

Hợp tác du lịch Việt Nam - Trung Quốc trong bối cảnh hiện nay

Hà Thu Thủy^(*)

Tóm tắt: Du lịch là một trong những lĩnh vực hợp tác quan trọng trong quan hệ Việt Nam - Trung Quốc. Đại dịch Covid-19 đã gây gián đoạn nghiêm trọng hoạt động hợp tác này, làm suy giảm lượng khách, ảnh hưởng đến doanh nghiệp và đặt ra nhiều thách thức cho tiến trình phục hồi. Bài viết tập trung làm rõ ba khía cạnh: (1) Bối cảnh hợp tác du lịch Việt Nam - Trung Quốc hiện nay; (2) Hiện trạng hợp tác du lịch Việt Nam - Trung Quốc; (3) Giải pháp và khuyến nghị thúc đẩy hợp tác du lịch Việt Nam - Trung Quốc.

Từ khóa: Việt Nam, Trung Quốc, Hợp tác du lịch, Quan hệ song phương, Phát triển bền vững

Abstract: Tourism constitutes one of the pivotal areas of cooperation in Vietnam-China relations. The Covid-19 pandemic has profoundly disrupted this collaboration, leading to a sharp decline in tourist flows, adverse impacts on enterprises, and numerous challenges to the recovery trajectory. This paper seeks to elucidate three key dimensions: (1) the current context of Vietnam-China tourism cooperation; (2) the present state of Vietnam-China tourism cooperation; and (3) proposed solutions and recommendations to enhance bilateral tourism cooperation in the contemporary context.

Keywords: Vietnam, China, Tourism Cooperation, Bilateral Relations, Sustainable Development

Ngày nhận bài: 25/8/2025; Ngày duyệt đăng: 05/9/2025

1. Mở đầu

Việt Nam và Trung Quốc là hai quốc gia có chung đường biên giới dài, với nhiều điểm tương đồng về lịch sử và văn hóa, từ lâu đã duy trì mối quan hệ giao lưu sâu rộng, trong đó du lịch nổi lên như một kênh hợp tác tiêu biểu. Thực tiễn cho thấy, Trung Quốc luôn là thị trường khách quốc tế lớn nhất của Việt Nam, trong khi Việt Nam ngày càng trở thành điểm đến được ưa chuộng của du khách Trung Quốc, đặc

biệt thông qua các tuyến du lịch biên giới. Tuy nhiên, hiện nay sự cạnh tranh trong ngành du lịch khu vực ASEAN ngày càng gay gắt, khi nhiều quốc gia như Thái Lan, Malaysia, Singapore triển khai những chính sách mạnh mẽ nhằm phục hồi và thu hút khách quốc tế. Trong bối cảnh ấy, hợp tác du lịch Việt Nam - Trung Quốc vừa đứng trước cơ hội mở rộng, vừa đối diện với những thách thức không nhỏ.

2. Bối cảnh hợp tác du lịch Việt Nam - Trung Quốc hiện nay

2.1. Bối cảnh khu vực

Trong bức tranh phục hồi du lịch quốc tế sau đại dịch Covid-19, ASEAN nổi lên là

^(*) ThS., Viện Nghiên cứu Châu Á - Thái Bình Dương, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam; Email: heqiushui@gmail.com

một trong những khu vực có sự cạnh tranh mạnh mẽ trong việc thu hút khách du lịch Trung Quốc - thị trường outbound¹ lớn nhất thế giới. Với đặc điểm vị trí địa lý gần gũi, sự tương đồng văn hóa, giá cả hợp lý và các đường bay thuận tiện, khu vực Đông Nam Á luôn là lựa chọn hàng đầu của du khách Trung Quốc. Năm 2019, khu vực này đã đón khoảng 32 triệu lượt khách Trung Quốc, chiếm hơn 1/4 tổng lượng khách Trung Quốc ra nước ngoài (Bowerman, 2023).

Sau khi Trung Quốc chính thức mở cửa biên giới từ đầu năm 2023, các quốc gia ASEAN đã nhanh chóng triển khai chính sách thị thực linh hoạt, khôi phục đường bay và đẩy mạnh quảng bá nhằm tranh thủ dòng khách này. Điển hình là Thái Lan, chính phủ nước này đã áp dụng chính sách miễn thị thực cho khách Trung Quốc từ tháng 01/2024, tạo cú hích quan trọng giúp lượng khách quốc tế đạt 35,55 triệu lượt năm 2024, tăng 28,15 triệu lượt so với năm 2023, nhưng vẫn thấp hơn mức kỷ lục 39,9 triệu lượt năm 2019 (Tân Hoa xã, 2025). Singapore cũng đạt được kết quả nổi bật khi đón khoảng 3,08 triệu lượt khách Trung Quốc trong năm 2024, chiếm 18,7% tổng khách quốc tế và tăng tới 126% so với năm 2023 (Singapore Tourism Board, 2025). Từ cuối năm 2023, Malaysia cũng đã thực hiện miễn thị thực song phương với Trung Quốc, qua đó nhanh chóng thu hút dòng khách, tạo ra sự tăng trưởng mạnh mẽ trở lại (Reuters, 2023).

