

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN LOẠI HÌNH DU LỊCH MICE TẠI THÀNH PHỐ HÀ NỘI

● **TRẦN THỊ THU HUYỀN**

Khoa Du lịch và Khách sạn, Trường Đại học Kinh tế - Kỹ Thuật công nghiệp

TÓM TẮT:

Du lịch MICE đang trở thành phân khúc có giá trị gia tăng cao, đóng góp tích cực vào tăng trưởng kinh tế đô thị và nâng cao hình ảnh điểm đến. Hà Nội sở hữu nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển loại hình này như vị trí trung tâm chính trị hành chính quốc gia, hệ thống cơ sở lưu trú cao cấp ngày càng hoàn thiện, di sản văn hóa phong phú và khả năng kết nối quốc tế thuận tiện. Tuy nhiên, hoạt động MICE vẫn chưa khai thác hết tiềm năng do hạn chế về hạ tầng chuyên biệt, sản phẩm hỗ trợ và công tác xúc tiến. Bài viết phân tích thực trạng, chỉ ra những rào cản chủ yếu và đề xuất các giải pháp phát triển du lịch MICE tại Hà Nội theo hướng chuyên nghiệp, bền vững và có khả năng cạnh tranh trong khu vực.

Từ khóa: du lịch MICE, Hà Nội, phát triển du lịch, hội nghị hội thảo, giải pháp.

1. Đặt vấn đề

Du lịch MICE bao gồm các hoạt động hội họp, khen thưởng, hội nghị và triển lãm. Đây là phân khúc có giá trị gia tăng cao, khả năng chi tiêu lớn và tạo hiệu ứng lan tỏa mạnh đối với nhiều ngành dịch vụ như lưu trú, vận chuyển, ẩm thực, thương mại và truyền thông. Trên thế giới, MICE được xem là động lực quan trọng thúc đẩy kinh tế đô thị, gia tăng thu hút đầu tư và nâng cao vị thế điểm đến trong mạng lưới giao thương quốc tế.

Hà Nội giữ vai trò trung tâm chính trị hành chính quốc gia, đồng thời là đầu mối giao lưu kinh tế và văn hóa của cả nước. Thành phố thường xuyên đăng cai các sự kiện cấp cao, diễn đàn hợp tác quốc tế và hội nghị chuyên ngành. Hệ thống khách sạn cao cấp, trung tâm hội nghị hiện đại và mạng lưới giao thông kết nối sân bay quốc tế tạo nền tảng thuận lợi cho phát triển du lịch MICE. Bên cạnh đó, chiều sâu văn

hóa nghìn năm và không gian đô thị giàu bản sắc giúp Hà Nội có khả năng tạo ra những trải nghiệm khác biệt cho khách tham dự sự kiện.

Tuy nhiên, trong bối cảnh cạnh tranh gay gắt giữa các điểm đến trong khu vực Đông Nam Á, việc phát triển MICE tại Hà Nội vẫn đối mặt với nhiều thách thức. Hạ tầng triển lãm quy mô lớn còn hạn chế, sản phẩm hỗ trợ chưa chuyên biệt và hoạt động xúc tiến chưa thật sự đồng bộ. Điều này đặt ra yêu cầu phải đánh giá đầy đủ thực trạng và đề xuất các giải pháp phù hợp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh, khai thác hiệu quả tiềm năng và định vị Hà Nội trở thành điểm đến MICE chuyên nghiệp của khu vực.

2. Thực trạng phát triển du lịch MICE tại Hà Nội

Du lịch MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) là một trong những phân khúc chiến lược của ngành du lịch toàn cầu và đang

ngày càng được đầu tư, phát triển ở nhiều thành phố lớn. Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO), doanh thu toàn cầu từ du lịch MICE năm 2025 được dự báo đạt khoảng 1.400 tỷ USD, chiếm 20-30% tổng doanh thu du lịch thế giới và mức chi tiêu bình quân của khách MICE cao gấp 2-3 lần khách du lịch thông thường (UNWTO; theo thống kê được công bố tại MICE Expo 2025).

