



PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU DU LỊCH ĐÀ NẴNG THÔNG QUA VĂN HÓA ẨM THỰC

NGUYỄN THỊ THU HUYỀN*

Tóm tắt: Nghiên cứu này phân tích vai trò của văn hóa ẩm thực trong việc xây dựng thương hiệu du lịch Đà Nẵng. Kết quả cho thấy, ẩm thực địa phương không chỉ đóng vai trò sản phẩm du lịch mà còn là yếu tố nhận diện thương hiệu điểm đến. Nghiên cứu khẳng định việc tích hợp văn hóa ẩm thực vào chiến lược truyền thông và tổ chức sự kiện du lịch là hướng đi khả thi, góp phần tạo bản sắc riêng và gia tăng giá trị thương hiệu du lịch Đà Nẵng. Đồng thời, nghiên cứu cũng đề xuất các giải pháp khai thác hiệu quả nguồn tài nguyên ẩm thực đặc sắc để nâng cao hình ảnh và sức cạnh tranh của điểm đến.

Từ khóa: thương hiệu du lịch, Đà Nẵng, văn hóa ẩm thực, nhận diện thương hiệu điểm đến, ẩm thực địa phương.

Abstract: This research analyzes the role of culinary culture in building Da Nang's tourism brand. The findings indicate that local cuisine not only acts as a tourism product but also as an element of destination brand identity. The study affirms that integrating culinary culture into communication strategies and tourism events is a feasible approach, contributing to creating a unique identity and enhancing the brand value of Da Nang tourism. Furthermore, the research proposes solutions for effectively exploiting the unique culinary resources to improve the destination's image and competitiveness.

Keywords: tourism brand, Da Nang, culinary culture, destination brand identity, local cuisine.

1. Thực trạng văn hóa ẩm thực Đà Nẵng trong bối cảnh phát triển du lịch

Vai trò và tiềm năng của du lịch ẩm thực

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và sự cạnh tranh ngày càng gay gắt giữa các điểm đến du lịch, du lịch ẩm thực đã nổi lên như một loại hình du lịch chiến lược, có khả năng tạo ra sức hút mạnh mẽ và mang lại giá trị kinh tế, văn hóa sâu sắc. Theo các nghiên cứu và xu hướng du lịch hiện đại, du lịch ẩm thực không đơn thuần là hoạt động thưởng thức các món ăn địa phương mà còn là hành trình khám phá văn hóa, lịch

sử và bản sắc của một cộng đồng thông qua lăng kính ẩm thực. Tác giả Lucy M. Long (2004), đưa ra khái niệm về du lịch ẩm thực: “du lịch ẩm thực là sự tham gia có chủ đích và mang tính khám phá vào các truyền thống ẩm thực của người khác - bao gồm việc thưởng thức, chế biến và trình bày để thưởng thức một món ăn, một nền ẩm thực, một hệ thống bữa ăn hay một phong cách ăn uống được xem là thuộc về một hệ thống ẩm thực khác với của bản thân mình” (1).

Trên phạm vi thế giới, du lịch ẩm thực đã định vị được vị thế quan trọng, chỉ xếp sau du lịch văn hóa

và du lịch cảnh quan về mức độ hấp dẫn và đóng góp vào doanh thu du lịch. Vai trò của ẩm thực trong du lịch không chỉ giới hạn ở việc cung cấp dịch vụ ăn uống mà còn trở thành một sản phẩm du lịch độc đáo, một yếu tố then chốt trong việc tạo dựng thương hiệu và thu hút du khách. Đồng thời, ẩm thực còn là phương tiện hiệu quả để du khách thấu hiểu sâu sắc hơn về phong tục tập quán, nguyên liệu địa phương, kỹ thuật chế biến truyền thống và những câu chuyện ẩn sau mỗi món ăn, qua đó làm phong phú thêm trải nghiệm du lịch tổng thể.

