ỦY BAN NHÂN DÂN THÀNH PHỐ HUẾ	CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM Độc lập - Tự do - Hạnh phúc
Số: 609 /KH-UBND	*Huế, ngày 30 tháng 10 năm 2026*

KẾ HOẠCH
Cơ cấu lại các sản phẩm du lịch và phát triển các sản phẩm du lịch mới thành phố Huế giai đoạn 2027-2030

Nhằm cụ thể hóa định hướng phát triển du lịch theo hướng lấy sản phẩm làm trọng tâm, thị trường và trải nghiệm du khách làm trung tâm, doanh nghiệp làm chủ thể khai thác và thương mại hóa; phát huy hiệu quả giá trị di sản, văn hóa, cảnh quan, con người và các lợi thế đặc trưng của thành phố Huế; tập trung hình thành các sản phẩm có bản sắc, khả năng khai thác thực tế, tạo doanh thu, kéo dài thời gian lưu trú và gia tăng chi tiêu của du khách, Ủy ban nhân dân thành phố Huế ban hành Kế hoạch cơ cấu lại các sản phẩm du lịch và phát triển các sản phẩm du lịch mới thành phố Huế giai đoạn 2027-2030, với các nội dung sau:

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

1. Mục đích

- Cụ thể hóa định hướng phát triển du lịch Huế theo hướng lấy sản phẩm làm trọng tâm; chuyển từ khai thác tài nguyên, tổ chức hoạt động đơn lẻ sang thiết kế, vận hành, thương mại hóa và đánh giá sản phẩm trên cơ sở nhu cầu thị trường.

- Tập trung phát triển sản phẩm mới có bản sắc, khác biệt và khả năng khai thác thực tế; đồng thời nâng cấp sản phẩm hiện có, kết nối các điểm đến, dịch vụ, sự kiện và trải nghiệm thành các hành trình hoàn chỉnh. Từng bước đa dạng hóa sản phẩm theo mùa, điều kiện thời tiết và nhu cầu thị trường, mở rộng thời gian khai thác du lịch trong năm, góp phần thu hút khách, kéo dài thời gian lưu trú và gia tăng chi tiêu.

- Phát huy lợi thế di sản, văn hóa, ẩm thực, sông Hương, biển, đầm phá, làng nghề và đời sống cộng đồng; đồng thời từng bước xây dựng thương hiệu du lịch y tế, chăm sóc sức khỏe, nghỉ dưỡng và trải nghiệm sống chậm, tạo hướng phát triển bổ trợ, khác biệt cho du lịch Huế.

- Phát huy vai trò chủ động của doanh nghiệp, các hội, hiệp hội, cộng đồng và các chủ thể cung ứng dịch vụ; Nhà nước tập trung kiến tạo môi trường, hoàn thiện hạ tầng, kết nối nguồn lực, hỗ trợ xúc tiến và tháo gỡ khó khăn để sản phẩm được khai thác hiệu quả, bền vững.

2. Yêu cầu

- Phát triển sản phẩm phải xuất phát từ nhu cầu thị trường, lợi thế cạnh tranh và năng lực cung ứng thực tế; bảo đảm mỗi sản phẩm có khách hàng mục tiêu, nội dung trải nghiệm, không gian khai thác, chủ thể vận hành, phương án giá bán, kênh phân phối và điều kiện bảo đảm chất lượng.

- Mỗi sản phẩm phải được thiết kế theo nguyên tắc "một sản phẩm - nhiều dịch vụ; một điểm đến - nhiều trải nghiệm; một hành trình - nhiều điểm chi tiêu"; tăng liên kết giữa doanh nghiệp lữ hành, cơ sở lưu trú, vận chuyển, điểm tham quan, nhà hàng, mua sắm, cơ sở y tế, làng nghề và cộng đồng.

- Nguyên tắc hàng đầu trong việc xây dựng các sản phẩm du lịch di sản - văn hóa, âm nhạc là việc cụ thể hóa khung giờ khai thác cần được xác định rõ, công khai sớm để tạo điều kiện cho các doanh nghiệp kinh doanh du lịch xây dựng các tour tuyến định kỳ.

- Phân định rõ vai trò của Nhà nước và doanh nghiệp: Nhà nước kiến tạo điều kiện; doanh nghiệp đầu tư, tổ chức vận hành và thương mại hóa; cộng đồng tham gia cung ứng và hưởng lợi; du khách là trung tâm của thiết kế sản phẩm.

- Đảm bảo sự phối hợp đồng bộ giữa các ngành, địa phương và đơn vị liên quan; gắn phát triển sản phẩm với quy hoạch, bảo tồn di sản, bảo vệ môi trường, an toàn du khách, năng lực phục vụ, sức chứa điểm đến và sinh kế cộng đồng;

- Phát triển sản phẩm du lịch theo hướng khai thác bốn mùa, giảm tính mùa vụ; chủ động xây dựng các sản phẩm, chương trình và hành trình phù hợp với điều kiện thời tiết, đặc trưng từng mùa và nhu cầu thị trường. Kết hợp linh hoạt sản phẩm trong nhà và ngoài trời, sản phẩm văn hóa, di sản, ẩm thực, chăm sóc sức khỏe, nghỉ dưỡng, sinh thái, biển và đầm phá; bảo đảm an toàn, chất lượng trải nghiệm và hiệu quả khai thác thực tế.

- Kế hoạch này là định hướng chung để phát triển sản phẩm du lịch Huế trong giai đoạn sắp tới; trong quá trình triển khai, các sở ban ngành, địa phương, các doanh nghiệp, Hội, Hiệp hội có liên quan chủ động xây dựng kế hoạch cụ thể để triển khai từng sản phẩm, tổ chức khai thác sản phẩm phù hợp với định hướng và điều kiện thực tế.

II. MỤC TIÊU

1. Mục tiêu tổng quát

- Hình thành và đưa vào khai thác các sản phẩm du lịch mới, sản phẩm đặc trưng và gói trải nghiệm có khả năng thương mại hóa; từng bước xây dựng hệ thống sản phẩm liên kết, đa dạng theo thị trường, khai thác được nhiều khung giờ và mùa du lịch.

- Nâng cao sức cạnh tranh của du lịch Huế trên cơ sở phát huy giá trị di sản - văn hóa, ẩm thực, âm nhạc - sự kiện, thể thao, sông Hương, sinh thái - cộng đồng, biển - đầm phá; đồng thời phát triển các sản phẩm du lịch y tế, chăm sóc sức khỏe, nghỉ dưỡng và trải nghiệm chuyên biệt nhằm mở rộng thị trường, gia tăng giá trị và tạo dấu ấn riêng cho điểm đến.

- Tăng cường thu hút khách, nâng cao chất lượng trải nghiệm, kéo dài thời gian lưu trú, gia tăng chi tiêu và mức độ hài lòng của du khách; thúc đẩy doanh nghiệp và cộng đồng tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị du lịch.

- Từng bước hình thành hệ thống sản phẩm du lịch đa dạng, có khả năng khai thác quanh năm, giảm sự phụ thuộc vào mùa cao điểm và điều kiện thời tiết thuận lợi; nâng cao hiệu quả sử dụng tài nguyên, cơ sở vật chất và dịch vụ du lịch, góp phần tăng thời gian lưu trú, mức chi tiêu và tính ổn định trong hoạt động kinh doanh du lịch.

2. Mục tiêu cụ thể

- Hoàn thành rà soát, phân loại sản phẩm du lịch hiện có và ý tưởng sản phẩm mới; xác định danh mục ưu tiên theo mức độ sẵn sàng, tiềm năng thị trường, khả năng huy động nguồn lực và hiệu quả dự kiến.

- Tập trung nâng cấp sản phẩm hiện có, đồng thời hình thành các sản phẩm mới từ di sản, văn hóa, ẩm thực, y tế, chăm sóc sức khỏe, áo dài, làng nghề, cộng đồng, kinh tế đêm, âm nhạc - sự kiện, thể thao, golf, MICE, đường thủy và tàu biển phù hợp với điều kiện thực tế.

- Xác định danh mục sản phẩm có khả năng khai thác quanh năm và các sản phẩm ưu tiên phát triển trong những thời điểm thấp điểm hoặc thời tiết bất lợi; từng bước hình thành các chương trình du lịch phù hợp với từng mùa, tăng tính liên tục trong cung ứng dịch vụ và hiệu quả khai thác của doanh nghiệp.

- Từng bước đóng gói sản phẩm thành hành trình nửa ngày, một ngày, 2 ngày 1 đêm, 3 ngày 2 đêm và 4 ngày 3 đêm; tăng khả năng kết nối dịch vụ, đặt mua và phân phối qua doanh nghiệp lữ hành, cơ sở lưu trú và các nền tảng số.

- Nâng cao năng lực xây dựng, tổ chức vận hành và thương mại hóa sản phẩm; phát huy vai trò chủ động của doanh nghiệp, các hội, hiệp hội và cộng đồng trong đề xuất, hoàn thiện, cung ứng và phân phối sản phẩm.

- Từng bước hoàn thiện hạ tầng, không gian và dịch vụ hỗ trợ; đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số, huy động nguồn lực xã hội hóa và tăng cường liên kết giữa các điểm đến, dịch vụ, địa phương và thị trường.

- Tăng cường đánh giá hiệu quả theo kết quả thực chất, chú trọng số sản phẩm được đưa vào khai thác, khả năng thu hút khách, mức độ tham gia của doanh nghiệp, chất lượng trải nghiệm, khả năng kéo dài thời gian lưu trú và gia tăng chi tiêu; bảo đảm phát triển du lịch gắn với bảo tồn di sản, bảo vệ môi trường và gìn giữ bản sắc văn hóa Huế.

III. ĐỊNH HƯỚNG THỊ TRƯỜNG

1. Thị trường khách nội địa

- Tập trung khai thác các thị trường trọng điểm Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh, Đà Nẵng và các tỉnh, thành phố khu vực miền Trung, Tây Nguyên; chú trọng khách có khả năng chi trả, khách nghỉ dưỡng, khách gia đình, khách đi cuối tuần, khách tham gia sự kiện, thể thao và khách kết hợp tham quan nhiều điểm đến.

- Đối với khách miền Bắc, ưu tiên các sản phẩm di sản, văn hóa, tâm linh, ẩm thực chuyên đề, nghệ thuật truyền thống và trải nghiệm chiều sâu; kết hợp nghỉ dưỡng biển, suối khoáng nóng, du lịch gia đình, MICE.

- Đối với khách miền Nam, chú trọng sản phẩm nghỉ dưỡng, vui chơi giải trí, mua sắm, ẩm thực, hoạt động ban đêm, sự kiện âm nhạc và các gói du lịch kết hợp biển, golf, chăm sóc sức khỏe và trải nghiệm di sản.

- Đối với giới trẻ, gia đình và nhóm khách tự tổ chức chuyến đi, phát triển sản phẩm có tính tương tác, dễ tiếp cận, có thể đặt dịch vụ trực tuyến, có mức giá và thời lượng linh hoạt.

2. Thị trường khách quốc tế

- Tập trung thu hút các thị trường có nhu cầu và khả năng chi trả cao, thời gian lưu trú dài, phù hợp với thế mạnh sản phẩm di sản, văn hóa, ẩm thực, sinh thái, nghỉ dưỡng, y tế, chăm sóc sức khỏe và trải nghiệm cộng đồng.

- Duy trì và khai thác hiệu quả các thị trường truyền thống tại châu Âu, Bắc Mỹ và châu Đại Dương, ưu tiên sản phẩm di sản, văn hóa, ẩm thực, làng nghề, sinh thái, cộng đồng và chăm sóc sức khỏe.

- Củng cố các thị trường Đông Bắc Á như Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc và Đài Loan; phát triển sản phẩm phù hợp với nhu cầu trải nghiệm văn hóa, ẩm thực, nghỉ dưỡng, golf, sự kiện và mua sắm.

- Tăng cường khai thác thị trường Đông Nam Á, trong đó nghiên cứu phát triển sản phẩm phù hợp cho khách Thái Lan, Malaysia, Indonesia, Singapore và các thị trường có nhu cầu về dịch vụ thân thiện với khách Hồi giáo.

- Nghiên cứu tiếp cận thị trường Ấn Độ và Trung Đông đối với khách Halal phân khúc trung và cao cấp, du lịch tổ chức tiệc cưới trên cơ sở khả năng kết nối, nhu cầu thực tế và năng lực cung ứng dịch vụ; ưu tiên chuẩn bị sản phẩm, nhân lực, ẩm thực và thông tin phục vụ phù hợp.

IV. DANH MỤC TỔNG HỢP SẢN PHẨM DU LỊCH

Tập trung phát triển 10 dòng sản phẩm du lịch có tính liên kết, bổ trợ lẫn nhau, lấy nhu cầu và khả năng chi trả của du khách làm cơ sở thiết kế; ưu tiên sản phẩm có nội dung trải nghiệm rõ ràng, đơn vị cung ứng hoặc vận hành, lịch khai thác, giá bán và kênh phân phối cụ thể.

Việc phát triển sản phẩm được triển khai theo 03 nhóm cơ bản:

- Nhóm 1: Sản phẩm hiện có cần nâng cấp, hoàn thiện, có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027: Xác định rõ đơn vị chủ trì, đơn vị vận hành, nội dung và lịch trình trải nghiệm, thời gian tổ chức, giá bán, phương thức đặt dịch vụ và kênh phân phối. Tổ chức công bố, quảng bá và kết nối doanh nghiệp lữ hành đối với các sản phẩm đủ điều kiện phục vụ khách. Các nội dung chưa đủ điều kiện khai thác chuyển sang nhóm nghiên cứu, chuẩn bị cho giai đoạn tiếp theo.

- Nhóm 2: Sản phẩm mới có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027: Rà soát hiện trạng dịch vụ, năng lực cung ứng và khả năng kết nối, lựa chọn các sản phẩm đủ điều kiện triển khai từ năm 2027. Tập trung hoàn thiện nội dung trải nghiệm, lịch trình, đơn vị vận hành, mức giá và kênh phân phối để hình thành các sản phẩm có thể đặt mua, sử dụng thực tế; đối với sản phẩm chưa đủ điều kiện, tiếp tục nghiên cứu, hoàn thiện để phát triển trong giai đoạn tiếp theo.

- Nhóm 3: Sản phẩm mới cần nghiên cứu, chuẩn bị điều kiện phát triển trong giai đoạn tiếp theo: Việc nghiên cứu, phát triển các sản phẩm thuộc nhóm này cần gắn với khảo sát nhu cầu thị trường, đánh giá tài nguyên, điều kiện hạ tầng, năng lực cung ứng dịch vụ và khả năng tham gia của cộng đồng. Trên cơ sở đó, lựa chọn mô hình có tính khả thi để xây dựng phương án triển khai, xác định lộ trình, nguồn lực và cơ chế quản lý phù hợp.

(Danh mục các thông tin chi tiết của nhóm 1 và nhóm 2 được đính kèm ở phụ lục)

1. Du lịch di sản - văn hóa

Mục tiêu là nhằm chuyển từ tham quan di tích sang trải nghiệm di sản sống. Du lịch di sản – văn hóa là dòng sản phẩm nền tảng, góp phần tạo nên bản sắc và lợi thế cạnh tranh khác biệt của điểm đến Huế. Định hướng phát triển là chuyển từ tham quan đơn thuần sang các trải nghiệm có chủ đề, có nội dung diễn giải, tương tác và dịch vụ đi kèm; đồng thời đa dạng hóa các hoạt động trải nghiệm, chương trình biểu diễn nghệ thuật ban ngày và ban đêm, từng bước hình thành lịch khai thác ổn định để các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ du lịch có thể tích hợp vào chương trình tour và tổ chức chào bán thường xuyên.

Việc phát triển và khai thác sản phẩm phải gắn với yêu cầu bảo tồn, phát huy giá trị di sản; bảo đảm tính nguyên gốc, sự phù hợp của nội dung và hình thức tổ chức với không gian di tích, sức chịu tải và các yêu cầu về bảo vệ cảnh quan, môi trường.

Trên nền tảng giá trị nổi bật của Quần thể di tích Cố đô Huế, đặc biệt là Đại Nội và hệ thống lăng tẩm triều Nguyễn, cần nghiên cứu, phát triển các chương trình trải nghiệm văn hóa cung đình có nội dung đặc sắc, được tổ chức theo khung giờ phù hợp trong ngày và ban đêm. Các chương trình này vừa tạo thêm trải nghiệm cho du khách, vừa cung cấp nội dung và điều kiện khai thác để doanh nghiệp xây dựng, hoàn thiện các sản phẩm du lịch có khả năng thương mại hóa.

1.1. Sản phẩm hiện có cần nâng cấp, hoàn thiện, có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027

- Ca Huế trên sông Hương - Đêm trải nghiệm văn hóa Huế: Nâng cao chất lượng dịch vụ ca Huế và thuyền du lịch trên sông Hương; hoàn thiện nội dung giới thiệu, thuyết minh về nghệ thuật ca Huế và các giá trị văn hóa liên quan; cải thiện chất lượng phục vụ, điều kiện an toàn và trải nghiệm của du khách.

- Giải mã Hoàng cung Huế - Trải nghiệm di sản sống: Xây dựng hành trình khám phá Đại Nội theo các chủ đề lịch sử, kiến trúc, khoa cử và đời sống cung đình; kết hợp thuyết minh, kể chuyện, hoạt động tương tác và ứng dụng công nghệ phù hợp.

- Khám phá Hệ thống thủy đạo Kinh thành Huế (Sông Đông Ba, Ngự Hà), du lịch đường thủy nội địa (Sông An Cựu, sông Bao Vinh): Khai thác các tuyến đường thủy kết nối Ngự Hà, Bao Vinh, Thanh Tiên, An Cựu và các điểm đến giàu giá trị văn hóa, lịch sử; xây dựng tour đặc trưng Huế kết hợp tham quan di tích bằng xe Sightseeing, trải nghiệm du lịch chăm sóc sức khỏe, khám phá làng nghề, ẩm thực và văn hóa địa phương. Đồng thời, phát triển các điểm đón, trả khách đa chức năng và trạm dịch vụ du lịch mang bản sắc riêng, tích hợp check-in, quảng diễn văn hóa, workshop trải nghiệm, vui chơi giải trí và các tiện ích phục vụ du khách.

- Trải nghiệm nghệ thuật và văn hóa cung đình tại Đại Nội: Nghiên cứu xây dựng, nâng cấp các chương trình biểu diễn nghệ thuật, tái hiện hoặc diễn giải những giá trị văn hóa cung đình tại các điểm di tích thuộc Đại Nội Huế theo khung giờ cố định như biểu diễn Nhã nhạc, Tuồng cung đình và múa cung đình, trình diễn Tiểu nhạc - Đại nhạc, ca Huế...

- Dạ yến Hoàng cung, Ký ức Hoàng cung và trải nghiệm Đại Nội về đêm: Rà soát, đánh giá các chương trình hiện có để lựa chọn phương án nâng cấp hoặc phát triển phiên bản trải nghiệm mới, kết hợp phù hợp giữa ẩm thực cung đình, Nhã nhạc, nghi lễ và nghệ thuật trình diễn trong không gian di sản.

- Trải nghiệm đời sống Hoàng gia: Nghiên cứu phát triển các gói trải nghiệm cổ phục, tìm hiểu nghi lễ, hóa thân nhân vật cung đình và chụp ảnh trong không gian được phép khai thác.

- Dấu ấn Nam Giao: Xây dựng tour chuyên đề tìm hiểu kiến trúc, lịch sử và giá trị văn hóa của Đàn Nam Giao; kết hợp thuyết minh, kể chuyện di sản và các hoạt động trải nghiệm văn hóa phù hợp với không gian, tính chất của di tích. Nghiên cứu kết nối với các điểm đến lân cận để hình thành hành trình có nội dung liền mạch, tăng chiều sâu trải nghiệm cho du khách.

- Tuyến trải nghiệm di sản bằng đường bộ và đường thủy: Nghiên cứu tổ chức các hành trình kết nối những điểm di sản và không gian văn hóa tiêu biểu bằng xe điện, xe đạp, phương tiện ngắm cảnh và thuyền du lịch trên sông Hương, sông Đông Ba, Ngự Hà và các khu vực phù hợp.

- Áo dài Huế - May đo, trải nghiệm và khám phá di sản: Kết nối các dịch vụ thuê áo dài, may đo, may nhanh trong 24-48 giờ, chụp ảnh và trải nghiệm văn hóa với các tuyến tham quan di sản, không gian văn hóa và các điểm đến phù hợp. Nghiên cứu hình thành các gói trải nghiệm kết hợp dịch vụ sáng tạo, mua sắm và tham quan, đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách.

1.2. Sản phẩm mới có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027

- Trải nghiệm di sản theo yêu cầu kết hợp văn hóa và ẩm thực: Tổ chức các hoạt động tiệc cocktail, bữa trưa, bữa tối kết hợp trải nghiệm văn hóa tại không gian di sản theo hình thức đặt trước, với quy mô phù hợp, tại địa điểm và khung giờ được phép; nội dung dịch vụ được thiết kế sáng tạo, gắn với câu chuyện di sản. Xây dựng mức giá tương xứng với chất lượng, tính đặc thù của trải nghiệm và chi phí tổ chức, bảo đảm hiệu quả khai thác và định vị sản phẩm.

- Trải nghiệm ẩm thực cung đình: Xây dựng chương trình giới thiệu văn hóa ẩm thực triều Nguyễn, cách thức chuẩn bị, trình bày món ăn và nghi thức bàn tiệc thông qua thuyết minh, trình diễn chế biến và thưởng thức thực đơn theo chủ đề. Kết hợp tham quan di sản, trải nghiệm phù hợp với khách văn hóa, gia đình và học sinh, sinh viên.

- Chương trình sáng tạo nội dung, kể chuyện văn hóa và trải nghiệm thực tế: Triển khai chương trình truyền hình thực tế "Nhà sáng tạo Huế - The Hue Creators", chú trọng kết nối các nhà sáng tạo nội dung trong nước và quốc tế với nghệ nhân, cộng đồng địa phương để tìm hiểu, ghi hình, giới thiệu những câu chuyện, con người và giá trị văn hóa đặc trưng của Huế. Tổ chức các hoạt động giao lưu, trình diễn, triển lãm và giới thiệu thành quả sáng tạo.

- Các sản phẩm giáo dục (educational products): Thu hút các trường quốc tế ở trong nước hoặc nước ngoài đến Huế tìm hiểu về lịch sử, văn hoá. Sản phẩm này được xây dựng dựa trên nhu cầu thực tế, mong muốn giao lưu với các trường học tại Huế của khách nước ngoài.

- Phát triển các chương trình trải nghiệm thực hành như học nấu món ăn Huế, thực hành làm các loại bánh truyền thống, chế biến đặc sản địa phương tại các cơ sở ẩm thực, không gian văn hóa, nhà vườn và làng nghề phù hợp; kết hợp giới thiệu câu chuyện văn hóa, phong tục và nghệ thuật ẩm thực Huế.

1.3. Sản phẩm mới cần nghiên cứu, chuẩn bị điều kiện phát triển trong giai đoạn tiếp theo

- Hệ thống sản phẩm du lịch "Huế Heritage": Nghiên cứu xây dựng hệ thống sản phẩm du lịch di sản có nhận diện chung, kết nối các giá trị nổi bật của Quần thể di tích Cố đô Huế, văn hóa cung đình, nghệ thuật truyền thống và đời sống văn hóa Huế. Định hướng phát triển gồm: (1) Trải nghiệm Hoàng cung Huế, gắn với lịch sử triều Nguyễn, kiến trúc cung đình và các hoạt động trải nghiệm văn hóa; (2) Hành trình di sản triều Nguyễn, kết nối Đại Nội, các lăng vua Nguyễn và những điểm di sản tiêu biểu; (3) Trải nghiệm văn hóa sống xứ Huế, kết hợp áo dài, ẩm thực, trà Huế và nghệ thuật truyền thống. Nghiên cứu cấu trúc các gói sản phẩm có thể khai thác độc lập hoặc kết hợp thành chương trình nửa ngày, một ngày và nhiều ngày, phù hợp với từng thị trường khách.

- Chương trình trải nghiệm di sản chuyên sâu và liên tuyến: Nghiên cứu hình thành các hành trình chuyên đề kết nối hệ thống di tích, không gian văn hóa, cảnh quan và các điểm đến phụ cận, trong đó chú trọng xây dựng câu chuyện xuyên suốt, nội dung thuyết minh chuyên sâu và các hoạt động trải nghiệm có tính tương tác. Nghiên cứu khả năng hình thành các tuyến du lịch di sản theo chủ đề lịch sử triều Nguyễn, kiến trúc, nghệ thuật cung đình và văn hóa tâm linh; đồng thời đánh giá điều kiện kết nối giao thông, thời lượng trải nghiệm, năng lực phục vụ và khả năng khai thác của doanh nghiệp.

- Các chương trình biểu diễn nghệ thuật quy mô và trải nghiệm di sản ban đêm: Nghiên cứu phương án phát triển các chương trình biểu diễn nghệ thuật, trình diễn thực cảnh hoặc tổ hợp trải nghiệm văn hóa trong không gian di sản phù hợp, trên cơ sở phát huy giá trị lịch sử, văn hóa và nghệ thuật đặc trưng của Huế. Đánh giá tính khả thi về kịch bản, địa điểm, công nghệ, nguồn lực đầu tư, kinh phí vận hành, phương án tổ chức và sức chịu tải của không gian di sản; bảo đảm hiệu quả khai thác gắn với yêu cầu bảo tồn, trước khi lựa chọn chương trình đủ điều kiện để triển khai.

- Các hành trình trải nghiệm di sản kết hợp đường bộ và đường thủy: Nghiên cứu phát triển mạng lưới hành trình kết nối các điểm di sản, không gian cảnh quan và khu vực văn hóa đặc trưng bằng các phương thức di chuyển phù hợp. Việc nghiên cứu cần làm rõ khả năng kết nối giữa các tuyến, điều kiện hạ tầng và bến đón trả khách, an toàn vận chuyển, phương án tổ chức dịch vụ, yêu cầu bảo vệ môi trường và cảnh quan; đồng thời xác định mô hình khai thác và sự tham gia của các đơn vị cung ứng dịch vụ.