Nhìn chung, sự phục hồi du lịch ASEAN diễn ra với tốc độ khác nhau, nhưng có điểm chung là đều coi thị trường khách Trung Quốc là ưu tiên số một. Chính sách thị thực thông thoáng, mở rộng các chuyến bay thẳng, nâng cấp hạ tầng du lịch và đẩy mạnh quảng bá tại Trung Quốc là những giải pháp chủ chốt được triển khai.

So với các nước láng giềng, Việt Nam dù có lợi thế tiếp giáp địa lý, văn hóa tương đồng và quan hệ song phương đặc thù với Trung Quốc, nhưng lại chậm hơn trong việc nói lòng chính sách thị thực, thiếu các gói kích cầu đồng bộ và chưa đẩy mạnh xúc tiến quảng bá một cách hiệu quả tới thị trường này. Hệ lụy là, Việt Nam đã bỏ lỡ một phần cơ hội phục hồi nhanh dòng khách Trung Quốc - thị trường vốn chiếm tới hơn 30% tổng lượng khách quốc tế trước đại dịch Covid-19, khiến tốc độ phục hồi vẫn khiêm tốn và chưa tương xứng với tiềm năng (Lê Văn, 2023).

2.2. Bối cảnh hợp tác song phương Việt Nam - Trung Quốc

Trung Quốc luôn là thị trường khách quốc tế lớn nhất của Việt Nam, chiếm 1/3 tổng lượng khách quốc tế đến Việt Nam (Trung tâm Thông tin du lịch, 2023). Ngược lại, Việt Nam cũng nằm trong nhóm 5 thị trường gửi khách hàng đầu của Trung Quốc, với gần 8 triệu lượt khách Việt Nam đến Trung Quốc trong năm 2019 (Diệp Anh, 2023). Sự phụ thuộc lẫn nhau về du lịch khiến hợp tác song phương có vai trò chiến lược trong quan hệ hai nước.

Hiện nay, hợp tác song phương được nói lại thông qua các hoạt động ngoại giao và các văn kiện cấp cao, tiêu biểu là hai nước đã ra “*Tuyên bố chung Việt Nam - Trung Quốc về tiếp tục đẩy mạnh và làm sâu sắc hơn nữa quan hệ đối tác hợp tác chiến lược toàn diện Việt Nam - Trung Quốc*” vào tháng 11/2022, trong đó hai bên nhất trí tăng cường giao lưu nhân dân và thúc đẩy du lịch. Năm 2023, Trung Quốc đã đưa Việt Nam trở lại danh sách các quốc gia thí điểm mở tour outbound theo đoàn, tạo cơ sở quan trọng cho sự phục hồi.

Tuy nhiên, so với các nước ASEAN khác, Việt Nam chưa khai thác được ngay làn sóng du lịch outbound đầu tiên từ Trung Quốc. Nguyên nhân chủ yếu là do: (i) Hạ

¹ Thị trường đưa khách du lịch ra nước ngoài.

tăng cửa khẩu và hàng không chưa đồng bộ; (ii) Chính sách thị thực còn hạn chế; (iii) Chất lượng dịch vụ chưa đồng đều; (iv) Liên kết vùng và xúc tiến thị trường chưa mạnh. Đây là những rào cản cần tháo gỡ để biến lợi thế địa lý thành động lực phát triển thực chất.

3. Hiện trạng hợp tác du lịch Việt Nam - Trung Quốc

3.1. Giai đoạn đóng băng và khôi phục trở lại trong bối cảnh hiện nay

Trước đại dịch Covid-19, Trung Quốc là thị trường khách quốc tế lớn nhất của Việt Nam. Tuy nhiên, chính sách “Zero Covid” kéo dài và các biện pháp hạn chế đi lại nghiêm ngặt đã khiến du lịch song phương gần như “đóng băng” trong gần 3 năm.