Trong bối cảnh này, Hà Nội với vị thế là trung tâm chính trị, kinh tế, văn hóa và khoa học-kỹ thuật của Việt Nam đang định hướng phát triển MICE thành sản phẩm chiến lược, nhằm thu hút nguồn khách chất lượng cao, tạo chuỗi giá trị gia tăng cho du lịch và dịch vụ phụ trợ. Điều này tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển MICE, vì loại hình này vừa yêu cầu cơ sở vật chất phục vụ sự kiện hội thảo, triển lãm quy mô lớn, vừa đem lại cho khách những trải nghiệm văn hóa, di sản đặc trưng của Thủ đô. Nhiều sự kiện MICE chuyên ngành như MICE Expo 2025 tại Trung tâm Hội nghị Quốc gia Hà Nội đã quy tụ hơn 800 doanh nghiệp và 1.500 đại biểu quốc tế, giúp quảng bá tiềm năng MICE của Hà Nội ra thị trường quốc tế.

Mặc dù chưa có số liệu thống kê riêng về tổng lượt khách MICE độc lập, các sự kiện này là chỉ báo cho thấy Hà Nội ngày càng chú trọng xây dựng sản phẩm MICE, kết hợp du lịch văn hóa - ẩm thực - trải nghiệm đô thị nhằm kéo dài thời gian lưu trú và tăng chi tiêu của đoàn khách. Đồng thời sự phát triển của MICE gắn liền với tốc độ tăng trưởng du lịch chung của Hà Nội, hạ tầng hội nghị, dịch vụ lưu trú, sự kiện quốc tế và chiến lược liên kết thị trường.

- Quy mô khách du lịch Hà Nội và cơ sở thị trường cho phát triển MICE

Quy mô và tốc độ tăng trưởng khách du lịch là chỉ báo quan trọng phản ánh nền tảng thị trường cho phân khúc MICE tại Hà Nội. Giai đoạn sau đại dịch cho thấy sự phục hồi mạnh mẽ và liên tục của ngành du lịch Thủ đô, đặc biệt ở nhóm khách quốc tế vốn có mức chi tiêu cao và nhu cầu tham gia hội nghị, hội thảo, triển lãm lớn.

Theo công bố của cơ quan quản lý du lịch thành phố, năm 2023, Hà Nội đón khoảng 24 triệu lượt khách, trong đó có gần 4 triệu lượt khách quốc tế, tổng thu từ khách du lịch đạt xấp xỉ 87,65 nghìn tỷ đồng. Sang năm 2024, tổng lượng khách tăng lên

khoảng 27,86 triệu lượt, khách quốc tế đạt hơn 6,35 triệu lượt và doanh thu ước đạt khoảng 110 nghìn tỷ đồng. Đến năm 2025, Hà Nội ghi nhận mức tăng trưởng cao nhất từ trước đến nay với khoảng 33,7 triệu lượt khách, trong đó 7,82 triệu lượt là khách quốc tế, tổng thu du lịch đạt khoảng 134,46 nghìn tỷ đồng theo số liệu công bố của Vietnam News Agency và Cổng thông tin điện tử thành phố Hà Nội.

Đáng chú ý, năm 2025, Hà Nội đón trên 33,7 triệu lượt khách, tăng 20,87% so với năm 2024. Trong đó, khách quốc tế đạt trên 7,82 triệu lượt, tăng 22,76%, còn khách nội địa đạt trên 25,88 triệu lượt, tăng 20,32%. Mức tăng trưởng ổn định này cho thấy nhu cầu đến Hà Nội vì mục đích công việc, hội họp, kết nối thương mại và tham dự sự kiện đang gia tăng cùng với đà phục hồi chung của kinh tế Việt Nam và khu vực.

Về cơ cấu thị trường, khách quốc tế đến Hà Nội chủ yếu đến từ các thị trường Đông Bắc Á, châu Âu và khu vực ASEAN. Đây là những thị trường có truyền thống tổ chức hội nghị, triển lãm và chương trình khen thưởng doanh nghiệp ở nước ngoài. Sự gia tăng của các chuyến bay quốc tế, cùng với chính sách thị thực thuận lợi hơn trong giai đoạn từ năm 2023 đến năm 2025, đã góp phần thúc đẩy dòng khách công vụ và khách tham dự sự kiện. Sự tăng trưởng đều đặn về tổng lượng khách và doanh thu du lịch qua các năm 2023, 2024 và 2025 không chỉ phản ánh sức hấp dẫn chung của điểm đến mà còn tạo nền tảng thị trường vững chắc cho việc mở rộng quy mô và nâng cao chất lượng sản phẩm MICE trong thời gian tới.