2. Du lịch y tế

Phát huy thế mạnh của Huế về y tế chuyên sâu, nguồn nhân lực y tế chất lượng cao và các chuyên khoa có thế mạnh để phát triển sản phẩm du lịch gắn với khám bệnh, chữa bệnh, chăm sóc và phục hồi sức khỏe theo chỉ định chuyên môn. Ưu tiên các dịch vụ có chất lượng cao, đáp ứng nhu cầu của khách trong nước và quốc tế, đặc biệt là khách có khả năng chi trả tốt.

Tăng cường liên kết giữa các cơ sở khám bệnh, chữa bệnh, cơ sở lưu trú và doanh nghiệp lữ hành để xây dựng các gói dịch vụ kết hợp khám, chữa bệnh với lưu trú, đưa đón và hỗ trợ khách trong quá trình sử dụng dịch vụ. Từng bước chuẩn hóa quy trình phục vụ, nâng cao chất lượng chuyên môn, công khai thông tin dịch vụ, chi phí và phương thức đặt lịch; bảo đảm các hoạt động khám, chữa bệnh do cơ sở đủ điều kiện thực hiện theo quy định. Qua đó, nâng cao sức cạnh tranh và từng bước khẳng định Huế là điểm đến có thế mạnh về du lịch y tế chuyên sâu.

2.1. Sản phẩm hiện có cần nâng cấp, hoàn thiện, có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027

"Huế Health & Stay" - Khám sức khỏe kết hợp lưu trú và trải nghiệm Huế: Phối hợp với các cơ sở khám bệnh, chữa bệnh đủ điều kiện, trong đó nghiên cứu khả năng tham gia của Bệnh viện Trung ương Huế, Bệnh viện Trường Đại học Y - Dược Huế, Bệnh viện Đa khoa Quốc tế Huế và các đơn vị phù hợp, để xây dựng các gói dịch vụ kết hợp khám sức khỏe tổng quát hoặc tầm soát theo nhu cầu, kết hợp lưu trú, dinh dưỡng, nghỉ dưỡng và tham quan di sản.

2.2. Sản phẩm du lịch mới có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027

- Trải nghiệm văn hóa y học cung đình Huế: Nghiên cứu xây dựng chương trình trải nghiệm, giới thiệu lịch sử y học cung đình triều Nguyễn, các quan niệm về dưỡng sinh, trà, dược liệu và những giá trị văn hóa liên quan đến chăm sóc sức khỏe trong không gian phù hợp. Trường hợp phát triển dịch vụ khám, tư vấn, châm cứu, xoa bóp, bấm huyệt hoặc sử dụng thuốc cổ truyền, phải được tổ chức tại cơ sở đáp ứng điều kiện theo quy định và do người hành nghề đủ điều kiện thực hiện. Việc nghiên cứu không gian gắn với tên gọi "Thái Y viện triều Nguyễn" cần căn cứ tư liệu lịch sử, điều kiện bảo tồn di tích và phương án quản lý, vận hành được cấp có thẩm quyền chấp thuận.

- Gói du lịch y tế chuyên sâu kết hợp lưu trú và phục hồi sức khỏe: Nghiên cứu nhu cầu thị trường và khả năng hình thành các gói dịch vụ kết hợp khám, tầm soát chuyên sâu trong những lĩnh vực mà các cơ sở y tế tại Huế có năng lực cung ứng, như tim mạch, ung bướu, cơ xương khớp và các chuyên khoa phù hợp. Nghiên cứu phương án lưu trú, dinh dưỡng, vận chuyển và tham quan phù hợp với tình trạng sức khỏe của khách. Không thiết kế hoạt động tham quan, nghỉ dưỡng làm ảnh hưởng đến yêu cầu chuyên môn hoặc quá trình chăm sóc, điều trị.

2.3. Sản phẩm mới cần nghiên cứu, chuẩn bị điều kiện phát triển trong giai đoạn tiếp theo

Sản phẩm chăm sóc sức khỏe chuyên biệt cho khách lưu trú dài ngày, khách cao tuổi và khách quốc tế: Nghiên cứu, đánh giá khả năng đáp ứng về nhân lực, cơ sở lưu trú, khả năng tiếp cận, hỗ trợ ngôn ngữ, dinh dưỡng, vận chuyển và các dịch vụ chăm sóc cần thiết. Trên cơ sở đó, lựa chọn phân khúc phù hợp để xây dựng gói sản phẩm có tiêu chuẩn phục vụ rõ ràng, bảo đảm an toàn, thuận tiện và phù hợp với quy định pháp luật.

3. Du lịch chăm sóc sức khỏe, nghỉ dưỡng (Wellness)

Phát huy lợi thế về tài nguyên thiên nhiên, suối khoáng nóng, cảnh quan sinh thái, không gian văn hóa và nhịp sống thanh bình của Huế để phát triển các sản phẩm chăm sóc sức khỏe thể chất và tinh thần. Tập trung vào các trải nghiệm

như thư giãn, ngâm khoáng nóng, yoga, thiền định, vận động nhẹ, chăm sóc cơ thể, dinh dưỡng lành mạnh và nghỉ dưỡng gắn với thiên nhiên; hướng đến khách trung và cao cấp, khách lưu trú dài ngày và khách quốc tế. Đa dạng hóa trải nghiệm, nâng cao chất lượng dịch vụ, góp phần kéo dài thời gian lưu trú, gia tăng mức chi tiêu và từng bước định vị Huế là điểm đến chăm sóc sức khỏe thể chất, tinh thần gắn với thiên nhiên và văn hóa.

3.1. Sản phẩm hiện có cần nâng cấp, hoàn thiện, có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027

- "Wellness Retreat Huế" - Nghỉ dưỡng và chăm sóc sức khỏe: Rà soát, kết nối và nâng cấp các dịch vụ nghỉ dưỡng, tắm khoáng nóng, thư giãn, vận động, dinh dưỡng và chăm sóc sức khỏe tại các khu nghỉ dưỡng suối khoáng nóng Thanh Tân, Mỹ An và các cơ sở phù hợp. Đối với các hoạt động có tính chất trị liệu hoặc khám, chữa bệnh, phải bảo đảm điều kiện chuyên môn và pháp lý theo quy định.

- Trải nghiệm thiền, yoga và sống chậm tại Huế: Nâng cấp, kết nối các hoạt động thiền, yoga, vận động nhẹ và thư giãn tại những không gian có cảnh quan phù hợp như khu vực ven sông Hương, đồi Vọng Cảnh, các khu nghỉ dưỡng sinh thái và cơ sở lưu trú đủ điều kiện. Nghiên cứu xây dựng các chương trình trải nghiệm theo buổi, nửa ngày hoặc kết hợp lưu trú, gắn với thiên nhiên, trà Huế, ẩm thực lành mạnh và văn hóa địa phương.

3.2. Sản phẩm du lịch mới có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027

Wellness Retreat cao cấp - Nghỉ dưỡng chuyên sâu và phục hồi năng lượng: Nghiên cứu phát triển mô hình nghỉ dưỡng chăm sóc sức khỏe chất lượng cao, hướng đến khách có khả năng chi trả cao, khách lưu trú dài ngày và nhóm khách có nhu cầu nghỉ ngơi, tái tạo năng lượng, cân bằng thể chất và tinh thần. Sản phẩm cần được thiết kế thành chương trình có chủ đề, kết hợp lưu trú, vận động, thư giãn, dinh dưỡng, trải nghiệm thiên nhiên và văn hóa Huế; chú trọng tính cá nhân hóa, chất lượng phục vụ, không gian riêng tư và sự liên tục của trải nghiệm. Trước mắt, lựa chọn cơ sở có điều kiện phù hợp để xây dựng phương án thí điểm, xác định phân khúc khách mục tiêu, thời lượng lưu trú, tiêu chuẩn dịch vụ, mức giá và kênh phân phối. Đây là hướng phát triển sản phẩm chuyên biệt, không đặt mục tiêu khai thác đại trà mà chú trọng giá trị trải nghiệm, hiệu quả kinh tế và khả năng tạo dựng lợi thế cạnh tranh riêng cho Huế.

3.3. Sản phẩm mới cần nghiên cứu, chuẩn bị điều kiện phát triển trong giai đoạn tiếp theo

Hệ thống sản phẩm Wellness Retreat gắn với tài nguyên sinh thái và biển: Nghiên cứu khả năng phát triển các gói nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe và trải nghiệm thiên nhiên tại A Roàng, Bạch Mã, Lăng Cô - Cảnh Dương, Thuận An và các khu vực ven biển, sinh thái phù hợp. Định hướng kết hợp nghỉ dưỡng, vận động ngoài trời, trải nghiệm thiên nhiên, dinh dưỡng và văn hóa bản địa; đồng thời đánh giá điều kiện hạ tầng, khả năng tiếp cận, mùa vụ, năng lực cung ứng, yêu cầu bảo vệ hệ sinh thái và sự tham gia của cộng đồng địa phương. Trên cơ sở đánh giá tài nguyên và nhu cầu thị trường, lựa chọn khu vực có điều kiện phù hợp để nghiên cứu mô hình sản phẩm đặc trưng, có khả năng khai thác thường xuyên và bền vững.

4. Du lịch âm nhạc - sự kiện - thể thao

Phát triển nhóm sản phẩm nhằm đa dạng hóa trải nghiệm, thu hút khách, mở rộng thị trường và phân bổ khách du lịch trong năm; trọng tâm là hình thành các sự kiện âm nhạc có thương hiệu, lịch tổ chức ổn định, gắn với dịch vụ du lịch và phát triển du lịch golf hướng đến phân khúc khách khả năng chi tiêu cao.

Đánh giá, lựa chọn các sự kiện có tiềm năng tổ chức định kỳ; xác định thời gian, địa điểm, đơn vị vận hành, thị trường mục tiêu và nguồn lực thực hiện; công bố kế hoạch sớm để doanh nghiệp chủ động xây dựng tour, kết nối dịch vụ lưu trú, ăn uống, tham quan và mua sắm. Đối với du lịch thể thao, phát triển các gói dịch vụ kết hợp thi đấu, trải nghiệm thể thao, lưu trú và tham quan dành cho vận động viên, cổ động viên, gia đình và khách đi cùng; tăng cường liên kết giữa cơ quan quản lý, đơn vị tổ chức sự kiện và doanh nghiệp.

4.1. Sản phẩm hiện có cần nâng cấp, hoàn thiện, có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027

- Tuần lễ Di sản Âm nhạc Quốc tế Huế (Huế Wonderverse International Music Fest), Lễ hội Ánh sáng Quốc tế (Hue International Light Festival), Tuần lễ Festival Quốc tế Huế (Hue International Festival), Chuỗi sự kiện chào đón năm mới - Chương trình nghệ thuật Countdown: Hình thành các sự kiện thương hiệu tổ chức thường niên và mang tính chất định kỳ, có thời điểm cố định, công bố sớm và thương mại hóa thông qua bán vé kết hợp các gói lưu trú, tham quan Đại Nội về đêm, du thuyền sông Hương, ẩm thực và mua sắm.

- Đối với các chương trình biểu diễn như Đêm Nhã nhạc cung đình, Đêm nhạc Trịnh Công Sơn, Thức Thủy Show, các chương trình biểu diễn áo dài và âm nhạc gắn với biển, đầm phá, cần rà soát nội dung, địa điểm, lịch tổ chức và khả năng phục vụ khách; lựa chọn chương trình phù hợp để phát triển thành sản phẩm biểu diễn theo mùa hoặc định kỳ.

- Nâng cao chất lượng tổ chức, sức hấp dẫn và khả năng thu hút khách của các giải chạy, sự kiện thể thao và hoạt động thể thao đặc thù như VnExpress Marathon Huế, Giải Marathon Di sản Huế, Hue Amazing Marathon, Aqua Warriors Huế, Giải đua thuyền truyền thống trên sông Hương và chương trình biểu diễn thuyền buồm tại Vịnh Lăng Cô. Đối với các hoạt động thể thao trên sông, biển và đầm phá, cần bảo đảm điều kiện tổ chức, an toàn, cứu hộ cứu nạn, bảo vệ môi trường và phù hợp với sức chứa của khu vực. Từng bước đánh giá hiệu quả thu hút khách, khả năng duy trì định kỳ và mức độ tham gia của doanh nghiệp để lựa chọn sự kiện có tiềm năng phát triển thành sản phẩm đặc trưng.

- Phối hợp với đơn vị tổ chức, doanh nghiệp lữ hành, cơ sở lưu trú, nhà hàng và các nhà cung cấp dịch vụ xây dựng các gói trải nghiệm dành cho vận động viên, đoàn đội, cổ động viên và người thân đi cùng tham gia các sự kiện thể thao; kết hợp tham gia thi đấu với tham quan di sản, thưởng thức ẩm thực, trải nghiệm văn hóa và nghỉ dưỡng.

- Phát huy lợi thế của các sân golf trên địa bàn thành phố, trong đó có Laguna Golf Lăng Cô và BRG Golden Sands Golf Resort, các sân golf chuẩn bị khánh thành trong giai đoạn 2027-2030 (Khu quần thể sân golf Huế, phường

Thanh Thủy; Khu du lịch nghỉ dưỡng và sân gôn La Vân, xã Nam Đông; Khu du lịch nghỉ dưỡng, bảo tàng thiên nhiên và sân gôn Ngũ Hồ; Sân gôn phường Phong Phú; Khu du lịch sân gôn phường Kim Long và xã Bình Điền....) để phát triển du lịch golf gắn với nghỉ dưỡng, di sản, ẩm thực và trải nghiệm văn hóa Huế.

4.2. Sản phẩm mới có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027

- Gói du lịch trải nghiệm theo sự kiện: Hình thành các gói du lịch kết hợp vé tham dự sự kiện với lưu trú, ẩm thực, tham quan di sản, mua sắm và trải nghiệm ban đêm. Ưu tiên các sự kiện có kế hoạch tổ chức cụ thể, đơn vị vận hành và khả năng cung ứng dịch vụ ổn định; khuyến khích doanh nghiệp xây dựng các gói trọn hành trình để khách có thể đặt chuyến đi thay vì chỉ mua vé tham dự sự kiện

- Chương trình biểu diễn nghệ thuật theo mùa: Lựa chọn các chương trình âm nhạc, biểu diễn áo dài, nghệ thuật truyền thống và trình diễn văn hóa có điều kiện tổ chức từ năm 2027 để xây dựng lịch diễn thử nghiệm theo mùa hoặc theo các thời điểm có nhu cầu khách phù hợp. Khuyến khích doanh nghiệp kết nối chương trình biểu diễn với các tour tham quan di sản, ẩm thực và trải nghiệm ban đêm.

- Gói du lịch golf kết hợp di sản và nghỉ dưỡng: Trên cơ sở các dịch vụ chơi golf và nghỉ dưỡng hiện có, phối hợp với Laguna Golf Lăng Cô, BRG Golden Sands Golf Resort và các doanh nghiệp liên quan để xây dựng, giới thiệu và bán các gói du lịch golf kết hợp tham quan di sản, thưởng thức ẩm thực, nghỉ dưỡng biển và chăm sóc sức khỏe. Nghiên cứu kết nối các sân golf của Huế với hệ thống sân golf tại Đà Nẵng và Hội An để tạo thêm lựa chọn cho khách.

4.3. Sản phẩm mới cần nghiên cứu, chuẩn bị điều kiện phát triển trong giai đoạn tiếp theo

- Sự kiện âm nhạc quy mô lớn và chương trình biểu diễn mang thương hiệu Huế: Nghiên cứu khả năng tổ chức các chương trình biểu diễn âm nhạc quốc tế, trong đó có K-pop và các dòng nhạc phù hợp với thị trường khách mục tiêu; đánh giá nhu cầu thị trường, khả năng huy động nhà tổ chức, địa điểm, phương án tài chính, yêu cầu kỹ thuật, an ninh, an toàn và tác động đến không gian di sản trước khi đề xuất triển khai.

- Nghiên cứu phát triển các show thực cảnh và chương trình nghệ thuật quy mô lớn khai thác giá trị lịch sử, văn hóa cung đình và những câu chuyện đặc trưng của Huế như "Ký ức sông Hương". Ưu tiên khảo sát các không gian như Hổ Quyền - Voi Ré, Cồn Giã Viên và các địa điểm phù hợp khác; xác định phương án đầu tư, đơn vị vận hành, mô hình kinh doanh và yêu cầu bảo tồn. Trong giai đoạn nghiên cứu, cần phân biệt rõ mục tiêu chuẩn bị đầu tư với mục tiêu đưa sản phẩm vào khai thác.

- Sự kiện thể thao và giải golf có khả năng thu hút khách liên vùng, quốc tế: Nghiên cứu khả năng phối hợp tổ chức các giải đấu, sự kiện golf định kỳ hoặc các chương trình giao lưu golf kết hợp nghỉ dưỡng, văn hóa và trải nghiệm di sản; phát huy lợi thế của các sân golf tại Huế và tăng cường kết nối với các đối tác, sân golf, đơn vị tổ chức giải đấu tại khu vực miền Trung.

5. Du lịch tâm linh - văn hóa tâm linh

Phát huy giá trị lịch sử, văn hóa, kiến trúc và đời sống tín ngưỡng, tôn giáo đặc trưng của Huế để phát triển các sản phẩm du lịch tâm linh theo hướng có chiều sâu, tôn trọng tính thiêng, sự trang nghiêm và sinh hoạt của cộng đồng. Chú trọng khai thác có chọn lọc hệ thống chùa, thiền viện, không gian tín ngưỡng, di tích lịch sử và lễ hội truyền thống; kết hợp tham quan, tìm hiểu lịch sử, kiến trúc, triết lý sống và các giá trị văn hóa tâm linh với những hoạt động trải nghiệm phù hợp.

Từng bước nghiên cứu hình thành các gói trải nghiệm kết hợp văn hóa tâm linh với thiền định, tĩnh tâm, trà và ẩm thực chay, nghỉ dưỡng tại các địa điểm đáp ứng điều kiện tổ chức. Việc phát triển sản phẩm phải bảo đảm tôn trọng niềm tin, thực hành tín ngưỡng, quy định của cơ sở tôn giáo và cộng đồng địa phương; không thương mại hóa quá mức các không gian thờ tự, không làm ảnh hưởng đến cảnh quan, môi trường và giá trị nguyên gốc của di tích.

5.1. Sản phẩm hiện có cần nâng cấp, hoàn thiện, có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027

- Hành trình di sản và văn hóa tâm linh Huế: Xây dựng các chương trình tham quan, tìm hiểu lịch sử, kiến trúc, nghi lễ, phong tục và giá trị văn hóa tâm linh tại các di tích tiêu biểu như Điện Huệ Nam, Đàn Nam Giao, Đàn Xã Tắc, Đàn Âm Hồn, Thế Miếu, Triệu Miếu, chùa Thiên Mụ và lăng vua Gia Long, Đền Huyền Trân Công chúa...; kết hợp trải nghiệm dâng hương, thưởng trà, tìm hiểu nghi thức tín ngưỡng và thưởng thức văn hóa ẩm thực chay phù hợp với không gian di tích.

- Hành trình chùa và di sản Phật giáo Huế: Hoàn thiện các tuyến tham quan chùa, thiền viện và di tích Phật giáo theo chủ đề, phù hợp với thời lượng và nhu cầu của từng nhóm khách. Bổ sung nội dung giới thiệu lịch sử hình thành, kiến trúc, nghệ thuật, tư tưởng và vai trò của Phật giáo trong đời sống văn hóa Huế.

5.2. Sản phẩm mới có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027

- Trải nghiệm văn hóa tâm linh gắn với lễ hội truyền thống và sinh hoạt tôn giáo đặc trưng: Xây dựng các chương trình tham quan, tìm hiểu lịch sử, nghi thức, phong tục và giá trị văn hóa của những lễ hội tiêu biểu như Lễ hội Điện Huệ Nam, Lễ hội Đền Huyền Trân… và các sinh hoạt tôn giáo truyền thống như Lễ dâng y Kathina của Phật giáo Nam tông. Kết hợp trải nghiệm các không gian di sản và dịch vụ du lịch phụ trợ phù hợp.

- Hành trình tĩnh tâm và khám phá văn hóa Phật giáo Huế: Xây dựng các chương trình du lịch chuyên đề kết hợp tham quan, tìm hiểu lịch sử Phật giáo Huế, kiến trúc chùa, thiền định, thực hành tĩnh tâm, thưởng trà và trải nghiệm ẩm thực chay, phù hợp với nhu cầu của từng nhóm khách. Tổ chức kết nối các điểm đến tiêu biểu như chùa Giác Hoàng, chùa Ba La Mật, chùa Phổ Minh, chùa Từ Lâm, chùa Diêm Phụng, chùa Thánh Duyên và Thiền viện Trúc Lâm Bạch Mã để hình thành các hành trình theo chủ đề, thời lượng và đối tượng khách cụ thể. Việc xây dựng và tổ chức các chương trình phải bảo đảm sự thống nhất, đồng thuận của các cơ sở tôn giáo liên quan, tôn trọng không gian tu hành, gìn giữ các giá trị văn hóa Phật giáo và đáp ứng các điều kiện về tổ chức đón tiếp, phục vụ khách du lịch.

5.3. Sản phẩm cần nghiên cứu, chuẩn bị điều kiện phát triển trong giai đoạn tiếp theo

- Hệ thống sản phẩm "Huế - Hành trình tâm linh và di sản": Nghiên cứu xây dựng hệ thống hành trình theo chủ đề, kết nối các di tích lịch sử, không gian tín ngưỡng, chùa, thiền viện và lễ hội tiêu biểu thành những chương trình có chiều sâu văn hóa. Tập trung nghiên cứu các tuyến chuyên đề về lịch sử Phật giáo Huế, văn hóa tâm linh triều Nguyễn, kiến trúc và nghệ thuật tôn giáo, các giá trị tín ngưỡng trong đời sống cộng đồng; chuẩn hóa nội dung thuyết minh, thời lượng và phương thức tổ chức để có thể kết nối thành các chương trình nửa ngày, một ngày hoặc nhiều ngày.

- Hành trình tâm linh kết hợp nghỉ dưỡng và chăm sóc sức khỏe tinh thần: Nghiên cứu phát triển các gói trải nghiệm dài ngày kết hợp tìm hiểu văn hóa tâm linh, nghỉ dưỡng sinh thái, vận động nhẹ, trà, ẩm thực phù hợp và các hoạt động tĩnh tâm. Lựa chọn địa điểm trên cơ sở cảnh quan, môi trường, khả năng lưu trú, giao thông, năng lực cung ứng và mức độ phù hợp với nhu cầu thị trường. Định hướng phát triển sản phẩm có chất lượng, quy mô phù hợp và khả năng tạo giá trị gia tăng, đồng thời phân định rõ hoạt động du lịch văn hóa tâm linh với các dịch vụ chăm sóc sức khỏe thuộc dòng sản phẩm wellness.

- Sản phẩm du lịch tâm linh gắn với cộng đồng và di sản địa phương: Nghiên cứu kết nối các không gian tín ngưỡng, lễ hội dân gian, phong tục và tri thức văn hóa bản địa tại các địa phương thành chương trình trải nghiệm có sự tham gia phù hợp của cộng đồng. Quá trình phát triển cần bảo đảm sự đồng thuận của người dân, tôn trọng tập quán và tính chất của từng thực hành tín ngưỡng; chú trọng gìn giữ giá trị văn hóa, hạn chế tác động tiêu cực đến môi trường và sinh hoạt thường ngày.

6. Du lịch sinh thái - cộng đồng - biển - đầm phá

Phát huy lợi thế cảnh quan thiên nhiên, hệ sinh thái đặc thù và văn hóa bản địa để phát triển các sản phẩm du lịch sinh thái, cộng đồng, biển và đầm phá; kết hợp trải nghiệm đời sống ngư dân, nông nghiệp, làng nghề, ẩm thực và văn hóa địa phương, hình thành các tour, tuyến và gói dịch vụ đặc trưng, có khả năng khai thác thực tế.

Tăng cường liên kết giữa doanh nghiệp du lịch và cộng đồng dân cư, bảo đảm chia sẻ lợi ích hài hòa, tạo sinh kế cho người dân; gắn phát triển sản phẩm với bảo tồn tài nguyên, bảo vệ môi trường, gìn giữ bản sắc văn hóa và bảo đảm an toàn cho du khách.

6.1. Sản phẩm hiện có cần nâng cấp, hoàn thiện, có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027

- Trải nghiệm đầm phá Tam Giang: Nâng cấp các chương trình tham quan, trải nghiệm đầm phá theo hướng kết hợp khám phá cảnh quan sông nước, tìm hiểu hệ sinh thái, sinh kế ngư dân và văn hóa địa phương; trong đó chú trọng hoàn thiện, phát triển sản phẩm "Một ngày làm ngư dân Ngư Mỹ Thạnh" với các hoạt động đi thuyền, chèo SUP, trải nghiệm đánh bắt và nuôi trồng thủy sản cùng ngư dân, tham quan rừng ngập mặn, thưởng thức ẩm thực địa phương và ngắm bình minh, hoàng hôn trên đầm phá.

- Cụm trải nghiệm làng quê, làng nghề và du lịch cộng đồng: Rà soát, nâng cấp các chương trình trải nghiệm tại Thanh Toàn, Thanh Tiên, A Lưới, Khe Tre, Bình Điền và các địa bàn có điều kiện phù hợp. Tập trung kết nối không gian làng quê, kiến trúc truyền thống, phong tục, nghề thủ công, nông nghiệp, ẩm thực và đời sống cộng đồng. Trong đó, chú trọng phát triển tuyến trải nghiệm làng nghề, làng quê gắn với đầm phá Tam Giang, kết nối làng mây tre đan Bao La, Thủy Lập với làng bích họa Ngư Mỹ Thạnh, các điểm ẩm thực đầm phá và di tích lịch sử địa phương; bổ sung hoạt động trải nghiệm đan lát, làm bánh Ô Sa, mua sắm sản phẩm lưu niệm và các chương trình trải nghiệm trong nhà phù hợp với mùa mưa.

