
Cơ sở kinh doanh dịch vụ ăn uống

48
Đơn vị lữ hành

15.300
Lao động trong ngành du lịch



APPOTA

KHẢO SÁT NHU CẦU DU LỊCH TẠI QUẢNG BÌNH

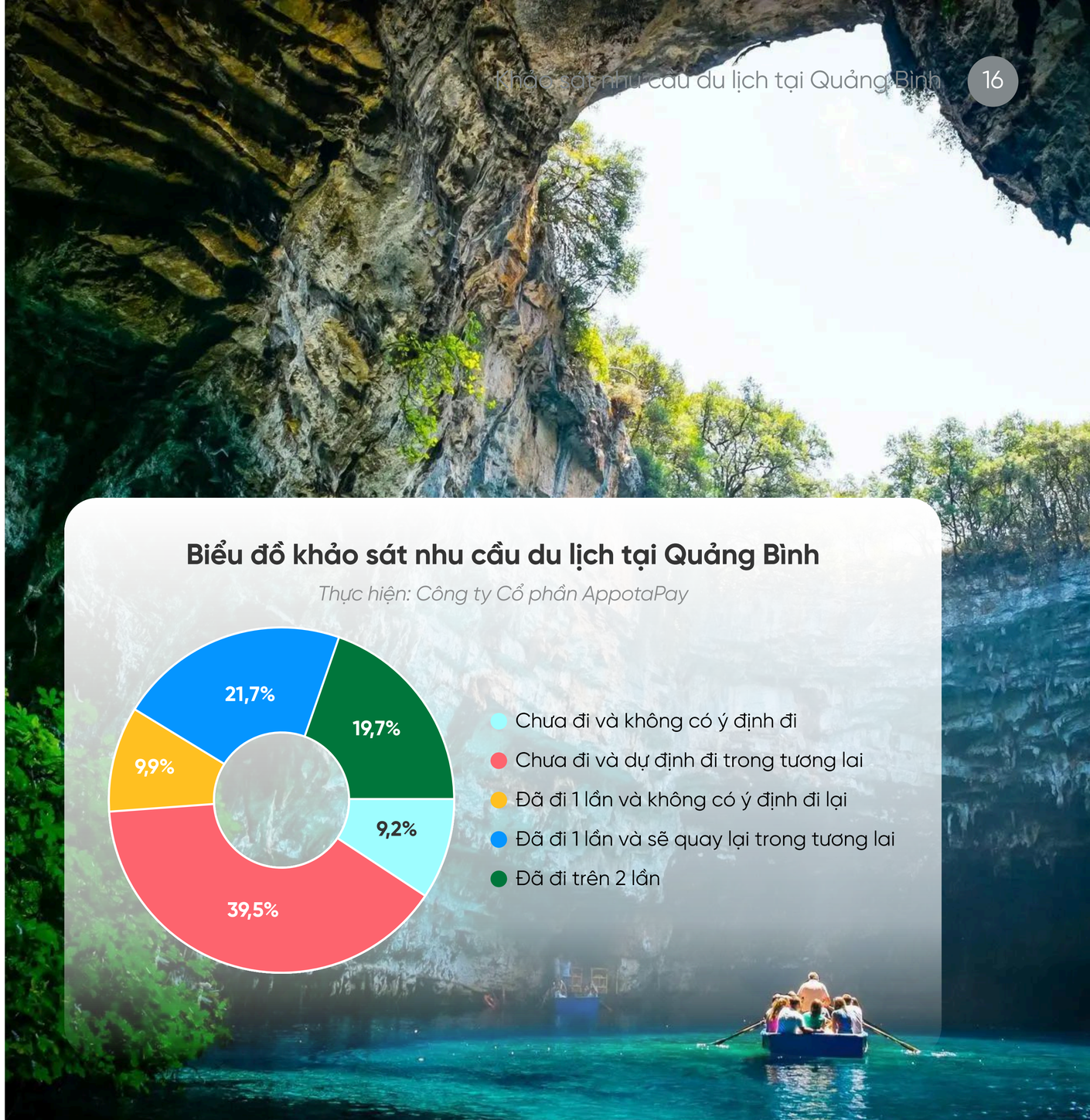
Khảo sát từ AppotaPay với hơn **700 khách du lịch** cho thấy:

39,5% **chưa từng đặt chân** đến Quảng Bình nhưng rất muốn khám phá trong tương lai.

21,7% **du khách đã đến và dự định quay lại**, phản ánh sức hút mạnh mẽ của địa phương.

~ 19,7% **trong số họ đã trở lại nhiều lần**, chứng tỏ tình yêu với Quảng Bình.

Tuy nhiên, vẫn có khoảng **9,2% du khách chưa có ý định** du lịch Quảng Bình, cho thấy tỉnh cần nỗ lực hơn nữa để thu hút những khách hàng tiềm năng này.



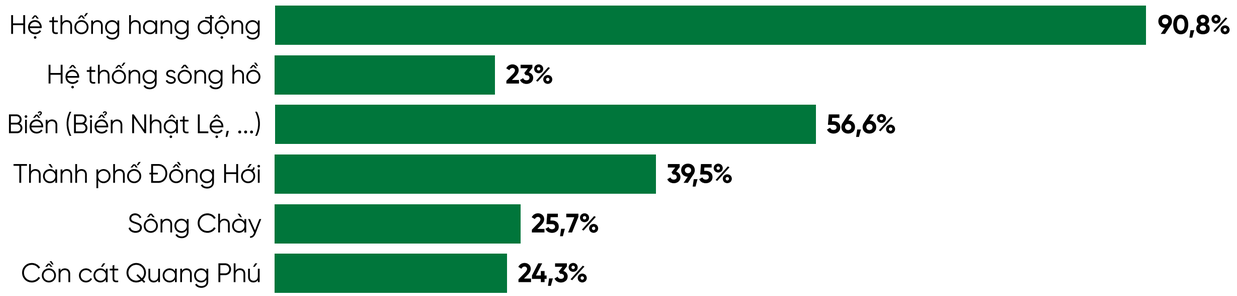
Biểu đồ khảo sát nhu cầu du lịch tại Quảng Bình

Thực hiện: Công ty Cổ phần AppotaPay

KHẢO SÁT NHU CẦU DU LỊCH TẠI QUẢNG BÌNH

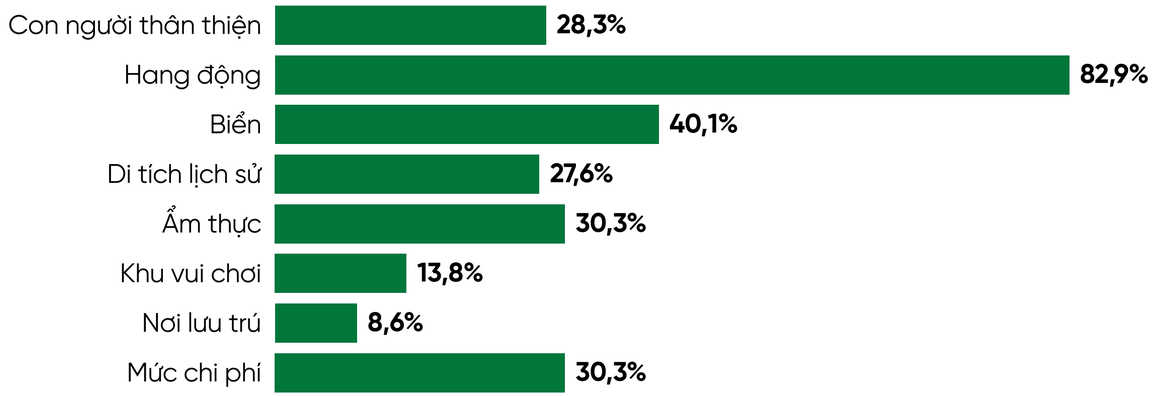
Bạn biết hoặc đã đến những điểm du lịch nào ở Quảng Bình?

Hơn 700 câu trả lời



Theo bạn, du lịch Quảng Bình nổi bật ở điểm gì?