Tiềm năng và đặc trưng văn hóa ẩm thực Đà Nẵng

Năm 2020, Việt Nam vinh dự nhận giải thưởng “Điểm đến Ẩm thực hàng đầu châu Á” do Tổ chức Giải thưởng Du lịch thế giới (*World Travel Awards*) trao tặng. Danh hiệu này một lần nữa khẳng định sức hút đặc biệt và vị thế của nền ẩm thực Việt trên bản đồ ẩm thực khu vực và thế giới. Trong đó, Đà Nẵng nổi lên như một đô thị ven biển đầy tiềm năng để khai thác và phát triển du lịch ẩm thực trở thành một sản phẩm du lịch chủ lực, mang đậm dấu ấn bản địa. Vị trí địa lý chiến lược của Đà Nẵng, nằm trên trục giao thông quan trọng kết nối Bắc - Nam và là cửa ngõ ra biển Đông, tạo điều kiện thuận lợi cho việc giao lưu văn hóa và phát triển kinh tế, đồng thời mang đến nguồn tài nguyên biển và nông sản phong phú, đa dạng.

Nền ẩm thực Đà Nẵng là sự hòa quyện tinh tế giữa những giá trị truyền thống của ẩm thực miền Trung, nổi tiếng với hương vị đậm đà, cay nồng và sự khéo léo trong chế biến, cùng với sự sáng tạo, đổi mới trong cách sử dụng nguyên liệu và trình bày món ăn của cộng đồng cư dân địa phương. Sự kết hợp này đã tạo nên một bản sắc ẩm thực độc đáo với nhiều món ăn đã trở thành biểu tượng ẩm thực của thành phố như: mì Quảng, với sợi mì dai ngon, nước dùng đậm đà mang hương vị đặc trưng riêng, phản ánh sự sáng tạo và bí quyết gia truyền; bún chả cá với nước dùng ngọt thanh được ninh từ xương cá, chả cá dai ngon được chế biến từ cá tươi, ăn kèm với bún và các loại rau sống tươi mát; món bánh tráng cuốn thịt heo là món ăn dân dã nhưng tinh tế, với thịt heo luộc hai đầu da, thái lát mỏng, cuốn cùng bánh tráng, rau sống đa dạng và chấm với mắm nêm chua ngọt; bánh xèo với lớp vỏ bánh giòn rụm vàng ươm, nhân tôm, thịt, giá đỗ đầy đặn, ăn kèm với rau sống và nước chấm chua ngọt... Không chỉ dừng lại ở hương vị độc đáo, mỗi món ăn tại Đà Nẵng còn ẩn chứa những câu chuyện dân gian, phản ánh tập quán sinh hoạt và đặc trưng văn hóa của cộng đồng địa phương. Sự gắn kết giữa ẩm thực và văn hóa là yếu tố then chốt tạo nên sức hấp dẫn đặc biệt cho du lịch ẩm thực Đà Nẵng.

Hạn chế trong khai thác và phát triển du lịch ẩm thực Đà Nẵng

Mặc dù sở hữu tiềm năng to lớn và những lợi thế cạnh tranh rõ rệt, thực tế cho thấy việc khai thác giá trị văn hóa ẩm thực trong phát triển du lịch tại Đà Nẵng vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế. Các hoạt động quảng bá ẩm thực hiện nay còn mang tính tự phát, manh mún, thiếu sự liên kết và chiến lược dài hạn. Thông tin về các món ăn đặc sản, các địa điểm ẩm thực uy tín và những câu chuyện văn hóa đằng sau chúng chưa được truyền tải một cách hiệu quả và chuyên nghiệp đến du khách trong và ngoài nước.