- Trải nghiệm lịch sử - văn hóa và nông nghiệp Thành cổ Hóa Châu - Thành Trung: Hoàn thiện sản phẩm trải nghiệm kết nối Nhà trưng bày Hóa Châu - Chùa Thành Trung - làng rau Thành Trung theo hướng kết hợp tìm hiểu lịch sử vùng đất Hóa Châu, tham quan không gian văn hóa, tín ngưỡng và trải nghiệm hoạt động sản xuất nông nghiệp. Du khách có thể tham gia các công đoạn làm đất, gieo trồng, chăm sóc, thu hoạch rau; tìm hiểu phương thức canh tác truyền thống, thưởng thức và mua các sản phẩm nông nghiệp địa phương.

- Mô hình "Homestay hẻm phố cổ" gắn với du lịch cộng đồng tại các tuyến hẻm trong khu vực Kinh thành: Khảo sát, lựa chọn một số hộ gia đình có nhà cổ, nhà vườn tại khu vực Chi Lăng, Bạch Đằng, Đặng Thái Thân và các tuyến hẻm phù hợp để thí điểm nâng cấp cơ sở vật chất theo tiêu chí du lịch cộng đồng, bảo đảm giữ gìn kiến trúc, cảnh quan và nếp sống của khu dân cư. Thiết kế các trải nghiệm học nấu món ăn truyền thống gia đình Huế, làm thủ công mỹ nghệ, thưởng trà, đạp xe khám phá các ngõ hẻm lịch sử.

- Sản phẩm du lịch Net Zero Huế - Trải nghiệm du lịch xanh, phát thải thấp: Nâng cấp và hoàn thiện sản phẩm du lịch Net Zero Huế theo hướng xây dựng các chương trình tham quan, trải nghiệm phát thải thấp, kết hợp đi bộ, xe đạp, phương tiện vận chuyển phù hợp, sử dụng dịch vụ lưu trú và ẩm thực có thực hành xanh, hạn chế đồ nhựa dùng một lần, giảm thiểu rác thải và khuyến khích tiêu dùng sản phẩm địa phương.

6.2. Sản phẩm mới có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027

- Hành trình khám phá thiên nhiên Bạch Mã - Lăng Cô - Cảnh Dương: Nghiên cứu xây dựng chương trình liên tuyến kết hợp khám phá cảnh quan, hệ sinh thái tại khu vực Bạch Mã với trải nghiệm biển, nghỉ dưỡng, ẩm thực và các hoạt động ngoài trời phù hợp tại Lăng Cô - Cảnh Dương.

- Hành trình văn hóa - sinh thái Hóa Châu "Một hành trình - Ba trải nghiệm": Xây dựng và hoàn thiện hành trình kết nối các điểm đến đặc trưng của phường Hóa Châu, gồm Phố cổ Bao Vinh - Thành cổ Hóa Châu - Nhà trưng bày Hóa Châu - Chùa Thành Trung - làng rau Thành Trung - Rú Chá - Cồn Tè - đầm phá Tam Giang. Nội dung chương trình kết hợp tìm hiểu lịch sử, kiến trúc và văn hóa địa phương; trải nghiệm sản xuất nông nghiệp, tham quan không gian làng quê; khám phá hệ sinh thái rừng ngập mặn, tìm hiểu đời sống và sinh kế cư dân đầm phá, thưởng thức ẩm thực địa phương.

- Du lịch sinh thái - cộng đồng Rú Chá - Cồn Tè gắn với dịch vụ môi trường rừng: Kết hợp khai thác giá trị cảnh quan, hệ sinh thái rừng ngập mặn với bảo tồn tài nguyên và cơ chế cung cấp dịch vụ môi trường rừng theo quy định. Các hoạt động có thể nghiên cứu triển khai gồm tham quan rừng, khám phá cảnh quan đầm phá, tìm hiểu sinh kế địa phương, trải nghiệm đường thủy và thưởng thức ẩm thực cộng đồng; từng bước xem xét phát triển dịch vụ ăn uống, vui chơi và trải nghiệm phù hợp nhằm kéo dài thời gian lưu trú của du khách.

- Hành trình trải nghiệm đầm phá Cầu Hai - cửa biển Tư Hiền và vùng phụ cận: Phối hợp với doanh nghiệp lữ hành, hợp tác xã và cộng đồng xây dựng, hoàn thiện hành trình trải nghiệm tại xã Vinh Lộc, kết hợp ngắm cảnh đầm phá và cửa biển Tư Hiền, tìm hiểu sinh kế ngư dân, làng nghề thủy sản và thưởng thức ẩm thực, đặc sản địa phương. Rà soát tài nguyên, dịch vụ hiện có tại xã Lộc An và vị trí kết nối thuận lợi với trục Quốc lộ 1A, lựa chọn nội dung phù hợp để kết nối vào hành trình, tuyến chung.

- Không gian văn hóa - ẩm thực - giải trí biển Thuận An: Vận hành Quảng trường và Công viên văn hóa đa năng biển Thuận An theo hướng hình thành không gian trải nghiệm tổng hợp về văn hóa, ẩm thực, vui chơi, giải trí và sự kiện ven biển. Tổ chức các hoạt động biểu diễn nghệ thuật, giới thiệu ẩm thực địa phương, hội chợ sản phẩm đặc trưng, vui chơi gia đình và các chương trình văn hóa theo mùa. Kết nối với bãi biển, cơ sở lưu trú, nhà hàng và các tuyến tham quan để hình thành gói trải nghiệm biển có thể khai thác thường xuyên.

- Không gian mỹ thuật và nghệ thuật sáng tạo biển Thuận An: Hình thành không gian mỹ thuật và nghệ thuật sáng tạo gắn với cảnh quan, văn hóa biển và bản sắc địa phương tại Thuận An, thông qua các tác phẩm nghệ thuật sắp đặt, tranh bích họa, tạo hình từ vật liệu tái chế và vật liệu bản địa phù hợp. Kết nối không gian nghệ thuật với quảng trường, công viên, dịch vụ ẩm thực và các điểm tham quan ven biển để hình thành tuyến trải nghiệm.

6.3. Sản phẩm mới cần nghiên cứu, chuẩn bị điều kiện phát triển trong giai đoạn tiếp theo

- Hệ thống trải nghiệm sinh thái và đời sống cộng đồng vùng đầm phá Tam Giang - Cầu Hai: Nghiên cứu phát triển các sản phẩm chuyên đề gắn với hệ sinh thái đầm phá, sinh kế ngư dân, văn hóa ẩm thực và đời sống làng chài; từng bước hình thành các chương trình trải nghiệm theo mùa, kết hợp đi thuyền, tìm hiểu hoạt động thủy sản, trải nghiệm chế biến đặc sản và lưu trú.

- Trải nghiệm đường thủy bằng thuyền điện kết nối Bao Vinh - Rú Chá: Nghiên cứu hoàn thiện phương án tổ chức tuyến trải nghiệm đường thủy kết nối Phố cổ Bao Vinh với khu vực Rú Chá và các điểm đến phù hợp trên sông, đầm phá; ưu tiên sử dụng thuyền điện. Kết nối sản phẩm với hành trình khám phá Phố cổ Bao Vinh, Rú Chá và hệ sinh thái đầm phá Tam Giang.

- Du lịch sinh thái và trải nghiệm văn hóa bản địa vùng núi, trung du: Nghiên cứu xây dựng các chương trình trải nghiệm tại A Lưới, Khe Tre, Bình Điền và các khu vực có tiềm năng, gắn với cảnh quan rừng, suối, nông nghiệp, ẩm thực, nghề

thủ công và tri thức bản địa. Lựa chọn nội dung phù hợp với điều kiện tài nguyên, khả năng tiếp cận và nhu cầu thị trường; khuyến khích cộng đồng tham gia cung ứng dịch vụ, hướng dẫn trải nghiệm và giới thiệu văn hóa địa phương trên cơ sở tự nguyện, tôn trọng bản sắc và chia sẻ lợi ích công bằng. Đối với các khu vực có giá trị bảo tồn cao, việc phát triển sản phẩm phải căn cứ quy định quản lý, sức chịu tải và yêu cầu bảo vệ hệ sinh thái.

- Hành trình khám phá hệ sinh thái ven biển và đầm phá: Nghiên cứu kết nối các khu vực ven biển, cửa biển, đầm phá và làng nghề thủy sản thành các hành trình trải nghiệm theo chủ đề, kết hợp khám phá cảnh quan, tìm hiểu đa dạng sinh học, ẩm thực và sinh kế địa phương. Đánh giá khả năng kết nối giữa các điểm đến, điều kiện vận chuyển, mùa vụ, cơ sở hạ tầng và khả năng tổ chức các hoạt động trải nghiệm an toàn; ưu tiên những mô hình quy mô phù hợp, có sự tham gia của cộng đồng và hạn chế tác động đến hệ sinh thái nhạy cảm.

- Sản phẩm du lịch sinh thái gắn với bảo tồn và giáo dục môi trường: Nghiên cứu phát triển các chương trình tìm hiểu thiên nhiên, quan sát hệ sinh thái, trải nghiệm có hướng dẫn và giáo dục môi trường tại các khu vực phù hợp, trong đó chú trọng nâng cao nhận thức của du khách về bảo tồn đa dạng sinh học, sử dụng tài nguyên bền vững và giảm thiểu rác thải. Việc tổ chức các hoạt động phải có sự phối hợp với đơn vị quản lý khu vực, chuyên gia hoặc tổ chức có chuyên môn khi cần thiết; không tổ chức hoạt động gây xáo trộn sinh cảnh, ảnh hưởng đến động thực vật hoặc vượt quá sức chịu tải của điểm đến.

7. Du lịch đêm và kinh tế đêm

Phát triển các sản phẩm du lịch kinh tế đêm theo hướng kết nối sông Hương, bến thuyền, hai bờ sông, phố đi bộ, ẩm thực, mua sắm và biểu diễn nghệ thuật thành chuỗi trải nghiệm có bản sắc, khung giờ hoạt động và dịch vụ đa dạng, góp phần kéo dài thời gian lưu trú, gia tăng chi tiêu và nâng cao sức hấp dẫn của Huế.

Ưu tiên nâng cấp các không gian kinh tế đêm hiện có, phát triển sản phẩm mới gắn với di sản, cảnh quan sông nước và văn hóa ẩm thực; xác định rõ đơn vị vận hành, phương án tổ chức, kết nối dịch vụ và phương thức thương mại hóa. Bảo đảm an ninh, an toàn giao thông đường thủy, vệ sinh môi trường, kiểm soát tiếng ồn và hài hòa với đời sống cộng đồng; phân định các sản phẩm có thể đưa vào khai thác từ năm 2027 với các mô hình cần tiếp tục nghiên cứu, đầu tư trong giai đoạn tiếp theo.

7.1. Sản phẩm hiện có cần nâng cấp, hoàn thiện, có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027

Phố đi bộ và các tuyến dịch vụ ban đêm: Nâng cao chất lượng trải nghiệm tại các tuyến phố đi bộ và không gian dịch vụ ban đêm đang khai thác, trọng tâm là phố đi bộ Hai Bà Trưng, tuyến phố đi bộ Chu Văn An - Phạm Ngũ Lão - Võ Thị Sáu và các khu vực phù hợp khác. Tập trung nâng cao chất lượng ẩm thực, mua sắm, dịch vụ giải trí và nghệ thuật đường phố; khuyến khích phát triển các hoạt động giới thiệu văn hóa, sản phẩm thủ công và đặc sản Huế. Nghiên cứu bố trí các hoạt động theo khung giờ, tăng tính liên kết giữa các tuyến, chuẩn hóa chất lượng dịch vụ và thông tin hướng dẫn để hình thành hành trình trải nghiệm ban đêm thuận tiện, an toàn và có khả năng kéo dài thời gian lưu lại của du khách.

7.2. Sản phẩm mới có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027

- Mở cửa các điểm tham quan phục vụ du khách về đêm: Tổ chức mở cửa các điểm tham quan di sản, bảo tàng và không gian văn hóa phù hợp vào buổi tối, ưu tiên Cung An Định, Bảo tàng Cổ vật Cung đình Huế và các bảo tàng có đủ điều kiện; Trường Quốc Học Huế, chợ Đông Ba và các địa điểm phù hợp khác theo điều kiện thực tế, thời gian hoạt động và sự chấp thuận của đơn vị quản lý. Kết nối với các chương trình ẩm thực, mua sắm và giải trí về đêm, đưa vào chương trình tham quan của doanh nghiệp lữ hành.

- "Huế River Life" - Trải nghiệm văn hóa và ẩm thực trên sông Hương: Nghiên cứu hoàn thiện các gói trải nghiệm kết hợp ngắm cảnh sông Hương, thưởng trà, ẩm thực, âm nhạc và tìm hiểu văn hóa Huế trên các phương tiện đường thủy đủ điều kiện hoạt động. Trước mắt, ưu tiên các chương trình ngắm cảnh kết hợp thưởng trà, ẩm thực hoặc biểu diễn nghệ thuật trên thuyền. Các trải nghiệm ngắm hoàng hôn, bình minh hoặc lưu trú trên sông chỉ triển khai khi đáp ứng điều kiện về phương tiện, bến đón trả khách, an toàn, môi trường và phương án vận hành phù hợp.

- Không gian trải nghiệm đêm Đông Ba - Bạch Đằng - Huỳnh Thúc Kháng: Nghiên cứu hình thành hành trình trải nghiệm kết nối cảnh quan ven sông, không gian chợ và các tuyến phố dịch vụ khu vực Đông Ba - Bạch Đằng - Huỳnh Thúc Kháng, gắn với ẩm thực, mua sắm, sản phẩm địa phương và các hoạt động văn hóa phù hợp. Trên cơ sở điều kiện thực tế, lựa chọn các điểm dừng, dịch vụ và khung giờ hoạt động; tăng cường kết nối các cơ sở kinh doanh, hộ buôn bán và doanh nghiệp du lịch để hình thành chương trình trải nghiệm có nội dung đặc trưng, phương thức tổ chức rõ ràng và khả năng phục vụ khách thường xuyên.

- Không gian văn hóa - ẩm thực ven sông Như Ý: Nghiên cứu tổ chức các chương trình trải nghiệm ven sông kết hợp ẩm thực Huế, giới thiệu văn hóa địa phương, hoạt động nghệ thuật và dịch vụ giải trí quy mô phù hợp. Ưu tiên khai thác các điều kiện hạ tầng và dịch vụ hiện có; xác định phạm vi không gian, thời gian tổ chức, đơn vị vận hành và phương án kết nối với các tuyến tham quan lân cận. Việc triển khai cần có phương án quản lý giao thông, tiếng ồn, vệ sinh môi trường, bảo đảm an toàn, cảnh quan và hài hòa với sinh hoạt, sinh kế của cộng đồng dân cư ven sông.

- Phố ẩm thực: Nghiên cứu hình thành phố ẩm thực chuyên đề, kết hợp giới thiệu món ăn đặc trưng, trình diễn nghệ thuật và trải nghiệm văn hóa đường phố. Hội Khách sạn thành phố Huế chủ trì, phối hợp với các doanh nghiệp, hộ kinh doanh và đơn vị liên quan tổ chức triển khai khi được bố trí mặt bằng thuận lợi; xây dựng phương án vận hành, danh mục dịch vụ, khung giờ hoạt động và chương trình quảng bá, kết nối với các tuyến tham quan, phố đi bộ và sản phẩm du lịch đêm hiện có. Bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm, vệ sinh môi trường, an ninh trật tự và mỹ quan đô thị.

7.3. Sản phẩm mới cần nghiên cứu, chuẩn bị điều kiện phát triển trong giai đoạn tiếp theo

- "Đêm sông Hương - Phố đêm Trường Tiền": Nghiên cứu xây dựng mô hình không gian kinh tế đêm lấy cầu Trường Tiền và sông Hương làm điểm nhấn

nhận diện, kết nối mặt nước, bến thuyền, hai bờ sông, các tuyến phố đi bộ, ẩm thực, mua sắm và biểu diễn nghệ thuật thành chuỗi trải nghiệm có tính liên tục. Đánh giá phương án tổ chức không gian, phân khu hoạt động, thời gian vận hành, kết nối giao thông, khả năng khai thác mặt nước, nhu cầu đầu tư, cơ chế quản lý và sự tham gia của các đơn vị liên quan. Việc triển khai phải bảo đảm yêu cầu bảo tồn cảnh quan di sản, an toàn giao thông, an ninh trật tự và hài hòa với sinh hoạt của cộng đồng; trên cơ sở nghiên cứu khả thi để xác định quy mô, lộ trình và mô hình vận hành phù hợp.

- "Đêm giữa thiên nhiên và di sản" - Hành trình trải nghiệm sông nước, di sản và nghỉ dưỡng: Nghiên cứu phát triển các chương trình kết hợp trải nghiệm sông Hương, tham quan di sản, tìm hiểu văn hóa, ẩm thực và nghỉ dưỡng theo chủ đề. Đánh giá khả năng kết nối giữa các điểm đến, điều kiện lưu trú, phương tiện vận chuyển, thời gian khai thác và nhu cầu của các phân khúc khách; ưu tiên mô hình có chất lượng dịch vụ cao, tạo trải nghiệm khác biệt và có khả năng kéo dài thời gian lưu trú. Các hoạt động lưu trú trên sông hoặc hình thức khai thác mặt nước chuyên biệt chỉ xem xét khi có đầy đủ cơ sở về quy hoạch, hạ tầng, an toàn, môi trường và điều kiện pháp lý.

- "Chợ đêm Huế": Nghiên cứu phát triển mô hình chợ đêm theo hướng hình thành không gian kinh tế đêm có bản sắc, kết hợp mua sắm, ẩm thực và trải nghiệm văn hóa Huế; ưu tiên kết nối các sản phẩm thủ công mỹ nghệ, sản phẩm OCOP, đặc sản địa phương với hoạt động biểu diễn nghệ thuật cộng đồng, tạo điểm đến phục vụ nhu cầu tham quan, vui chơi và chi tiêu của du khách vào buổi tối.

- Du thuyền trải nghiệm văn hóa, di sản cao cấp trên sông Hương: Nghiên cứu phát triển các gói dịch vụ riêng tư hoặc theo nhóm nhỏ, kết hợp ngắm cảnh, thưởng trà, ẩm thực, giới thiệu di sản và các hoạt động văn hóa phù hợp. Chú trọng thiết kế trải nghiệm theo yêu cầu của khách, chất lượng phục vụ, tính riêng tư và khả năng đặt trước; đánh giá nhu cầu thị trường, phương tiện, bến đón trả khách, tiêu chuẩn dịch vụ, phương án giá và mô hình vận hành. Sản phẩm cần được định vị theo phân khúc khách phù hợp, không trùng lặp với các chương trình thuyền du lịch đang khai thác, đồng thời bảo đảm an toàn và bảo vệ cảnh quan sông Hương.

8. Du lịch MICE

Phát huy lợi thế của Huế về di sản, văn hóa, y tế, giáo dục, khoa học và cảnh quan để phát triển du lịch MICE; tăng cường kết nối giữa cơ sở hội nghị, khách sạn, doanh nghiệp lữ hành, vận chuyển, nhà hàng và đơn vị tổ chức sự kiện nhằm hình thành các gói dịch vụ đồng bộ, phù hợp với nhu cầu của cơ quan, doanh nghiệp và hiệp hội trong nước, quốc tế.

Ưu tiên thu hút hội nghị, hội thảo, sự kiện chuyên ngành; kết hợp hoạt động hội họp với tham quan di sản, trải nghiệm văn hóa, ẩm thực và nghỉ dưỡng. Từng bước hoàn thiện năng lực cung ứng, phương án tổ chức và đầu mối điều phối, góp phần kéo dài thời gian lưu trú, gia tăng chi tiêu và khẳng định Huế là điểm đến MICE có bản sắc.

8.1. Sản phẩm hiện có cần nâng cấp, hoàn thiện, có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027

MICE chuyên ngành gắn với thế mạnh của Huế: Nâng cao năng lực kết nối, tổ chức và phục vụ các hội nghị, hội thảo, diễn đàn và sự kiện cấp quốc gia, quốc tế trong các lĩnh vực y tế, giáo dục, văn hóa, di sản, du lịch, khoa học và các lĩnh vực phù hợp khác. Đồng thời, bổ sung các chương trình tham quan, trải nghiệm di sản, ẩm thực và giao lưu văn hóa vào hoạt động bên lề, góp phần gia tăng giá trị của sự kiện và trải nghiệm của đại biểu.

8.2. Sản phẩm mới có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027

- Gói du lịch MICE Huế: Xây dựng các chương trình trọn gói 2 ngày 1 đêm, 3 ngày 2 đêm kết hợp hội nghị, hội thảo hoặc hoạt động doanh nghiệp với lưu trú, ăn uống, vận chuyển; bổ sung chương trình tham quan, trải nghiệm di sản, ẩm thực và giao lưu văn hóa vào hoạt động bên lề để gia tăng giá trị sự kiện và trải nghiệm của đại biểu. Trên cơ sở gói cơ bản, phát triển phiên bản mở rộng Huế - Lăng Cô (3 ngày 2 đêm hoặc 4 ngày 3 đêm) kết hợp nghỉ dưỡng biển, ẩm thực và trải nghiệm cảnh quan cho các đoàn có nhu cầu, căn cứ năng lực cơ sở lưu trú, hội nghị và điều kiện kết nối.

- Gói tiệc tối theo chủ đề mang bản sắc văn hóa Huế (Themed Dinner): Phát triển các chương trình tiệc tối được thiết kế theo chủ đề, kết hợp ẩm thực Huế, văn hóa, nghệ thuật truyền thống và các hoạt động giao lưu phù hợp với mục tiêu của từng sự kiện. Có thể nghiên cứu các chủ đề như dạ tiệc văn hóa cung đình, đêm ẩm thực và nghệ thuật Huế hoặc gala dinner mang dấu ấn di sản; lựa chọn địa điểm tổ chức phù hợp với quy mô đoàn, điều kiện phục vụ và yêu cầu bảo tồn di sản.

8.3. Sản phẩm mới cần nghiên cứu, chuẩn bị điều kiện phát triển trong giai đoạn tiếp theo

- Gói MICE cao cấp gắn với di sản và trải nghiệm độc quyền: Nghiên cứu phát triển các chương trình hội nghị, hội thảo và sự kiện doanh nghiệp kết hợp trải nghiệm văn hóa, nghệ thuật và không gian di sản theo phương án tổ chức riêng, phù hợp với các đoàn có yêu cầu cao về chất lượng dịch vụ và tính khác biệt. Đánh giá khả năng cung ứng, điều kiện sử dụng địa điểm, phương án tổ chức, nguồn lực và yêu cầu bảo tồn trước khi xây dựng gói sản phẩm cụ thể.

- MICE kết hợp nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe và hoạt động gắn kết đội nhóm: Nghiên cứu xây dựng các chương trình dành cho doanh nghiệp, kết hợp hội họp với nghỉ dưỡng, vận động ngoài trời, hoạt động gắn kết đội nhóm, trải nghiệm thiên nhiên và các dịch vụ chăm sóc sức khỏe phù hợp. Lựa chọn địa điểm trên cơ sở năng lực tổ chức, cơ sở lưu trú, điều kiện giao thông và khả năng cung ứng dịch vụ; bảo đảm lịch trình cân đối giữa mục tiêu công việc, nghỉ ngơi và trải nghiệm của người tham dự.

- Sự kiện chuyên ngành quy mô lớn gắn với thương hiệu Huế: Nghiên cứu khả năng hình thành hoặc đăng cai các diễn đàn, hội nghị, triển lãm và sự kiện định kỳ trong những lĩnh vực Huế có lợi thế như y tế, giáo dục, văn hóa, di sản và du lịch. Đánh giá điều kiện về cơ sở vật chất, sức chứa, năng lực tổ chức, nguồn lực, đối tác chuyên ngành và khả năng duy trì sự kiện; từng bước xây dựng danh mục sự kiện có tiềm năng phát triển thành hoạt động thường niên, góp phần tạo nguồn khách ổn định và nâng cao nhận diện điểm đến MICE Huế.

9. Sản phẩm du lịch mùa mưa Huế và mở rộng thời gian khai thác du lịch

Phát triển các sản phẩm du lịch mùa mưa dựa trên thế mạnh về di sản, văn hóa, ẩm thực, nghệ thuật, làng nghề, mua sắm và chăm sóc sức khỏe; hình thành các hành trình, gói trải nghiệm có thể tổ chức thường xuyên, ít phụ thuộc vào thời tiết, góp phần kéo dài thời gian lưu trú và gia tăng chi tiêu của du khách.

Tăng cường kết nối các điểm đến, cơ sở lưu trú, ẩm thực và đơn vị cung ứng dịch vụ để xây dựng sản phẩm có nội dung, thời lượng, giá bán và phương thức đặt dịch vụ rõ ràng; ưu tiên lựa chọn sản phẩm khả thi để thí điểm từ năm 2027, đánh giá hiệu quả và hoàn thiện để nhân rộng. Bảo đảm an toàn cho du khách, chủ động phương án điều chỉnh khi xảy ra mưa lớn, bão, ngập lụt và các tình huống thời tiết bất lợi.

9.1. Sản phẩm hiện có cần nâng cấp, hoàn thiện, có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027

- "Huế trong mùa mưa" - Khám phá di sản và văn hóa cố đô ngày mưa: Hoàn thiện các chương trình tham quan di sản, tìm hiểu kiến trúc, lịch sử và văn hóa cung đình, kết hợp trải nghiệm làng nghề hoa giấy Thanh Tiên, tranh dân gian làng Sình, thực hành nghề truyền thống, thưởng trà và ẩm thực Huế; ưu tiên các không gian trong nhà, có mái che, phù hợp tổ chức trong điều kiện thời tiết mưa.