Hơn 700 câu trả lời





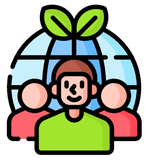
Hệ thống hang động nổi tiếng như **Động Phong Nha, Động Thiên Đường, Hang Sơn Đoòng và Hang Én** đã thu hút sự chú ý mạnh mẽ, với **90,8% du khách** đã biết đến và **82,9% đánh giá đây là điểm đến nổi bật** tại Quảng Bình. Điều này cho thấy Quảng Bình đang khai thác hiệu quả giá trị tự nhiên để xây dựng thương hiệu du lịch trong tâm trí du khách.

Ngoài ra, biển cũng là yếu tố hấp dẫn, với **40,1% du khách ghi nhận**, cho thấy tiềm năng lớn phát triển du lịch biển tại địa phương. Mặc dù yếu tố con người thân thiện, ẩm thực và chi phí có tỷ lệ thấp hơn, nhưng vẫn đóng góp quan trọng vào việc tạo ra trải nghiệm du lịch độc đáo và toàn diện cho du khách.

KHẢO SÁT NHU CẦU DU LỊCH TẠI QUẢNG BÌNH

Khảo sát của AppotaPay (trên 700 người) cho thấy hơn **52% du khách** đã từng khám phá Quảng Bình sẵn sàng chia sẻ những trải nghiệm của họ với bạn bè và người thân. **Chỉ 14,5%** là không muốn giới thiệu, cho thấy vẻ đẹp thiên nhiên tuyệt vời, ẩm thực hấp dẫn và mức chi phí hợp lý của nơi này đã tạo được sự hài lòng lớn cho du khách.

Để thu hút thêm nhiều khách mới và làm tăng thêm tình yêu dành cho Quảng Bình, tỉnh cần đa dạng hóa các trải nghiệm văn hóa và ẩm thực. Tổ chức thêm các hoạt động âm nhạc, giải trí cũng như nâng cao chất lượng dịch vụ. Đây là những bước đi quan trọng giúp Quảng Bình trở thành điểm đến ấn tượng hơn trong lòng du khách.



>52%

du khách sẵn sàng chia sẻ về chuyến đi Quảng Bình của mình cho bạn bè, người thân



03 NHU CẦU VÀ THÓI QUEN DU LỊCH CỦA GIỚI TRẺ

Năm 2024 đánh dấu sự thay đổi rõ rệt trong nhu cầu và thói quen du lịch của giới trẻ, họ không chỉ tìm kiếm những kỳ nghỉ thư giãn mà còn khao khát những trải nghiệm mới mẻ và đáng nhớ.

Cùng khám phá bức tranh "hành vi du lịch" đầy màu sắc của giới trẻ trong năm 2024, từ đó tận dụng cơ hội để tạo nên những hành trình ý nghĩa và khác biệt cho doanh nghiệp.

ĐẶC ĐIỂM NHÂN KHẨU HỌC

Chân dung người tham gia thảo luận

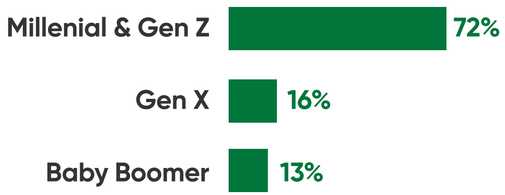
Nghề nghiệp

- Doanh nhân
- Nhân viên VIP
- Freelancer
- Photographer
- Sinh viên
- Founder
- Journalist
- Engineer
- CEO

Sở thích

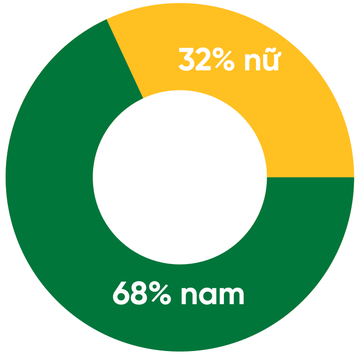


Nhóm tuổi





Giới tính



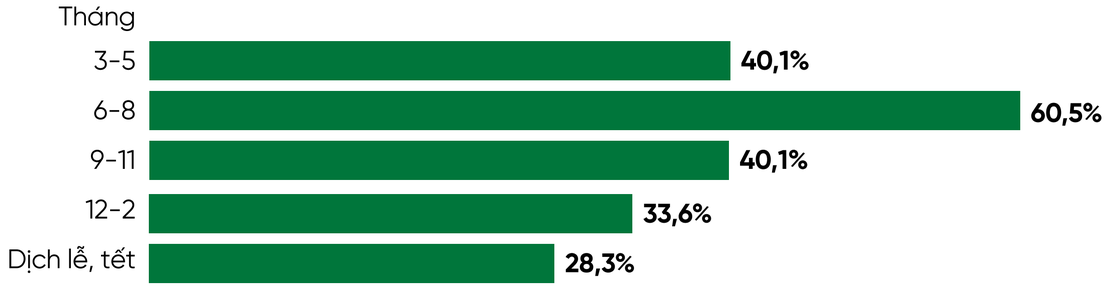
Phần lớn thảo luận ghi nhận được đến từ người dùng nam giới, họ quan tâm và thảo luận những hoạt động du lịch như leo núi, trekking, khám phá thiên nhiên, du lịch bụi, phượt.

Nhóm người dùng nữ thường chia sẻ nhiều bài viết, hình ảnh về du lịch hay về chính chuyến đi của họ.

HÀNH VI DU LỊCH CỦA GIỚI TRẺ

Bạn thường đi du lịch vào thời điểm nào?

Hơn 700 câu trả lời

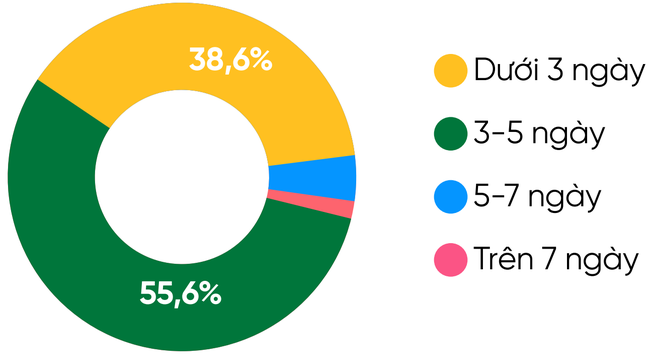


Thời điểm và thời gian cho mỗi chuyến đi



Thời điểm du lịch được ưa chuộng nhất là từ tháng 6 đến tháng 8, với **60,5% người chọn mùa hè** vì có kỳ nghỉ dài, phù hợp để đi cùng gia đình, bạn bè. Các tháng 3 - 5 và 9 - 11 cũng được nhiều người lựa chọn **(40,1%)** vì có các kỳ nghỉ lễ ngắn. Tuy nhiên, **chỉ 28,3% chọn du lịch vào dịp lễ, Tết**, có thể do tâm lý ngại đông đúc, nên nhiều người thường ưu tiên các hoạt động tại nhà hoặc gặp gỡ gia đình, bạn bè thay vì đi du lịch xa.

Thời gian cho mỗi chuyến đi thường kéo dài bao lâu?



Thời gian trung bình dành cho mỗi chuyến du lịch



Hơn **55% người tham gia khảo sát** lựa chọn các chuyến du lịch kéo dài từ 3-5 ngày, trong khi **38,6% ưu tiên thời gian dưới 3 ngày**, phản ánh xu hướng chuộng các kỳ nghỉ ngắn phù hợp cho cuối tuần hoặc dịp lễ ngắn. **Chỉ một tỷ lệ nhỏ chọn các chuyến kéo dài trên 7 ngày**, cho thấy kỳ nghỉ dài hạn ít phổ biến trong nhóm khách du lịch trẻ tuổi.