- Cơ sở hạ tầng và hệ sinh thái dịch vụ phục vụ phát triển du lịch MICE tại Hà Nội

Sự phát triển của du lịch MICE tại Hà Nội gắn chặt với năng lực hạ tầng đô thị và hệ sinh thái dịch vụ hỗ trợ. Với vai trò là trung tâm chính trị và hành chính quốc gia, Hà Nội thường xuyên đăng cai các hội nghị cấp cao, diễn đàn kinh tế, triển lãm chuyên ngành và sự kiện xúc tiến đầu tư quy mô lớn. Điều này tạo nền tảng thuận lợi để hình thành và mở rộng thị trường MICE một cách bền vững.

Về cơ sở lưu trú, theo số liệu công bố năm 2025 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Hà Nội có khoảng 3.761 cơ sở lưu trú với hơn 71.000 phòng, trong đó có 85 khách sạn và căn hộ đạt tiêu chuẩn

từ 1 đến 5 sao với gần 12.000 phòng chất lượng cao. Hệ thống khách sạn 4 và 5 sao tập trung chủ yếu tại các quận trung tâm và khu vực mới phát triển, được trang bị phòng họp, hội trường lớn, dịch vụ tổ chức sự kiện và trang thiết bị kỹ thuật đáp ứng yêu cầu của các hội nghị quốc tế. Đây là điều kiện quan trọng để thành phố có thể đón các đoàn MICE quy mô từ vài chục đến hàng nghìn đại biểu. Bên cạnh hệ thống lưu trú, Hà Nội sở hữu các không gian hội nghị chuyên biệt như Trung tâm Hội nghị Quốc gia và nhiều trung tâm triển lãm hiện đại. Các địa điểm này đã từng tổ chức nhiều sự kiện chính trị và kinh tế tầm khu vực, góp phần nâng cao uy tín điểm đến trong mắt đối tác quốc tế.

Hạ tầng giao thông cũng đóng vai trò hỗ trợ đáng kể. Sân bay quốc tế Nội Bài liên tục được nâng cấp công suất phục vụ hàng chục triệu lượt khách mỗi năm, cùng với mạng lưới đường vành đai, cao tốc kết nối các tỉnh phía Bắc, tạo điều kiện thuận lợi cho khách công vụ và doanh nghiệp di chuyển nhanh chóng. Ngoài ra, hệ sinh thái dịch vụ đi kèm như công ty tổ chức sự kiện, đơn vị cung cấp thiết bị hội nghị, dịch vụ phiên dịch, công nghệ trình chiếu và nền tảng hội nghị trực tuyến ngày càng chuyên nghiệp hóa.

Tổng thể, cơ sở hạ tầng lưu trú, hội nghị và dịch vụ hỗ trợ tại Hà Nội đã hình thành một nền tảng tương đối đồng bộ cho phát triển MICE. Tuy nhiên, mức độ khai thác hiệu quả và xây dựng sản phẩm chuyên biệt vẫn là yếu tố quyết định khả năng nâng cao vị thế cạnh tranh của Hà Nội trong khu vực Đông Nam Á.

3. Rào cản và giải pháp phát triển du lịch MICE tại Hà Nội

Du lịch MICE tại Hà Nội dù có nhiều tiềm năng nhưng vẫn tồn tại những rào cản đáng kể ảnh hưởng đến khả năng cạnh tranh trong khu vực.

Thứ nhất là vấn đề quy hoạch và định vị sản phẩm. MICE hiện nay chủ yếu được khai thác dựa trên lợi thế sẵn có của thành phố là trung tâm chính trị và hành chính quốc gia, nơi thường xuyên diễn ra các hội nghị, diễn đàn và sự kiện cấp cao. Tuy nhiên, việc xây dựng thương hiệu điểm đến MICE chuyên biệt vẫn chưa thực sự rõ nét so với các trung tâm MICE lớn trong khu vực như Bangkok hay Singapore. Hà Nội chưa

có chiến lược truyền thông quốc tế dài hạn dành riêng cho phân khúc này, dẫn đến khả năng tiếp cận thị trường toàn cầu còn hạn chế.

Thứ hai là tính đồng bộ của hạ tầng và dịch vụ hỗ trợ. Mặc dù thành phố có nhiều khách sạn cao cấp và trung tâm hội nghị hiện đại, nhưng sự liên kết giữa các nhà cung cấp dịch vụ tổ chức sự kiện, lễ hành, vận tải, công nghệ hội nghị và dịch vụ giải trí chưa thật sự chặt chẽ. Chuỗi cung ứng dịch vụ MICE vì vậy chưa hình thành hệ sinh thái chuyên nghiệp ở mức cao. Ngoài ra, tình trạng ùn tắc giao thông vào giờ cao điểm và sự quá tải cục bộ tại một số khu vực trung tâm có thể ảnh hưởng đến trải nghiệm của đoàn khách số lượng lớn.