- "Một ngày mưa ở Huế" - Trải nghiệm ẩm thực và nếp sống Huế: Phát triển các chương trình trải nghiệm nấu món ăn Huế, thưởng thức ẩm thực địa phương, pha trà, thưởng trà tại nhà vườn hoặc không gian văn hóa phù hợp; kết hợp tìm hiểu nếp sống, câu chuyện và văn hóa ứng xử của người Huế.

9.2. Sản phẩm mới có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027

- Đêm nghệ thuật và âm nhạc mùa mưa Huế: Nghiên cứu xây dựng các chương trình biểu diễn Ca Huế, Nhã nhạc, nghệ thuật truyền thống hoặc kể chuyện di sản tại các không gian trong nhà, có điều kiện tổ chức phù hợp như Duyệt Thị Đường, Cung An Định, Điện Kiến Trung hoặc địa điểm được đơn vị quản lý chấp thuận. Đối với các chương trình đã được tổ chức, tập trung nâng cấp hoặc phát triển phiên bản có nội dung khác biệt trước khi xác định là sản phẩm mới.

- "Nghỉ dưỡng ngày mưa ở Huế" - Thư giãn và chăm sóc sức khỏe: Liên kết cơ sở lưu trú, khu nghỉ dưỡng, spa và đơn vị cung ứng dịch vụ chăm sóc sức khỏe để xây dựng các gói trải nghiệm trong nhà, kết hợp thư giãn, ngâm chân thảo dược, massage, thiền, yoga, dinh dưỡng và nghỉ dưỡng phù hợp.

- "Săn ảnh Huế mùa mưa" - Khám phá vẻ đẹp Huế trong mưa: Thiết kế các chương trình khám phá và chụp ảnh tại nhà vườn, công trình kiến trúc, không gian di sản, đường phố và cảnh quan đặc trưng trong điều kiện thời tiết phù hợp. Kết hợp trải nghiệm thưởng trà, cà phê, ẩm thực hoặc tìm hiểu văn hóa tại các điểm dừng trong nhà.

- "Rainy Day Shopping Huế" - Mua sắm, ẩm thực và giải trí trong nhà: Nghiên cứu xây dựng gói trải nghiệm ngày mưa kết nối tham quan di sản hoặc trải nghiệm văn hóa với mua sắm, ẩm thực và giải trí tại AEON MALL Huế cùng các cơ sở dịch vụ phù hợp. Sản phẩm cần được thiết kế theo hướng bổ trợ cho trải nghiệm di sản và văn hóa Huế, không chỉ dừng ở việc đưa khách đến trung tâm thương mại.

9.3. Sản phẩm mới cần nghiên cứu, chuẩn bị điều kiện phát triển trong giai đoạn tiếp theo

- Hệ thống gói du lịch "Huế mùa mưa" theo thời lượng và phân khúc khách: Nghiên cứu kết nối các sản phẩm di sản, ẩm thực, làng nghề, nghệ thuật, chăm sóc sức khỏe và mua sắm thành các gói nửa ngày, một ngày, hai ngày một đêm hoặc dài ngày hơn. Xây dựng phương án dành cho khách lẻ, gia đình, nhóm nhỏ, khách quốc tế và khách có nhu cầu nghỉ dưỡng; chuẩn hóa lịch trình, giá gói, tiêu chuẩn phục vụ, đối tác cung ứng và chính sách điều chỉnh khi thời tiết bất lợi. Từng bước hình thành hệ thống sản phẩm có thể đặt mua độc lập hoặc kết hợp linh hoạt qua doanh nghiệp lữ hành và cơ sở lưu trú.

- Chương trình trải nghiệm văn hóa - nghệ thuật trong nhà theo chủ đề mùa mưa: Nghiên cứu phát triển các chương trình biểu diễn, kể chuyện di sản, trải nghiệm thủ công truyền thống, trà và ẩm thực trong các không gian phù hợp. Đánh giá địa điểm, điều kiện tổ chức, nội dung nghệ thuật, lịch khai thác, năng lực phục vụ và khả năng duy trì hoạt động thường xuyên; lựa chọn những chương trình có tính đặc trưng, tạo được giá trị trải nghiệm khác biệt và có khả năng kết nối với các tour du lịch mùa mưa.

- Gói nghỉ dưỡng dài ngày và chăm sóc sức khỏe mùa mưa: Nghiên cứu xây dựng các chương trình lưu trú kết hợp chăm sóc sức khỏe thể chất và tinh thần, dinh dưỡng, vận động nhẹ, trà, ẩm thực và trải nghiệm văn hóa trong không gian phù hợp. Hướng đến nhóm khách có nhu cầu nghỉ ngơi, sống chậm và lưu trú dài ngày; đánh giá năng lực cung ứng, tiêu chuẩn dịch vụ, thị trường mục tiêu và mức giá phù hợp trước khi tổ chức thí điểm.

- Liên kết doanh nghiệp xây dựng và phân phối sản phẩm du lịch mùa mưa: Nghiên cứu cơ chế phối hợp giữa doanh nghiệp lữ hành, khách sạn, nhà hàng, cơ sở văn hóa, làng nghề, đơn vị chăm sóc sức khỏe và trung tâm thương mại để hình thành các gói sản phẩm liên kết. Thống nhất đầu mối tiếp nhận đặt dịch vụ, giá bán, lịch hoạt động, điều kiện sử dụng và chính sách điều chỉnh hoặc hoàn hủy khi thời tiết bất lợi. Từng bước xây dựng bộ thông tin sản phẩm và phương án quảng bá, phân phối phù hợp với các thị trường mục tiêu.

10. Phát triển sản phẩm du lịch liên vùng và thu hút các phân khúc khách mới

Phát triển các sản phẩm phù hợp với nhu cầu, thời gian lưu trú và đặc điểm của từng nhóm khách, trọng tâm là khách du lịch liên vùng, khách đi đường sắt, khách tàu biển cập cảng Chân Mây và các thị trường chuyên biệt. Tăng cường liên kết Huế với Đà Nẵng, Hội An, Phong Nha và các điểm đến trong khu vực để hình thành các hành trình thuận tiện, đa dạng trải nghiệm và có khả năng khai thác thương mại.

Đối với khách tàu biển, ưu tiên các chương trình tham quan trong ngày, bảo đảm chất lượng phục vụ và thời gian đón trả khách. Tăng cường phối hợp với đơn vị khai thác cảng, hãng tàu, doanh nghiệp điều hành tour và đơn vị vận chuyển để cập nhật lịch tàu, thống nhất phương án đón trả và chủ động xử lý các tình huống phát sinh. Đối với thị trường chuyên biệt, trong đó có khách Hồi giáo, cần khảo sát nhu cầu, đánh giá năng lực cung ứng và hoàn thiện dịch vụ phù hợp.

10.1. Sản phẩm hiện có cần nâng cấp, hoàn thiện, có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027

- Du lịch đường sắt và hành trình liên vùng: Nâng cấp, hoàn thiện và tăng cường thương mại hóa các chương trình du lịch gắn với tuyến đường sắt Huế - Đà Nẵng, các hành trình kết nối Huế - Phong Nha và sản phẩm tàu hỏa trải nghiệm Huế - Đà Nẵng khi có điều kiện khai thác phù hợp. Kết nối dịch vụ vận chuyển đường sắt với lưu trú, ẩm thực, tham quan di sản và các trải nghiệm tại điểm đến.

- Hành trình "Con đường di sản miền Trung: Huế - Đà Nẵng - Hội An": Hoàn thiện các chương trình du lịch liên vùng kết nối di sản, văn hóa, ẩm thực và các điểm đến đặc trưng; phân chia lịch trình theo thời lượng phù hợp, từ chương trình ngắn ngày đến hành trình nhiều ngày.

- Hành trình "Di sản Huế - Nghỉ dưỡng biển Lăng Cô - Đà Nẵng": Nâng cấp các chương trình kết hợp tham quan di sản Huế với trải nghiệm cảnh quan, nghỉ dưỡng biển tại Lăng Cô và kết nối các điểm đến phù hợp tại Đà Nẵng.

- Hoàn thiện và nâng cấp chương trình trải nghiệm trên các tuyến Tàu di sản Huế - Đà Nẵng và Huế - Phong Nha; kết nối với cơ sở lưu trú, điểm tham quan, dịch vụ ẩm thực và vận chuyển tại các điểm đến, xây dựng các gói tour trọn gói theo thời lượng 2 ngày 1 đêm, 3 ngày 2 đêm hoặc dài ngày hơn.

- Triển khai tuyến du lịch tàu hơi nước Huế - Đà Nẵng, khai thác giá trị cảnh quan thiên nhiên và trải nghiệm đường sắt đặc trưng; kết nối với các chương trình tham quan di sản, ẩm thực và nghỉ dưỡng tại hai địa phương.

10.2. Sản phẩm mới khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027

- Du lịch tàu biển - "Huế trong 6 giờ: Hành trình di sản Cố đô": Xây dựng chương trình tham quan dành riêng cho khách tàu biển cập cảng Chân Mây, ưu tiên các điểm đến tiêu biểu có khả năng kết nối thuận tiện trong thời gian ngắn. Nội dung có thể kết hợp tham quan di sản, tìm hiểu văn hóa, thưởng thức ẩm thực và mua sắm sản phẩm địa phương. Lịch trình phải được thiết kế theo giờ tàu cập cảng và khởi hành.

- Du lịch tàu biển - "Hồ Truồi - Thiền viện Trúc Lâm - Hương vị biển Huế": Nghiên cứu xây dựng chương trình trải nghiệm cảnh quan, văn hóa và ẩm thực dành cho khách tàu biển, kết hợp các điểm đến có khả năng kết nối phù hợp về thời gian và điều kiện vận chuyển. Nội dung có thể bao gồm trải nghiệm cảnh quan hồ Truồi, tham quan Thiền viện Trúc Lâm Bạch Mã trong điều kiện được phép, kết hợp thưởng thức ẩm thực địa phương và tìm hiểu văn hóa bản địa.

10.3. Sản phẩm mới cần nghiên cứu, chuẩn bị điều kiện phát triển trong giai đoạn tiếp theo

- Nâng cấp, khai thác ga Lăng Cô gắn với phát triển sản phẩm du lịch đường sắt trải nghiệm Huế - Lăng Cô - Hải Vân: Nâng cấp, hoàn thiện điều kiện phục vụ khách tại ga Lăng Cô, từng bước hình thành điểm dừng chân du lịch kết nối hành trình đường sắt Huế - Lăng Cô - Hải Vân với các trải nghiệm ngắm cảnh đèo Hải

Vân, dừng chân tại ga Lăng Cô, tham quan vịnh Lăng Cô, thưởng thức ẩm thực và nghỉ dưỡng biển. Xây dựng các chương trình tham quan trong ngày hoặc kết hợp lưu trú, nghỉ dưỡng; xác định lịch trình, thời gian dừng tàu, phương án trung chuyển, dịch vụ đi kèm và giá gói phù hợp. Việc nâng cấp, đầu tư và tổ chức dừng tàu cần được nghiên cứu theo thẩm quyền, phù hợp điều kiện khai thác thực tế, bảo đảm an toàn chạy tàu; đồng thời xem xét khả năng kết nối với các hành trình du lịch đường sắt phù hợp khác.

- Sản phẩm du lịch thân thiện với khách Hồi giáo - "Salam Huế": Nghiên cứu nhu cầu, hành vi và khả năng chi trả của các phân khúc khách Hồi giáo phù hợp với định hướng thị trường của Huế; đánh giá năng lực cung ứng của cơ sở lưu trú, nhà hàng, doanh nghiệp lữ hành và các đơn vị dịch vụ liên quan. Trên cơ sở đó, nghiên cứu xây dựng các gói trải nghiệm kết hợp di sản, văn hóa, ẩm thực và mua sắm; chuẩn bị thông tin minh bạch về thực đơn, thành phần nguyên liệu, điều kiện lưu trú, không gian cầu nguyện và các dịch vụ hỗ trợ phù hợp với nhu cầu thực tế. Việc phát triển sản phẩm cần thực hiện theo hướng có chọn lọc, căn cứ năng lực đáp ứng và kết quả khảo sát thị trường, không đặt mục tiêu thu hút đại trà khi các điều kiện cung ứng chưa đầy đủ.

- Gói ẩm thực phù hợp với thị trường Hồi giáo: Nghiên cứu khả năng phát triển thực đơn và gói trải nghiệm ẩm thực phù hợp với nhu cầu của khách Hồi giáo, trên cơ sở lựa chọn cơ sở cung ứng đáp ứng các yêu cầu liên quan. Chú trọng quy trình lựa chọn nguyên liệu, chế biến, bảo quản, phục vụ và cung cấp thông tin rõ ràng cho khách; đánh giá khả năng đáp ứng của từng cơ sở và nhu cầu về chứng nhận Halal khi cần thiết. Việc sử dụng tên gọi "ẩm thực Halal", "Cơm cung đình Halal" hoặc các tên gọi tương tự chỉ thực hiện khi cơ sở và quy trình cung ứng đáp ứng các tiêu chuẩn, điều kiện liên quan; trường hợp chưa đáp ứng, cần sử dụng cách giới thiệu phù hợp, không gây hiểu nhầm cho khách.

- Mở rộng kết nối thị trường tàu biển và du lịch liên vùng: Nghiên cứu tăng cường hợp tác với hãng tàu, đơn vị khai thác cảng, doanh nghiệp điều hành tour, đơn vị vận chuyển và đối tác tại các điểm đến trong khu vực nhằm đa dạng hóa chương trình tham quan dành cho khách tàu biển và hành trình liên vùng. Đánh giá lịch tàu, sản lượng khách, thời gian lưu lại, nhu cầu thị trường, năng lực cung ứng và hiệu quả thương mại của từng tuyến; trên cơ sở đó lựa chọn sản phẩm có tính khả thi để xây dựng phương án hợp tác, phân phối và mở rộng khai thác trong giai đoạn tiếp theo.

V. DANH MỤC SẢN PHẨM ƯU TIÊN

Hệ thống sản phẩm du lịch Huế có phạm vi rộng, đa dạng về loại hình và không gian khai thác. Trong khi đó, nguồn lực đầu tư, xúc tiến quảng bá và năng lực tổ chức, vận hành sản phẩm cần tiếp tục được củng cố. Vì vậy, việc lựa chọn một số sản phẩm du lịch ưu tiên có ý nghĩa quan trọng nhằm tập trung nguồn lực, nâng cao hiệu quả khai thác, tạo chuyển biến về chất lượng và sức cạnh tranh của du lịch Huế từ năm 2027.

Các sản phẩm được lựa chọn trên cơ sở phát huy giá trị đặc trưng của Huế; có khả năng hình thành trải nghiệm khác biệt, đáp ứng nhu cầu của các phân khúc khách mục tiêu; có điều kiện huy động nguồn lực và tổ chức khai thác; có khả năng liên kết với doanh nghiệp lữ hành, cơ sở lưu trú và các nhà cung cấp dịch vụ để đưa vào chương trình du lịch. Đồng thời, ưu tiên các sản phẩm góp phần kéo

dài thời gian lưu trú, gia tăng chi tiêu, mở rộng không gian và thời gian trải nghiệm, từng bước khắc phục tính mùa vụ của du lịch Huế.

Trên cơ sở đó, tập trung phát triển 10 nhóm sản phẩm du lịch ưu tiên sau:

1. Chuỗi sự kiện âm nhạc, nghệ thuật và lễ hội đặc sắc Huế

Tập trung hoàn thiện, nâng cao chất lượng và sức hấp dẫn của các sự kiện có tiềm năng trở thành sản phẩm nhận diện của du lịch Huế, trong đó nghiên cứu phát triển Tuần lễ Di sản Âm nhạc Quốc tế Huế (Huế Wonderverse International Music Fest), Lễ hội Ánh sáng Quốc tế (Hue International Light Festival), Tuần lễ Festival Quốc tế Huế (Hue International Festival) - các hoạt động hưởng ứng và Lễ hội vệ tinh có chủ đề rõ ràng, nội dung đặc sắc, phương án tổ chức phù hợp và khả năng thu hút khách du lịch.

Đối với từng sự kiện, xác định thời gian tổ chức dự kiến, đơn vị chủ trì, vận hành, nguồn lực thực hiện và kế hoạch truyền thông; tăng cường phối hợp với doanh nghiệp du lịch để kết nối sự kiện với dịch vụ lưu trú, ẩm thực, tham quan di sản và trải nghiệm địa phương, hình thành các gói dịch vụ phù hợp. Ưu tiên các sự kiện có tính khả thi, khả năng tổ chức định kỳ và dấu ấn riêng; lịch tổ chức thường niên được xác định trên cơ sở điều kiện thực tế, nguồn lực và phê duyệt của cấp có thẩm quyền.

2. Sản phẩm biểu diễn nghệ thuật và trải nghiệm di sản cung đình Huế

Tập trung xây dựng các chương trình biểu diễn nghệ thuật và trải nghiệm di sản cung đình tại Đại Nội Huế theo hướng tăng tính tương tác, đa dạng hóa hình thức diễn giải di sản và tạo thêm lý do để du khách lưu lại lâu hơn tại không gian di sản. Nghiên cứu xây dựng chương trình theo các khung giờ sáng, chiều và tối, phù hợp với đặc điểm khách tham quan, điều kiện tổ chức và khả năng vận hành, cụ thể:

- Buổi sáng - Đánh thức di sản: Giới thiệu những nét tiêu biểu về lịch sử, kiến trúc, nghi lễ và đời sống cung đình thông qua hoạt động diễn giải di sản, tái hiện có chọn lọc các nghi thức hoặc sinh hoạt văn hóa phù hợp với không gian và yêu cầu bảo tồn.

- Buổi chiều - Khám phá văn hóa cung đình: Tổ chức các chương trình nghệ thuật truyền thống, giới thiệu trang phục, âm nhạc, lễ nghi và những câu chuyện lịch sử gắn với triều Nguyễn; nghiên cứu bổ sung hoạt động trải nghiệm phù hợp nhằm tăng sự tham gia của du khách.

- Buổi tối - Hoàng cung huyền ảo: Nghiên cứu xây dựng chương trình biểu diễn có sức hấp dẫn cao, kết hợp nghệ thuật diễn xướng, âm thanh, ánh sáng và công nghệ trình chiếu phù hợp để kể lại những câu chuyện lịch sử, tái hiện các giá trị văn hóa cung đình trong không gian di sản, bảo đảm yêu cầu bảo tồn và an toàn.

Đồng thời, nghiên cứu, khảo sát và xúc tiến đầu tư từ 02 - 03 chương trình biểu diễn thực cảnh hoặc nghệ thuật quy mô lớn có khả năng tạo dấu ấn riêng cho du lịch Huế. Ưu tiên đánh giá tiềm năng của các không gian như Hổ Quyền - Voi Ré, Cồn Giã Viên và các địa điểm phù hợp khác trên cơ sở xem xét giá trị di sản, điều kiện mặt bằng, khả năng tổ chức, hiệu quả đầu tư, tác động môi trường và yêu cầu bảo tồn. Việc triển khai đầu tư, xây dựng và vận hành thực hiện theo lộ trình phù hợp với kết quả nghiên cứu và các thủ tục có liên quan.

3. Sản phẩm du lịch y tế

Ưu tiên nghiên cứu, xây dựng sản phẩm du lịch y tế mang thương hiệu "Huế Health & Stay", phát huy thế mạnh của Huế về y tế chuyên sâu, y học cổ truyền, chăm sóc sức khỏe. Sản phẩm được định hướng theo các gói dịch vụ kết hợp khám, tư vấn sức khỏe tại cơ sở y tế đủ điều kiện; lưu trú tại cơ sở lưu trú phù hợp; trải nghiệm các dịch vụ chăm sóc sức khỏe, thư giãn thân - tâm; thưởng thức ẩm thực và tham quan di sản, văn hóa Huế theo nhu cầu của khách.

Trước mắt, phối hợp với các cơ sở y tế, cơ sở lưu trú, đơn vị cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe và doanh nghiệp lữ hành để khảo sát nhu cầu thị trường, xác định đối tượng khách mục tiêu, lựa chọn dịch vụ có khả năng kết nối và xây dựng thí điểm các gói 3 ngày 2 đêm, 5 ngày 4 đêm hoặc thời lượng phù hợp. Từng bước hình thành đầu mối điều phối dịch vụ, lịch trình, giá bán và phương thức đặt dịch vụ; tổ chức giới thiệu, quảng bá và kết nối thị trường trong nước, quốc tế khi đáp ứng đủ điều kiện khai thác.

Các hoạt động khám, tư vấn và chăm sóc sức khỏe phải do cơ sở, đơn vị đủ điều kiện thực hiện; nội dung quảng bá và cam kết dịch vụ bảo đảm chính xác, phù hợp với phạm vi chuyên môn và quy định có liên quan.

4. Du lịch chăm sóc sức khỏe, nghỉ dưỡng (wellness)

- Wellness Retreat Huế – Nghỉ dưỡng và cân bằng thân – tâm: Kết hợp nghỉ dưỡng, thiền, yoga, dưỡng sinh, vận động phù hợp, trà, ẩm thực lành mạnh và trải nghiệm văn hóa trong không gian thiên nhiên; phát triển các gói trải nghiệm trong ngày, cuối tuần và nhiều ngày tại những khu vực có điều kiện phù hợp.

- Du lịch nghỉ dưỡng khoáng nóng và chăm sóc sức khỏe: Hoàn thiện các gói dịch vụ tại Thanh Tân, Kobi Mỹ An và các cơ sở đủ điều kiện; kết hợp nghỉ dưỡng, ngâm khoáng, thư giãn, dinh dưỡng và hoạt động phù hợp, với thời lượng, giá bán và phương thức đặt dịch vụ rõ ràng.

- Nghỉ dưỡng biển và chăm sóc sức khỏe: Kết nối nghỉ dưỡng tại Lăng Cô – Cảnh Dương, Thuận An và các khu vực phù hợp với ẩm thực, trải nghiệm thiên nhiên, vận động nhẹ và dịch vụ chăm sóc sức khỏe được phép cung cấp.

5. Sản phẩm du lịch đêm và kinh tế đêm

- Đêm sông Hương – Phố đêm Trường Tiền: Kết nối cảnh quan sông Hương, trải nghiệm trên sông, Ca Huế, nghệ thuật biểu diễn, ẩm thực và không gian dịch vụ đô thị thành chương trình trải nghiệm buổi tối có khả năng khai thác thường xuyên.

- Chuỗi trải nghiệm Huế về đêm: Liên kết các điểm di sản mở cửa ban đêm, không gian phố đi bộ, phố ẩm thực, hoạt động biểu diễn và dịch vụ giải trí để hình thành các gói trải nghiệm đồng bộ, thuận tiện cho khách lựa chọn và đặt mua. Ưu tiên phát triển Phố ẩm thực ở địa điểm phù hợp theo hướng trở thành điểm nhấn về ẩm thực Huế, kết hợp giới thiệu món ăn đặc trưng, trình diễn nghệ thuật và trải nghiệm văn hóa đường phố.

- Không gian trải nghiệm đêm Đông Ba – Bạch Đằng – Huỳnh Thúc Kháng và Như Ý: Phát triển các hoạt động văn hóa, ẩm thực, mua sắm và trải nghiệm cộng đồng phù hợp với cảnh quan, điều kiện tổ chức và sức chứa của từng khu vực.

6. Sản phẩm lưu trú, nghỉ dưỡng và trải nghiệm đặc thù trên sông Hương

Nghiên cứu, xúc tiến đầu tư các mô hình lưu trú, nghỉ dưỡng hoặc trải nghiệm dịch vụ đặc thù trên sông Hương tại những vị trí phù hợp, kết hợp ngắm cảnh, ẩm thực và khám phá văn hóa Huế, góp phần đa dạng hóa sản phẩm và mở rộng trải nghiệm du lịch gắn với cảnh quan sông nước.

Từ năm 2027, tập trung khảo sát địa điểm, đánh giá nhu cầu thị trường, nghiên cứu mô hình đầu tư, kinh doanh và khả năng xã hội hóa; kết nối nhà đầu tư, đơn vị vận hành tiềm năng. Đồng thời, rà soát các điều kiện về quy hoạch, mặt nước, giao thông đường thủy, an toàn, môi trường, hạ tầng và bảo tồn cảnh quan. Đối với mô hình cần đầu tư mới, ưu tiên nghiên cứu, chuẩn bị và xúc tiến đầu tư; chỉ đưa vào khai thác khi đáp ứng đầy đủ các điều kiện theo quy định.

7. Sản phẩm du lịch mùa mưa Huế

- Xây dựng gói du lịch "Huế mùa mưa - Di sản, ẩm thực và mua sắm" theo hướng khai thác các trải nghiệm phù hợp với điều kiện thời tiết, phát huy giá trị di sản, văn hóa, ẩm thực và dịch vụ trong nhà, góp phần duy trì sức hấp dẫn của điểm đến trong thời kỳ thấp điểm.

- Nghiên cứu kết nối tham quan Đại Nội và các điểm di sản phù hợp với trải nghiệm ẩm thực Huế, nghề thủ công truyền thống, chương trình biểu diễn nghệ thuật trong nhà và hoạt động mua sắm tại AEON MALL Huế. Có thể kết hợp hành trình tàu hỏa Huế - Đà Nẵng khi lịch trình, phương tiện kết nối và điều kiện khai thác đáp ứng yêu cầu tổ chức chương trình.

- Tận dụng những khoảng thời gian thời tiết thuận lợi trong mùa thu – đông để mở rộng khai thác sản phẩm biển, đầm phá, sinh thái và nghỉ dưỡng; tổ chức hoạt động căn cứ dự báo thời tiết, điều kiện an toàn và khả năng phục vụ thực tế.