HÀNH VI DU LỊCH CỦA GIỚI TRẺ

> Lựa chọn người đồng hành trong chuyến đi



Đi một mình



9,9%

Đi với bạn



73,7%

Đi với người yêu



37,5%

Đi với gia đình



61,8%

Kết quả khảo sát từ AppotaPay cho thấy có tới **73,7% giới trẻ thích du lịch cùng bạn bè,** cho thấy họ rất yêu thích việc trải nghiệm và chia sẻ khoảnh khắc bên nhau. **Du lịch cùng gia đình** cũng khá phổ biến, **chiếm 61,8%**, đặc biệt ở nhóm khách từ 28 tuổi trở lên.

37,5% khách chọn du lịch cặp đôi, thường vào các dịp kỷ niệm hay kỳ nghỉ lãng mạn. Đây chính là cơ hội để các doanh nghiệp phát triển các gói combo nghỉ dưỡng và giải trí, nâng cao trải nghiệm khách hàng.

HÀNH VI DU LỊCH CỦA GIỚI TRẺ

> Lên kế hoạch cho chuyến đi

70%

giới trẻ thích tự lên kế hoạch cho chuyến du lịch của mình

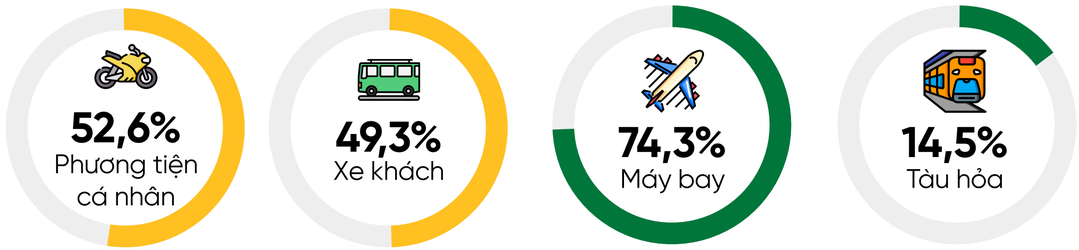


Khảo sát từ Cốc Cốc và AppotaPay đều cho thấy **70% giới trẻ thích tự mình lên kế hoạch cho chuyến đi.** Điều này cho thấy họ muốn có sự tự do và trải nghiệm theo cách riêng, thay vì chỉ phụ thuộc vào các tour du lịch trọn gói.



HÀNH VI DU LỊCH CỦA GIỚI TRẺ

> Lựa chọn phương tiện di chuyển



Phương tiện di chuyển ưa thích nhất để đến các điểm du lịch vẫn là máy bay, **với 74,3% người chọn lựa**. Điều này cho thấy nhiều du khách ưu tiên sự nhanh chóng và tiện lợi, nhất là trong các chuyến đi dài.

Ngoài ra, **xe máy/ô tô cá nhân (52,6%) và xe khách (49,3%)** cũng được nhiều người yêu thích, phản ánh nhu cầu linh hoạt và tự chủ trong hành trình di chuyển.

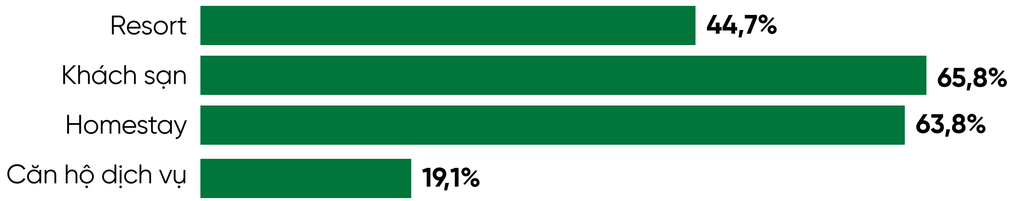


HÀNH VI DU LỊCH CỦA GIỚI TRẺ

> Lựa chọn loại hình cư trú

Bạn lựa chọn loại hình cư trú nào khi đi du lịch?

Hơn 700 câu trả lời





Theo khảo sát của Cốc Cốc và AppotaPay, khách sạn vẫn là lựa chọn phổ biến nhất khi du khách tìm kiếm nơi lưu trú, cho thấy họ ưu tiên sự tiện nghi và thoải mái. Homestay và Resort cũng hấp dẫn nhưng không phải là lựa chọn chính.

Giới trẻ có xu hướng chọn Homestay để tiết kiệm chi phí và trải nghiệm gần gũi hơn. Trong khi đó, Resort thường được ưa chuộng bởi những du khách có thu nhập khá và các cặp đôi muốn tận hưởng những kỳ nghỉ lãng mạn và riêng tư.

Khách sạn	Homestay	Nhà nghỉ	Resort	Airbnb
32,7%	23,8%	23,4%	15,2%	4,8%

Nguồn: Khảo sát Cốc Cốc, Travel 02.2023 - N = 1090
Khảo sát Cốc Cốc, Travel 03.2024 - N = 799

Khách sạn vẫn là lựa chọn phổ biến nhất, nhưng homestay và resort đang trở nên phổ biến hơn so với 2023

	2023	2024
Homestay	20,8%	23,8% ▲
Resort	13,3%	15,2% ▲

HÀNH VI DU LỊCH CỦA GIỚI TRẺ

> Rào cản khiến giới trẻ chưa đi du lịch

46,3%
Chi phí cao

43,2%
Hạn chế về thời gian, công việc



15,8%
Không có nhiều lựa chọn dịch vụ/điểm đến

13,7%
Khó khăn về thủ tục/giấy tờ

11,1%
Rào cản ngôn ngữ/văn hóa

6,3%
Có thể bị nhiễm bệnh hoặc các vấn đề sức khỏe khác



4,2%
Rủi ro trộm cắp, cướp bóc hoặc các vấn đề an ninh khác



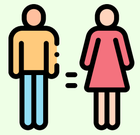
Người Việt không có quá nhiều lo ngại với việc du lịch như các vấn đề thủ tục, an ninh, sức khỏe, ngôn ngữ, văn hóa... Trở ngại chỉ là hạn chế về **chi phí và sắp xếp thời gian, công việc**



Chi phí - trở ngại chính của độ tuổi U25
2/3 giới trẻ độ tuổi 18-24 ngần ngại đi du lịch vì chi phí cao, trong khi tỉ lệ này ở các độ tuổi còn lại chỉ ~40%



25-34 - những người trẻ bận rộn
>1/2 đáp viên độ tuổi 25-34 không thể đi du lịch trong thời gian tới vì không sắp xếp được công việc



Nữ giới với nhiều ngần ngại hơn nam giới, đặc biệt là chi phí
Gần 60% nữ giới băn khoăn về chi phí cao, trong khi ~40% nam giới coi chi phí là rào cản.

Các tiêu chí còn lại, nam giới cũng quan tâm ít hơn nữ giới, chỉ trừ yếu tố "không có nhiều lựa chọn dịch vụ/điểm đến".

Nguồn: Khảo sát Cốc Cốc, Travel 03.2024 - N = 190
Q: Rào cản nào khiến bạn chưa muốn đi du lịch trong thời gian tới?

