

PHÁT TRIỂN CHUỖI SẢN PHẨM DU LỊCH 4 MÙA LIÊN KẾT VÙNG KHÔNG GIAN TẠI TỈNH QUẢNG NINH

NGUYỄN AN THỊNH¹ - NGUYỄN THỊ MAI HƯƠNG¹
- TRỊNH THỊ PHƯƠNG HOA¹ - ĐỖ PHƯƠNG LINH² - VŨ THỊ HUỆ^{3*}

¹Trường Đại học Kinh tế, Đại học Quốc gia Hà Nội
University of Economics and Business, Vietnam National University, Hanoi, Vietnam

²Ngân hàng Standard Chartered Vietnam
Standard Chartered Bank Vietnam

³Viện Kinh tế phát triển và Quy hoạch
Institute of Development Economics and Planning

Ngày nhận bài: 24/6/2026

Ngày sửa bài: 8/7/2026

Ngày duyệt đăng bài: 27/7/2026

Tóm tắt:

Quảng Ninh có tài nguyên du lịch đa dạng nhưng hoạt động du lịch còn chịu ảnh hưởng của tính mùa vụ, dẫn đến mất cân đối về phân bố khách và hiệu quả khai thác nguồn lực. Nghiên cứu đề xuất chuỗi sản phẩm liên kết Hạ Long, Cẩm Phả, Vân Đồn và Cô Tô theo nguyên tắc bổ trợ mùa vụ nhằm phát huy lợi thế từng vùng và phát triển du lịch 4 mùa. Trên cơ sở tổng hợp tài liệu, phân tích so sánh, SWOT và ma trận mùa vụ, kết quả cho thấy sự khác biệt về tài nguyên, sản phẩm và mùa vụ giữa 4 vùng tạo điều kiện hình thành các chuỗi liên kết, góp phần kéo dài thời gian lưu trú, phân tán dòng khách và nâng cao hiệu quả khai thác tài nguyên. Nghiên cứu đề xuất 4 chuỗi sản phẩm cùng các hàm ý chính sách nhằm tăng cường liên kết vùng và nâng cao năng lực cạnh tranh của du lịch Quảng Ninh.

Từ khóa: du lịch 4 mùa, chuỗi sản phẩm du lịch, liên kết vùng, mùa vụ, Quảng Ninh

Developing four-season tourism product chains through spatial regional linkages in Quang Ninh Province

Abstract:

Quang Ninh Province possesses diverse tourism resources, yet tourism remains strongly affected by seasonality, resulting in uneven tourist flows and inefficient resource utilization. This study proposes tourism product chains linking Ha Long, Cam Pha, Van Don, and Co To based on seasonal complementarity to promote year-round tourism. Using literature review, comparative analysis, SWOT analysis, and a seasonality matrix, the study finds that differences in resources, tourism products, and seasonal characteristics among the four areas create favorable conditions for integrated product chains. Such linkages can extend visitor stays, disperse tourist flows, and improve resource utilization. The study proposes four tourism product chains and related policy implications to strengthen regional cooperation and enhance the competitiveness of Quang Ninh as a four-season destination.

Keywords: four-season tourism, tourism product chains, regional linkages, seasonality, Quang Ninh

1. Đặt vấn đề

Quảng Ninh sở hữu hệ thống tài nguyên du lịch đa dạng, nổi bật với Vịnh Hạ Long, vịnh Bái Tử Long, hệ thống đảo ven bờ, các giá trị văn hóa - lịch sử, cảnh quan đô thị và các khu nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe. Hạ tầng giao thông, cảng biển, sân bay và cơ sở lưu trú ngày càng hoàn thiện, tạo điều kiện mở rộng thị trường và nâng cao vị thế du lịch của tỉnh.

Tuy nhiên, dòng khách vẫn tập trung mạnh vào mùa hè, các kỳ nghỉ lễ và một số điểm đến nổi tiếng, trong khi nhiều khu vực tiềm năng chưa được kết nối hiệu quả. Tính mùa vụ dẫn đến quá tải vào mùa cao điểm nhưng giảm công suất cơ sở lưu trú, thiếu ổn định việc làm và giảm hiệu quả đầu tư trong mùa thấp điểm. Vì vậy, phát triển du lịch quanh năm là giải pháp quan trọng để nâng cao hiệu quả kinh tế, phân bổ dòng khách và thúc đẩy phát triển bền vững.