Từ tháng 3/2023, sau khi Trung Quốc chính thức mở cửa biên giới và cho phép khôi phục các tour du lịch theo đoàn, hợp tác du lịch Việt - Trung bắt đầu được nối lại. Ngày 15/3/2023, Việt Nam đón đoàn khách Trung Quốc đầu tiên, đánh dấu bước khởi động trở lại của dòng khách xuyên biên giới. Trong bối cảnh nhu cầu du lịch quốc tế của người Trung Quốc phục hồi mạnh, Việt Nam nhanh chóng trở thành điểm đến hấp dẫn. Theo dữ liệu từ các hãng lữ hành và nền tảng đặt phòng trực tuyến, lượng đặt vé máy bay từ Trung Quốc đi Việt Nam trong tháng 3/2023 tăng gấp 23 lần, trong khi đặt phòng khách sạn tăng gấp 22 lần so với cùng kỳ năm 2022 (Moment.rednet.cn, 2023).

Năm 2024 chứng kiến sự phục hồi rõ nét hơn. Chỉ trong tám tháng đầu năm 2024, Việt Nam đã đón khoảng 2,4 triệu lượt khách Trung Quốc, chiếm trên 21% tổng lượng khách quốc tế đến Việt Nam (Nguyễn Tiến, 2024). Cả năm 2024, con số này đạt hơn 3,7 triệu lượt (Đăng Nguyên, 2025), đứng thứ hai, sau Hàn Quốc, về tổng lượt khách đến Việt Nam.

Bước sang năm 2025, xu hướng phục hồi tiếp tục được củng cố. Theo Tổng cục

Du lịch Việt Nam, trong sáu tháng đầu năm 2025, Việt Nam đón khoảng 2,7 triệu lượt khách Trung Quốc, tăng hơn 35% so với cùng kỳ năm 2024, chiếm gần 28% tổng khách quốc tế (Hà Anh, 2025), đưa Trung Quốc trở lại vị trí thị trường gửi khách lớn nhất của Việt Nam. Với đà tăng trưởng này, dự kiến cả năm 2025 lượng khách Trung Quốc đến Việt Nam có thể đạt khoảng 4,5-5 triệu lượt, tiệm cận mức trước đại dịch Covid-19. Ở chiều ngược lại, lượng khách Việt Nam đến Trung Quốc cũng tăng mạnh nhờ các đường bay được khôi phục toàn diện và chính sách thị thực được đơn giản hóa, với hàng trăm nghìn lượt khách mỗi tháng đến các địa phương biên giới và trung tâm du lịch nổi tiếng của Trung Quốc.

3.2. Nỗ lực xúc tiến và tăng cường hợp tác song phương

Trong Tuyên bố chung được đưa ra vào tháng 11/2022, hai bên nhất trí thực hiện tốt Kế hoạch hợp tác văn hóa và du lịch Việt Nam - Trung Quốc, trên cơ sở phù hợp với chính sách thúc đẩy giao lưu trao đổi đoàn các cấp về văn hóa và du lịch, thúc đẩy ngành du lịch phục hồi và phát triển lành mạnh, tăng cường hợp tác về công nghiệp văn hóa. Đồng thời, trong khuôn khổ chuyến thăm chính thức của cố Tổng Bí thư Nguyễn Phú Trọng tại Trung Quốc vào năm 2022, hai nước cũng đã ký thỏa thuận thúc đẩy sớm vận hành thí điểm hợp tác du lịch tại khu cảnh quan Thác Bản Giốc (Việt Nam) và Đức Thiên (Trung Quốc). Tháng 10/2024, khu cảnh quan được tuyên bố vận hành chính thức nhân chuyến thăm Việt Nam của Thủ tướng Trung Quốc Lý Cường.

Ngày 10/3/2023, Bộ Văn hóa và Du lịch Trung Quốc đã ban hành văn bản trong đó nêu rõ: kể từ ngày 15/3/2023, Trung Quốc tiếp tục thí điểm cho phép các hãng du lịch và doanh nghiệp lữ hành trực tuyến trong cả nước khôi phục du lịch theo đoàn ra nước ngoài. Danh sách công bố gồm 40

quốc gia, trong đó có Việt Nam. Năm 2023, hai nước đã ký kết nhiều thỏa thuận hợp tác quan trọng, trong đó phải kể đến “*Kế hoạch Hợp tác Văn hóa và Du lịch giai đoạn 2023-2027*”. Các thỏa thuận này nhằm thúc đẩy hợp tác du lịch biên giới, tạo điều kiện thuận lợi cho việc trao đổi thông tin và phát triển các tour du lịch kết nối giữa các địa phương giáp biên.