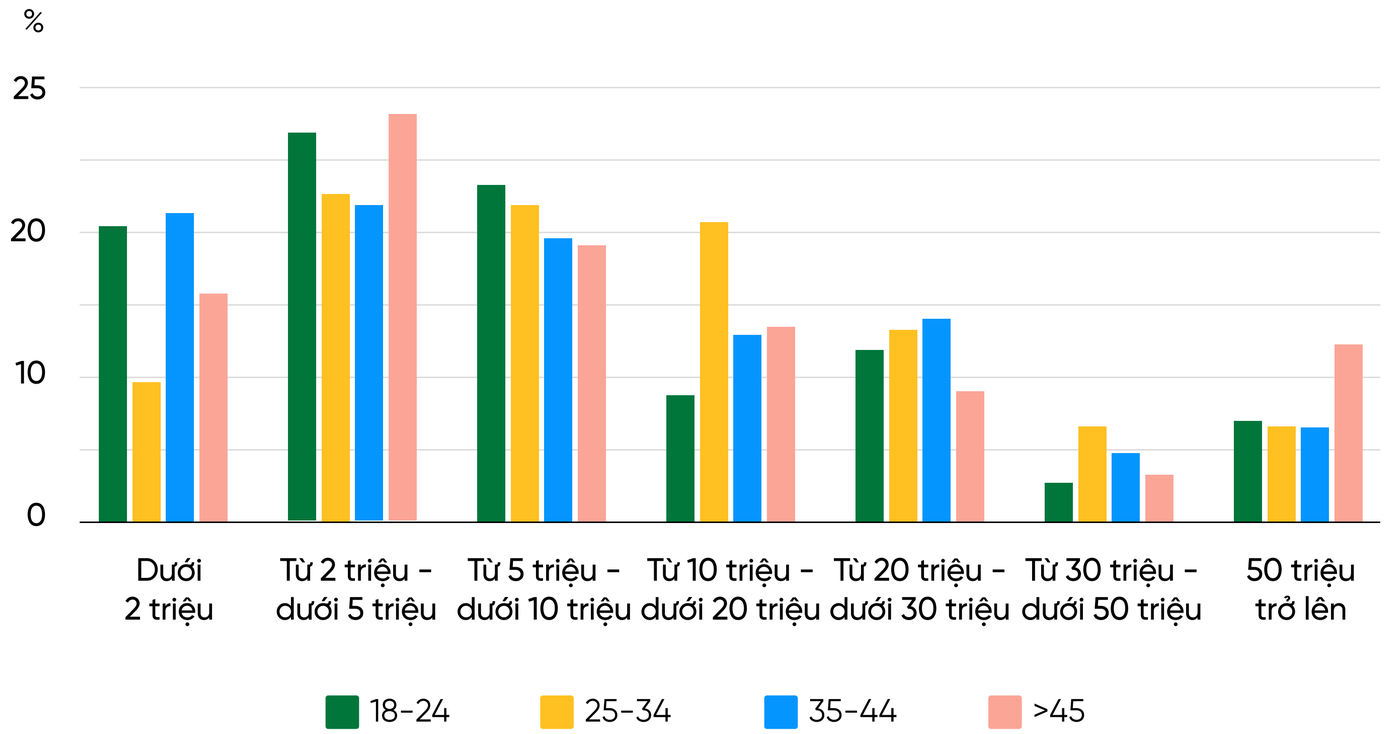
HÀNH VI DU LỊCH CỦA GIỚI TRẺ

> Ngân sách dành cho chuyến đi

Với kỳ nghỉ kéo dài dưới 5 ngày, hầu hết du khách thường **chi từ 5 triệu đồng trở lên** cho mỗi chuyến đi. Điều này đặc biệt đúng với nhóm khách trẻ, **đặc biệt là lứa tuổi từ 25 đến 34**, khi họ sẵn sàng chi mạnh tay cho những trải nghiệm mới. Ngược lại, **lứa tuổi từ 35 đến 44 lại có phần tiết kiệm hơn**, với ngân sách du lịch thường rơi vào khoảng **2 triệu đến dưới 10 triệu đồng.**



Biểu đồ ngân sách du lịch dự kiến mỗi người



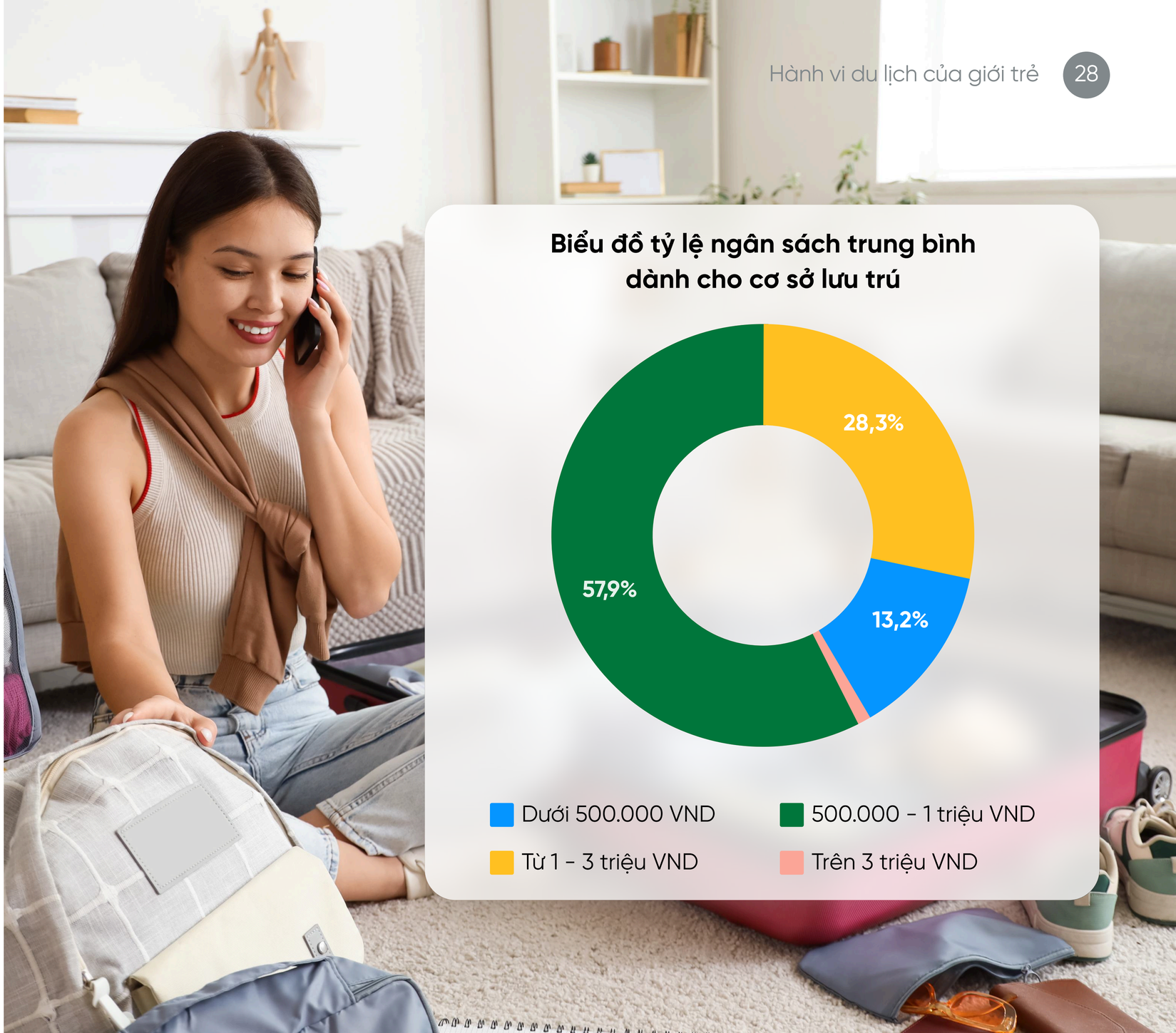
Nguồn: Cốc Cốc

HÀNH VI DU LỊCH CỦA GIỚI TRẺ

> Ngân sách dành cho cơ sở lưu trú

Giới trẻ hiện nay thường chi khoảng **5 đến 10 triệu đồng** cho các chuyến du lịch. Họ không ngại chi mạnh tay cho những phương tiện di chuyển nhanh và tiện lợi như máy bay, nhưng lại ưu tiên các nơi lưu trú có giá hợp lý **từ 500.000 đến 1.000.000 đồng**. Điều này giúp họ giữ chi phí tổng thể ở mức phù hợp, vừa tận hưởng trải nghiệm vừa tiết kiệm.

Bên cạnh đó, một số bạn trẻ cũng chọn phương tiện cá nhân hoặc xe khách cho những chuyến đi ngắn để tiết kiệm chi phí. Mức chi tiêu này rất phù hợp cho các chuyến du lịch kéo dài từ 3 đến 5 ngày, mang đến trải nghiệm thú vị mà không cần quá lo lắng về ngân sách.