Bên cạnh đó, cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch ẩm thực chưa được đầu tư và phát triển đồng bộ. Mặc dù có nhiều nhà hàng, quán ăn ngon, nhưng số lượng các cơ sở đạt tiêu chuẩn về vệ sinh an toàn thực phẩm, có không gian thưởng thức thoải mái và dịch vụ chuyên nghiệp còn hạn chế. Các tour ẩm thực chuyên biệt, các lớp học nấu ăn khám phá văn hóa ẩm thực địa phương và các sự kiện ẩm thực quy mô lớn chưa được tổ chức thường xuyên và bài bản.

Sự thiếu hụt trong việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống trong ẩm thực cũng là một vấn đề đáng lưu tâm. Việc thương mại hóa quá mức có thể dẫn đến sự mai một của những phương pháp chế biến truyền thống, sự thay đổi về hương vị và việc sử dụng các nguyên liệu không đảm bảo chất lượng. Do đó, cần có những nỗ lực trong việc bảo tồn các công thức gia truyền, hỗ trợ các nghệ nhân ẩm thực và khuyến khích việc sử dụng các sản phẩm địa phương chất lượng cao.

2. Vai trò then chốt của văn hóa ẩm thực trong chiến lược xây dựng thương hiệu du lịch Đà Nẵng

Văn hóa ẩm thực, với tính độc đáo và khả năng khơi gợi cảm xúc mạnh mẽ, đóng vai trò mang tính nền tảng và chiến lược trong quá trình kiến tạo và củng cố thương hiệu du lịch của Đà Nẵng. Không đơn thuần là một yếu tố cấu thành sản phẩm du lịch, ẩm thực địa phương còn là một công cụ mạnh mẽ, tác động đa chiều đến nhận thức, trải nghiệm và quyết định của du khách, từ đó định hình vị thế cạnh tranh của Đà Nẵng trên bản đồ du lịch quốc gia và quốc tế.

Câu nói cảm xúc và dấu ấn khó phai trong trải nghiệm du lịch ban đầu

Khi một du khách đặt chân đến một vùng đất mới, ẩm thực thường là một trong những lĩnh vực đầu tiên mà họ tiếp xúc và trải nghiệm một cách trực quan nhất. Những món ăn đặc trưng, mang đậm hương vị bản địa không chỉ đáp ứng nhu cầu cơ bản về dinh dưỡng mà còn khơi gợi sự tò mò, thích thú và tạo ra những ấn tượng ban đầu sâu sắc.

Hương vị độc đáo, cách chế biến tinh tế và sự kết hợp hài hòa của các nguyên liệu địa phương có khả năng tác động mạnh mẽ đến giác quan, lưu lại những ký ức ẩm thực khó quên. Những trải nghiệm ẩm thực tích cực này không chỉ thỏa mãn nhu cầu tức thời mà còn góp phần quan trọng trong việc hình thành cảm xúc tích cực và ấn tượng tốt đẹp về điểm đến Đà Nẵng trong tâm trí du khách. Nhiều du khách đã bày tỏ rằng chính sự phong phú và đặc sắc của ẩm thực địa phương là một trong những động lực chính khiến họ muốn quay trở lại Đà Nẵng hoặc sẵn sàng chia sẻ những trải nghiệm ẩm thực đáng nhớ này với bạn bè và người thân, qua đó lan tỏa hình ảnh tích cực về du lịch Đà Nẵng một cách tự nhiên và hiệu quả.