Hạ Long, Cẩm Phả, Vân Đồn và Cô Tô có lợi thế khác biệt và có khả năng bổ trợ cho nhau: Hạ Long là vùng lõi di sản và trung tâm dịch vụ; Cẩm Phả có thế mạnh khoáng nóng, văn hóa và không gian công nghiệp; Vân Đồn là cửa ngõ biển đảo và trung tâm nghỉ dưỡng; Cô Tô nổi bật với cảnh quan nguyên sơ và du lịch sinh thái - cộng đồng. Nghiên cứu vì vậy tập trung xác định khả năng kết nối 4 vùng thành các chuỗi sản phẩm theo mùa nhằm giảm tính mùa vụ, kéo dài thời gian lưu trú và nâng cao hiệu quả khai thác không gian du lịch Quảng Ninh.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Tính mùa vụ trong du lịch

Tính mùa vụ là sự biến động có tính chu kỳ của nhu cầu du lịch theo thời gian, thể hiện qua lượng khách, doanh thu và mức độ sử dụng hạ tầng (BarOn, 1975). Ngoài điều kiện tự nhiên, mùa vụ còn chịu tác động của kỳ nghỉ, lễ hội, khả năng chi trả và xu hướng tiêu dùng (Butler, 1994), đặc biệt rõ tại các điểm đến biển - đảo.

Tính mùa vụ có thể gây quá tải trong mùa cao điểm, giảm hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất trong mùa thấp điểm và gây khó khăn cho duy trì nguồn nhân lực. Đa dạng hóa sản phẩm, mở rộng thị trường, tổ chức sự kiện và tăng cường liên kết không gian được xem là những giải pháp quan trọng để phân bổ dòng khách đồng đều hơn trong năm (Baum & Lundtorp, 2001; Cannas, 2012).

2.2. Chuỗi sản phẩm du lịch liên kết không gian

Trong chuỗi sản phẩm du lịch, mỗi điểm đến đảm nhận một vai trò riêng và bổ sung cho các điểm đến khác thông qua sự khác biệt về tài nguyên, sản phẩm và trải nghiệm. Cách tiếp cận này giúp kéo dài thời gian lưu trú, tăng mức chi tiêu của khách và tạo điều kiện để lợi ích du lịch lan tỏa giữa các địa phương. Đồng thời, phát triển chuỗi sản phẩm còn góp phần tăng cường liên kết giữa các doanh nghiệp, cơ quan quản lý và cộng đồng địa phương, hình thành hệ sinh thái du lịch có tính kết nối cao.

Đối với Quảng Ninh, việc liên kết Hạ Long, Cẩm Phả, Vân Đồn và Cô Tô không chỉ dựa trên vị trí địa lý liên kề mà còn dựa trên sự khác biệt về loại hình sản phẩm như di sản, nghỉ dưỡng biển đảo, sinh thái, khoáng nóng, văn hóa công nghiệp và du lịch cộng đồng. Đây là nền tảng quan trọng để xây dựng các chuỗi sản phẩm đa dạng, đáp ứng nhu cầu của nhiều phân khúc khách và nhiều thời điểm trong năm.

2.3. Nguyên tắc bù trừ mùa vụ

Nguyên tắc bù trừ mùa vụ dựa trên việc kết nối các điểm đến có đặc điểm mùa vụ khác nhau, qua đó sự suy giảm nhu cầu ở một khu vực có thể được bù đắp bởi lợi thế của khu vực khác (Butler, 2001; Baum & Lundtorp, 2001). Điều kiện để mô hình này phát huy hiệu quả bao gồm sự khác biệt về thời điểm khai thác, khả năng kết nối, tính bổ trợ của sản phẩm và cơ chế phối hợp giữa các chủ thể (Crouch & Ritchie, 1999; Ritchie & Crouch, 2003).