Biểu đồ tỷ lệ ngân sách trung bình dành cho cơ sở lưu trú

- Dưới 500.000 VND
- 500.000 - 1 triệu VND
- Từ 1 - 3 triệu VND
- Trên 3 triệu VND

CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN NHU CẦU DU LỊCH CỦA GIỚI TRẺ

> Mức giá phòng nghỉ

Khách sạn và homestay đang được giới trẻ ưa chuộng vì giá cả hợp lý hơn so với resort, cho thấy họ chú trọng đến việc tìm kiếm chỗ ở tiện nghi giá cả hợp lý. Giá phòng không chỉ ảnh hưởng đến ngân sách chuyến đi mà còn quyết định khả năng đi du lịch của họ. **Nếu giá hợp lý, họ sẽ có xu hướng đi nhiều hơn**. Thêm vào đó, các chương trình khuyến mãi và tiện ích đi kèm cũng thu hút được sự quan tâm lớn từ giới trẻ.



> Chi phí khác (ăn uống, giải trí, đi lại tại các điểm)

Chi phí ăn uống và vé tham quan là 2 yếu tố quan trọng không thể bỏ qua. Các điểm đến có nhiều lựa chọn ẩm thực phong phú và giá cả hợp lý thường hấp dẫn hơn với giới trẻ. Ngoài ra, chi phí cho các hoạt động tham quan và giải trí cũng ảnh hưởng lớn đến quyết định của họ khi lựa chọn điểm đến, vì góp phần vào tổng chi phí chuyến đi.



> Chi phí di chuyển

Chi phí di chuyển ảnh hưởng rất lớn đến việc lựa chọn điểm du lịch. Giá vé máy bay hoặc phương tiện di chuyển có thể làm thay đổi đáng kể tổng chi phí chuyến đi, nhất là khi đi xa. **Nếu chi phí di chuyển tăng cao**, đặc biệt trong mùa du lịch cao điểm, **nhu cầu du lịch sẽ giảm.**



36,9%

tham gia khảo sát của Cốc Cốc mong muốn chuyến đi có chi phí thấp, chỉ đứng sau yếu tố An toàn và thời tiết, khí hậu.



CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN NHU CẦU DU LỊCH CỦA GIỚI TRẺ

> Thuận tiện trong di chuyển

Khảo sát của Cốc Cốc cho thấy **35,7% người tham gia** rất chú trọng đến sự thuận tiện trong di chuyển và lưu trú. Những địa điểm có địa hình đồi núi gập ghềnh hoặc các điểm tham quan cách xa nhau thường khiến du khách cảm thấy không thoải mái. Họ thích những nơi dễ dàng di chuyển đến các điểm tham quan hơn là phải đối mặt với khó khăn về giao thông. Do đó, các địa phương có cơ sở hạ tầng tốt và dễ tiếp cận sẽ thu hút được nhiều du khách trẻ hơn.

> Cảnh quan, điểm check-in

Sự phát triển của mạng xã hội đã khiến việc check-in và chia sẻ hình ảnh trở thành phần không thể thiếu trong các chuyến du lịch của giới trẻ. Họ thường tìm kiếm những điểm đến có cảnh quan đẹp và những góc chụp "hot" để chia sẻ. Do đó, những địa phương với phong cảnh độc đáo và có sức hấp dẫn trên mạng xã hội chắc chắn sẽ thu hút được nhiều du khách trẻ hơn.

35,7%

chú trọng đến sự thuận tiện trong di chuyển và lưu trú



Nguồn: Khảo sát Cốc Cốc, Travel 03.2024 - N = 799
Q: Tiêu chí giúp bạn lựa chọn điểm đến?

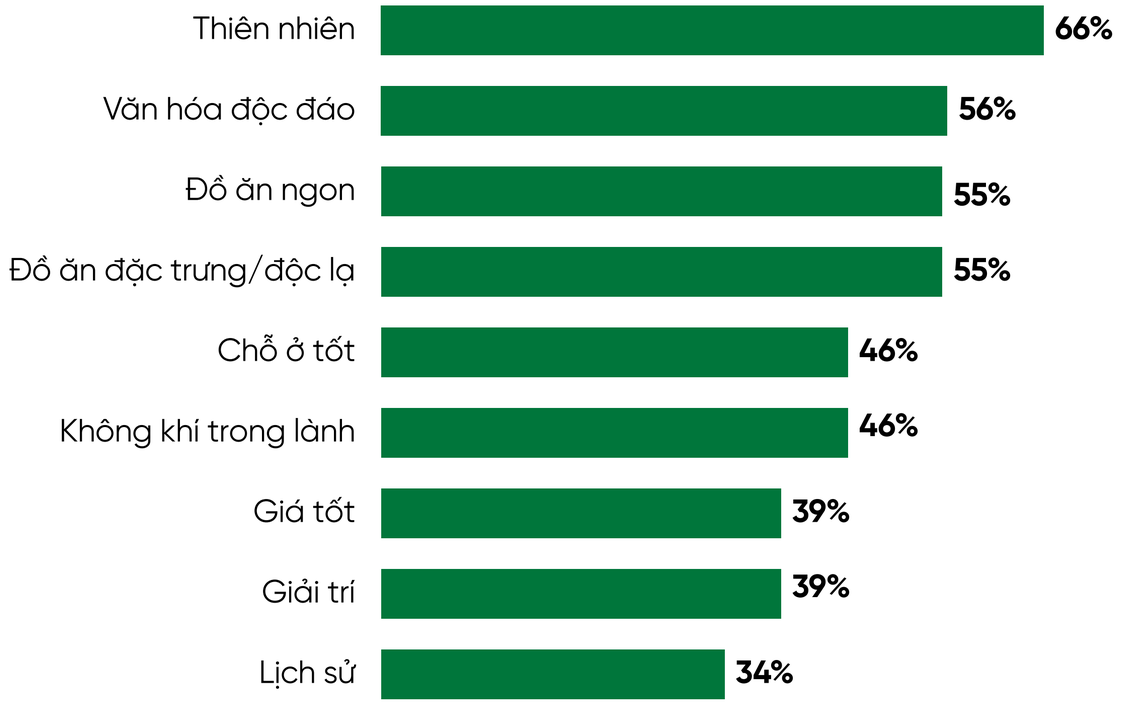
CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN NHU CẦU DU LỊCH CỦA GIỚI TRẺ

> Yếu tố ẩm thực

Các địa điểm có nền ẩm thực độc đáo, đặc biệt là những món ăn mới lạ và "đẹp" để check-in trên mạng xã hội, thường thu hút đông đảo du khách trẻ. Chính sự phong phú và đặc sắc của ẩm thực địa phương khiến họ quyết định chọn điểm đến. Những thành phố nổi tiếng với ẩm thực như Đà Nẵng và Hội An luôn là sự lựa chọn hàng đầu của giới trẻ.



Tiêu chí lựa chọn điểm đến



Thiên nhiên, văn hóa và ẩm thực là những tiêu chí quan trọng để lựa chọn điểm đến.

Nguồn: Q&Me

Q: Lý do nào khiến những thành phố này được lựa chọn? (N=350)

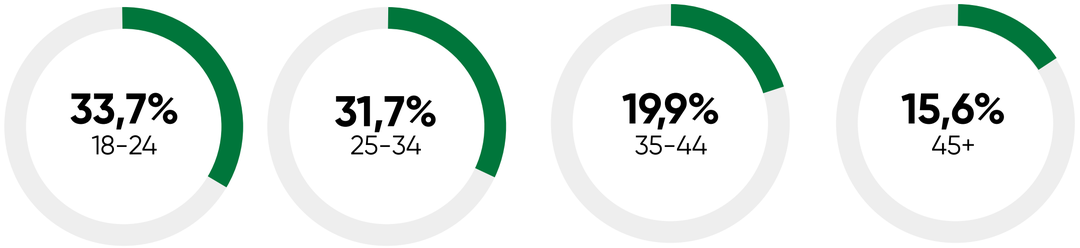
CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN NHU CẦU DU LỊCH CỦA GIỚI TRẺ

> Các hoạt động trò chơi, giải trí, mua sắm

Hoạt động giải trí và mua sắm luôn là những yếu tố quan trọng trong mỗi chuyến du lịch. **Giới trẻ thường lựa chọn** các điểm đến có **công viên giải trí, khu mua sắm hoặc những trò chơi mạo hiểm** để cùng bạn bè trải nghiệm. Những địa phương với nhiều hoạt động giải trí và mua sắm sẽ thu hút được sự quan tâm lớn hơn từ du khách.