Yếu tố cốt lõi tạo nên sự khác biệt và định vị thương hiệu

Trong bối cảnh thị trường du lịch biển Việt Nam ngày càng trở nên cạnh tranh với sự xuất hiện của nhiều điểm đến hấp dẫn như Nha Trang, Phú Quốc hay Vũng Tàu, văn hóa ẩm thực nổi lên như một yếu tố then chốt tạo nên sự khác biệt độc đáo cho thương hiệu du lịch Đà Nẵng. Các món đặc sản mang đậm dấu ấn vùng miền, được chế biến từ nguồn nguyên liệu tươi ngon của biển cả và đất liền, không chỉ phản ánh bản sắc văn hóa địa phương mà còn khơi gợi sự liên tưởng mạnh mẽ đến Đà Nẵng mỗi khi nhắc đến. Bên cạnh đó, các lễ hội ẩm thực được tổ chức định kỳ không chỉ là nơi giới thiệu những tinh túy của ẩm thực địa phương mà còn là cơ hội để du khách trải nghiệm và tương tác trực tiếp với văn hóa ẩm thực độc đáo này, từ đó khắc sâu thêm dấu ấn về thương hiệu du lịch Đà Nẵng. Sự khác biệt và độc đáo trong văn hóa ẩm thực chính là lợi thế cạnh tranh bền vững giúp Đà Nẵng định vị thương hiệu một cách rõ ràng và thu hút sự quan tâm của du khách trong và ngoài nước.

Công cụ truyền thông hiệu quả và lan tỏa hình ảnh điểm đến

Trong kỷ nguyên số, hình ảnh và câu chuyện đóng vai trò quan trọng trong việc thu hút sự chú ý và tạo dựng nhận diện thương hiệu. Ẩm thực, với tính trực quan cao và khả năng gợi mở cảm xúc mạnh mẽ, đã trở thành một công cụ truyền thông hiệu quả cho du lịch Đà Nẵng. Những bức ảnh, video ghi lại quá trình chế biến tỉ mỉ, bày trí hấp dẫn của các món ăn đặc sản, cùng với những câu chuyện thú vị về nguồn gốc và lịch sử của chúng, thường xuyên xuất hiện trên các chiến dịch quảng bá du lịch, các trang mạng xã hội và các nền tảng truyền thông quốc tế. Sự lan tỏa mạnh mẽ của những nội dung này không chỉ khơi gợi sự thêm

muốn và tò mò của du khách tiềm năng mà còn góp phần xây dựng hình ảnh Đà Nẵng như một điểm đến hấp dẫn về ẩm thực. Các blogger du lịch, các nhà phê bình ẩm thực và chính những du khách đã trải nghiệm cũng trở thành những đại sứ thương hiệu tự nhiên, chia sẻ nhiều khoảnh khắc ẩm thực đáng nhớ của mình, từ đó nhân rộng phạm vi tiếp cận và tăng cường độ nhận diện thương hiệu du lịch Đà Nẵng trên toàn cầu.

Bước ngoặt quan trọng nâng tầm vị thế ẩm thực Đà Nẵng

Sự kiện các quán ăn tại Đà Nẵng được Michelin Guide - một trong những tổ chức đánh giá ẩm thực uy tín hàng đầu thế giới, giới thiệu trong năm 2024 đã tạo ra một tiếng vang lớn, đánh dấu một bước ngoặt quan trọng trong quá trình khẳng định vị thế của ẩm thực Đà Nẵng trên bản đồ du lịch trong nước và quốc tế. Việc các quán ăn như bánh xèo bà Dưỡng với món bánh xèo mang đậm hương vị miền Trung, bún chả cá Hồn... được vinh danh đã mang lại sự công nhận và uy tín vượt trội cho ẩm thực Đà Nẵng. Bên cạnh đó, các địa điểm ẩm thực khác như nhà hàng Madam Lân, Bép Hên, nhà hàng hải sản Mỹ Hạnh... cũng nhận được sự yêu thích từ du khách quốc tế, cho thấy sự đa dạng và chất lượng của trải nghiệm ẩm thực bản địa tại thành phố biển này.