Hạ Long có thể mạnh về di sản, vui chơi giải trí và MICE; Cẩm Phả có thể mạnh về khoáng nóng, văn hóa công nghiệp và ẩm thực; Vân Đồn có thể mạnh về sinh thái biển đảo và nghỉ dưỡng; Cô Tô có thể mạnh về cảnh quan nguyên sơ và du lịch cộng đồng. Đây là cơ sở để chuyển từ phát triển từng điểm đến riêng lẻ sang mạng lưới du lịch liên kết theo mùa.

2.4. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng tiếp cận hệ thống kết hợp phân tích định tính và tổng hợp tài liệu thứ cấp. Dữ liệu được thu thập từ Sở Du lịch Quảng Ninh, Cổng thông tin Du lịch Quảng Ninh, Cổng thông tin điện tử tỉnh Quảng Ninh và các nghiên cứu trong nước, quốc tế; số liệu chủ yếu thuộc giai đoạn 2019-2024.

Phương pháp phân tích so sánh được sử dụng để đánh giá sự khác biệt về tài nguyên, sản phẩm và mùa vụ giữa Hạ Long, Cẩm Phả, Vân Đồn và Cô Tô; phân tích SWOT xác định lợi thế, hạn chế, cơ hội và thách thức. Trên cơ sở đó, ma trận mùa vụ - không gian được xây dựng để đánh giá khả năng bổ trợ và đề xuất các chuỗi sản phẩm phù hợp.

Quy trình nghiên cứu gồm 4 bước: (i) tổng hợp cơ sở lý thuyết; (ii) phân tích tài nguyên, sản phẩm và mùa vụ; (iii) đánh giá khả năng liên kết bằng ma trận mùa vụ và SWOT; (iv) đề xuất chuỗi sản phẩm và hàm ý chính sách.

3. Kết quả và thảo luận kết quả nghiên cứu

3.1. Đánh giá khả năng bổ trợ giữa 4 vùng không gian du lịch

4 vùng không gian du lịch của Quảng Ninh có sự khác biệt rõ rệt về tài nguyên, sản phẩm chủ đạo và vai trò trong mạng lưới du lịch của tỉnh. Chính sự khác biệt này tạo điều kiện thuận lợi để hình thành chuỗi sản phẩm liên kết thay vì phát triển theo hướng cạnh tranh giữa các địa phương.

Bảng 1. Đặc điểm và vai trò của 4 vùng không gian du lịch Quảng Ninh

Không gian	Lợi thế nổi bật	Sản phẩm chủ đạo	Vai trò trong chuỗi
Hạ Long	Di sản thiên nhiên thế giới, hạ tầng phát triển	Du thuyền, nghỉ dưỡng, MICE, vui chơi giải trí	Trung tâm đón khách và phân phối khách
Cẩm Phả	Khoáng nóng, văn hóa công nghiệp, ẩm thực	Nghỉ dưỡng khoáng nóng, văn hóa, chăm sóc sức khỏe	Điểm bổ trợ ngoài mùa biển
Vân Đồn	Vịnh Bái Tử Long, sân bay, sinh thái biển đảo	Nghỉ dưỡng sinh thái, khám phá biển đảo	Cửa ngõ kết nối chuỗi
Cô Tô	Biển đảo nguyên sơ, cảnh quan tự nhiên	Nghỉ dưỡng biển, trải nghiệm cộng đồng	Điểm nhấn cuối hành trình

Nguồn: Nhóm tác giả tổng hợp từ Sở Du lịch Quảng Ninh (2019-2023), Cổng thông tin Du lịch Quảng Ninh (2024a, 2024b) và Cổng thông tin điện tử tỉnh Quảng Ninh (2025).

Hạ Long giữ vai trò trung tâm nhờ thương hiệu quốc tế và hệ thống dịch vụ hoàn chỉnh; Cẩm Phả bổ sung các sản phẩm ít phụ thuộc thời tiết; Vân Đồn là cửa ngõ kết nối các tuyến biển đảo; Cô Tô tạo giá trị khác biệt bằng nghỉ dưỡng và khám phá thiên nhiên. Sự phân hóa này là tiền đề phát triển các chuỗi sản phẩm có tính bổ trợ.