Theo khảo sát của Cốc Cốc, hầu hết các độ tuổi đều cho thấy sự yêu thích đối với hoạt động mua sắm trong các chuyến đi của mình.

Tỉ lệ người dùng chọn hoạt động mua sắm theo độ tuổi





Gen Z và Gen Y - thế hệ mua sắm khi đi du lịch với gần **1/3 lựa chọn** hoạt động mua sắm trong chuyến đi của mình, trong khi tỉ lệ này **chưa đến 20%** ở thế hệ trước đó

CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN NHU CẦU DU LỊCH CỦA GIỚI TRẺ

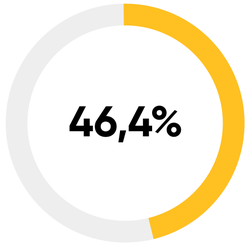
> Di tích lịch sử - văn hoá

Mặc dù giới trẻ chủ yếu tìm kiếm những trải nghiệm giải trí và thư giãn, **vẫn có một nhóm nhỏ rất quan tâm đến các địa điểm di tích lịch sử và văn hóa.** Trong hai năm qua, tinh thần dân tộc ngày càng được khơi dậy, tạo nên sự hấp dẫn đối với những điểm đến mang giá trị văn hóa và lịch sử. Những trải nghiệm tại các di tích này không chỉ giúp du khách trẻ mở rộng kiến thức mà còn góp phần lan tỏa giá trị lịch sử của dân tộc.

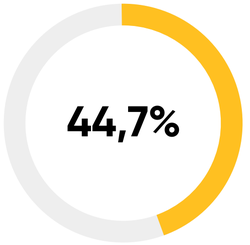


> Sự an toàn, môi trường xanh - sạch

Yếu tố an toàn đã trở thành một trong những tiêu chí hàng đầu trong việc chọn điểm đến, đặc biệt là trong bối cảnh hậu đại dịch. Nhiều du khách từ Hà Nội, Hồ Chí Minh và các quốc gia khác đang **tìm kiếm một kỳ nghỉ "chữa lành"**, vì vậy các vấn đề như ô nhiễm môi trường và sự an toàn tại địa phương trở thành những yếu tố cản trở lớn. Theo khảo sát của Cốc Cốc, **khoảng 46% du khách cho rằng an toàn là yếu tố quan trọng nhất** khi quyết định điểm đến cho chuyến đi của họ.



An toàn, thân thiện với du khách



Thời tiết, khí hậu phù hợp

Nguồn: Khảo sát Cốc Cốc, Travel 03.2024 - N = 799
Q: Tiêu chí giúp bạn lựa chọn điểm đến?

CÁC YẾU TỐ TÁC ĐỘNG ĐẾN NHU CẦU DU LỊCH CỦA GIỚI TRẺ

> Mạng xã hội và truyền thông

Sự bùng nổ của các nền tảng mạng xã hội như Facebook, Instagram, TikTok và YouTube đã thay đổi cách giới trẻ tìm kiếm thông tin du lịch. Họ thường tham khảo ý kiến và trải nghiệm từ những người đã đến những địa điểm cụ thể, đặc biệt là trên Facebook và TikTok. **Các hashtag và xu hướng check-in lan tỏa mạnh mẽ** bởi các KOLs và Influencers, **tạo ra sức hút lớn cho những điểm đến như Đà Lạt, Sapa, Hội An và Tà Xùa**. Những địa điểm này không chỉ nổi bật vì cảnh đẹp mà còn **nhờ vào sự quảng bá mạnh mẽ trên mạng xã hội**, khiến chúng trở thành lựa chọn hấp dẫn cho nhiều du khách trẻ.



cân nhắc review, đánh giá từ người trải nghiệm trước, trong khi chỉ 23% nam giới coi trọng yếu tố này

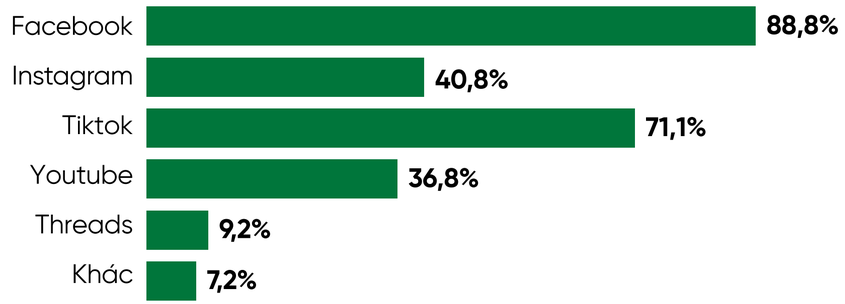


cân nhắc review, đánh giá từ người trải nghiệm trước cao hơn mức trung bình 20% của nhóm 35+

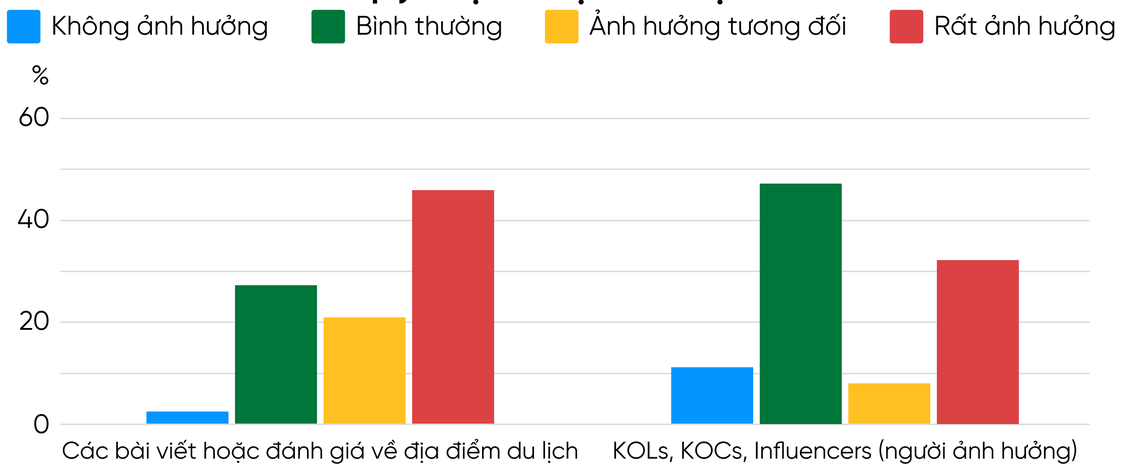


Bạn sử dụng mạng xã hội nào để tham khảo thông tin về địa điểm du lịch?

Hơn 700 câu trả lời



Ảnh hưởng của mạng xã hội truyền thông tác động như thế nào đến quyết định du lịch của bạn?



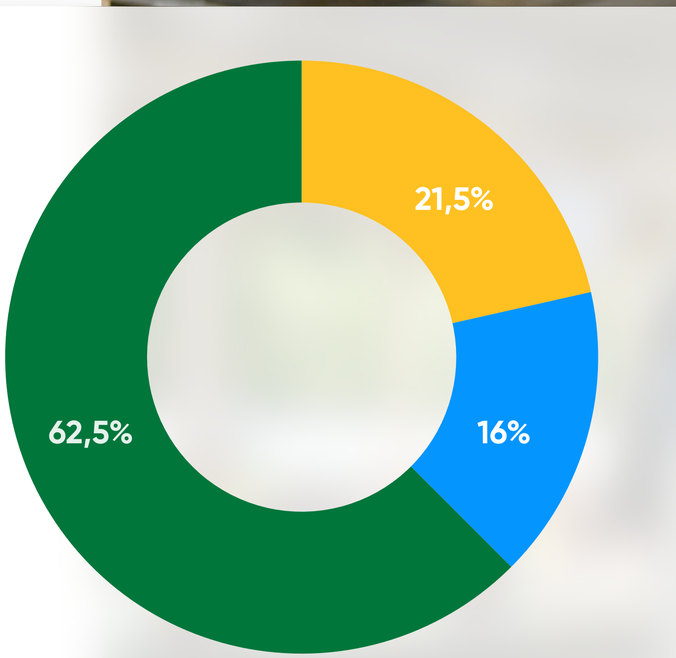
04 DỰ BÁO XU HƯỚNG NHU CẦU DU LỊCH CỦA GIỚI TRẺ NĂM 2025

Năm 2025 hứa hẹn mang đến một làn sóng mới trong nhu cầu du lịch của giới trẻ, khi họ không chỉ tìm kiếm sự thư giãn mà còn khát khao những trải nghiệm cá nhân hóa, kết nối và có chiều sâu.