Công tác xúc tiến du lịch giữa Việt Nam và Trung Quốc tiếp tục được đẩy mạnh. Các cơ quan, tổ chức có liên quan của hai bên đã phối hợp tổ chức nhiều cuộc triển lãm để quảng bá sản phẩm văn hóa du lịch, các cuộc hội thảo khoa học để các nhà khoa học, nhà quản lý, các tổ chức, doanh nghiệp trao đổi, nâng cao nhận thức về tiềm năng, thế mạnh du lịch của mỗi bên, đồng thời đi đến thống nhất chung trong chiến lược, giải pháp để phát triển giao lưu du lịch hai quốc gia. Doanh nghiệp lữ hành hai nước phối hợp đẩy mạnh khai thác thị trường gần trong khu vực, đặc biệt là các điểm đến có thể đi bằng đường bộ hoặc đường bay ngắn dưới 3 giờ như đến Nam Ninh (Trung Quốc) hay Hạ Long (Việt Nam). Phía Trung Quốc cũng ban hành nhiều chính sách hấp dẫn về xuất nhập cảnh, cải thiện dịch vụ du lịch, đa dạng hóa phương thức thanh toán và tăng cường quảng bá tới Việt Nam những điểm đến đặc sắc của nước này như Nam Ninh, Trương Gia Giới, Hải Nam...

Các tuyến du lịch Việt Nam - Trung Quốc ngày càng sôi động nhờ sự đa dạng sản phẩm và phương tiện di chuyển. Tháng 5/2024, Tập đoàn Đường sắt Côn Minh lần đầu tiên vận hành chuyến tàu du lịch chuyên biệt chở khách Việt Nam từ Hà Khẩu Bắc đi Lệ Giang. Tiếp đó, nhiều đường bay mới được mở như Hải Phòng - Lệ Giang, Hà Nội - Hải Khẩu, Hà Nội - Trùng Khánh (3 chuyến/tuần). Tháng 9/2024, tuyến xe khách quốc tế Nam Ninh - Hạ Long chính

thức hoạt động, kết nối trực tiếp hai thành phố qua cửa khẩu Bắc Luân II với thời gian di chuyển chỉ khoảng 4,5 giờ. Sự phát triển tích hợp giữa giao thông vận tải và du lịch này đã mở rộng lựa chọn cho du khách, thúc đẩy mạnh mẽ du lịch qua biên giới và tăng cường giao lưu giữa nhân dân hai nước.

3.3. Hợp tác du lịch biên giới phát triển sôi động

Các địa phương giáp biên giới đã triển khai nhiều hoạt động hợp tác mang tính chiều sâu, không chỉ là hai điểm đến độc lập mà còn xây dựng các điểm đến du lịch kết nối xuyên biên giới. Các tỉnh như Lào Cai, Quảng Ninh (Việt Nam) đang đẩy mạnh các liên kết với các tỉnh phía Nam Trung Quốc như Vân Nam, Quảng Tây để hình thành các tuyến du lịch qua biên giới. Nhờ đó, du lịch qua biên giới giữa Trung Quốc và Việt Nam tăng trưởng mạnh mẽ. Theo thông tin từ Trạm kiểm tra biên giới xuất nhập cảnh Quảng Tây, trong nửa đầu năm 2024, số lượng đoàn khách du lịch Việt Nam qua các cửa khẩu Đông Hưng và Hữu Nghị Quan ngày một gia tăng, đạt 305.000 lượt, tăng 13,8% so với cùng kỳ năm 2023. Ở chiều ngược lại, có 1,413 triệu lượt người Trung Quốc xuất cảnh, tăng 97,3% so với cùng kỳ năm 2023 (M.gmw.cn, 2024).

Lượng khách du lịch Việt Nam đến tỉnh Vân Nam (Trung Quốc) cũng tăng đáng kể trong nửa đầu năm 2024. Theo thống kê của ngành đường sắt Trung Quốc, tính từ đầu năm đến ngày 15/7/2024, ga Bắc Hà Khẩu và ga Hồng Hà thuộc biên giới Trung Quốc - Việt Nam đã đón tổng cộng 639 đoàn du khách Việt Nam đến Trung Quốc với số lượng hành khách là 10.790 lượt người (Union.china.com.cn, 2024), lập mức cao kỷ lục so với cùng kỳ năm 2023. Số liệu trên cho thấy thị trường du lịch qua biên giới tiếp tục “ấm” lên, du lịch bằng tàu cao tốc trở thành lựa chọn hàng đầu của khách

du lịch nước ngoài, đặc biệt là khách du lịch Việt Nam khi đến tỉnh Vân Nam.