3.2. Phân tích đặc điểm mùa vụ và khả năng liên kết

Kết quả phân tích cho thấy, tính mùa vụ giữa 4 vùng không hoàn toàn trùng khớp. Trong khi Hạ Long và Cô Tô tập trung khách vào mùa hè thì Cẩm Phả và một phần Vân Đồn có khả năng khai thác hiệu quả hơn vào mùa thu, mùa đông và mùa xuân thông qua các sản phẩm nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe, văn hóa và sinh thái. Điều này tạo cơ sở để điều tiết dòng khách giữa các vùng trong năm.

Bảng 2. Ma trận mùa vụ và định hướng khai thác sản phẩm

Vùng	Mùa xuân	Mùa hè	Mùa thu	Mùa đông
Hạ Long	Tham quan di sản, lễ hội, MICE	Du lịch vịnh, vui chơi, nghỉ dưỡng	Di sản, sự kiện, du lịch đêm	MICE, ẩm thực, văn hóa, nghỉ dưỡng
Cẩm Phả	Văn hóa, khoáng nóng, ẩm thực	Bái Tử Long, nghỉ dưỡng, trải nghiệm biển	Khoáng nóng, chăm sóc sức khỏe	Khoáng nóng, văn hóa, du lịch công nghiệp
Vân Đồn	Tâm linh, sinh thái, nghỉ dưỡng	Biển đảo, nghỉ dưỡng cao cấp	Sinh thái, ẩm thực, khám phá đảo	Nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe, trải nghiệm địa phương
Cô Tô	Sinh thái, cộng đồng, khám phá đảo	Tắm biển, nghỉ dưỡng, thể thao biển	Nhiếp ảnh, cộng đồng, sinh thái	Trải nghiệm đời sống đảo, giáo dục môi trường

Nguồn: Nhóm nhóm tác giả xây dựng trên cơ sở phân tích tài liệu và ma trận mùa vụ.

Kết quả phân tích cho thấy Cô Tô và Hạ Long đạt mức hấp dẫn cao nhất vào mùa hè nhờ lợi thế biển đảo và nghỉ dưỡng. Ngược lại, Cẩm Phả phát huy ưu thế trong mùa thu và mùa đông với các sản phẩm khoáng nóng, chăm sóc sức khỏe và văn hóa công nghiệp. Vân Đồn duy trì khả năng khai thác khá ổn định nhờ kết hợp nghỉ dưỡng sinh thái và kết nối các tuyến biển đảo. Sự khác biệt này góp phần giảm áp lực lên các điểm đến trong mùa cao điểm và tạo điều kiện hình thành các hành trình du lịch quanh năm.

3.3. Đề xuất các chuỗi sản phẩm du lịch liên kết theo mùa

Từ kết quả phân tích về tài nguyên, mùa vụ và khả năng kết nối, nghiên cứu đề xuất 4 chuỗi sản phẩm du lịch liên kết nhằm khai thác hiệu quả lợi thế của từng vùng và hướng tới phát triển du lịch 4 mùa.

Bảng 3. Tổng hợp các chuỗi sản phẩm du lịch đề xuất

Chuỗi sản phẩm	Không gian chính	Thời gian phù hợp	Sản phẩm cốt lõi	Khách mục tiêu
Di sản và Khám phá 4 mùa Quảng Ninh	Hạ Long - Cẩm Phả - Vân Đồn - Cô Tô	Quanh năm	Di sản, văn hóa, nghỉ dưỡng, biển đảo	Khách nội địa, quốc tế, khách khám phá
Nghỉ dưỡng cao cấp - Vùng đảo xa Vân Đồn và Cô Tô	Hạ Long/Cẩm Phả - Vân Đồn - Cô Tô	Xuân, hè, thu	Nghỉ dưỡng, khoáng nóng, biển đảo, ẩm thực	Khách chi trả cao, gia đình, khách quốc tế
Sinh thái - Cộng đồng - Bái Tử Long	Cẩm Phả - Vân Đồn - Cô Tô	Xuân, hè, thu	Sinh thái, cộng đồng, giáo dục môi trường	Khách trẻ, học sinh, gia đình, khách trách nhiệm
Mùa đông Quảng Ninh - Di sản trong sương	Hạ Long - Cẩm Phả - Vân Đồn	Thu, đông	Di sản, khoáng nóng, MICE, ẩm thực	Khách MICE, trung niên, cao tuổi, gia đình

Nguồn: Đề xuất của nhóm nhóm tác giả trên cơ sở kết quả nghiên cứu.