Cùng khám phá **4 xu hướng mở ra cơ hội cho ngành du lịch** trong năm 2025. Những xu hướng này không chỉ giúp doanh nghiệp đáp ứng nhu cầu đa dạng của thế hệ mới mà còn tạo ra những hành trình đáng nhớ và thu hút, từ đó nâng cao sức cạnh tranh và khẳng định thương hiệu trong lòng du khách trẻ.

DU LỊCH TRONG NƯỚC

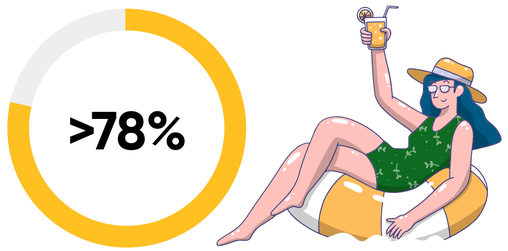
Du lịch nội địa đang ngày càng thu hút giới trẻ, khi họ **ưu tiên những điểm đến gần gũi và dễ dàng di chuyển.** Điều này giúp họ tiết kiệm chi phí và thời gian, đồng thời mang lại trải nghiệm thư giãn tức thì, **phù hợp cho các chuyến đi cuối tuần hay kỳ nghỉ ngắn**. Các khu nghỉ dưỡng và homestay gần đô thị lớn sẽ có cơ hội phát triển mạnh mẽ nhờ xu hướng du lịch trong nước tăng cao.



Nguồn: Khảo sát Cốc Cốc, Travel 02.2024 - N = 1090
Khảo sát Cốc Cốc Travel 03.2024 - N = 799
Q: Bạn dự định đi du lịch trong nước hay nước ngoài?

DU LỊCH NGHỈ DƯỠNG VÀ CHĂM SÓC SỨC KHOẺ

Ngày càng nhiều bạn trẻ tìm đến du lịch nghỉ dưỡng và chăm sóc sức khỏe để cải thiện tinh thần và thể chất. Thực tế cho thấy, với hơn **78% chọn du lịch nghỉ dưỡng**, xu hướng **"du lịch chữa lành"** dự kiến sẽ tiếp tục phát triển mạnh mẽ trong năm 2025.



Chọn du lịch nghỉ dưỡng

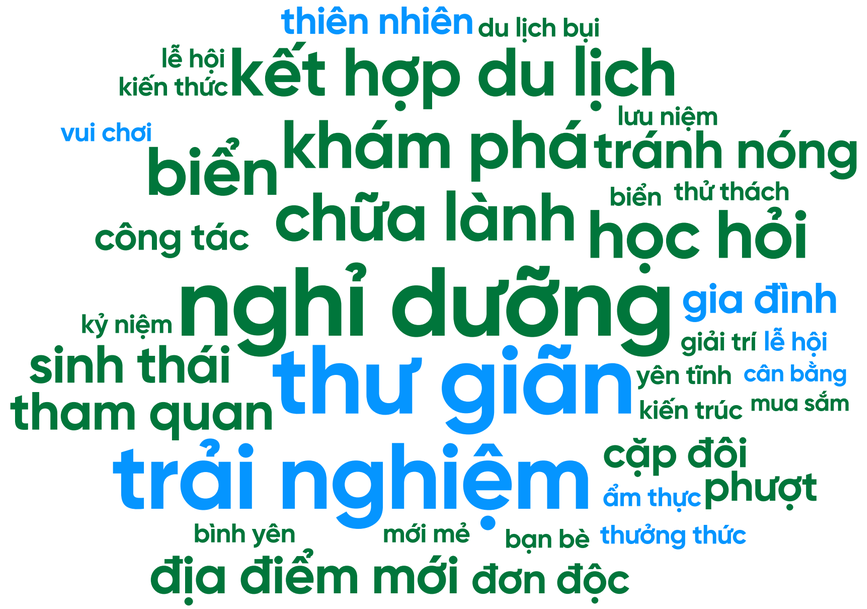
Các từ khóa nổi bật về mục đích du lịch

Thoát khỏi vùng an toàn, trải nghiệm văn hóa mới

Để có những kỷ niệm đẹp, gặp gỡ những người mới, thưởng thức văn hóa ẩm thực mới

Thư giãn và nghỉ ngơi, tận hưởng không khí mát mẻ

Tìm không gian cho chính mình, cân bằng công việc và cuộc sống, giúp bản thân khỏe và vui vẻ.



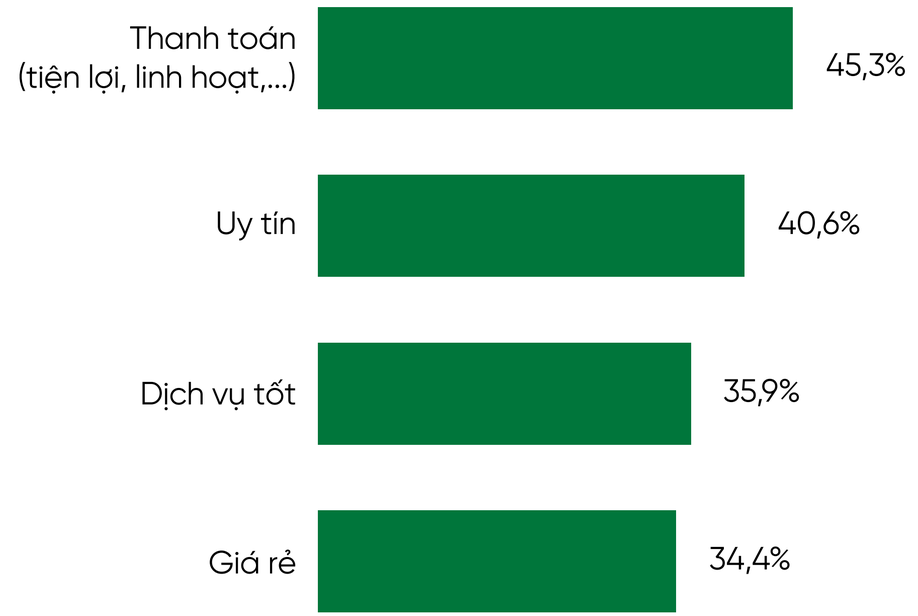
DU LỊCH CÁ NHÂN HOÁ



Giới trẻ ngày càng thích **lựa chọn những chuyến du lịch cá nhân hóa**, cho phép họ tự do tạo ra hành trình riêng theo sở thích của mình, thay vì bị ràng buộc bởi các tour du lịch truyền thống. Họ khao khát tìm kiếm những trải nghiệm mới mẻ, từ việc khám phá thiên nhiên tuyệt đẹp đến việc ghé thăm những địa điểm ít người biết đến.

Trong bối cảnh đó, việc cung cấp các dịch vụ tiện lợi và đáng tin cậy, đặc biệt ở khâu thanh toán khi mua vé máy bay qua đại lý, trở thành yếu tố then chốt. Không chỉ giúp tối ưu hóa trải nghiệm của khách hàng, sự tiện lợi trong thanh toán còn giúp doanh nghiệp tạo dựng niềm tin và giữ chân khách hàng trong cuộc đua đáp ứng nhu cầu cá nhân hóa ngày càng cao.