Thứ ba là chất lượng nguồn nhân lực chuyên sâu cho MICE. Phân khúc này đòi hỏi đội ngũ nhân sự có kỹ năng tổ chức sự kiện, điều phối hội nghị quốc tế, ngoại ngữ và khả năng ứng dụng công nghệ. Trong khi đó, lực lượng lao động du lịch của Hà Nội phần lớn được đào tạo theo hướng dịch vụ lưu trú và lễ hành truyền thống, chưa chuyên biệt hóa theo yêu cầu của MICE cao cấp.

Trên cơ sở nhận diện các rào cản nêu trên, một số giải pháp trọng tâm cần được triển khai đồng bộ.

Thứ nhất, thành phố cần xây dựng chiến lược phát triển MICE dài hạn, xác định rõ phân khúc mục tiêu như hội nghị quốc tế, triển lãm chuyên ngành hay du lịch khen thưởng doanh nghiệp. Việc định vị thương hiệu Hà Nội như một điểm đến MICE gắn với di sản văn hóa, ẩm thực và trải nghiệm đô thị sáng tạo sẽ giúp tạo sự khác biệt trên thị trường.

Thứ hai, cần tăng cường liên kết giữa chính quyền, doanh nghiệp lễ hành, khách sạn và đơn vị tổ chức sự kiện để hình thành chuỗi giá trị MICE hoàn chỉnh. Việc ứng dụng công nghệ số trong quản lý sự kiện, đăng ký trực tuyến, hội nghị kết hợp trực tiếp và trực tuyến sẽ nâng cao tính chuyên nghiệp và mở rộng khả năng tiếp cận khách quốc tế.

Thứ ba, đầu tư phát triển nguồn nhân lực chuyên sâu là yếu tố then chốt. Các chương trình đào tạo về quản trị sự kiện, kỹ năng tổ chức hội nghị quốc tế, marketing MICE và năng lực ngoại ngữ cần được chú trọng. Khi các giải pháp này được triển khai đồng bộ, Hà Nội có cơ sở để nâng cao năng lực cạnh tranh và từng bước khẳng định vị thế là trung tâm MICE quan trọng của khu vực ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Sở Du lịch Hà Nội (2025). Hà Nội tiên phong trong phát triển du lịch MICE. Truy cập từ: <https://sodulich.hanoi.gov.vn/ha-noi-tien-phong-trong-phat-trien-du-lich-mice.html>

Cục du lịch Quốc gia Việt Nam (2025). MICE EXPO 2025: Di sản và công nghệ - Động lực phát triển du lịch MICE Việt Nam. Truy cập từ: <https://vietnamtourism.gov.vn/post/63869>.

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2025). Năm 2025, du lịch Hà Nội đón trên 33,7 triệu lượt khách, doanh thu đạt hơn 134.000 tỷ đồng. Truy cập từ: <https://bvhttdl.gov.vn/nam-2025-du-lich-ha-noi-don-tren-337-trieu-luot-khach-doanh-thu-dat-hon-134000-ty-dong-20251225145641446.htm>.

Ngày nhận bài: 25/12/2025

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 10/01/2026

Ngày chấp nhận đăng bài: 30/01/2026

DEVELOPING MICE TOURISM IN HANOI: CHALLENGES, OPPORTUNITIES, AND SOLUTIONS

● TRAN THI THU HUYEN

Faculty of Tourism and Hospitality, University of Economics
Technology for Industries

ABSTRACT:

MICE tourism has emerged as a high-value-added segment that contributes significantly to urban economic growth and enhances the image and competitiveness of destinations. Hanoi possesses several advantages for developing this tourism sector, including its role as the national political and administrative center, an increasingly well-developed system of high-end accommodation, a rich cultural heritage, and convenient international connectivity. Despite these favorable conditions, the development of MICE tourism in Hanoi has yet to fully realize its potential due to limitations in specialized infrastructure, supporting services, and promotional activities. This study examines the current state of MICE tourism development in Hanoi, identifies key constraints hindering its expansion, and proposes strategic solutions to promote the sector in a more professional, sustainable, and regionally competitive manner.

Keywords: MICE tourism, Hanoi, tourism development, conferences and seminars, solutions.