4 chuỗi sản phẩm được xây dựng hướng tới các phân khúc khách khác nhau nhưng đều dựa trên nguyên tắc bổ trợ giữa các vùng. Chuỗi "Di sản và Khám phá 4 mùa Quảng Ninh" khai thác tổng hợp tài nguyên của cả 4 vùng; chuỗi "Nghỉ dưỡng cao cấp - Vùng đảo xa Vân Đồn và Cô Tô" hướng tới phân khúc khách có khả năng chi trả cao; chuỗi "Sinh thái - Cộng đồng - Bái Tử Long" phát triển du lịch trách nhiệm; trong khi chuỗi "Mùa đông Quảng Ninh - Di sản trong sương" tập trung khai thác mùa thấp điểm thông qua các sản phẩm văn hóa, khoáng nóng và MICE.

3.4. Hàm ý đối với phát triển chuỗi sản phẩm du lịch

Phát triển chuỗi sản phẩm liên kết theo mùa đòi hỏi sự phối hợp đồng bộ giữa quản lý nhà nước và doanh nghiệp. Trước hết, cần xây dựng cơ chế điều phối liên vùng trong phát triển sản phẩm, tổ chức sự kiện và quảng bá; đồng thời tăng cường hạ tầng kết nối, chuyển đổi số và chia sẻ dữ liệu để nâng cao hiệu quả điều phối dòng khách.

Doanh nghiệp cần phát triển các chương trình linh hoạt theo mùa, kết hợp nhiều loại hình sản phẩm nhằm kéo dài thời gian lưu trú và tăng chi tiêu. Việc xây dựng thương hiệu chung cho các chuỗi sản phẩm liên kết cũng cần được chú trọng để nâng cao sức cạnh tranh của du lịch Quảng Ninh.

4. Kết luận và hàm ý chính sách

Kết quả nghiên cứu cho thấy Hạ Long, Cẩm Phả, Vân Đồn và Cô Tô có sự khác biệt đáng kể về tài nguyên, sản phẩm và thời điểm khai thác. Đây là điều kiện thuận lợi để phát triển chuỗi sản phẩm theo nguyên tắc bổ trợ mùa vụ. Việc tổ chức các điểm đến theo chuỗi có khả năng kéo dài thời gian lưu trú, phân tán dòng khách, nâng cao hiệu quả khai thác hạ tầng và giảm áp lực lên các điểm đến trong mùa cao điểm.

Nghiên cứu đề xuất 4 chuỗi sản phẩm gồm: (i) “Di sản và Khám phá 4 mùa Quảng Ninh”; (ii) “Nghỉ dưỡng cao cấp - Vùng đảo xa Vân Đồn và Cô Tô”; (iii) “Sinh thái - Cộng đồng - Bái Tử Long”; và (iv) “Mùa đông Quảng Ninh - Di sản trong sương”. Các chuỗi khai thác sự khác biệt về tài nguyên và mùa vụ để đa dạng hóa sản phẩm và hướng tới phát triển du lịch 4 mùa.

Để triển khai hiệu quả, cần xây dựng cơ chế điều phối liên vùng giữa chính quyền, cơ quan quản lý du lịch và doanh nghiệp; tăng cường hạ tầng giao thông và logistics, nhất là đối với các tuyến biển đảo; ứng dụng chuyển đổi số, xây dựng cơ sở dữ liệu du lịch dùng chung; đồng thời khuyến khích doanh nghiệp phát triển các gói sản phẩm linh hoạt và liên kết giữa lưu trú, vận chuyển, lữ hành và dịch vụ trải nghiệm.

