THÊM "LỰC ĐẨY" NGÀNH KHÁCH SẠN

Bất động sản nghỉ dưỡng nói chung, phân khúc khách sạn nói riêng, đang hưởng lợi ngày càng lớn từ xu hướng du lịch MICE, du lịch sự kiện…

BÌNH MINH

TẠO LÝ DO KÉO KHÁCH QUỐC TẾ

Việt Nam đang đẩy mạnh phát triển công nghiệp văn hóa, thu hút nghệ sĩ quốc tế và tổ chức sự kiện lớn tại các điểm đến du lịch. Đáng chú ý, nhiều chủ đầu tư các dự án nghỉ dưỡng lớn cũng tham gia ngày càng tích cực vào việc kiến tạo "lý do" tới các điểm đến cho du khách bằng các hoạt động văn hóa như lễ hội, âm nhạc, sự kiện, pháo hoa…

Theo các chuyên gia, một buổi biểu diễn/chương trình nghệ thuật - văn hóa có thể thu hút nhiều tệp khán giả, từ người dân địa phương đến du khách trong nước và quốc tế. Nhóm khách sạn 3-4 sao trong bán kính 3 km từ địa điểm tổ chức dự báo sẽ thu hút lượng khách nội địa lớn. Trong khi đó, nhóm khách sạn hạng sang có lợi thế khai thác nhóm khách quốc tế và dư địa bán các gói dịch vụ cao cấp.

Ông David Jackson - Tổng giám đốc Avison Young cho hay, một thay đổi quan trọng đang diễn ra là việc ngành nghỉ dưỡng phát triển hệ sinh thái và gia tăng doanh thu ngoài phòng. Các chủ đầu tư và đơn vị vận hành được dự báo tiếp tục chuyển trọng tâm từ kinh doanh phòng đơn thuần sang phát triển hệ sinh thái du lịch tích hợp, kết hợp lưu trú với F&B, vui chơi giải trí, chăm sóc sức khỏe, golf, MICE và các hoạt động trải nghiệm. Xu hướng này giúp gia tăng thời gian lưu trú, mở rộng nguồn doanh thu trên mỗi khách hàng và nâng cao khả năng cạnh tranh của điểm đến, đặc biệt tại các tổ hợp nghỉ dưỡng quy mô lớn.

"Một buổi concert có thể mang lại giá trị kinh tế lớn hơn đáng kể so với doanh thu trực tiếp từ vé hay tiền thuê địa điểm. Đó chính là hệ sinh thái dịch vụ xung quanh: Khách sạn, nhà hàng, hãng hàng không, trung tâm thương mại và hàng loạt loại hình dịch vụ khác. Với bất động sản du lịch nghỉ dưỡng, cơ hội nằm ở chính sách thương mại nhạy bén khi nhu cầu tăng đột biến và chuyển sức hút sự kiện thành nguồn khách bền vững", ông David Jackson nhấn mạnh.

LỢI THẾ TỪ SỰ LINH HOẠT

Thị trường khách sạn và nghỉ dưỡng Việt Nam được kỳ vọng tiếp tục hưởng lợi từ các chiến lược chủ động mở rộng thị trường khách quốc tế thông qua hợp tác giữa các doanh nghiệp lưu trú, phát triển điểm đến và nền tảng du lịch số. Việc Vinpearl và Sun Hospitality & Entertainment hợp tác chiến lược với Klook cho thấy xu hướng tăng cường hoạt động marketing, phát triển sản phẩm, chia sẻ dữ liệu và tiếp cận trực tiếp các thị trường nguồn ngày càng được chú trọng. Cách tiếp cận này không chỉ giúp gia tăng khả năng tiếp cận du khách, mà còn hỗ trợ hình thành các sản phẩm và trải nghiệm phù hợp hơn với từng thị trường.

Theo bà Nguyễn Lê Dung - Trưởng Bộ phận Tư vấn đầu tư, Savills Hà Nội, trong bối cảnh lạm phát và chi phí vốn ảnh hưởng đến quyết định đầu tư bất động sản, khách sạn có lợi thế nhờ khả năng điều chỉnh giá phòng theo nhu cầu thị trường. Tuy nhiên, sức hấp dẫn của phân khúc này không chỉ phụ thuộc vào tiềm năng tăng doanh thu, mà còn ở hiệu quả vận hành, khả năng tạo lợi nhuận và dư địa gia tăng giá trị tài sản trong dài hạn.

So với văn phòng và bán lẻ, khách sạn có khả năng điều chỉnh giá phòng theo ngày dựa trên nhu cầu lưu trú, mùa vụ và mức độ cạnh tranh. Sự linh hoạt này tạo cơ hội tăng trưởng doanh thu khi điều kiện thị trường thuận lợi, nhưng cũng khiến kết quả kinh doanh nhạy cảm hơn với biến động nhu cầu. Vì vậy, khả năng kiểm soát chi phí và duy trì công suất khai thác đóng vai trò quan trọng đối với hiệu quả đầu tư.

Khách sạn quanh Sân vận động Mỹ Đình (Hà Nội)					
Tên dự án	Phân khúc	Q3 2026	23-25/10/2026		
		Giá trung bình (USD/đêm)	Giá trung bình (USD/đêm)	Mức tăng	Tỷ lệ lấp đầy
JW Marriott Hotel Hanoi	5 sao	300	350	16.67%	-
Intercontinental Landmark 72	5 sao	480	513	6.88%	-
Sheraton Hanoi West	5 sao	250	302	20.8%	80-90%
Top Hotel	4 sao	-	-	-	100%
Reyna Hotel	4 sao	55	66	20%	95%

Biến động giá phòng khách sạn quanh khu vực sân vận động Mỹ Đình trong thời điểm diễn ra sự kiện BIGBANG 2026-2027 World Tour tại Hà Nội *(Nguồn: Avison Young)*