3.4. Hạn chế và thách thức

Thứ nhất, tốc độ phục hồi còn chậm: Lượng khách du lịch Trung Quốc đến Việt Nam năm 2023 khoảng hơn 1,7 triệu lượt (Phương Anh, 2024), chỉ bằng 31% so với trước đại dịch Covid-19 (năm 2019 đạt 5,9 triệu lượt) và chưa bằng một nửa so với du khách đến từ Hàn Quốc (3,6 triệu lượt - Xem: Lê Vân, 2023). Năm 2024, lượng khách Trung Quốc đến Việt Nam có tăng lên, tuy nhiên, mới chỉ phục hồi ở mức 64% so với thời điểm năm 2019. Điều này cho thấy quá trình khôi phục thị trường khách Trung Quốc chưa đạt kỳ vọng và chưa theo kịp đà tăng trưởng chung trong khu vực.

Thứ hai, sự cạnh tranh gay gắt trong khu vực: Nhiều quốc gia Đông Nam Á đã có chính sách linh hoạt và hấp dẫn hơn nhằm thu hút khách Trung Quốc. Chẳng hạn như việc Malaysia miễn thị thực cho khách Trung Quốc cuối năm 2023; Thái Lan cũng miễn thị thực vĩnh viễn cho khách Trung Quốc đầu năm 2024. Nhờ vậy, lượng khách Trung Quốc đến Malaysia cũng tăng gấp đôi vào năm 2024; lượng khách Trung Quốc đến Thái Lan năm 2024 đã vượt xa Việt Nam, với hơn 6,7 triệu lượt (Reuters, 2025). Điều này đặt Việt Nam vào thế cạnh tranh bất lợi nếu không kịp thời điều chỉnh chính sách.

Thứ ba, chất lượng dịch vụ chưa đồng bộ: Hệ thống cơ sở lưu trú, nhà hàng và điểm mua sắm tại nhiều địa phương vẫn là điểm đến ưa thích của khách Trung Quốc vẫn chưa phục hồi hoàn toàn. Bên cạnh đó, du khách nhiều lần phản ánh tình trạng thiếu đa dạng về sản phẩm du lịch, cũng như sự khan hiếm đội ngũ hướng dẫn viên thành thạo tiếng Trung - một yếu tố quan trọng trong trải nghiệm của du khách.

Thứ tư, yếu tố chính sách và hình ảnh điểm đến: Việc Việt Nam không nằm trong

danh sách 20 quốc gia được Trung Quốc lựa chọn thí điểm nối lại tour du lịch theo đoàn đợt đầu tiên vào tháng 02/2023 cho thấy sức hấp dẫn của Việt Nam chưa thật sự nổi bật so với các đối thủ trong khu vực. Thêm vào đó, hình ảnh gắn liền với các tour “*giá rẻ - tour 0 đồng*” từng tồn tại trước đây vẫn còn để lại ấn tượng không tích cực về chất lượng dịch vụ và uy tín điểm đến, làm giảm sức hút đối với nhóm du khách có thu nhập trung bình và cao - vốn là đối tượng mà Việt Nam mong muốn khai thác trong giai đoạn mới.

4. Giải pháp và khuyến nghị thúc đẩy hợp tác du lịch Việt Nam - Trung Quốc trong bối cảnh hiện nay

4.1. Giải pháp từ phía Việt Nam

Thứ nhất, cải cách mạnh mẽ chính sách thị thực và thủ tục nhập cảnh: Kinh nghiệm từ Thái Lan và Malaysia cho thấy, việc miễn thị thực cho khách Trung Quốc có tác động tức thì đến lượng khách. Việt Nam hiện chỉ miễn thị thực đơn phương 15 ngày và cấp e-visa, nhưng chưa có ưu đãi riêng cho khách Trung Quốc. Trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt, cần xem xét nới lỏng thời hạn miễn thị thực lên 30 ngày, mở rộng diện áp dụng thị thực nhiều lần (multi-entry visa), đồng thời triển khai “*làn xanh du lịch*” tại các cửa khẩu quốc tế, đặc biệt ở các địa phương biên giới. Điều này không chỉ tăng sức hút với khách Trung Quốc, mà còn giảm áp lực thủ tục hành chính cho cả doanh nghiệp và du khách.

Thứ hai, đầu tư nâng cấp hạ tầng du lịch và năng lực đón khách: Khách Trung Quốc thường đi theo nhóm lớn, yêu cầu hạ tầng vận tải và lưu trú có khả năng phục vụ số lượng đông. Trong khi đó, nhiều sân bay của Việt Nam (như Nội Bài, Tân Sơn Nhất, Đà Nẵng) đang chịu tải vượt công suất. Vì vậy, cần đẩy nhanh tiến độ mở rộng cảng hàng không Long Thành, nâng cấp sân bay Vân Đồn, Phú Bài, Cam Ranh và các cảng

biển quốc tế như Hạ Long, Nha Trang. Ngoài ra, việc phát triển hệ thống khách sạn 3-4 sao, khu nghỉ dưỡng ven biển cao cấp, cũng như các trung tâm thương mại, giải trí quy mô lớn sẽ giúp đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng đa dạng của du khách Trung Quốc.