Sự công nhận của Michelin Guide không chỉ là sự khẳng định về chất lượng và hương vị của các món ăn mà còn mang lại hiệu ứng truyền thông mạnh mẽ, thúc đẩy phát triển của du lịch ẩm thực Đà Nẵng lên một tầm cao mới. Du khách quốc tế ngày càng có xu hướng tìm kiếm và tin tưởng vào những địa chỉ ẩm thực được Michelin đề xuất như một sự đảm bảo cho chất lượng và giá trị của trải nghiệm. Bên cạnh đó, Michelin Guide lựa chọn Đà Nẵng là một trong 10 điểm đến ẩm thực hàng đầu năm 2025 là một minh chứng rõ ràng cho sự hấp dẫn và tiềm năng phát triển mạnh mẽ của ẩm thực Đà Nẵng trong khu vực và trên thế giới, đồng thời củng cố vững chắc vị thế của thành phố như một điểm đến du lịch không thể bỏ qua đối với những người yêu thích khám phá văn hóa thông qua ẩm thực.

3. Giải pháp

Để khai thác tối đa tiềm năng của văn hóa ẩm thực trong việc thúc đẩy du lịch tại Đà Nẵng, một cách tiếp cận toàn diện và đa chiều là điều cần thiết. Giải pháp được đề xuất tập trung vào việc phát triển sản phẩm du lịch ẩm thực độc đáo, tăng cường truyền thông và quảng bá hiệu quả, nâng cấp cơ sở hạ tầng và nguồn nhân lực chuyên môn, đồng thời nhấn mạnh vai trò phối hợp của tất cả các bên liên quan.

Thứ nhất, phát triển sản phẩm du lịch ẩm thực Đà Nẵng

Để phát huy hiệu quả vai trò của văn hóa ẩm thực trong phát triển du lịch, Đà Nẵng cần đa dạng hóa các loại hình du lịch ẩm thực nhằm phục vụ đa dạng nhu cầu của du khách. Bên cạnh ẩm thực đường phố và các nhà hàng truyền thống, thành phố nên phát triển thêm các loại hình như ẩm thực cao cấp ven biển, du lịch trải nghiệm nấu ăn tại làng nghề, tour khám phá chợ hải sản và các không gian ẩm thực đêm. Việc nâng cao chất lượng món ăn và đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm phải được đặt lên hàng đầu nhằm tạo niềm tin cho du khách, đồng thời nâng cao hình ảnh điểm đến an toàn, văn minh. Ngoài ra, việc xây dựng các tour ẩm thực đặc trưng kết hợp tham quan, thưởng thức đặc sản và tìm hiểu câu chuyện văn hóa của từng món ăn cũng là hướng đi tiềm năng, giúp gia tăng giá trị trải nghiệm cho du khách.

Thứ hai, giải pháp truyền thông và quảng bá văn hóa ẩm thực Đà Nẵng

Công tác truyền thông cần được triển khai đồng bộ và chuyên nghiệp hơn. Thành phố cần đầu tư xây dựng các câu chuyện ẩm thực hấp dẫn, độc đáo, nhấn mạnh yếu tố lịch sử, văn hóa và phong cách ẩm thực địa phương để tạo sức hấp dẫn khác biệt so với các điểm đến khác. Các câu chuyện này có thể được khai thác trên các nền tảng mạng xã hội, trang web du lịch chính thức, các trang du lịch quốc tế và các clip quảng bá ngắn trên Facebook, YouTube, TikTok, Instagram. Song song đó, Đà Nẵng nên tăng cường tổ chức các sự kiện, lễ hội ẩm thực quy mô quốc tế và khu vực để tạo sân chơi hấp dẫn cho du khách và nghệ nhân ẩm thực, đồng thời quảng bá rộng rãi hình ảnh ẩm thực địa phương.

Thứ ba, giải pháp phát triển cơ sở hạ tầng và nguồn nhân lực

Đầu tư phát triển hệ thống nhà hàng, quán ăn đạt chuẩn về chất lượng dịch vụ, vệ sinh an toàn thực phẩm và không gian kiến trúc mang bản sắc địa phương là điều cần thiết. Bên cạnh đó, thành phố cần chú trọng đào tạo nguồn nhân lực chất lượng cao trong lĩnh vực du lịch ẩm thực, đặc biệt là đội ngũ đầu bếp, nhân viên phục vụ và hướng dẫn viên chuyên sâu về văn hóa ẩm thực. Việc thành lập các trung tâm thông tin và hỗ trợ du khách về ẩm thực, cung cấp bản đồ, hướng dẫn tour ẩm thực và thông tin về món ăn đặc sản sẽ giúp nâng cao trải nghiệm và sự thuận tiện cho du khách khi đến với Đà Nẵng.