Biểu đồ những lý do khách du lịch chọn mua vé qua đại lý năm 2024



Nguồn: Khảo sát Cốc Cốc, Travel 023.2023 - N = 1090
Khảo sát Cốc Cốc, Travel 03.2024, N = 799
Q: Lý do mà bạn mua vé qua đại lý là gì?

DU LỊCH GẮN KẾT

Du lịch không đơn thuần là việc khám phá những địa điểm mới mà còn là cơ hội tuyệt vời để **gắn kết với những người thân yêu**.

Nhiều bạn trẻ hiện nay thích đi du lịch cùng bạn bè hoặc gia đình để tạo ra những kỷ niệm đáng nhớ. Họ tin rằng những khoảnh khắc cùng nhau như: tham quan, thưởng thức món ngon hay tham gia các hoạt động giải trí,...sẽ giúp họ gần gũi hơn và hiểu nhau sâu sắc hơn.



05
ĐỀ XUẤT CHO DOANH NGHIỆP

Trong bối cảnh nhu cầu du lịch của giới trẻ ngày càng phong phú và không ngừng thay đổi, các doanh nghiệp du lịch đối mặt với những thách thức và cơ hội chưa từng có. Để không chỉ tồn tại mà còn phát triển bền vững, việc xây dựng các chiến lược linh hoạt và sáng tạo, đồng thời đón đầu xu hướng là điều thiết yếu để tạo ra những sản phẩm và dịch vụ hấp dẫn.

Những khuyến nghị dưới đây sẽ trang bị cho các doanh nghiệp những công cụ cần thiết, không chỉ đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách hàng mà còn nâng cao giá trị thương hiệu và củng cố vị thế cạnh tranh trong thị trường du lịch ngày càng khốc liệt.



Xây dựng cảnh quan, điểm check-in

Thiết kế các không gian check-in sáng tạo, bắt mắt tại các điểm du lịch là một cách hiệu quả để thu hút du khách trẻ. Bên cạnh đó, đẩy mạnh truyền thông trên mạng xã hội sẽ giúp các địa điểm tiếp cận nhóm khách hàng này một cách hiệu quả, phù hợp với xu hướng trải nghiệm du lịch của giới trẻ hiện nay.





Đầu tư vào nơi lưu trú (khách sạn, homestay, resort)

Các đơn vị lưu trú có thể nâng cao trải nghiệm bằng cách mở rộng hoạt động thư giãn, giải trí tại chỗ, giúp du khách tận hưởng kỳ nghỉ mà không cần di chuyển xa. Mô hình homestay gần gũi thiên nhiên, có view đẹp cũng thu hút giới trẻ tìm kiếm không gian "chữa lành" và "check-in." Ngoài ra, mở thêm cơ sở gần điểm tham quan và phát triển tiện ích quanh nơi lưu trú sẽ tăng sức hút và sự tiện lợi cho du khách.

Cải thiện hạ tầng giao thông

Đối với các điểm du lịch xa trung tâm, doanh nghiệp nên cung cấp dịch vụ đưa đón từ sân bay, nhà ga hoặc trung tâm thành phố để mang lại sự thuận tiện và tiết kiệm chi phí cho du khách. Đầu tư vào phương tiện vận chuyển, như xe buýt hoặc xe công nghệ, sẽ giúp kết nối các điểm tham quan dễ dàng hơn và nâng cao trải nghiệm du lịch cho khách hàng.



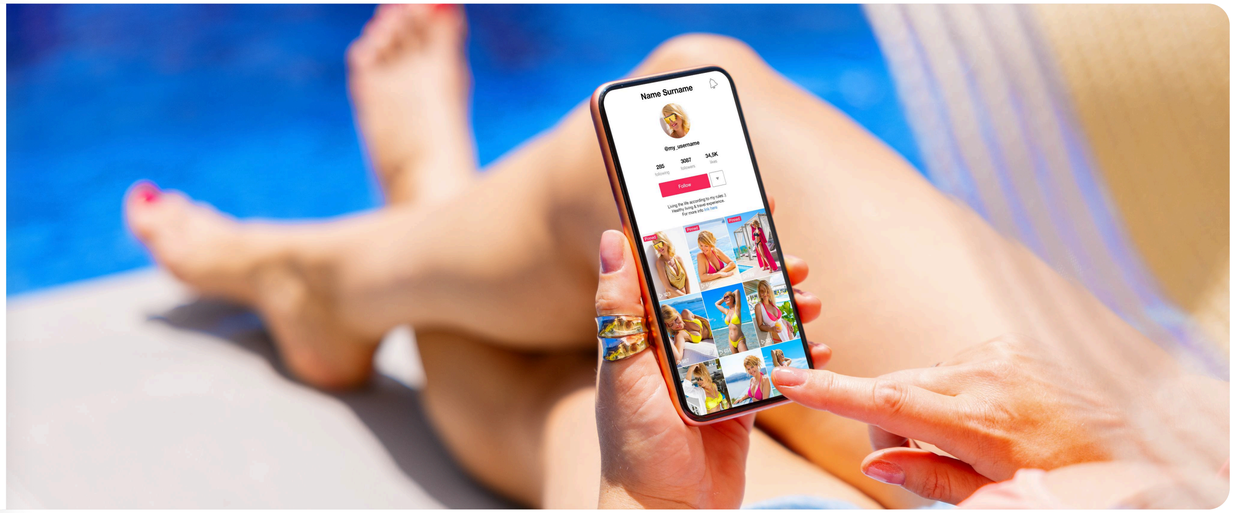


ĐA DẠNG HÓA CÁC GÓI DỊCH VỤ VÀ TRẢI NGHIỆM DU LỊCH

Doanh nghiệp du lịch Quảng Bình có thể tận dụng thế mạnh địa phương với các hoạt động như **thể thao mạo hiểm, công viên giải trí, và khám phá hang động** nổi tiếng như Sơn Đoòng hay Phong Nha - Kẻ Bàng để mang đến trải nghiệm độc đáo. Bên cạnh đó, **kết hợp với các tỉnh lân cận như Quảng Trị, Huế, và Đà Nẵng** cũng sẽ giúp mở rộng hành trình, tạo điều kiện cho du khách khám phá nhiều điểm đến và văn hóa trong cùng một chuyến đi.

TĂNG CƯỜNG HOẠT ĐỘNG TRUYỀN THÔNG TRÊN MẠNG XÃ HỘI

Chia sẻ hình ảnh và video ngắn trên các nền tảng như Instagram, TikTok, Facebook và Threads để giới thiệu điểm đến và lịch trình trải nghiệm thực tế. Đây là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến quyết định du lịch của giới trẻ. Đồng thời, **hợp tác với các influencer và vlogger du lịch** để họ chia sẻ trải nghiệm thực tế, từ đó tạo dựng niềm tin và tác động mạnh mẽ đến lựa chọn của du khách trẻ.



ĐÓN ĐẦU XU HƯỚNG THANH TOÁN CÙNG APPOTAPAY

Cổng thanh toán, **Payment Link**, **SmartPOS** là những giải pháp thanh toán toàn diện được AppotaPay tinh chỉnh phù hợp với đặc thù của ngành du lịch. Sẵn sàng cùng doanh nghiệp đón sóng booking mùa cao điểm, với 3 tiêu chí tiết kiệm - nhanh chóng - an toàn.



THANH TOÁN THÔNG MINH - NÂNG TẦM DU LỊCH

Tăng 10% tỷ lệ khách đặt cọc

Giao dịch realtime, an toàn, tiện lợi với đầy đủ các phương thức thanh toán trên thị trường

Đơn giản hóa thanh toán quốc tế

Nhận tiền từ khách nước ngoài nhanh chóng 24/7, mở rộng tệp khách hàng cho doanh nghiệp

Nâng cao trải nghiệm du khách

Trải nghiệm liền mạch, đa dạng lựa chọn thanh toán, an toàn hơn chuyển khoản truyền thống

Quản lý doanh thu chuyên nghiệp

Đối soát tự động theo thời gian thực, dễ dàng kiểm soát lượng lớn giao dịch mùa cao điểm

APPOTA



CHÂN THÀNH CẢM ƠN!