Thứ ba, đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao: Một trong những phần nản phổ biến của du khách Trung Quốc khi đến Việt Nam là rào cản ngôn ngữ và chất lượng phục vụ không đồng đều. Do đó, cần tăng cường đào tạo hướng dẫn viên và nhân viên dịch vụ có khả năng giao tiếp tốt tiếng Trung, hiểu biết về văn hóa, tập quán tiêu dùng, cũng như ứng xử phù hợp với du khách. Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch Việt Nam có thể phối hợp với các trường đại học, cao đẳng và doanh nghiệp du lịch xây dựng chương trình đào tạo chuyên biệt về “du lịch Trung Quốc”. Đồng thời, cần tạo cơ chế đãi ngộ tốt hơn để thu hút và giữ chân nhân lực có trình độ nghiệp vụ cao, kỹ năng ngoại ngữ tốt.

Thứ tư, đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao giá trị trải nghiệm: Khách Trung Quốc không chỉ quan tâm đến du lịch nghỉ dưỡng biển mà còn có nhu cầu cao đối với du lịch văn hóa, tâm linh, mua sắm và ẩm thực. Việt Nam có thể khai thác thế mạnh các di sản được UNESCO ghi danh, lễ hội truyền thống, các tuyến du lịch văn hóa như Hà Nội - Ninh Bình - Hạ Long hay Huế - Đà Nẵng - Hội An. Ngoài ra, cần phát triển sản phẩm liên kết biên giới, ví dụ như tour “hai quốc gia - một hành trình” kết nối Lạng Sơn - Quảng Tây hoặc Móng Cái - Đông Hưng. Sản phẩm này vừa rút ngắn thời gian di chuyển, vừa tạo trải nghiệm độc đáo, cạnh tranh với các tuyến du lịch nội địa Trung Quốc.

Thứ năm, đẩy mạnh chuyển đổi số trong ngành du lịch: Khách Trung Quốc có thói quen sử dụng ứng dụng số trong

hầu hết các hoạt động du lịch, từ đặt tour, đặt phòng, thanh toán, cho đến chia sẻ trải nghiệm. Vì vậy, Việt Nam cần tích hợp thanh toán điện tử bằng Alipay, WeChat Pay tại các điểm du lịch, khách sạn và nhà hàng. Cùng với đó, phát triển nền tảng quảng bá trực tuyến bằng tiếng Trung Quốc trên các kênh phổ biến như Weibo, Douyin, Ctrip, Mafengwo. Việc ứng dụng công nghệ dữ liệu lớn (Big Data) và trí tuệ nhân tạo (AI) để phân tích thị hiếu, hành vi tiêu dùng của khách Trung Quốc sẽ giúp doanh nghiệp và cơ quan quản lý xây dựng chiến lược tiếp thị hiệu quả hơn.

4.2. Khuyến nghị trong hợp tác song phương Việt Nam - Trung Quốc

Thứ nhất, tăng cường phối hợp chính sách và cơ chế hợp tác du lịch: Hai nước đã ký kết nhiều thỏa thuận hợp tác văn hóa - du lịch, song cần cụ thể hóa thành các chương trình hành động, có chỉ tiêu và cơ chế giám sát rõ ràng. Ví dụ, có thể thiết lập cơ chế “Ủy ban hỗn hợp về du lịch Việt Nam - Trung Quốc”, nhằm trao đổi định kỳ về chính sách, tháo gỡ vướng mắc và cùng nhau ứng phó với khủng hoảng (dịch bệnh, thiên tai, biến động chính trị).

Thứ hai, thúc đẩy mạnh mẽ du lịch biên giới: Việc thí điểm mô hình du lịch chung tại thác Bản Giốc (Việt Nam) - Đức Thiên (Trung Quốc) là bước khởi đầu quan trọng. Tuy nhiên, cần nhân rộng sang các khu vực khác như Móng Cái - Đông Hưng, Lào Cai - Hà Khẩu, Lạng Sơn - Bằng Tường. Đồng thời, thiết lập cơ chế “cửa khẩu du lịch chuyên dụng” với thủ tục nhanh gọn, cho phép khách du lịch ngắn ngày hoặc qua lại trong phạm vi nhất định. Đây là hình thức phổ biến tại châu Âu và có thể áp dụng hiệu quả cho khu vực biên giới Việt - Trung.