Thứ tư, vai trò của các bên liên quan

Đối với chính quyền địa phương, cần ban hành các chính sách hỗ trợ phát triển du lịch ẩm thực, ưu đãi cho doanh nghiệp ẩm thực địa phương và tăng

cường kiểm soát chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm. Các doanh nghiệp du lịch và ẩm thực cần chủ động xây dựng sản phẩm du lịch ẩm thực mới lạ, nâng cao chất lượng dịch vụ và đẩy mạnh liên kết hợp tác để tạo thành hệ thống sản phẩm du lịch ẩm thực đồng bộ. Đối với cộng đồng dân cư địa phương, việc nâng cao ý thức bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa ẩm thực truyền thống, tích cực tham gia vào các hoạt động phục vụ du lịch và truyền thông quảng bá ẩm thực sẽ góp phần quan trọng vào việc định vị thương hiệu du lịch Đà Nẵng trên thị trường.

4. Kết luận

Nghiên cứu này đã làm sáng tỏ vai trò then chốt của văn hóa ẩm thực trong tiến trình xây dựng và phát triển thương hiệu du lịch Đà Nẵng. Thông qua việc phân tích thực trạng khai thác các giá trị ẩm thực địa phương, bao gồm cả tiềm năng và những thách thức hiện hữu, bài viết khẳng định các món ăn đặc trưng như mì Quảng, bánh tráng cuốn thịt heo, bún chả cá, bê thui Cầu Mông, gỏi cá Nam Ô... đóng vai trò là yếu tố cốt lõi trong việc định hình bản sắc và gia tăng sức hấp dẫn đặc trưng cho điểm đến Đà Nẵng. Dựa trên những phân tích này, nghiên cứu đã đề xuất một hệ thống các giải pháp mang tính khả thi và có cơ sở thực tiễn. Việc triển khai đồng bộ và hiệu quả các giải pháp này được kỳ vọng sẽ tạo ra sự cộng hưởng mạnh mẽ, góp phần củng cố và nâng cao vị thế cạnh tranh của thương hiệu du lịch Đà Nẵng trên thị trường du lịch trong nước và quốc tế. Bài viết hy vọng mở ra hướng tiếp cận toàn diện hơn trong việc tận dụng di sản văn hóa ẩm thực như một nguồn lực chiến lược cho sự phát triển bền vững của ngành Du lịch địa phương ■

N.T.T.H

1. Lucy M. Long, *Culinary Tourism (Du lịch ẩm thực)*, Nxb Đại học Kentucky, 2004, tr.21.

Tài liệu tham khảo

1. Phạm Thu Huyền, *Một số giải pháp phát triển ẩm thực cho ngành Du lịch Việt Nam vươn tầm quốc tế*, Tạp chí Kinhdoanh, số 3, 2023, tr.333-337.
2. Nguyễn Thị Suối Linh, *Câu chuyện ẩm thực trong phát triển du lịch Việt Nam*, Tạp chí Khoa học và Công nghệ, Đại học Thái Nguyên, số 226 (08), 2021, tr.348-356.
3. Vương Xuân Tình, *Du lịch ẩm thực: Kinh nghiệm thế giới và thực trạng ở Việt Nam*, Tạp chí Thông tin khoa học xã hội, số 4, 2018, tr.45-51.

Ngày Tòa soạn nhận bài: 30-3-2025; Ngày phản biện, đánh giá, sửa chữa: 10-4-2025; Ngày duyệt bài: 25-4-2025.