- Tăng cường liên kết doanh nghiệp lữ hành, lưu trú, vận chuyển, điểm tham quan và cơ sở cung ứng dịch vụ để hình thành các gói sản phẩm quanh năm; công khai lịch hoạt động, điều kiện sử dụng dịch vụ và chính sách thay đổi, hoàn hủy theo quy định.

Tổ chức sản phẩm thành các gói nửa ngày, một ngày hoặc nhiều ngày phù hợp với từng phân khúc khách; xác định lịch trình, đơn vị cung cấp dịch vụ, giá bán, phương thức đặt dịch vụ và phương án thay thế khi thời tiết bất lợi. Việc tổ chức hoạt động phải căn cứ vào diễn biến thời tiết và cảnh báo của cơ quan chức năng; ưu tiên an toàn của du khách, không tổ chức hoặc tiếp tục hành trình tại khu vực có nguy cơ mất an toàn do mưa lớn, lũ lụt hoặc thiên tai.

8. Sản phẩm trải nghiệm du lịch sinh thái – cộng đồng – biển và đầm phá

Ưu tiên phát triển các sản phẩm trải nghiệm gắn với thiên nhiên, sinh kế và đời sống văn hóa cộng đồng, trong đó tập trung nghiên cứu hoàn thiện sản phẩm và các chương trình trải nghiệm cộng đồng có điều kiện khai thác phù hợp, cụ thể:

- Tam Giang – Đời sống đầm phá: Kết nối trải nghiệm cảnh quan, sinh kế ngư dân, nghề thủy sản, văn hóa làng chài, ẩm thực và ngắm bình minh hoặc hoàng hôn; ưu tiên hình thành các chương trình có đơn vị tổ chức, lịch khai thác và phương thức đặt dịch vụ cụ thể.

- Hành trình Hóa Châu – Bao Vinh – Rú Chá: Kết nối di sản, không gian phố cổ, cảnh quan sinh thái, đời sống bản địa và ẩm thực thành hành trình trải nghiệm văn hóa, lịch sử và thiên nhiên.

- Du lịch cộng đồng, nông thôn và làng nghề: Phát triển các sản phẩm tại Thanh Toàn, Thanh Tiên, Phước Tích và các địa bàn có điều kiện; kết hợp trải nghiệm nghề truyền thống, nông nghiệp, ẩm thực, sinh hoạt cộng đồng và sản phẩm OCOP.

- Du lịch cộng đồng miền núi: Nghiên cứu hoàn thiện các sản phẩm tại A Lưới, Nam Đông, Khe Tre, Bình Điền và những địa bàn phù hợp, tập trung vào cảnh quan, văn hóa truyền thống, tri thức bản địa, nghề thủ công và sinh hoạt cộng đồng; bảo đảm người dân tham gia và được hưởng lợi thực chất.

- Du lịch biển Thuận An, Lăng Cô – Cảnh Dương: Kết hợp nghỉ dưỡng, ẩm thực hải sản, thể thao biển, trải nghiệm sinh thái và đời sống cộng đồng ven biển; từng bước hoàn thiện các gói dịch vụ phù hợp với điều kiện thời tiết và năng lực phục vụ thực tế.

- Du lịch đường thủy sông Hương và đầm phá Tam Giang – Cầu Hai: Nghiên cứu tổ chức các hành trình bằng phương tiện thủy đủ điều kiện, kết nối cảnh quan, văn hóa, ẩm thực và điểm đến ven sông, đầm phá.

9. Sản phẩm du lịch golf/thể thao kết hợp di sản và nghỉ dưỡng

- Phát triển các gói du lịch golf kết hợp lưu trú, nghỉ dưỡng biển, tham quan di sản và trải nghiệm ẩm thực Huế, khai thác lợi thế của Laguna Golf Lăng Cô và BRG Golden Sands Golf Resort. Tăng cường liên kết với doanh nghiệp lữ hành, cơ sở lưu trú và các sân golf tại Đà Nẵng, Hội An để hình thành sản phẩm golf liên vùng, thu hút phân khúc khách có khả năng chi tiêu cao.

- Du lịch golf và nghỉ dưỡng Lăng Cô – Chân Mây: Kết nối sân golf, lưu trú, nghỉ dưỡng biển, ẩm thực, chăm sóc sức khỏe và tham quan di sản; nghiên cứu xây dựng hành trình nhiều ngày, liên kết với các sân golf tại Đà Nẵng và Hội An.

- Du lịch thể thao gắn với di sản và cảnh quan: Phát triển các giải chạy, hoạt động thể thao trên sông, đầm phá, biển và các chương trình vận động ngoài trời thành sản phẩm kết hợp tham quan, lưu trú và trải nghiệm địa phương.

- Biểu diễn thuyền buồm tại Vịnh Lăng Cô: Nghiên cứu tổ chức chương trình biểu diễn, trải nghiệm hoặc sự kiện thể thao đường thủy phù hợp điều kiện thực tế, gắn với nghỉ dưỡng biển và dịch vụ du lịch khu vực.

10. Du lịch liên vùng và sản phẩm chuyên biệt

- Hành trình Huế – Đà Nẵng – Hội An và các tuyến liên vùng: Kết nối di sản, biển, nghỉ dưỡng, ẩm thực và trải nghiệm văn hóa; phối hợp doanh nghiệp lữ hành, vận chuyển và cơ sở lưu trú để đưa sản phẩm vào chương trình kinh doanh thực tế.

- Sản phẩm đón khách tàu biển qua cảng Chân Mây: Xây dựng chương trình tham quan, ẩm thực, mua sắm và trải nghiệm di sản theo thời gian tàu cập cảng; bảo đảm phù hợp lịch tàu, thời gian di chuyển và năng lực phục vụ.

- Sản phẩm du lịch gắn với đường sắt và khách lưu trú tại Đà Nẵng, Hội An: Nghiên cứu các gói "Huế trong ngày", hành trình di sản – ẩm thực – văn hóa và chương trình lưu trú dài hơn, phù hợp lịch trình và nhu cầu từng phân khúc.

- Sản phẩm dành cho khách lưu trú dài ngày và phân khúc chuyên biệt: Nghiên cứu phát triển các gói dịch vụ cho khách cao tuổi, khách gia đình, khách có nhu cầu chăm sóc sức khỏe, khách quan tâm văn hóa chuyên sâu và các phân khúc quốc tế có tiềm năng; chỉ triển khai khi bảo đảm khả năng cung ứng và điều kiện phục vụ.

VI. GIẢI PHÁP THỰC HIỆN

1. Đổi mới phương thức phát triển sản phẩm du lịch theo hướng chính quyền kiến tạo, doanh nghiệp chủ động, cộng đồng đồng hành

- Đổi mới cách thức tổ chức phát triển sản phẩm du lịch theo hướng lấy doanh nghiệp và nhu cầu thị trường làm trung tâm. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch giữ vai trò định hướng, kiến tạo môi trường phát triển, kết nối nguồn lực, hỗ trợ tháo gỡ khó khăn và tạo điều kiện thuận lợi để doanh nghiệp chủ động nghiên cứu, đề xuất, đầu tư, tổ chức vận hành và thương mại hóa sản phẩm du lịch. Chuyển từ cách tiếp cận chủ yếu dựa vào việc tổ chức hoạt động, sự kiện hoặc giới thiệu tài nguyên sang thúc đẩy hình thành các sản phẩm có trải nghiệm đặc trưng, có đơn vị vận hành, có khả năng kết nối tour tuyến và được thị trường đón nhận.

- Phát triển du lịch bốn mùa, giảm tính mùa vụ và nâng cao hiệu quả khai thác tài nguyên du lịch: Cơ cấu lại hoạt động du lịch theo điều kiện thời tiết và đặc trưng từng mùa, từng bước chuyển từ phương thức khai thác tập trung vào một số thời điểm thuận lợi sang tổ chức các sản phẩm, chương trình và hành trình du lịch có khả năng phục vụ du khách quanh năm; tăng cường kết nối các sản phẩm di sản, văn hóa, ẩm thực, nghệ thuật, chăm sóc sức khỏe, mua sắm, du lịch sinh thái, cộng đồng, biển và đầm phá phù hợp với điều kiện thực tế; ưu tiên phát triển các sản phẩm và trải nghiệm phù hợp trong mùa mưa, khai thác lợi thế di sản, không gian văn hóa, ẩm thực Huế, làng nghề, nghệ thuật biểu diễn trong nhà, chăm sóc sức khỏe, nghỉ dưỡng và mua sắm; thiết kế các chương trình tham quan linh hoạt, có phương án điều chỉnh theo thời tiết, góp phần duy trì sức hấp dẫn của điểm đến và hoạt động kinh doanh du lịch trong những thời điểm bất lợi; tăng cường khai thác các sản phẩm du lịch ngoài trời vào những thời điểm thời tiết thuận lợi trong năm, nhất là các sản phẩm du lịch biển, đầm phá, sinh thái, cộng đồng và nghỉ dưỡng; chủ động xây dựng lịch hoạt động, chương trình trải nghiệm và phương án tổ chức phù hợp với điều kiện khí hậu, môi trường, an toàn của du khách và khả năng cung ứng dịch vụ.

- Thiết lập cơ chế đồng hành thường xuyên giữa cơ quan quản lý nhà nước với cộng đồng doanh nghiệp và các tổ chức nghề nghiệp du lịch. Phát huy vai trò của Hội Lữ hành Huế, Hiệp hội Khách sạn Huế, Hội Du lịch cộng đồng Huế và các hội, hiệp hội, tổ chức nghề nghiệp có liên quan trong việc tập hợp nhu cầu thị trường, đề xuất ý tưởng, lựa chọn sản phẩm tiềm năng, kết nối các nhà cung cấp dịch vụ và tổ

chức phân phối sản phẩm. Tăng cường trao đổi định kỳ giữa Sở với doanh nghiệp, hiệp hội và địa phương để kịp thời nắm bắt khó khăn, rà soát điều kiện khai thác và thống nhất phương án triển khai; khuyến khích các hội, hiệp hội chủ động đề xuất, vận động hội viên tham gia phát triển sản phẩm và kết nối tiêu thụ sản phẩm.

- Tổ chức phát triển sản phẩm theo cơ chế hợp tác công - tư/xã hội hóa phù hợp với từng loại hình và theo quy định pháp luật hiện hành. Đối với sản phẩm có thể khai thác từ nguồn lực và dịch vụ hiện có, khuyến khích doanh nghiệp, đơn vị quản lý điểm đến và cộng đồng chủ động xây dựng chương trình, tổ chức vận hành và bán sản phẩm. Đối với sản phẩm cần đầu tư mới hoặc có tính liên ngành, Sở Văn hóa Thể thao, Du lịch chủ động làm đầu mối kết nối các cơ quan, đơn vị liên quan, nhà đầu tư và doanh nghiệp để nghiên cứu phương án, xác định điều kiện thực hiện, cơ chế phối hợp và lộ trình triển khai theo quy định. Đối với sản phẩm do cộng đồng cung cấp, chú trọng hỗ trợ nâng cao năng lực, kết nối doanh nghiệp phân phối và bảo đảm người dân tham gia thực chất, được hưởng lợi phù hợp.

- Thiết lập cơ chế tiếp nhận, sàng lọc và hỗ trợ các đề xuất phát triển sản phẩm du lịch. Công khai định hướng, tiêu chí lựa chọn sản phẩm ưu tiên; tiếp nhận đề xuất từ doanh nghiệp, hiệp hội, địa phương, đơn vị quản lý điểm đến và cộng đồng. Trên cơ sở tính đặc trưng, nhu cầu thị trường, khả năng tổ chức vận hành, hiệu quả dự kiến và mức độ sẵn sàng, lựa chọn các đề xuất phù hợp để hỗ trợ kết nối, hoàn thiện phương án và tổ chức thí điểm. Việc hỗ trợ, huy động và sử dụng nguồn lực phải đúng chức năng, nhiệm vụ, thẩm quyền, quy định pháp luật và khả năng cân đối nguồn lực của thành phố.

- Tăng cường phối hợp liên ngành, liên địa phương trong phát triển sản phẩm. Rà soát, hoàn thiện quy trình phối hợp giải quyết công việc; xác định rõ cơ quan đầu mối, trách nhiệm phối hợp và thời hạn xử lý theo quy định, nhất là đối với các sản phẩm liên quan đến giao thông đường thủy, kinh tế đêm, biểu diễn nghệ thuật, sự kiện, du lịch cộng đồng, MICE, du lịch y tế và chăm sóc sức khỏe. Sở Văn hóa Thể thao, Du lịch làm đầu mối kịp thời tổng hợp, đề xuất cấp có thẩm quyền tháo gỡ những khó khăn, vướng mắc phát sinh; hướng dẫn tổ chức, cá nhân thực hiện đúng quy định, không đặt thêm thủ tục hoặc điều kiện ngoài quy định pháp luật.

2. Hoàn thiện cơ chế, chính sách và huy động nguồn lực

- Rà soát, bảo đảm việc phát triển sản phẩm du lịch phù hợp với quy hoạch thành phố, quy hoạch đô thị và nông thôn, quy hoạch chuyên ngành và các quy định có liên quan; tăng cường liên kết giữa du lịch với bảo tồn di sản, văn hóa, thương mại, dịch vụ, giao thông, phát triển kinh tế địa phương và cộng đồng. Ưu tiên khai thác hiệu quả các nguồn lực, tài nguyên và cơ sở hạ tầng hiện có; bảo đảm hài hòa giữa phát triển du lịch với bảo tồn di sản, bảo vệ môi trường và nâng cao chất lượng sống của người dân.

- Rà soát điều kiện quản lý, khai thác du lịch đường thủy và kinh tế đêm; xác định các vướng mắc về tuyến, bến, điểm đón trả khách, phương tiện, thời gian hoạt động và tổ chức dịch vụ trên sông Hương, sông Ngự Hà và các khu vực liên quan. Chủ động phối hợp với cơ quan, đơn vị có thẩm quyền để đề xuất giải pháp tháo gỡ, tạo điều kiện phát triển sản phẩm trên cơ sở bảo đảm an toàn, bảo tồn cảnh quan, môi trường và đời sống dân cư.

- Công khai danh mục địa điểm, không gian và dự án có tiềm năng thu hút đầu tư phát triển du lịch; cung cấp thông tin về hiện trạng pháp lý, điều kiện quy hoạch, yêu cầu bảo tồn, hạ tầng kết nối và định hướng khai thác trong phạm vi thông tin được phép công bố. Khuyến khích doanh nghiệp, hợp tác xã và cộng đồng tham gia đầu tư, cung cấp dịch vụ và vận hành sản phẩm; tăng cường huy động nguồn lực xã hội hóa theo quy định, khả năng cân đối nguồn lực và thẩm quyền quyết định.

- Rà soát, hoàn thiện cơ sở pháp lý, tháo gỡ vướng mắc trong quản lý, sử dụng và khai thác tài sản tại di tích; hướng dẫn, phối hợp hoàn thiện hồ sơ, trình cấp có thẩm quyền xem xét, phê duyệt các đề án khai thác dịch vụ của Trung tâm Bảo tồn Di tích Cố đô Huế. Đây là điều kiện quan trọng để huy động nguồn lực, lựa chọn đối tác và tổ chức triển khai các sản phẩm theo định hướng của Kế hoạch.

- Tăng cường kết nối các chương trình, nguồn lực và hoạt động hỗ trợ của thành phố với nguồn lực hợp pháp từ doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân và các đối tác trong nước, quốc tế. Ưu tiên nguồn lực cho các hạng mục thiết yếu có khả năng trực tiếp nâng cao chất lượng trải nghiệm, tháo gỡ điểm nghẽn và đưa sản phẩm ưu tiên vào khai thác; hạn chế đầu tư dàn trải, trùng lặp hoặc chưa xác định rõ phương án quản lý, vận hành.

- Ưu tiên huy động nguồn lực, hỗ trợ hạ tầng và quảng bá gắn với tiến độ hoàn thiện cơ sở pháp lý, phê duyệt các đề án và khả năng triển khai thực tế của từng sản phẩm; đối với sản phẩm đang chờ phê duyệt, tập trung hỗ trợ hoàn thiện hồ sơ, chuẩn bị điều kiện và triển khai theo lộ trình phù hợp, bảo đảm tính khả thi và hiệu quả.

3. Ưu tiên hạ tầng và tổ chức không gian gắn với nhu cầu khai thác sản phẩm

- Rà soát từng sản phẩm ưu tiên để xác định các điểm nghẽn về giao thông, bến bãi, điểm đón trả khách, chiếu sáng, biển chỉ dẫn, nhà vệ sinh, điểm nghỉ chân và các tiện ích phục vụ; ưu tiên xử lý những hạng mục thiết yếu có khả năng trực tiếp nâng cao chất lượng trải nghiệm và đưa sản phẩm vào khai thác. Việc đầu tư, cải tạo phải gắn với nhu cầu thực tế, khả năng vận hành, nguồn lực thực hiện và hiệu quả khai thác sau đầu tư.

- Ưu tiên hoàn thiện điều kiện kết nối Kinh thành Huế, hai bờ sông Hương, khu vực Đông Ba - Bạch Đằng - Huỳnh Thúc Kháng và các tuyến phố đi bộ; rà soát bến thuyền, điểm đón trả khách và phương tiện trung chuyển để kết nối các không gian di sản, sông nước, ẩm thực, biểu diễn nghệ thuật và dịch vụ ban đêm thành các hành trình trải nghiệm thuận tiện.

- Tăng cường khả năng tiếp cận các điểm du lịch cộng đồng, làng nghề, khu vực sinh thái, biển, đầm phá và miền núi; chú trọng hạ tầng thiết yếu, thông tin du lịch, an toàn, cứu hộ cứu nạn và bảo vệ tài nguyên. Đối với du lịch biển và khách tàu biển, phối hợp rà soát điều kiện đón tiếp, phương án trung chuyển từ cảng Chân Mây đến Huế, Lăng Cô và các điểm tham quan phù hợp với thời gian lưu cảng; bảo đảm hành trình khả thi và thời gian quay lại tàu theo kế hoạch.

- Khuyến khích phát triển phương tiện vận chuyển xanh, xe điện, xe đạp và các phương thức di chuyển phù hợp với đặc điểm từng sản phẩm; gắn đầu tư, chỉnh trang hạ tầng với lịch trình, nhu cầu thực tế và chủ thể vận hành. Các đề xuất đầu tư, cải tạo không gian công cộng và phát triển điểm đến mới phải phù hợp với quy hoạch, quy định pháp luật, yêu cầu bảo tồn, bảo vệ môi trường và khả năng cân đối nguồn lực.

4. Phát triển, nâng cao chất lượng và thương mại hóa sản phẩm du lịch

- Chuyển từ khai thác các điểm tham quan riêng lẻ sang tổ chức hành trình trải nghiệm có chủ đề, câu chuyện, thời lượng và giá trị khác biệt; chú trọng đổi mới cách thức trải nghiệm, phương thức phục vụ và kết nối các dịch vụ hiện có. Khuyến khích doanh nghiệp chủ động thiết kế sản phẩm theo nhu cầu từng nhóm khách, gắn với lợi thế về di sản, văn hóa, ẩm thực, nghệ thuật, sinh thái, cộng đồng, nghỉ dưỡng và các dịch vụ đặc thù của Huế.

- Ưu tiên xây dựng các chương trình du lịch mẫu 2 ngày 1 đêm, 3 ngày 2 đêm và 4 ngày 3 đêm, kết nối di sản, ẩm thực, nghệ thuật, sông Hương, kinh tế đêm, làng nghề, sinh thái, cộng đồng, biển, đầm phá và nghỉ dưỡng. Tăng cường kết nối hoạt động ban ngày, buổi tối và sáng sớm; hình thành các gói sản phẩm phù hợp với từng phân khúc khách, khả năng chi tiêu và thời gian lưu trú.

- Tăng cường liên kết giữa doanh nghiệp lữ hành, cơ sở lưu trú, vận chuyển, nhà hàng, điểm tham quan, cơ sở biểu diễn và cộng đồng trong thiết kế, cung ứng và phân phối sản phẩm; khuyến khích các bên chủ động thỏa thuận về giá, chất lượng, trách nhiệm phối hợp và điều kiện phục vụ. Phát huy vai trò của các hội, hiệp hội trong kết nối hội viên, hỗ trợ hoàn thiện sản phẩm, xây dựng chương trình hợp tác và mở rộng kênh phân phối.

- Khuyến khích doanh nghiệp xây dựng tour, combo, gói sản phẩm (gói MICE, du lịch y tế, chăm sóc sức khỏe, liên vùng gắn với đường sắt…) theo hướng gắn với điều kiện được hưởng chính sách giảm phí tham quan di tích theo quy định của Hội đồng nhân dân thành phố và kế hoạch kích cầu sản phẩm du lịch; thông tin về giá, phí và điều kiện áp dụng được công khai, thống nhất để doanh nghiệp chủ động tính giá và chào bán.

- Rà soát, chuẩn hóa chất lượng, lịch diễn, thời lượng, giá vé và thông tin dịch vụ của Ca Huế và các chương trình biểu diễn phục vụ khách du lịch, tạo thuận lợi để doanh nghiệp lữ hành chủ động đưa vào chương trình tour. Đối với các sản phẩm mới, khuyến khích tổ chức thí điểm, lấy ý kiến khách hàng và doanh nghiệp phân phối, hoàn thiện phương án tổ chức, vận hành và kinh doanh trước khi mở rộng.

- Đối với khách tàu biển, ưu tiên xây dựng các hành trình 4-6-8 giờ phù hợp với thời gian lưu cảng và điều kiện thực tế; đối với sản phẩm liên vùng, tăng cường kết nối đường sắt, đường bộ, đường biển với lưu trú, ẩm thực, tham quan và trải nghiệm. Nghiên cứu chương trình thuê chuyến hoặc chuỗi chuyến theo nhu cầu thị trường khi có đối tác, điều kiện kết nối và phương án khai thác phù hợp; tăng cường liên kết các hành trình Huế - Đà Nẵng - Hội An, Huế - Quảng Trị và các tuyến liên vùng khác.

- Khuyến khích doanh nghiệp thử nghiệm sản phẩm với nhóm khách mục tiêu, tiếp nhận phản hồi và hoàn thiện phương án kinh doanh trước khi mở rộng khai thác. Đối với các sản phẩm cần đầu tư lớn hoặc có yêu cầu đặc thù, xác định rõ giai đoạn nghiên cứu, thí điểm, hoàn thiện điều kiện và vận hành; không đồng nhất việc hình thành ý tưởng hoặc tổ chức sự kiện với việc sản phẩm đã sẵn sàng đưa ra thị trường.

5. Phát triển nguồn nhân lực gắn với yêu cầu vận hành sản phẩm

- Bồi dưỡng kỹ năng kể chuyện di sản, thuyết minh tương tác, hướng dẫn trải nghiệm, ngoại ngữ, giao tiếp liên văn hóa và chăm sóc khách hàng cho đội ngũ quản lý điểm đến, hướng dẫn viên, thuyết minh viên và nhân sự trực tiếp phục vụ khách; chú trọng kỹ năng tổ chức, điều phối và xử lý tình huống trong quá trình cung cấp dịch vụ.

- Nâng cao năng lực cho nghệ nhân, nghệ sĩ, diễn viên, nhân sự kỹ thuật và cơ sở ẩm thực trong tổ chức sản phẩm biểu diễn, trải nghiệm áo dài, ẩm thực cung đình và các chương trình nghệ thuật đặc thù; chú trọng chất lượng trình diễn, an toàn thực phẩm và khả năng tổ chức dịch vụ theo lịch trình ổn định.

- Tổ chức tập huấn cho cộng đồng về đón tiếp, lưu trú tại nhà dân, chế biến món ăn, giới thiệu văn hóa bản địa, quản trị giá dịch vụ, kinh doanh trực tuyến, vệ sinh môi trường và bảo đảm an toàn. Chú trọng kỹ năng phòng ngừa rủi ro, sơ cứu, cứu hộ đối với sản phẩm sinh thái, du lịch mạo hiểm và các hoạt động trên sông, đầm phá, biển.

- Tăng cường liên kết giữa cơ sở đào tạo, Đại học Huế, doanh nghiệp, hiệp hội nghề nghiệp, cộng đồng và đơn vị quản lý điểm đến trong đào tạo thực hành, thực tập và tuyển dụng; ưu tiên đào tạo theo vị trí việc làm và nhu cầu vận hành sản phẩm. Khuyến khích doanh nghiệp, hiệp hội tham gia xác định nhu cầu đào tạo, xây dựng nội dung thực hành và đánh giá chất lượng nhân lực sau đào tạo.

6. Bảo đảm an ninh, an toàn, chất lượng dịch vụ và phát triển du lịch có trách nhiệm

- Tăng cường quản lý chất lượng dịch vụ, niêm yết giá, an toàn thực phẩm, an ninh trật tự, phòng cháy chữa cháy, an toàn giao thông và cứu hộ cứu nạn tại các khu, điểm, tuyến và sự kiện du lịch; chú trọng hoạt động đường thủy, vui chơi giải trí dưới nước, trekking và dịch vụ ban đêm. Kịp thời tiếp nhận, xử lý phản ánh của du khách; nâng cao trách nhiệm của các tổ chức, cá nhân tham gia cung cấp dịch vụ.

- Đối với sản phẩm đường sông, đầm phá và sinh thái, rà soát điều kiện luồng tuyến, bến đón trả khách, phương tiện, phạm vi khai thác, sức chứa và phương án ứng phó sự cố; bảo đảm tuân thủ quy định về an toàn, bảo vệ tài nguyên và môi trường. Đối với sản phẩm du lịch mùa mưa, xây dựng phương án điều chỉnh hoặc thay thế lịch trình theo diễn biến thời tiết; không tổ chức hoạt động tại khu vực có nguy cơ mất an toàn.