Thứ ba, phát triển kết nối hàng không và vận tải xuyên biên giới: Cần khuyến khích mở thêm đường bay thẳng giữa các trung tâm du lịch Việt Nam (Hà Nội, Đà Nẵng,

Nha Trang, Phú Quốc) và các thành phố lớn của Trung Quốc (Bắc Kinh, Thượng Hải, Quảng Châu, Thâm Quyển, Thành Đô). Ngoài ra, có thể nghiên cứu khôi phục và mở rộng tuyến đường sắt liên vận quốc tế, đồng thời phát triển dịch vụ xe khách cao cấp và du lịch tàu biển. Việc đa dạng hóa phương thức vận chuyển sẽ giúp du khách Trung Quốc có thêm lựa chọn, đồng thời giảm áp lực cho hạ tầng hàng không.

Thứ tư, hợp tác xúc tiến và quảng bá du lịch chung: Hai nước có thể phối hợp tổ chức thường xuyên “*Năm du lịch Việt - Trung*”, tuần lễ văn hóa - du lịch tại Bắc Kinh, Thượng Hải, Quảng Châu hoặc Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh,... Đặc biệt, nên triển khai chiến dịch quảng bá chung với thông điệp “*Hai quốc gia - Một điểm đến*”, nhấn mạnh sự kết nối giữa hai quốc gia, khai thác lợi thế gần gũi về địa lý, văn hóa và truyền thống. Hình thức quảng bá có thể kết hợp trực tiếp (roadshow, hội chợ) và trực tuyến (livestream, KOLs, influencer du lịch).

5. Kết luận

Hợp tác du lịch Việt Nam - Trung Quốc trong bối cảnh hiện nay vừa là quá trình phục hồi, vừa là cơ hội tái cấu trúc để thích ứng với thay đổi của ngành du lịch toàn cầu. Trung Quốc vẫn là thị trường khách quốc tế lớn nhất của Việt Nam, trong khi Việt Nam ngày càng giữ vai trò quan trọng trong chiến lược mở rộng du lịch ở khu vực Đông Nam Á của Trung Quốc. Quan hệ hợp tác này không chỉ mang giá trị kinh tế mà còn góp phần thúc đẩy giao lưu văn hóa, tăng cường hiểu biết và tình hữu nghị song phương.

Tuy nhiên, việc hợp tác vẫn đối mặt với những hạn chế về hạ tầng, thủ tục, sản phẩm và nhân lực, khiến năng lực cạnh tranh của Việt Nam chưa thật sự vượt trội trong khu vực. Để tận dụng cơ hội từ sự phục hồi nhu cầu du lịch quốc tế và chính

sách mở cửa của hai nước, Việt Nam cần ưu tiên phát triển du lịch chất lượng cao, bền vững, cải thiện chính sách thị thực, nâng cấp hạ tầng, đẩy mạnh chuyển đổi số, quảng bá thương hiệu và tăng cường hợp tác song phương, đặc biệt ở du lịch biên giới, vận tải và đào tạo nhân lực □

Tài liệu tham khảo

1. Diệp Anh (2023), “Nỗ lực khôi phục thị trường du lịch giữa Việt Nam và Trung Quốc sau đại dịch”, *Báo điện tử Chính phủ* ngày 10/3, <https://baochinhphu.vn/no-luc-khoi-phuc-thi-truong-du-lich-giua-viet-nam-va-trung-quoc-sau-dai-dich-102230310165812562.htm>
2. Hà Anh (2025), “Nửa đầu năm 2025, Việt Nam đón 10,7 triệu lượt khách quốc tế”, *Nhân dân* ngày 07/7, <https://nhandan.vn/nua-dau-nam-2025-viet-nam-don-107-trieu-luot-khach-quoc-te-post892090.html>
3. Phương Anh (2024), “Vì sao khách Trung Quốc đến Việt Nam chưa đạt kỳ vọng?”, *VnExpress* ngày 15/3, <https://vnexpress.net/vi-sao-khach-trung-quoc-den-viet-nam-chua-dat-ky-vong-4721831.html>
4. Bowerman, G. (2023), *Why do Chinese tourists matter so much in South East Asia*, <https://www.asiamediacentre.org.nz/features/why-do-chinese-tourists-matter-so-much-in-south-east-asia?utm>
5. M.gmw.cn (2024), *Lượng người xuất nhập cảnh qua các cửa khẩu Quảng Tây trong nửa đầu năm đạt hơn 6,81 triệu lượt, tăng 143,1% so với cùng kỳ năm trước*, https://m.gmw.cn/2024-07/10/content_1303787093.htm
6. Moment.rednet.cn (2023), *Danh sách đợt hai các nước được phép nối lại tour du lịch theo đoàn ra nước ngoài đã được công bố; lượng tìm kiếm tour tăng mạnh, trong đó Việt Nam xếp*