Nghiên cứu còn hạn chế do chủ yếu sử dụng dữ liệu thứ cấp và phương pháp định tính, chưa lượng hóa tác động của từng chuỗi sản phẩm tới lượng khách và doanh thu. Các nghiên cứu tiếp theo có thể kết hợp điều tra du khách, mô hình kinh tế lượng hoặc mô phỏng để đánh giá hiệu quả thực tế của các chuỗi sản phẩm, qua đó hoàn thiện cơ sở khoa học cho phát triển du lịch 4 mùa tại Quảng Ninh ■

Lời cảm ơn:

Nghiên cứu này được thực hiện trong khuôn khổ nhiệm vụ khoa học “Nghiên cứu phát triển bền vững sản phẩm du lịch 4 mùa trên cơ sở ứng dụng chuyển đổi số tại tỉnh Quảng Ninh”, do Trường Đại học Kinh tế - Đại học Quốc gia Hà Nội chủ trì, mã số NV.CT.H49.2025.19.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Cục Du lịch Việt Nam. (2023). Báo cáo thường niên du lịch Việt Nam 2022-2023. <https://vietnamtourism.gov.vn/tags/Bao-cau-thuong-nien-du-lich-Viet-Nam>

- Hà Phong (2024). Cẩm Phả: Đa dạng trải nghiệm để hút khách. Cổng thông tin Du lịch Quảng Ninh. <https://dulich.quangninh.gov.vn/Trang/ChiTietTinTuc.aspx?nid=4419>.
- Hoàng Nga. (2024). Quảng bá du lịch thời đại 4.0. Cổng thông tin Du lịch Quảng Ninh. <https://dulich.quangninh.gov.vn/Trang/ChiTietTinTuc.aspx?nid=4362>.
- Hoàng Quỳnh. (2026). Cô Tô - Điểm đến “xanh, thông minh, thân thiện”. Cổng thông tin điện tử tỉnh Quảng Ninh. <https://www.quangninh.gov.vn/Trang/ChiTietTinTuc.aspx?nid=164394>.
- Lê Nam. (2026). Quảng Ninh đẩy mạnh thu hút khách du lịch quốc tế. Cổng thông tin Du lịch Quảng Ninh. <https://www.quangninh.gov.vn/Trang/ChiTietTinTuc.aspx?nid=164264>.
- Sở Du lịch Quảng Ninh. (2019-2023). Báo cáo thống kê du lịch hàng năm. <https://www.quangninh.gov.vn/Lists/VanBanPhapQuy/Attachments/69104/945.BCdulich.pdf>
- Thái Bình. (2026). Cô Tô xanh, sinh thái đang dần hiện hữu. Báo Quảng Ninh. <https://baoquangninh.vn/co-to-xanh-sinh-thai-dang-dan-hien-huu-3393827.html>
- BarOn, R. R. V. (1975). *Seasonality in Tourism: A Guide to the Analysis of Seasonality and Trends for Policy Making*. The Economist Intelligence Unit.
- Baum, T., & Lundtorp, S. (Eds.). (2001). *Seasonality in Tourism*. Pergamon.
- Butler, R. W. (1994). Seasonality in tourism: Issues and problems. In A. V. Seaton (Ed.), *Tourism: The State of the Art* (pp. 332-339). John Wiley & Sons.
- Butler, R. W. (2001). Seasonality in tourism: Issues and implications. In T. Baum & S. Lundtorp (Eds.), *Seasonality in Tourism* (pp. 5-22). Pergamon.
- Cannas, R. (2012). An overview of tourism seasonality: Key concepts and policies. *AlmaTourism - Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 3(5), 40-58.
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137-152. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(97\)00196-3](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(97)00196-3).
- Koenig-Lewis, N., & Bischoff, E. E. (2005). Seasonality research: The state of the art. *International Journal of Tourism Research*, 7(4-5), 201-219. <https://doi.org/10.1002/jtr.531>.
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. CABI Publishing.
- Zhang, X., Song, H., & Huang, G. Q. (2009). Tourism supply chain management: A new research agenda. *Tourism Management*, 30(3), 345-358. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.12.010>.