- Hướng dẫn doanh nghiệp, hợp tác xã và cộng đồng phối hợp cung ứng dịch vụ, thống nhất tiêu chuẩn phục vụ, cơ chế thỏa thuận giá và chia sẻ lợi ích; khuyến khích đưa sản phẩm OCOP, đặc sản, thủ công mỹ nghệ và dịch vụ địa phương vào chuỗi sản phẩm du lịch. Bảo đảm cộng đồng tham gia thực chất, được hưởng lợi phù hợp và có động lực duy trì nghề truyền thống, bản sắc văn hóa và tài nguyên du lịch.

- Khuyến khích các cơ sở dịch vụ áp dụng tiêu chí phù hợp về du lịch xanh, tiết kiệm tài nguyên, giảm thiểu rác thải và sử dụng sản phẩm thân thiện với môi trường; kiểm soát tác động của hoạt động du lịch đến di tích, không gian tín ngưỡng, hệ sinh thái và đời sống dân cư. Đối với các sản phẩm du lịch y tế, chăm sóc sức khỏe và thị trường chuyên biệt, bảo đảm thông tin chính xác, chất lượng dịch vụ, điều kiện chuyên môn và sự phù hợp với nhu cầu thực tế của khách.

7. Đổi mới xúc tiến, quảng bá và kết nối sản phẩm với thị trường

- Chuyển trọng tâm từ giới thiệu tài nguyên, điểm đến riêng lẻ sang quảng bá các hành trình, gói trải nghiệm hoàn chỉnh có khả năng đặt mua; xây dựng nội dung theo từng nhóm sản phẩm, phân khúc khách và khả năng cung ứng thực tế. Gắn hoạt động xúc tiến với sản phẩm cụ thể, đơn vị vận hành, lịch hoạt động, giá bán hoặc cơ chế báo giá và phương thức đặt dịch vụ.

- Chủ động tổng hợp, công bố sớm lịch các sự kiện, lễ hội, chương trình văn hóa, thể thao, MICE và hoạt động trải nghiệm thường niên; xây dựng định hướng, kế hoạch tổ chức các sự kiện trọng điểm đến năm 2030 để doanh nghiệp lữ hành chủ động xây dựng sản phẩm du lịch, thiết kế chương trình tour, bố trí dịch vụ và triển khai bán trước. Phối hợp với đơn vị tổ chức, cơ sở lưu trú, hãng vận chuyển và doanh nghiệp du lịch cập nhật thông tin về thời gian, địa điểm, nội dung, quy mô và khả năng phục vụ; kịp thời thông báo các thay đổi, bảo đảm thông tin chính xác, thuận tiện cho việc khai thác.

- Tăng cường phối hợp với doanh nghiệp lữ hành, cơ sở lưu trú, hãng hàng không, đường sắt, đơn vị vận tải, đối tác tàu biển và các tổ chức phân phối để phát triển nguồn khách theo thị trường, đường bay, tuyến vận chuyển và lịch tàu. Nghiên cứu các chương trình khảo sát sản phẩm, kết nối giao thương du lịch giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp (B2B), chương trình giới thiệu sản phẩm và hợp tác phân phối theo từng nhóm sản phẩm, thị trường mục tiêu.

- Phát huy vai trò của Hiệp hội Du lịch, Hội Lữ hành Huế, Hiệp hội Khách sạn Huế, Hội Du lịch cộng đồng Huế và các tổ chức nghề nghiệp trong kết nối doanh nghiệp, tổ chức chương trình "Huế Product Day" hoặc "B2B Tourism Day" theo nhóm sản phẩm và thị trường; tạo điều kiện để các đơn vị trao đổi về giá hợp tác, lịch phục vụ, điều kiện vận hành, chất lượng dịch vụ và khả năng đưa sản phẩm vào chương trình tour.

- Đẩy mạnh truyền thông số, nội dung đa ngôn ngữ, video, bản đồ hành trình và thông tin đặt dịch vụ; gắn hoạt động quảng bá với sản phẩm cụ thể, đầu mối cung ứng và phương thức đặt mua, tăng khả năng chuyển đổi từ người quan tâm thành khách sử dụng dịch vụ. Ưu tiên truyền thông các sản phẩm có khả năng khai thác thực tế, có chất lượng ổn định và phù hợp với định vị thương hiệu du lịch Huế.

8. Đẩy mạnh chuyển đổi số và đánh giá hiệu quả theo kết quả thực chất

- Rà soát, số hóa và chuẩn hóa dữ liệu về sản phẩm, điểm đến, sự kiện, lưu trú, ẩm thực, vận chuyển và các dịch vụ liên quan; bảo đảm thông tin thống nhất, chính xác, được cập nhật thường xuyên và thuận tiện cho cơ quan quản lý, doanh nghiệp và du khách tiếp cận.

- Nghiên cứu xây dựng "Huế Product Hub" - ngân hàng thông tin sản phẩm du lịch Huế phục vụ kết nối doanh nghiệp (B2B). Trước mắt, chuẩn hóa thông tin trên nền tảng phù hợp, từng bước số hóa theo nhu cầu và điều kiện thực tế. Thông tin sản phẩm cần thể hiện nội dung trải nghiệm, thời lượng, lịch hoạt động, giá bán hoặc giá hợp tác, tiêu chuẩn phục vụ và đầu mối đặt dịch vụ; phân biệt thông tin công khai với thông tin dành cho doanh nghiệp, bảo đảm tuân thủ quy định về cung cấp, quản lý và sử dụng dữ liệu. Từng bước tích hợp chức năng xác nhận sản phẩm, tour, combo đủ điều kiện hưởng chính sách giảm phí tham quan di tích; cho phép doanh nghiệp đăng ký, khai báo thông tin gói sản phẩm và theo dõi kết quả xác nhận trực tuyến.

- Tăng cường ứng dụng bản đồ du lịch số, mã QR, thuyết minh tự động, đặt chỗ trực tuyến, vé điện tử và thanh toán không dùng tiền mặt đối với các sản phẩm đủ điều kiện. Khuyến khích doanh nghiệp ứng dụng công nghệ trong quản lý dịch vụ, tiếp nhận phản hồi, chăm sóc khách hàng và kết nối các dịch vụ trong cùng hành trình.

- Phối hợp rà soát, cải tiến quy trình bán, đặt và kiểm soát vé tham quan di tích, nhất là đối với khách đoàn và doanh nghiệp lữ hành, nhằm giảm thời gian chờ, nâng cao chất lượng trải nghiệm và hiệu quả tổ chức phục vụ.

- Theo dõi kết quả triển khai từng sản phẩm theo mức độ sẵn sàng khai thác, đơn vị vận hành, số sản phẩm thực tế được đưa ra thị trường, số lượt đặt mua, lượng khách sử dụng, doanh thu khi có dữ liệu, mức độ hài lòng và hiệu quả liên kết dịch vụ; đồng thời đánh giá khả năng kéo dài thời gian lưu trú và gia tăng chi tiêu. Định kỳ sử dụng kết quả để điều chỉnh danh mục ưu tiên, hoạt động xúc tiến và phương thức hỗ trợ; ưu tiên sản phẩm có khách sử dụng thực tế, chất lượng ổn định, hiệu quả kinh doanh và khả năng lan tỏa lợi ích.

- Tăng cường trao đổi, tiếp nhận phản hồi từ doanh nghiệp, hiệp hội, cộng đồng và du khách trong quá trình triển khai; kịp thời nhận diện các vướng mắc về cơ chế, hạ tầng, nhân lực, chất lượng và thị trường để đề xuất giải pháp xử lý. Việc đánh giá cần gắn với trách nhiệm của cơ quan, đơn vị được giao nhiệm vụ và kết quả đầu ra cụ thể, bảo đảm các giải pháp được triển khai thực chất, tránh hình thức.

VII. KINH PHÍ THỰC HIỆN

1. Phân định nguồn lực thực hiện

Căn cứ tính chất, nội dung và yêu cầu triển khai từng nhiệm vụ, phân định rõ các nhiệm vụ sử dụng vốn đầu tư công, kinh phí chi thường xuyên và nguồn lực xã hội hóa. Trong đó, các nhiệm vụ đầu tư xây dựng, nâng cấp hạ tầng phục vụ phát triển sản phẩm du lịch phải được rà soát, xác định rõ nhu cầu, quy mô, nguồn vốn và khả năng cân đối vốn, thực hiện theo quy định về đầu tư công và các quy định có liên quan. Các hoạt động xúc tiến, quảng bá, truyền thông, khảo sát thị trường, tập huấn, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và chuyển đổi số được bố trí từ dự toán chi thường xuyên được cấp có thẩm quyền giao, nguồn kinh phí lồng ghép và các nguồn hợp pháp khác theo quy định.

Đối với các nhiệm vụ có nhiều cấu phần hoặc sử dụng kết hợp nhiều nguồn lực, phải xác định rõ phạm vi, nội dung và nguồn kinh phí của từng cấu phần; rà soát, đối chiếu với các đề án, chương trình, kế hoạch đã được phê duyệt để bảo đảm kế thừa, lồng ghép phù hợp, không trùng lặp nhiệm vụ, dự toán và nguồn ngân sách. Việc bố trí kinh phí cho từng nhiệm vụ cụ thể được thực hiện trên cơ sở kế hoạch triển khai, dự toán được cấp có thẩm quyền phê duyệt và khả năng cân đối nguồn lực theo quy định.

2. Nguyên tắc bố trí kinh phí

Kinh phí thực hiện Kế hoạch được huy động từ các nguồn: Ngân sách nhà nước theo phân cấp ngân sách hiện hành; nguồn vốn đầu tư công theo kế hoạch được cấp có thẩm quyền phê duyệt; nguồn kinh phí lồng ghép từ các chương trình, đề án, kế hoạch có liên quan; nguồn xã hội hóa, nguồn vốn của doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân và các nguồn hợp pháp khác theo quy định.

Việc bố trí, quản lý và sử dụng kinh phí phải căn cứ vào nhiệm vụ được giao, tính chất của từng hoạt động, khả năng cân đối nguồn lực và quy định pháp luật có liên quan; bảo đảm tiết kiệm, hiệu quả, đúng mục đích, đúng chế độ, tiêu chuẩn, định mức; không làm phát sinh nghĩa vụ chi ngân sách ngoài dự toán được cấp có thẩm quyền quyết định.

3. Phân định nguồn kinh phí theo tính chất nhiệm vụ

a) Đối với các nhiệm vụ sử dụng vốn đầu tư công: Các nhiệm vụ đầu tư xây dựng, nâng cấp kết cấu hạ tầng và cơ sở vật chất phục vụ phát triển sản phẩm du lịch như bến thuyền, điểm đón trả khách, hệ thống chiếu sáng và các hạng mục hạ tầng khác phải được rà soát, xác định rõ nhu cầu, quy mô, sự cần thiết, nguồn vốn và khả năng cân đối vốn; thực hiện theo quy định của pháp luật về đầu tư công, ngân sách nhà nước và các quy định có liên quan. Chỉ triển khai khi được cấp có thẩm quyền quyết định và bố trí vốn theo quy định.

b) Đối với các nhiệm vụ sử dụng kinh phí chi thường xuyên: Các hoạt động xúc tiến, quảng bá, truyền thông, khảo sát thị trường, nghiên cứu và hoàn thiện sản phẩm, tập huấn, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, chuyển đổi số và các nhiệm vụ có tính chất thường xuyên khác được thực hiện từ dự toán chi thường xuyên được giao, nguồn kinh phí lồng ghép và các nguồn hợp pháp khác theo quy định.

c) Đối với các sản phẩm, chương trình, sự kiện có khả năng xã hội hóa: Khuyến khích doanh nghiệp, tổ chức, cá nhân tham gia đầu tư, tổ chức, vận hành và khai thác sản phẩm theo quy định; chủ động huy động nguồn lực ngoài ngân sách, bảo đảm phù hợp với điều kiện thị trường, hiệu quả kinh doanh và khả năng cung ứng thực tế. Trường hợp có sử dụng ngân sách nhà nước để hỗ trợ hoặc đồng tài trợ, phải xác định rõ nội dung, mức hỗ trợ, nguồn kinh phí, trách nhiệm của các bên và thực hiện theo đúng quy định, được cấp có thẩm quyền xem xét, quyết định.

4. Rà soát, lồng ghép và tránh trùng lặp kinh phí

Các sở, ban, ngành, địa phương và đơn vị liên quan căn cứ chức năng, nhiệm vụ được giao chủ động rà soát các nhiệm vụ thuộc Kế hoạch, đối chiếu với các đề án, chương trình, kế hoạch đã được cấp có thẩm quyền phê duyệt và đang triển

khai, trong đó có các chương trình, đề án về Festival Huế, kinh tế đêm, xúc tiến du lịch và các nhiệm vụ liên quan khác; xác định rõ phạm vi, nội dung, sản phẩm đầu ra và nguồn kinh phí thực hiện, bảo đảm kế thừa kết quả, lồng ghép nguồn lực phù hợp, không lập dự toán trùng lặp hoặc chi ngân sách hai lần cho cùng một nhiệm vụ, nội dung công việc.

5. Lập, thẩm định và bố trí kinh phí thực hiện

Trên cơ sở nhiệm vụ được giao tại Kế hoạch, các cơ quan, đơn vị, địa phương chủ động xây dựng kế hoạch triển khai cụ thể đối với từng sản phẩm, xác định rõ nội dung công việc, tiến độ, đơn vị chủ trì, đơn vị phối hợp, chủ thể vận hành, nhu cầu kinh phí, nguồn vốn dự kiến và kết quả đầu ra; tổng hợp vào dự toán ngân sách hằng năm hoặc kế hoạch đầu tư công theo quy định, gửi cơ quan tài chính, cơ quan có thẩm quyền xem xét, thẩm định và quyết định theo phân cấp ngân sách, quy định về đầu tư công và các quy định pháp luật có liên quan.

Đối với các sản phẩm, chương trình dự kiến triển khai từ năm 2027, ưu tiên rà soát những nhiệm vụ có thể sử dụng nguồn lực hiện có, lồng ghép với chương trình, đề án đã được phê duyệt hoặc huy động nguồn lực xã hội hóa; các nhiệm vụ cần đầu tư mới phải được đánh giá về tính cần thiết, hiệu quả, khả năng cân đối vốn và điều kiện tổ chức thực hiện trước khi đề xuất cấp có thẩm quyền xem xét, quyết định.

Kế hoạch này là định hướng chung để phát triển các sản phẩm du lịch trên địa bàn thành phố Huế; không thay thế quyết định phê duyệt chủ trương đầu tư, dự án đầu tư hoặc dự toán kinh phí của từng nhiệm vụ cụ thể. Việc tổ chức thực hiện và bố trí kinh phí phải căn cứ vào kế hoạch triển khai được cấp có thẩm quyền phê duyệt, khả năng cân đối nguồn lực và các quy định hiện hành.

VIII. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch

- Là cơ quan đầu mối tham mưu UBND thành phố chỉ đạo, điều phối, hướng dẫn và tổ chức triển khai Kế hoạch; chủ trì rà soát, tổng hợp danh mục sản phẩm ưu tiên năm 2027, hướng dẫn các đơn vị xác định sản phẩm, tiến độ, chủ thể vận hành và điều kiện thương mại hóa.

- Chủ trì kết nối các sở, ngành, địa phương, đơn vị quản lý điểm đến, Hiệp hội Du lịch, doanh nghiệp và cộng đồng trong thiết kế, nâng cấp, thí điểm và hoàn thiện sản phẩm; thúc đẩy hình thành các hành trình, chương trình và gói dịch vụ liên kết di sản, ẩm thực, lưu trú, nghệ thuật, sông Hương, kinh tế đêm, sinh thái và các phân khúc chuyên biệt.

- Phối hợp với các đơn vị liên quan rà soát, tháo gỡ khó khăn về cơ chế, thủ tục và điều kiện khai thác; nâng cao chất lượng các sản phẩm văn hóa, nghệ thuật phục vụ khách du lịch, nhất là Ca Huế và các chương trình biểu diễn; phối hợp xây dựng, công bố lịch hoạt động du lịch, văn hóa, thể thao và sự kiện theo kế hoạch được phê duyệt.

- Phối hợp với Sở Tài chính và các cơ quan liên quan rà soát, hướng dẫn thống nhất cơ chế áp dụng đối với tài sản tại di tích và trình tự, thủ tục thực hiện các hình thức khai thác phù hợp. Đối với những nội dung còn vướng mắc hoặc vượt thẩm quyền, kịp thời tổng hợp, tham mưu UBND thành phố xem xét, giải quyết hoặc kiến nghị cơ quan có thẩm quyền hướng dẫn, tạo cơ sở để Trung tâm Bảo tồn Di tích Cố đô Huế hoàn thiện và trình phê duyệt các đề án.

- Sau khi Kế hoạch được ban hành, chủ trì, phối hợp với các cơ quan, đơn vị liên quan hỗ trợ doanh nghiệp và các chủ thể vận hành trong công tác truyền thông, quảng bá, xúc tiến và giới thiệu sản phẩm du lịch; lồng ghép quảng bá sản phẩm mới vào các chương trình xúc tiến du lịch, sự kiện, hoạt động truyền thông của thành phố và các kênh thông tin du lịch phù hợp, góp phần kết nối sản phẩm với thị trường và thúc đẩy đưa sản phẩm vào khai thác thực tế.

- Chủ trì theo dõi, kiểm tra, đánh giá kết quả thực hiện Kế hoạch; định kỳ tổng hợp tình hình phát triển, khai thác sản phẩm, lượng khách, doanh thu, khả năng kết nối thị trường và những khó khăn, vướng mắc; cập nhật tiến độ xây dựng, hoàn thiện và đưa vào khai thác các sản phẩm du lịch do doanh nghiệp và các đơn vị liên quan triển khai; tham mưu UBND thành phố điều chỉnh danh mục ưu tiên, giải pháp hỗ trợ và xử lý các vấn đề vượt thẩm quyền.

2. Sở Tài chính

- Chủ trì, phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các cơ quan, đơn vị liên quan căn cứ khả năng cân đối của ngân sách thành phố, tham mưu cấp có thẩm quyền bố trí kinh phí chi thường xuyên hằng năm để thực hiện các nhiệm vụ của Kế hoạch theo phân cấp ngân sách và quy định của Luật Ngân sách nhà nước.

- Hướng dẫn, phối hợp tháo gỡ vướng mắc về cơ chế quản lý, sử dụng và khai thác tài sản công tại di tích; hướng dẫn hoàn thiện hồ sơ, tham mưu xem xét, phê duyệt các đề án khai thác dịch vụ của Trung tâm Bảo tồn Di tích Cố đô Huế theo chức năng, thẩm quyền.

- Phối hợp với các đơn vị liên quan rà soát, tham mưu ưu tiên nguồn lực đầu tư hạ tầng thiết yếu phục vụ phát triển các không gian du lịch trọng điểm.

3. Sở Xây dựng

- Phối hợp rà soát quy hoạch, hạ tầng giao thông, bãi đỗ xe, không gian công cộng, phố đi bộ, cảnh quan và các điều kiện kỹ thuật phục vụ phát triển sản phẩm du lịch; hướng dẫn tổ chức thực hiện phù hợp quy hoạch, kiến trúc đô thị và quy định hiện hành.

- Phối hợp nghiên cứu phương án hạ tầng kết nối các không gian du lịch đường thủy, kinh tế đêm, ven sông, ẩm thực, hội nghị và sự kiện; rà soát nhu cầu trung chuyển, điểm đón trả khách và các tiện ích thiết yếu tại khu vực ưu tiên, tham mưu xử lý khó khăn thuộc chức năng, nhiệm vụ.

4. Sở Công Thương

- Phối hợp phát triển không gian ẩm thực, mua sắm, phố đêm, chợ đêm và các dịch vụ thương mại phục vụ khách du lịch; kết nối cơ sở sản xuất, làng nghề, nghệ nhân, hợp tác xã và hộ kinh doanh với doanh nghiệp lữ hành, cơ sở lưu trú và các chương trình du lịch.

- Hỗ trợ đưa sản phẩm OCOP, đặc sản, hàng lưu niệm và thủ công mỹ nghệ vào chuỗi sản phẩm; phối hợp nâng cao chất lượng hàng hóa, văn minh thương mại, niêm yết giá và bảo vệ quyền lợi du khách.

5. Sở Nông nghiệp và Môi trường

- Phối hợp phát triển các sản phẩm du lịch sinh thái, nông nghiệp, nông thôn, làng nghề, cộng đồng, biển và đầm phá gắn với khai thác hợp lý tài nguyên tự nhiên.

- Hướng dẫn, kiểm tra việc thực hiện các yêu cầu về môi trường, sức chứa, bảo vệ hệ sinh thái, quản lý chất thải và sử dụng tài nguyên tại các khu, điểm du lịch; phối hợp rà soát các điều kiện liên quan đến đất đai, mặt nước thuộc phạm vi quản lý, phục vụ phát triển sản phẩm theo quy định.

- Phối hợp nghiên cứu khả năng kết nối tài nguyên, sản phẩm địa phương với du lịch chăm sóc sức khỏe, dược liệu và wellness phù hợp điều kiện thực tế.

6. Sở Khoa học và Công nghệ

- Phối hợp chuẩn hóa, cập nhật và kết nối cơ sở dữ liệu sản phẩm du lịch; hỗ trợ ứng dụng công nghệ số trong quản lý, giới thiệu sản phẩm, đặt vé, đặt dịch vụ, thanh toán và thu thập phản hồi của du khách.

- Phối hợp nghiên cứu, triển khai các nền tảng, bản đồ và công cụ số phục vụ kết nối, phân phối sản phẩm; hỗ trợ các doanh nghiệp, hộ kinh doanh và cộng đồng nâng cao khả năng tiếp cận khách hàng trên môi trường số.

7. Sở Y tế

- Phối hợp với các cơ sở y tế, cơ sở lưu trú, doanh nghiệp lữ hành và đơn vị cung ứng dịch vụ nghiên cứu, xây dựng các gói du lịch y tế, chăm sóc sức khỏe và nghỉ dưỡng phù hợp năng lực thực tế.

- Hướng dẫn, kiểm soát các điều kiện chuyên môn, an toàn và quy định có liên quan; hỗ trợ kết nối cơ sở y tế - lưu trú - lữ hành - vận chuyển nhằm hình thành chuỗi dịch vụ đồng bộ, bảo đảm chất lượng và quyền lợi của khách.

8. Sở Nội vụ

Phối hợp hướng dẫn tổ chức hoạt động đón khách tại các cơ sở tín ngưỡng, tôn giáo theo chức năng, nhiệm vụ và thẩm quyền; bảo đảm tôn trọng không gian linh thiêng, phong tục, tập quán, không ảnh hưởng đến hoạt động tín ngưỡng, tôn giáo và giá trị văn hóa.

9. Công an thành phố

- Phối hợp bảo đảm an ninh, trật tự, an toàn giao thông, phòng cháy chữa cháy và cứu hộ cứu nạn tại các khu, điểm, tuyến và sự kiện du lịch; chú trọng sản phẩm du lịch ban đêm, sáng sớm, đường thủy, đầm phá, thể thao và hoạt động tập trung đông người.

- Phối hợp hướng dẫn xây dựng phương án bảo đảm an toàn phù hợp tính chất từng hoạt động, kịp thời xử lý hoặc kiến nghị xử lý các hành vi vi phạm ảnh hưởng đến an ninh, an toàn và hình ảnh điểm đến.

10. Trung tâm Bảo tồn Di tích Cố đô Huế

- Chủ trì rà soát, lựa chọn và hoàn thiện các sản phẩm khai thác tại khu vực di sản; ưu tiên sản phẩm trải nghiệm văn hóa, nghệ thuật, du lịch đêm và các chương trình có khả năng vận hành thường xuyên, phù hợp yêu cầu bảo tồn.

- Phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, cơ sở đào tạo, nghệ nhân và doanh nghiệp xây dựng sản phẩm gắn với đời sống Kinh thành, cổ phục, áo dài, âm nhạc, nghệ thuật, ẩm thực và văn hóa cung đình; xác định rõ nội dung, thời gian, phạm vi, sức chứa và điều kiện khai thác.

- Rà soát, hoàn thiện các điều kiện pháp lý, thủ tục triển khai các đề án phát triển sản phẩm du lịch tại di tích, trọng tâm là Đề án liên doanh, liên kết tại Phủ Nội vụ và Nhà hát Duyệt Thị Đường, làm cơ sở phát triển các sản phẩm trải nghiệm văn hóa, biểu diễn nghệ thuật, ẩm thực và du lịch đêm từ năm 2027. Đối với các sản phẩm đã đủ cơ sở pháp lý và điều kiện tổ chức, chủ động triển khai theo phạm vi được phép; đối với các sản phẩm phụ thuộc vào việc phê duyệt đề án, tập trung hoàn thiện hồ sơ, thủ tục và chuẩn bị sẵn sàng các nguồn lực, phương án tổ chức đối với sản phẩm chờ phê duyệt.

- Xây dựng kế hoạch triển khai cụ thể, định kỳ đánh giá tiến độ và hiệu quả phát triển sản phẩm; bảo đảm tuân thủ các quy định về bảo tồn, phát huy giá trị di sản. Định kỳ rà soát, đánh giá tiến độ, hiệu quả khai thác và chất lượng sản phẩm; tổng hợp, báo cáo Sở Văn hóa và Thể thao, Du lịch để theo dõi, tổng hợp, tham mưu UBND thành phố xem xét, chỉ đạo.

- Rà soát, cải tiến quy trình bán, đặt và kiểm soát vé tham quan di tích, nhất là đối với khách đoàn và doanh nghiệp lữ hành; tăng cường ứng dụng công nghệ, giảm thời gian chờ và nâng cao chất lượng phục vụ.

11. Trung tâm Xúc tiến Đầu tư, Thương mại và Du lịch thành phố

- Chủ trì hoặc phối hợp theo chức năng, nhiệm vụ trong lĩnh vực xúc tiến đầu tư, thương mại và du lịch; xây dựng, cập nhật danh mục dự án và sản phẩm cần thu hút đầu tư; cung cấp thông tin và kết nối nhà đầu tư, doanh nghiệp với các cơ quan, địa phương liên quan theo quy định.

- Phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Hiệp hội Du lịch, doanh nghiệp và các đối tác liên quan tổ chức các hoạt động xúc tiến, quảng bá, kết nối thị trường và phân phối sản phẩm du lịch Huế thông qua các chương trình, sự kiện, khảo sát thực tế và kết nối hợp tác trong nước, quốc tế; ưu tiên các sản phẩm có khả năng khai thác, thương mại hóa và đáp ứng nhu cầu thị trường.

12. Các đơn vị thể thao, Đại học Huế, cơ sở đào tạo, nghiên cứu và cơ sở y tế liên quan

- Phối hợp nghiên cứu, xây dựng và tổ chức các sản phẩm thể thao, giáo dục, nghiên cứu, MICE, nghệ thuật và trải nghiệm văn hóa phù hợp với chức năng, năng lực cung ứng; tham gia các chương trình đào tạo, bồi dưỡng nhân lực phục vụ du lịch.

- Trường Du lịch - Đại học Huế và các cơ sở đào tạo, nghiên cứu phối hợp với Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, các cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp liên quan trong nghiên cứu, tư vấn phát triển sản phẩm du lịch; cung cấp thông tin, kết quả nghiên cứu về thị trường, nhu cầu và xu hướng du khách phục vụ công tác định hướng, hoàn thiện sản phẩm phù hợp với tiềm năng, lợi thế và điều kiện thực tế của thành phố. Khuyến khích kết nối cơ quan quản lý, doanh nghiệp lữ hành, cơ sở lưu trú, điểm tham quan, đơn vị tổ chức sự kiện, làng nghề và cộng đồng trong quá trình nghiên cứu, đề xuất và hoàn thiện sản phẩm, bảo đảm khả năng kết nối dịch vụ và khai thác thực tế.

- Trường Đại học Nghệ thuật - Đại học Huế phối hợp với các đơn vị liên quan nghiên cứu, đề xuất sản phẩm mỹ thuật, nghệ thuật sắp đặt, thiết kế và hoạt động sáng tạo gắn với di sản, đô thị, biển, cộng đồng và các sự kiện du lịch.

- Các cơ sở y tế, cơ sở lưu trú và đơn vị cung ứng dịch vụ chăm sóc sức khỏe chủ động nghiên cứu, đăng ký tham gia các gói du lịch y tế, chăm sóc sức khỏe, nghỉ dưỡng; phối hợp với doanh nghiệp lữ hành xây dựng dịch vụ đồng bộ, xác định rõ đối tượng khách, dịch vụ cung ứng, giá bán và điều kiện phục vụ.

13. UBND các xã, phường

- Rà soát tài nguyên, sản phẩm hiện có và tiềm năng phát triển du lịch trên địa bàn; đăng ký sản phẩm ưu tiên năm 2027, xác định rõ chủ thể tham gia, tiến độ, điều kiện khai thác và những nội dung cần hỗ trợ.

- Phối hợp với doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh, nghệ nhân và cộng đồng trong thiết kế, hoàn thiện và tổ chức khai thác sản phẩm; tạo điều kiện để người dân tham gia cung ứng dịch vụ và hưởng lợi từ hoạt động du lịch.

- Rà soát, đề xuất hoàn thiện hạ tầng, đường tiếp cận, bãi đỗ xe, biển chỉ dẫn, vệ sinh môi trường, an ninh và an toàn tại các điểm du lịch thuộc phạm vi quản lý; chủ động thực hiện các nhiệm vụ thuộc thẩm quyền, đề xuất thành phố hỗ trợ đối với nội dung vượt khả năng cân đối nguồn lực.

- Tăng cường quản lý, chỉnh trang cảnh quan và chất lượng dịch vụ; định kỳ theo dõi lượng khách, tình hình khai thác sản phẩm, các khó khăn, vướng mắc và đề xuất phương án điều chỉnh, gửi Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch để tổng hợp.

14. Hiệp hội Du lịch thành phố Huế, Hội Lữ hành và các doanh nghiệp du lịch

- Hiệp hội Du lịch, Hội Lữ hành và các tổ chức nghề nghiệp phát huy vai trò kết nối hội viên, chia sẻ thông tin thị trường, hỗ trợ chuẩn hóa sản phẩm và thúc đẩy liên kết giữa doanh nghiệp lữ hành, lưu trú, vận chuyển, nhà hàng, điểm tham quan và cộng đồng. Phối hợp nghiên cứu xây dựng ngân hàng thông tin sản phẩm du lịch phục vụ kết nối doanh nghiệp (B2B); khuyến khích tổ chức các chương trình "Huế Product Day" hoặc "B2B Tourism Day", thúc đẩy cơ chế "Cùng bán sản phẩm du lịch Huế".

- Hội Khách sạn thành phố Huế chủ trì, phối hợp với các doanh nghiệp, hộ kinh doanh và đơn vị liên quan tổ chức triển khai xây dựng Phố ẩm thực khi được bố trí mặt bằng thuận lợi; xây dựng phương án vận hành, danh mục dịch vụ, khung giờ hoạt động.

- Các doanh nghiệp du lịch chủ động nghiên cứu thị trường, đăng ký sản phẩm tham gia Kế hoạch; xác định khách hàng mục tiêu, giá bán, phương thức phân phối, đơn vị cung ứng và tiến độ triển khai. Tăng cường liên kết, đóng gói, bán chéo sản phẩm; cam kết chất lượng, thời gian phục vụ và trách nhiệm đối với khách hàng; cung cấp thông tin kết quả khai thác và chủ động đề xuất khó khăn, vướng mắc cần hỗ trợ tháo gỡ.

- Khuyến khích các đơn vị cung ứng dịch vụ, cơ sở lưu trú, vận tải, nhà hàng, điểm tham quan, cơ sở biểu diễn và cộng đồng tham gia chuỗi sản phẩm trên cơ sở tự nguyện, minh bạch về giá, trách nhiệm và cơ chế phối hợp; đảm chất lượng dịch vụ, an toàn và quyền lợi của du khách.

15. Yêu cầu các sở, ban, ngành, đơn vị, địa phương có liên quan căn cứ chức năng, nhiệm vụ được giao chủ động tổ chức triển khai thực hiện, bảo đảm rõ tiến độ, đầu mối và kết quả đối với từng nhiệm vụ, sản phẩm; đồng thời, phối hợp với các tổ chức, doanh nghiệp trong quá trình triển khai. Định kỳ hằng năm báo cáo kết quả thực hiện 6 tháng đầu năm trước ngày 15/6 và kết quả thực hiện năm trước ngày 15/12 về Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch để tổng hợp, báo cáo Ủy ban nhân dân thành phố theo quy định.

16. Giao Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch chủ trì, chịu trách nhiệm theo dõi, đôn đốc việc triển khai thực hiện Kế hoạch nêu trên. Trong quá trình triển khai thực hiện, trường hợp có khó khăn, vướng mắc hoặc phát sinh những nội dung cần điều chỉnh, bổ sung nhiệm vụ, giải pháp phù hợp với tình hình thực tế, bảo đảm hiệu quả triển khai Kế hoạch; các cơ quan, đơn vị kịp thời báo cáo về Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch để tham mưu UBND thành phố xem xét, giải quyết theo quy định.

Trên đây là Kế hoạch cơ cấu lại các sản phẩm du lịch và phát triển các sản phẩm du lịch mới thành phố Huế giai đoạn 2027-2030; đề nghị các cơ quan, đơn vị liên quan triển khai thực hiện./.

Nơi nhận:
- Thường trực Thành ủy;
- HĐND thành phố;
- CT, các PCT UBND thành phố;
- Các sở, ban, ngành, đoàn thể thành phố;
- Các đơn vị liên quan tại mục VIII;
- VPUBND: LĐ, P.KGVX;
- Lưu: VT, DL.

TM. ỦY BAN NHÂN DÂN
KT. CHỦ TỊCH
PHÓ CHỦ TỊCH

Trần Hữu Thùy Giang

PHỤ LỤC

Danh mục sản phẩm du lịch trên địa bàn thành phố Huế giai đoạn 2027-2030

(Kèm theo Kế hoạch số 609 /KH-UBND ngày 30 tháng 10 năm 2026 của Ủy ban nhân dân thành phố Huế)

Sản phẩm		Thị trường mục tiêu	Đơn vị vận hành, khai thác	Tần suất khai thác	Đề xuất, kiến nghị
I. DANH MỤC TỔNG HỢP SẢN PHẨM DU LỊCH					
1. Du lịch di sản - văn hóa					
1.1. Sản phẩm hiện có cần nâng cấp, hoàn thiện, có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027					
1	Ca Huế trên sông Hương - Đêm trải nghiệm văn hóa Huế	Khách nội địa và quốc tế quan tâm văn hóa, âm nhạc truyền thống, trải nghiệm ban đêm; khách đoàn, khách gia đình và khách lưu trú tại Huế.	Ngự Thuyền Hueritage (Công ty TNHH MTV Heritage Huế); Lá Quê Travel (thuyền Rồng ca Huế); Công ty TNHH Dịch vụ du lịch An Du; Huế Smile Travel, Huế Thương Cruise, VM Travel; Công ty TNHH MTV Du Lịch Vietravel Huế; Công ty CP Phượng Hoàng Phương Đông (FENIKO).	Khai thác định kỳ hằng ngày hoặc theo lịch đăng ký của các đơn vị.	Nâng cao chất lượng biểu diễn Ca Huế, lịch diễn, thời lượng, giá vé và dịch vụ đi kèm; công khai thông tin, tạo thuận tiện cho đặt vé đoàn và bảo đảm điều kiện phương tiện, an toàn đường thủy, vệ sinh môi trường. Từng bước chuẩn hóa các gói dịch vụ, thời lượng, giá bán và phương thức đặt dịch vụ, tạo điều kiện để doanh nghiệp du lịch, dịch vụ đưa chương trình vào các tour du lịch buổi tối.
2	Giải mã Hoàng cung Huế - Trải nghiệm di sản sống	Khách gia đình, học sinh, giới trẻ; khách quốc tế và nhóm khách chuyên đề.	Trung tâm BTDT Cố đô Huế; doanh nghiệp du lịch, dịch vụ, công nghệ và tổ chức trải nghiệm, Công ty CP Phượng Hoàng Phương Đông (FENIKO).	Theo lịch chương trình hoặc đặt trước cho nhóm, đoàn. (Cần xác định cụ thể khi lập Kế hoạch triển khai về sau).	Xác định địa điểm thí điểm và tiếp cận tư liệu lịch sử chính thống; hoàn thiện nội dung tương tác, đa ngôn ngữ. Nội dung trải nghiệm cần được thiết kế có chủ đích, bảo đảm tính chính xác về lịch sử, phù hợp với không gian di sản và tạo sự khác biệt so với hình thức tham quan truyền thống.

3	Khám phá Hệ thống thủy đạo Kinh thành Huế (Sông Đông Ba, Ngự Hà), du lịch đường thủy nội địa (Sông An Cựu, sông Bao Vinh) kết nối các điểm di tích văn hóa - làng nghề - lịch sử	Khách nội địa và quốc tế quan tâm văn hóa, trải nghiệm; khách đoàn, khách gia đình và khách lưu trú tại Huế.	Công ty Cổ phần Phượng Hoàng Phương Đông (FENIKO); UBND các xã, phường	Khai thác định kỳ hằng ngày hoặc theo lịch đăng ký của các đơn vị.	Phát triển các điểm đón, trả khách đa chức năng và trạm dịch vụ du lịch mang bản sắc riêng, tích hợp check-in, quảng diễn văn hóa, workshop trải nghiệm, vui chơi giải trí và các tiện ích phục vụ du khách. Cho phép đậu đón trả khách tại các Bến nước gần các điểm tham quan du lịch. Có cơ chế cho việc khai thác dịch vụ (đấu, thuê) tạo điều kiện cho các doanh nghiệp hiện đang khai thác thuyền để gia tăng dịch vụ khai thác thuyền.
4	Trải nghiệm nghệ thuật và văn hóa cung đình tại Đại Nội (Nhã nhạc, Tuồng cung đình và múa cung đình, Tiểu nhạc - Đại nhạc, ca Huế…)	Khách nội địa, khách quốc tế, khách gia đình, giới trẻ và nhóm khách yêu thích văn hóa, nghệ thuật truyền thống.	Trung tâm BTDT Cố đô Huế; các đơn vị nghệ thuật truyền thống, doanh nghiệp du lịch, dịch vụ và tổ chức sự kiện phối hợp.	Theo lịch biểu diễn định kỳ và các chương trình chuyên đề.	Nghiên cứu lựa chọn không gian, nội dung và khung giờ biểu diễn phù hợp; xây dựng kịch bản có tính đặc trưng, nâng cao chất lượng trình diễn, kết nối với chương trình tham quan Đại Nội và bảo đảm yêu cầu bảo tồn di tích.
5	Dạ yến Hoàng cung, Ký ức Hoàng cung và trải nghiệm Đại Nội về đêm	Khách nội địa, nhất là miền Bắc và khách có khả năng chi trả cao; khách châu Âu, Bắc Mỹ, Đông Bắc Á.	Trung tâm BTDT Cố đô Huế; doanh nghiệp dịch vụ, ẩm thực và lữ hành phối hợp.	Theo lịch chương trình được công bố; tăng tần suất theo điều kiện tổ chức và nhu cầu thị trường.	Rà soát điều kiện khai thác Đại Nội về đêm, phạm vi sử dụng không gian, sức chứa, an toàn và bảo tồn; xem xét khả năng kết nối vé tham quan với ẩm thực, biểu diễn, lưu trú và chương trình của doanh nghiệp du lịch, dịch vụ.
6	Trải nghiệm đời sống Hoàng gia	Khách gia đình, giới trẻ, khách nghỉ dưỡng; khách quốc tế yêu thích văn hóa, lịch sử.	Trung tâm BTDT Cố đô Huế; doanh nghiệp tổ chức trải nghiệm, nhiếp ảnh, trang phục.	Theo khung giờ, lịch trải nghiệm hoặc đặt trước theo đoàn.	Xác định không gian, phạm vi và hình thức trải nghiệm được phép; bảo đảm tính xác thực lịch sử, yêu cầu bảo vệ di tích và chất lượng trang phục, thuyết minh; thống nhất điều kiện phối hợp với cơ sở trang phục, nhiếp ảnh và lữ hành.

7	Dấu ấn Nam Giao	Khách nội địa quan tâm lịch sử, văn hóa, tâm linh; khách quốc tế chuyên đề, nghiên cứu di sản.	Trung tâm BTDT Cố đô Huế; doanh nghiệp du lịch, dịch vụ.	Theo lịch tham quan, đặt đoàn hoặc chương trình chuyên đề.	Thống nhất tuyến, thời lượng và nội dung thuyết minh; xác định rõ các hoạt động được phép tổ chức tại Đàn Nam Giao, đồng thời kết nối hợp lý với các điểm di sản lân cận.
8	Tuyến trải nghiệm di sản bằng đường bộ và đường thủy	Khách nội địa, khách quốc tế; khách gia đình, nhóm nhỏ và khách lưu trú ngắn ngày.	UBND các xã, phường liên quan; Công ty CP Phượng Hoàng Phương Đông (FENIKO), Công ty Gcoo Việt Nam, đơn vị vận tải đường thủy và đơn vị quản lý các điểm đến.	Theo lịch khai thác của doanh nghiệp, điều kiện luồng tuyến, thời tiết và phương án được chấp thuận.	Rà soát luồng tuyến, bến đón trả khách, điều kiện phương tiện, vận tải hành khách và kết nối đường bộ - đường thủy (xe điện, xe đạp, phương tiện ngắm cảnh và thuyền du lịch trên sông); chỉ tổ chức thí điểm khi đáp ứng đầy đủ yêu cầu pháp lý, kỹ thuật và an toàn.
9	Áo dài Huế - May đo, trải nghiệm và khám phá di sản	Khách nội địa theo đoàn, gia đình, giới trẻ; khách quốc tế quan tâm văn hóa, thời trang, di sản và trải nghiệm cá nhân hóa.	UBND các phường Phú Xuân, Thuận Hóa…; các doanh nghiệp du lịch, trung tâm may đo áo dài.	Hằng ngày.	Cần xác định địa điểm phù hợp cho trải nghiệm áo dài và điều kiện kết nối trang phục, nhiếp ảnh, lữ hành; chỉ đưa dịch vụ may nhanh 24-48 giờ vào gói bán khi đơn vị cung ứng xác nhận đủ năng lực, chất lượng và thời gian đáp ứng. Khuyến khích các địa phương, doanh nghiệp, nghệ nhân phát triển thêm các hoạt động trải nghiệm đi kèm như tour đi bộ khám phá di sản bằng áo dài, cổ phục; tọa đàm về lịch sử áo dài; phụ kiện truyền thống; và lồng ghép trình diễn áo dài trong các sự kiện, lễ hội của thành phố, phù hợp điều kiện và quy định về không gian, khung giờ tổ chức.
1.2. Sản phẩm mới có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027					
1	Trải nghiệm di sản theo yêu cầu kết hợp văn hóa và ẩm thực (tiệc cocktail, bữa trưa, bữa tối)	Khách quốc tế cao cấp: Bắc Mỹ, Châu Âu, Bắc Âu, Châu Á có Nhật Bản, Hàn Quốc, Hồng Kông.	Trung tâm BTDT Cố đô Huế; doanh nghiệp du lịch, dịch vụ cao cấp, đơn vị tổ chức sự kiện, dịch vụ ẩm thực và cơ sở lưu trú phối hợp.	Theo yêu cầu đặt trước; tổ chức theo lịch và điều kiện khai thác của từng địa điểm.	Nghiên cứu, xây dựng phương án và hoàn thiện sản phẩm từ năm 2027. Thống nhất địa điểm, khung giờ, quy mô và điều kiện tổ chức dịch vụ, bảo đảm yêu cầu bảo tồn, an toàn và hiệu quả kinh doanh.

2	Trải nghiệm ẩm thực cung đình	Khách nội địa và khách quốc tế, ưu tiên thị trường Đông Bắc Á, Đông Nam Á, Trung Quốc, Đài Loan và Hồng Kông.	Nhà hàng, khách sạn có phục vụ ẩm thực cung đình; Hội Khách sạn; Hiệp hội văn hóa Ẩm thực TP Huế; doanh nghiệp du lịch, dịch vụ.	Tổ chức thường xuyên theo lịch đăng ký; tăng cường vào mùa du lịch và các dịp lễ hội.	Kết nối nghệ nhân, đầu bếp và cơ sở dịch vụ để xây dựng thực đơn theo chủ đề, chuẩn hóa nội dung giới thiệu văn hóa ẩm thực triều Nguyễn, quy trình trình diễn và trải nghiệm thưởng thức; khuyến khích bố trí không gian tổ chức phù hợp tại nhà vườn, khách sạn, nhà hàng hoặc địa điểm văn hóa. Hỗ trợ quảng bá, kết nối doanh nghiệp du lịch, dịch vụ đưa sản phẩm vào tour; xây dựng giá bán, phương thức đặt dịch vụ và các gói theo quy mô đoàn, phân khúc khách; nghiên cứu cơ chế hỗ trợ mặt bằng, truyền thông và tổ chức thí điểm trước khi nhân rộng.
3	Chương trình sáng tạo nội dung, kể chuyện văn hóa và trải nghiệm thực tế	Nhà sáng tạo nội dung trong nước và quốc tế; khách du lịch trẻ, yêu thích văn hóa, trải nghiệm bản địa.	Trung tâm BTDT Cố đô Huế; Sở VHTTDL; doanh nghiệp truyền thông, du lịch; nghệ nhân và cộng đồng địa phương.	Thí điểm và tổ chức định kỳ hằng năm theo khả năng và điều kiện thực hiện.	Xem xét triển khai thí điểm Đề án "Nhà sáng tạo Huế - The Hue Creators"; phân công đầu mối phối hợp, kết nối nhà sáng tạo nội dung trong nước và quốc tế với nghệ nhân, chuyên gia, cộng đồng địa phương; hỗ trợ tiếp cận di tích, tư liệu và không gian sáng tạo; hướng dẫn, kiểm chứng nội dung văn hóa, bảo đảm tuân thủ quy định chuyên ngành và không ảnh hưởng đến di tích, nghi lễ. Đồng thời, tổ chức các hoạt động giao lưu, trình diễn, triển lãm, giới thiệu sản phẩm sáng tạo và đẩy mạnh quảng bá hình ảnh, giá trị văn hóa Huế trên các nền tảng truyền thông trong nước và quốc tế.
4	Các sản phẩm giáo dục (educational products)	Trường quốc tế tại Việt Nam, trường phổ thông và đại học nước ngoài, trường học trong nước, đoàn học sinh - sinh viên và các tổ chức giáo dục.	Công ty TNHH Du lịch và Thương mại Á Đông; Trung tâm BTDT Cố đô Huế; Sở Giáo dục và Đào tạo, cơ sở giáo dục, bảo tàng, đơn vị lữ hành và các trường học phối hợp theo chức năng.	Theo lịch học, chương trình ngoại khóa, kỳ nghỉ và kế hoạch tổ chức đoàn của các trường.	Xây dựng các chương trình theo độ tuổi, thời lượng và mục tiêu học tập; chuẩn bị tài liệu giới thiệu di sản, hoạt động tương tác và hướng dẫn viên phù hợp. Tăng cường kết nối với trường học tại Huế để tổ chức giao lưu văn hóa, học tập liên trường; nghiên cứu cơ chế hợp tác với các trường quốc tế và đơn vị tổ chức tour giáo dục.

5	Các chương trình trải nghiệm thực hành như nấu món Huế, làm bánh truyền thống, chế biến đặc sản địa phương	Khách quốc tế cao cấp: Bắc Mỹ, Châu Âu, Bắc Âu, Châu Á có Nhật Bản, Hàn Quốc, Hồng Kông.	Công ty TNHH Du lịch và Thương mại Á Đông; Doanh nghiệp du lịch, dịch vụ, cơ sở ẩm thực, nghệ nhân, đầu bếp, hộ kinh doanh, cơ sở nghề truyền thống và đơn vị lưu trú phối hợp.	Theo lịch chương trình và đặt trước; có thể tổ chức thường xuyên khi bảo đảm nhân lực và điều kiện cung ứng dịch vụ.	Xây dựng kịch bản trải nghiệm có câu chuyện, tính tương tác và tiêu chuẩn chất lượng rõ ràng; chuẩn hóa thời lượng, giá bán, quy trình đặt dịch vụ và năng lực hướng dẫn. Hỗ trợ kết nối nghệ nhân, cơ sở ẩm thực với doanh nghiệp du lịch, dịch vụ để hình thành các gói trải nghiệm có khả năng thương mại hóa.
2. Du lịch y tế					
2.1. Sản phẩm hiện có cần nâng cấp, hoàn thiện, có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027					
1	"Huế Health & Stay" - Khám sức khỏe kết hợp lưu trú và trải nghiệm Huế	Nội địa: khách từ Hà Tĩnh, Đồng Nai, Hà Nội, TP.HCM, Đà Nẵng và các tỉnh Tây Nguyên. Quốc tế: Việt kiều, khách Lào, Thái Lan, Campuchia, Hàn Quốc, Nhật Bản và một số nước châu Âu.	Bệnh viện Trung ương Huế; Bệnh viện Đa khoa Quốc tế Huế; Bệnh viện Trường Đại học Y - Dược Huế; Hiệp hội du lịch; doanh nghiệp du lịch, dịch vụ, Vietravel Huế, Holo Travel.	Theo lịch khám và nhu cầu đặt trước; hướng đến khai thác quanh năm.	Lựa chọn các cơ sở y tế, khu nghỉ dưỡng và đơn vị cung cấp dịch vụ đủ điều kiện để xây dựng các gói khám sức khỏe tổng quát, tầm soát bệnh lý kết hợp lưu trú, dinh dưỡng, nghỉ dưỡng chuyên sâu và tham quan di sản. Thiết kế sản phẩm theo từng nhóm khách, cá nhân hóa trải nghiệm, bảo đảm phù hợp với nhu cầu chăm sóc sức khỏe, quy trình chuyên môn, lịch khám và thời gian nghỉ ngơi; xác định rõ tiêu chuẩn dịch vụ, cơ sở y tế chịu trách nhiệm chuyên môn, đơn vị lưu trú, đơn vị điều phối, phương án vận chuyển, lịch trình, giá bán và kênh phân phối. Bảo đảm các hoạt động khám, chữa bệnh và tư vấn chuyên môn được thực hiện bởi cơ sở, người hành nghề đủ điều kiện theo quy định.
2.2. Sản phẩm du lịch mới có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027					
1	Trải nghiệm văn hóa y học cung đình Huế	Nội địa: khách tham quan di sản, học sinh, sinh viên và đoàn nghiên	Trung tâm Bảo tồn Di tích Cố đô Huế; đơn vị chuyên môn về y học cổ	Dự kiến hằng ngày theo khung giờ.	Nghiên cứu, lựa chọn không gian phù hợp để tái hiện Thái Y viện triều Nguyễn, giới thiệu lịch sử y học cung đình, dưỡng sinh và dược liệu truyền thống; kết hợp trải nghiệm văn hóa,

		cứu, văn hóa; người quan tâm đông y và dưỡng sinh. Quốc tế: khách văn hóa - di sản từ Châu Âu, Bắc Mỹ, Úc, khách Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản và Đài Loan.	truyền; doanh nghiệp du lịch, dịch vụ.		thưởng thức trà thảo dược và các dịch vụ chăm sóc sức khỏe. Việc triển khai phải căn cứ tư liệu lịch sử, bảo đảm yêu cầu bảo tồn di tích và có phương án quản lý, vận hành được cấp có thẩm quyền chấp thuận; các dịch vụ khám, chữa bệnh, châm cứu, xoa bóp, bấm huyệt và sử dụng thuốc cổ truyền phải được thực hiện tại cơ sở đủ điều kiện, bởi người hành nghề đáp ứng quy định pháp luật.
2	Gói du lịch y tế chuyên sâu kết hợp lưu trú và phục hồi sức khỏe	Nội địa: khách có nhu cầu khám chuyên sâu. Quốc tế: Lào, Thái Lan, Campuchia, Việt kiều và thị trường có nhu cầu điều trị chuyên khoa.	Bệnh viện Trung ương Huế; Bệnh viện Đa khoa Quốc tế Huế; Bệnh viện Trường Đại học Y - Dược Huế; Hiệp hội du lịch; doanh nghiệp du lịch, dịch vụ, Vietravel Huế, Holo Travel.	Theo lịch chuyên khoa, chỉ định y tế và nhu cầu đặt trước.	Đầu tư, phát triển các chuyên khoa có lợi thế; xây dựng gói khám căn cứ năng lực chuyên môn, quy trình khám, điều trị, theo dõi và chỉ định của cơ sở y tế; đồng thời nghiên cứu phương án lưu trú, dinh dưỡng, vận chuyển và tham quan phù hợp với tình trạng sức khỏe của khách. Không thiết kế hoạt động tham quan, nghỉ dưỡng làm ảnh hưởng đến yêu cầu chuyên môn hoặc quá trình chăm sóc, điều trị.
3. Du lịch chăm sóc sức khỏe, nghỉ dưỡng (Wellness)					
3.1. Sản phẩm hiện có cần nâng cấp, hoàn thiện, có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027					
1	"Wellness Retreat Huế" - Nghỉ dưỡng và chăm sóc sức khỏe	Nội địa: khách thu nhập khá và cao, nhóm gia đình, khách tìm kiếm trải nghiệm "chữa lành" từ Hà Nội, TP.HCM và Đà Nẵng.	Alba Wellness Valley by Fusion; Kobi Onsen Resort; các cơ sở lưu trú; doanh nghiệp du lịch, dịch vụ và đơn vị cung cấp dịch vụ phù hợp.	Hằng ngày đối với trải nghiệm trong ngày, quanh năm theo yêu cầu và lịch đặt trước.	Khuyến khích các khu nghỉ dưỡng Thanh Tân, Mỹ An và các cơ sở đáp ứng điều kiện nâng cấp, đa dạng hóa các gói chăm sóc sức khỏe kết hợp thiền, yoga, dinh dưỡng, vận động và trị liệu phù hợp với từng nhóm khách. Trên cơ sở năng lực cung ứng thực tế, nghiên cứu chuẩn hóa các gói trải nghiệm theo thời lượng và nhu cầu của khách, gồm trải nghiệm trong ngày, nghỉ dưỡng