- hạng nhất*, <https://moment.rednet.cn/pc/content/646747/54/12433519.html>
7. Đăng Nguyên (2025), *Việt Nam đón hơn 1,7 triệu lượt khách quốc tế trong tháng 12/2024*, Cổng thông tin điện tử Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ngày 07/01, <https://bvhttdl.gov.vn/viet-nam-don-hon-17-trieu-luot-khach-quoc-te-trong-thang-12-2024-2025010711125135.htm>
 8. Reuters (2023), “Malaysia to allow visa-free entry to Chinese, Indian nationals”, *Reuters*, www.reuters.com/world/asia-pacific/malaysia-allow-visa-free-entry-china-india-citizens-dec-1-pm-2023-11-27
 9. Reuters (2025), “Thai PM to reassure Chinese tourists on security ahead of Lunar New Year”, *Reuters*, <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/thai-pm-reassure-chinese-tourists-security-ahead-lunar-new-year-2025-01-17/?utm>
 10. Singapore Tourism Board (2025), *Singapore achieves historical high in tourism receipts in 2024*, <https://www.stb.gov.sg/about-stb/media-publications/media-centre/singapore-achieves-historical-high-in-tourism-receipts-in-2024>
 11. Tân Hoa xã (2025), “Du lịch Thái Lan đang dần được khôi phục”, <https://www.news.cn/globe/20250728/a0f500ce843f4670933ab4d816bbf499/c.html>
 12. Nguyễn Tiến (2024), “Việt - Trung là đối tác tốt trong đổi mới sáng tạo và công nghệ cao”, *VnExpress* ngày 16/10, <https://vnexpress.net/viet-trung-la-doi-tac-tot-trong-doi-moi-sang-tao-va-cong-nghe-cao-4804121.html>
 13. Trung tâm Thông tin du lịch (2023), *Trung Quốc - thị trường truyền thống hàng đầu của du lịch Việt Nam*, Cổng thông tin điện tử Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam ngày 17/02, <https://vietnamtourism.gov.vn/post/47752>
 14. Union.china.com.cn (2024), *Du khách quốc tế ngày càng yêu thích du lịch Vân Nam bằng tàu cao tốc; đã có hơn 10.000 lượt khách nước ngoài đi tàu qua cửa khẩu Trung-Việt*, http://union.china.com.cn/txt/2024-07/16/content_42863895.html
 15. Lê Văn (2023), “Năm 2023, có 12,6 triệu lượt khách du lịch quốc tế đến Việt Nam”, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo* ngày 31/12, <https://kinhtevadubao.vn/nam-2023-co-126-trieu-luot-khach-du-lich-quoc-te-den-viet-nam-27936.html>

(tiếp theo trang 20)

7. Phòng Văn hóa và Thông tin huyện Bảo Lạc (2025), *Báo cáo nội dung làm việc với Viện Thông tin Khoa học xã hội*.
8. Tổng cục Thống kê (2020), *Kết quả toàn bộ Tổng điều tra dân số và nhà ở năm 2019*, Nxb. Thống kê, Hà Nội, <https://www.gso.gov.vn/wp-content/uploads/2019/12/Ket-qua-toan-bo-Tong-dieu-tra-dan-so-va-nha-o-2019.pdf>
9. UBND xã Kim Cúc (2025a), *Báo cáo kết quả hoạt động của ban quản lý điểm du lịch cộng đồng của điểm du lịch cộng đồng xóm Khuổi Khon*.
10. UBND xã Kim Cúc (2025b), *Báo cáo sơ kết chương trình trọng tâm, nội dung đột phá phát triển Dịch vụ - Du lịch cộng đồng xóm Khuổi Khon thực hiện nghị quyết Đại hội Đảng bộ xã khóa IV, nhiệm kỳ 2020-2025*.
11. Viện Dân tộc học (2015), *Các dân tộc ít người ở Việt Nam (các tỉnh phía Bắc)*, Nxb. Khoa học xã hội, Hà Nội.
12. Viện Dân tộc học (2018), *Các dân tộc ở Việt Nam. Tập 4: Nhóm ngôn ngữ Hmông - Dao và Tạng - Miến*, Nxb. Chính trị quốc gia Sự thật, Hà Nội.