		Quốc tế: Khách từ các nước Pháp, Đức, Anh, Bắc Mỹ, Úc, Hàn Quốc và Nhật Bản tìm kiếm trải nghiệm wellness retreat, ưa chuộng suối khoáng và nghỉ dưỡng dài ngày.			1-2 ngày, 3-5 ngày và nghiên cứu gói từ 7 ngày trở lên. Xác định rõ đối tượng khách, nội dung, thời lượng, giá bán và phương thức đặt dịch vụ. Đối với các hoạt động có tính chất trị liệu hoặc khám, chữa bệnh, phải bảo đảm điều kiện chuyên môn và pháp lý theo quy định.
2	Trải nghiệm thiền, yoga và sống chậm tại Huế	Nội địa: khách trẻ, nhân viên văn phòng, nhóm gia đình, khách nghỉ dưỡng. Quốc tế: châu Âu, Úc, Nhật Bản, Hàn Quốc.	Các khu nghỉ dưỡng cao cấp, cơ sở lưu trú đủ điều kiện; doanh nghiệp du lịch, dịch vụ và đơn vị cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe, yoga, thiền và vận động; cơ sở ẩm thực và đơn vị tổ chức trải nghiệm phối hợp.	Hằng ngày hoặc định kỳ theo lịch; ưu tiên sáng sớm, chiều muộn.	Khảo sát, lựa chọn địa điểm; nâng cấp, kết nối các hoạt động thiền, yoga, vận động nhẹ và thư giãn tại những không gian có cảnh quan phù hợp. Nghiên cứu xây dựng các chương trình trải nghiệm theo buổi, nửa ngày hoặc kết hợp lưu trú, gắn với thiên nhiên, trà Huế, ẩm thực lành mạnh và văn hóa địa phương; bảo đảm điều kiện tổ chức, an toàn và không ảnh hưởng đến cảnh quan, môi trường, sinh hoạt cộng đồng.
3.2. Sản phẩm mới có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027					
1	Wellness Retreat cao cấp - Nghỉ dưỡng chuyên sâu và phục hồi năng lượng	Nội địa: Khách có khả năng chi trả cao, doanh nhân, khách nghỉ dưỡng dài ngày. Quốc tế: Châu Âu, Bắc Mỹ, Úc, Nhật Bản, Hàn Quốc; khách cao cấp.	Công ty TNHH Du lịch và Thương mại Á Đông; Cơ sở lưu trú và nghỉ dưỡng; doanh nghiệp du lịch; đơn vị cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe, yoga, thiền và vận động; cơ sở ẩm thực và đơn vị tổ chức trải nghiệm phối hợp.	Theo chương trình chuyên đề, nhóm nhỏ và lịch đặt trước.	Nghiên cứu, lựa chọn các khu nghỉ dưỡng, cơ sở lưu trú phù hợp để thí điểm phát triển sản phẩm chăm sóc sức khỏe chất lượng cao, hướng đến khách có khả năng chi trả cao và lưu trú dài ngày. Khuyến khích doanh nghiệp xây dựng các gói nghỉ dưỡng chuyên sâu kết hợp dinh dưỡng, vận động, thư giãn, trải nghiệm thiên nhiên và văn hóa Huế; chú trọng cá nhân hóa trải nghiệm, xác định rõ tiêu chuẩn dịch vụ, thời lượng, giá bán và kênh phân phối, ưu tiên chất lượng và giá trị gia tăng thay vì khai thác đại trà.

4. Du lịch âm nhạc - sự kiện - thể thao					
4.1. Sản phẩm hiện có cần nâng cấp, hoàn thiện, có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027					
1	Chuỗi sự kiện: Tuần lễ Di sản Âm nhạc Quốc tế Huế (Huế Wonderverse International Music Fest), Lễ hội Ánh sáng Quốc tế (Hue International Light Festival), Tuần lễ Festival Quốc tế Huế (Hue International Festival)	Khách nội địa là giới trẻ, khách đi theo nhóm có nhu cầu tham gia lễ hội, sự kiện âm nhạc; khách quốc tế thị trường Đông Bắc Á (Hàn Quốc, Nhật Bản, Đài Loan, Trung Quốc), Thái Lan và châu Âu (Pháp, Đức, Anh) có nhu cầu trải nghiệm di sản về đêm.	Doanh nghiệp tổ chức sự kiện (Công Ty Cổ Phần Beyond Communication), Trung tâm BTDT Cố đô Huế, Sở VHTTDL, Hiệp hội Du lịch.	Theo lịch sự kiện được cấp có thẩm quyền phê duyệt.	Đối với từng sự kiện, từng bước xác lập thời điểm tổ chức, chủ đề, quy mô, đơn vị thực hiện và phương án vận hành phù hợp; chủ động công bố thông tin sớm để doanh nghiệp du lịch, dịch vụ, cơ sở lưu trú và các đơn vị cung cấp dịch vụ xây dựng chương trình, gói trải nghiệm gắn với sự kiện. Khuyến khích hình thành các gói dịch vụ kết hợp vé tham dự, lưu trú, ẩm thực, tham quan di sản, trải nghiệm Đại Nội về đêm, du thuyền sông Hương và mua sắm; đa dạng hóa phương thức bán vé, đặt dịch vụ và phân phối sản phẩm.
2	Chuỗi chương trình biểu diễn: Đêm Nhã nhạc cung đình, Đêm nhạc Trịnh Công Sơn, Thức Thủy Show, âm nhạc biển - đầm phá	Khách nội địa và quốc tế quan tâm văn hóa, âm nhạc truyền thống, trải nghiệm ban đêm; khách đoàn, khách MICE, khách lưu trú tại Huế.	Trung tâm BTDT Cố đô Huế; các đơn vị nghệ thuật biểu diễn; doanh nghiệp tổ chức sự kiện, doanh nghiệp du lịch, dịch vụ.	khai thác Theo mùa; định kỳ trong mùa cao điểm và dịp lễ hội.	Xây dựng lịch biểu diễn theo mùa, gắn với chuỗi sự kiện Festival Huế. Công bố lịch biểu diễn cả năm từ sớm để doanh nghiệp du lịch, dịch vụ chủ động đưa vào chương trình tour. Kêu gọi đầu tư xã hội hóa; hỗ trợ tiếp cận địa điểm tổ chức, hoàn thiện thủ tục biểu diễn; tăng cường quảng bá, kết nối doanh nghiệp du lịch, dịch vụ để hình thành sản phẩm biểu diễn định kỳ, có khả năng bán vé. Liên kết các cơ sở dịch vụ để có cơ chế ưu đãi dịch vụ khi tham gia show diễn.
3	Giải chạy VNExpress Marathon Huế; Giải thể thao 2 môn phối hợp Bơi - Chạy Aqua Warriors Huế; Giải chạy Hue Amazing Marathon…	Khách nội địa có nhu cầu tham gia các hoạt động thể thao, cộng đồng chạy bộ phong trào; khách quốc tế có nhu cầu kết hợp tham gia giải đấu với tham quan, du lịch.	Đơn vị tổ chức (Báo Điện tử Tin nhanh Việt Nam - VnExpress, Công ty Cổ phần Sự kiện BOLT), Sở VHTTDL, UBND các phường, xã.	Theo lịch sự kiện được cấp có thẩm quyền phê duyệt.	Công bố sớm lịch giải, cự ly, quy chế và điều kiện đăng ký; bảo đảm phương án giao thông, y tế, cứu hộ và an toàn đường chạy. Kết nối lưu trú, vận chuyển, ăn uống, tham quan cho vận động viên và người đi cùng; chỉ xác định lịch thường niên khi có kế hoạch chính thức.

4	Biểu diễn thuyền buồm thường niên Vịnh Lăng Cô	Khách du lịch nội địa và quốc tế đến Lăng Cô - Chân Mây; khách gia đình, nhóm bạn, khách yêu thích các hoạt động trên biển; khách tàu biển và khách MICE kết hợp tham quan.	UBND xã Chân Mây - Lăng Cô; các sở, ban, ngành liên quan.	Theo lịch sự kiện được cấp có thẩm quyền phê duyệt.	Cần xác định thời điểm tổ chức cố định, khu vực mặt nước và vị trí quan sát cho khách; bảo đảm an toàn đường thủy, cứu hộ; kết nối với cơ sở lưu trú, nhà hàng ven biển và tour của doanh nghiệp du lịch, dịch vụ.
5	Các gói du lịch thể thao kết hợp dành cho vận động viên, đoàn đội, cổ động viên và người thân tham gia các sự kiện thể thao tại Huế	Các đoàn vận động viên, đội tuyển, câu lạc bộ thể thao, cổ động viên và người thân trong nước, quốc tế; các đoàn khách tham gia giải đấu, sự kiện thể thao cấp quốc gia, quốc tế tổ chức tại Huế.	Doanh nghiệp du lịch, dịch vụ; đơn vị tổ chức sự kiện, giải đấu thể thao; cơ sở lưu trú, nhà hàng; đơn vị quản lý điểm tham quan, di tích và các nhà cung cấp dịch vụ du lịch liên quan.	Theo lịch tổ chức các giải đấu, sự kiện thể thao; xây dựng các gói trải nghiệm linh hoạt để khai thác thường xuyên trong năm khi có nhu cầu.	Tăng cường phối hợp giữa ngành du lịch, thể thao, đơn vị tổ chức sự kiện và doanh nghiệp du lịch, dịch vụ trong việc cung cấp thông tin lịch thi đấu, xây dựng và quảng bá các gói sản phẩm trọn gói. Khuyến khích doanh nghiệp thiết kế chương trình phù hợp với thời gian thi đấu, nhu cầu của từng nhóm khách; hỗ trợ kết nối điểm đến, dịch vụ và xây dựng cơ chế hợp tác khai thác sản phẩm.
6	Các gói du lịch golf kết hợp nghỉ dưỡng và trải nghiệm văn hóa Huế, khai thác lợi thế của Laguna Golf Lăng Cô và BRG Golden Sands Golf Resort	Khách du lịch golf có khả năng chi tiêu cao trong nước và quốc tế; trọng tâm là các thị trường khách golf tiềm năng như Hàn Quốc, Nhật Bản, Đài Loan, Trung Quốc, các nước Đông Nam Á và châu Âu.	Các đơn vị quản lý, khai thác sân golf; doanh nghiệp du lịch, dịch vụ; khu nghỉ dưỡng, khách sạn; nhà hàng; đơn vị quản lý di tích, điểm tham quan và các nhà cung cấp dịch vụ du lịch liên quan.	Khai thác thường xuyên quanh năm theo lịch hoạt động của sân golf và nhu cầu thị trường; tăng cường tổ chức các chương trình xúc tiến, giải đấu và tour golf chuyên đề vào các thời điểm phù hợp.	Tăng cường liên kết giữa sân golf, doanh nghiệp du lịch, dịch vụ, cơ sở lưu trú và các đơn vị cung cấp dịch vụ để hình thành gói sản phẩm đồng bộ, thuận tiện đặt dịch vụ. Đẩy mạnh quảng bá du lịch golf Huế tại các thị trường mục tiêu; nghiên cứu tổ chức giải đấu, chương trình khảo sát dành cho doanh nghiệp du lịch, dịch vụ và đối tác quốc tế; nâng cao chất lượng dịch vụ, kết nối giao thông và đa dạng hóa trải nghiệm ngoài sân golf.

4.2. Sản phẩm mới có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027					
1	Gói du lịch trải nghiệm theo sự kiện	Khách nội địa và quốc tế đến Huế tham dự sự kiện.	Doanh nghiệp du lịch, dịch vụ, cơ sở lưu trú, nhà hàng, nhà cung cấp dịch vụ phối hợp với đơn vị tổ chức sự kiện.	Theo lịch tổ chức của từng sự kiện.	Xây dựng gói trọn hành trình kết hợp vé tham dự sự kiện với lưu trú, ẩm thực, tham quan di sản, mua sắm, trải nghiệm ban đêm, để khách đặt cả chuyến đi thay vì chỉ mua vé. Ưu tiên sự kiện có kế hoạch tổ chức cụ thể, đơn vị vận hành và khả năng cung ứng dịch vụ ổn định. Mỗi gói xác định rõ thời gian, lịch trình, dịch vụ bao gồm, giá bán, điều kiện đặt và hủy, đầu mối tiếp nhận khách và kênh phân phối.
(2)	Chương trình biểu diễn nghệ thuật theo mùa: Show diễn áo dài Huế	Khách quốc tế, khách nội địa quan tâm văn hóa, thời trang truyền thống; khách đoàn, khách MICE.	Công ty Cổ phần VKSTAR; các doanh nghiệp du lịch, dịch vụ phối hợp khai thác.	Định kỳ hằng tuần (hoặc theo lịch đăng ký trước của đoàn).	Lựa chọn các chương trình âm nhạc, biểu diễn áo dài, nghệ thuật truyền thống và trình diễn văn hóa có điều kiện tổ chức từ năm 2027 để xây dựng lịch diễn thử nghiệm theo mùa hoặc theo các thời điểm có nhu cầu khách phù hợp. Ưu tiên chương trình có nội dung đặc trưng, thời lượng hợp lý, địa điểm phù hợp, đơn vị thực hiện và phương án bán vé rõ ràng. Khuyến khích doanh nghiệp kết nối chương trình biểu diễn với các tour tham quan di sản, ẩm thực và trải nghiệm ban đêm; tổ chức khảo sát phản hồi của khách, đánh giá hiệu quả khai thác và hoàn thiện phương án vận hành trước khi mở rộng.
3	Gói du lịch golf kết hợp di sản và nghỉ dưỡng	Khách golf nội địa và quốc tế có khả năng chi tiêu cao; khách nghỉ dưỡng và khách doanh nhân.	BRG Golden Sands Golf Resort, Laguna Lăng Cô; doanh nghiệp du lịch, dịch vụ.	Thí điểm từ năm 2027 theo lịch đặt của khách; mở rộng nếu hiệu quả.	Đóng gói và đưa ra thị trường một số gói golf kết hợp tham quan di sản, ẩm thực, nghỉ dưỡng biển và chăm sóc sức khỏe, có giá bán và đầu mối đặt dịch vụ rõ ràng; xúc tiến bán theo nhóm khách và thị trường mục tiêu; tổ chức thí điểm, khảo sát phản hồi của khách, đánh giá nhu cầu thực tế và khả năng sinh lời trước khi mở rộng quy mô.

5. Du lịch tâm linh - văn hóa tâm linh					
5.1. Sản phẩm hiện có cần nâng cấp, hoàn thiện, có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027					
1	Hành trình di sản và văn hóa tâm linh Huế (Điện Huệ Nam, Đàn Nam Giao, Đàn Xã Tắc, Đàn Âm Hồn, Thế Miếu, Triệu Miếu, chùa Thiên Mụ, lăng vua Gia Long, Đền Huyền Trân Công chúa…)	Nội địa: khách tham quan di sản và văn hóa tâm linh; khách đoàn, học sinh, sinh viên. Quốc tế: khách văn hóa - di sản từ Châu Âu, Bắc Mỹ, Úc; khách Hàn Quốc, Nhật Bản, Đài Loan, Trung Quốc; Việt kiều.	Các Công ty lữ hành tại Huế, Công ty DL Tự Hào Việt Nam; Công ty Restour Huế, Connect Travel, Vietnamtourism tại Huế, Vietravel…	Theo lịch tour chuyên đề, đặt trước hoặc lịch lễ hội phù hợp.	Xây dựng các chương trình tham quan, tìm hiểu lịch sử, kiến trúc, nghi lễ, phong tục và giá trị văn hóa tâm linh tại các di tích tiêu biểu; thiết kế nội dung thuyết minh riêng cho từng điểm, kết hợp trải nghiệm dâng hương theo quy định, thưởng trà, tìm hiểu nghi thức tín ngưỡng và thưởng thức ẩm thực chay phù hợp. Đồng thời, rà soát tuyến tham quan, thời lượng, điều kiện đón khách, giá tour, phương án đặt dịch vụ và thống nhất quy tắc tham quan, ứng xử, bảo đảm tôn trọng tính thiêng và hoạt động tín ngưỡng tại di tích.
2	Hành trình chùa và di sản Phật giáo Huế	Nội địa: Khách hành hương, khách tham quan văn hóa, học sinh, sinh viên, khách từ Đà Nẵng, Quảng Trị, Hà Nội, TP.HCM. Quốc tế: Khách châu Âu, Bắc Mỹ, Úc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan, Thái Lan quan tâm Phật giáo và di sản văn hóa.	Công ty Du lịch Tự Hào Việt Nam, Restour Huế, Connect Travel, Vietnamtourism tại Huế, Vietravel và các doanh nghiệp du lịch, dịch vụ; phối hợp với các chùa, thiền viện.	Hằng ngày theo lịch tour hoặc theo yêu cầu đặt trước; phù hợp thời gian tham quan của từng cơ sở.	Rà soát, kết nối các chùa, thiền viện và di tích Phật giáo tiêu biểu để xây dựng tuyến tham quan theo chủ đề, phù hợp về lịch trình, thời lượng; nâng cao chất lượng thuyết minh, giới thiệu giá trị lịch sử, kiến trúc và văn hóa Phật giáo. Phối hợp với các cơ sở tôn giáo thống nhất quy định về tham quan, trang phục và ứng xử tại không gian thờ tự, bảo đảm sự trang nghiêm, tôn trọng và không ảnh hưởng đến hoạt động tôn giáo, sinh hoạt của cộng đồng.

5.2. Sản phẩm du lịch mới có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027					
1	Trải nghiệm văn hóa tâm linh gắn với lễ hội truyền thống và sinh hoạt tôn giáo đặc trưng	Nội địa: Khách hành hương, khách tín ngưỡng tâm linh từ Đà Nẵng, Quảng Trị, Hà Nội, TP.HCM. Quốc tế: Việt kiều, khách văn hóa - di sản Nhật Bản và Đài Loan thích trải nghiệm lễ hội bản địa.	Sở VHTTDL; Công ty DL Tự Hào Việt Nam, Connect Travel, Vietnamtourism tại Huế; Công ty CP Vietravel/Công ty Vietravel Huế…; ban tổ chức lễ hội, đơn vị quản lý địa điểm, địa phương và doanh nghiệp du lịch, dịch vụ phối hợp theo chức năng.	Hằng năm (cố định thời gian các lễ hội).	Nghiên cứu nâng cao chất lượng tổ chức và khai thác các lễ hội văn hóa, tín ngưỡng tiêu biểu như Lễ hội Điện Huệ Nam, Lễ hội Đền Huyền Trân… và các sinh hoạt tôn giáo đặc trưng như lễ dâng y Kathina của Phật giáo Nam tông; công bố sớm lịch, nội dung, phạm vi tổ chức và điều kiện đón khách để doanh nghiệp du lịch, dịch vụ chủ động xây dựng chương trình tham quan, trải nghiệm. Thiết kế các sản phẩm kết hợp tìm hiểu giá trị lịch sử, văn hóa, ý nghĩa lễ hội với tham quan di sản và các dịch vụ du lịch phụ trợ. Đồng thời, quan tâm đầu tư, nâng cấp đường kết nối, bãi đỗ xe tại Điện Huệ Nam, Đền Huyền Trân và các điểm lễ hội trọng điểm; tổ chức phân luồng, bảo đảm vệ sinh môi trường, an ninh, an toàn, tôn trọng nghi lễ, không gian tín ngưỡng và sinh hoạt cộng đồng.
2	Hành trình tĩnh tâm và khám phá văn hóa Phật giáo Huế	Nội địa: Phật tử và khách hành hương từ Đà Nẵng, Quảng Trị, Hà Nội, TP.HCM; người trung niên, cao tuổi; nhóm gia đình, nhóm bạn trẻ tìm trải nghiệm "chữa lành", sống chậm. Quốc tế: khách Phật giáo từ Hàn Quốc, Nhật Bản, Đài Loan, Thái Lan; khách Châu Âu, Bắc Mỹ, Úc quan tâm thiền và văn hóa Phật giáo.	Sở VHTTDL; UBND các xã, phường; Công ty DL Tự Hào Việt Nam, Connect Travel, Vietnamtourism tại Huế; Công ty CP Vietravel/Công ty Vietravel Huế… các chùa, thiền viện tham gia chương trình.	Theo lịch được từng cơ sở thống nhất; ưu tiên đặt trước theo đoàn.	Nghiên cứu xây dựng các chương trình tham quan chùa, thiền viện kết hợp tìm hiểu văn hóa Phật giáo, kiến trúc, trải nghiệm thiền định, tĩnh tâm, thưởng trà và ẩm thực chay tại các cơ sở có điều kiện phù hợp. Phối hợp với từng chùa, thiền viện thống nhất thời gian đón khách, quy mô đoàn, khu vực tham quan, nội dung hoạt động và phương án tổ chức các dịch vụ ăn uống, vận chuyển, lưu trú (nếu có); bảo đảm phù hợp với điều kiện tiếp nhận, khoảng cách di chuyển và sinh hoạt tôn giáo. Đồng thời, chuẩn hóa nội dung thuyết minh, hướng dẫn ứng xử, tôn trọng không gian tu tập, không làm ảnh hưởng đến sinh hoạt tôn giáo và tránh thương mại hóa các nghi lễ.

6. Du lịch sinh thái - cộng đồng - biển - đầm phá					
6.1. Sản phẩm hiện có cần nâng cấp, hoàn thiện, có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027					
1	Trải nghiệm đầm phá Tam Giang	Khách nội địa từ Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh và các đô thị; khách quốc tế quan tâm sinh thái, đời sống bản địa, ẩm thực và trải nghiệm sông nước.	Hội du lịch cộng đồng, Công ty DL Tự Hào Việt Nam, Vietnamtourism tại Huế, Lê Gia Travel, Green Travel, iVietnam Travel; Công ty CP Vietravel/Công ty Vietravel Huế.	Tổ chức thường xuyên.	Cần nâng cấp cơ sở hạ tầng, bến thuyền, và các điểm đến tại mỗi địa phương, Đầu tư các thiết bị an toàn, đảm bảo du khách trên sông nước, nâng cấp và phát huy xây dựng thêm homestay, khách sạn, liên kết các điểm và các phường lân cận để hình thành tuyến điểm tốt phù hợp cung đường.
2	Cụm trải nghiệm làng quê, làng nghề và du lịch cộng đồng	Thị trường khách nội địa trong nước, Khách quốc tế cho thị trường Châu Âu.	UBND địa phương, đơn vị quản lý điểm đến, nghệ nhân, hộ kinh doanh và cộng đồng; Hội du lịch cộng đồng, Công ty DL Tự Hào Việt Nam, Lê Gia Travel, Long Mã Travel, iVietnam travel; Công ty CP Vietravel/Công ty Vietravel Huế.	Tổ chức thường xuyên.	Rà soát, nâng cấp các chương trình trải nghiệm tại Thanh Toàn, Thanh Tiên, A Lưới, Khe Tre, Bình Điền và các địa bàn phù hợp; kết nối làng quê, làng nghề, nông nghiệp, ẩm thực, phong tục và đời sống cộng đồng. Ưu tiên phát triển tuyến trải nghiệm gắn với đầm phá Tam Giang, kết nối làng mây tre đan Bao La, Thủy Lập, làng bích họa Ngư Mỹ Thạnh, các điểm ẩm thực và di tích lịch sử địa phương. Đồng thời, nâng cấp hạ tầng, bến thuyền, chỉnh trang điểm đến, hoàn thiện dịch vụ phục vụ khách nhằm đa dạng hóa trải nghiệm, kéo giãn lượng khách khu vực trung tâm thành phố Huế.
3	Trải nghiệm lịch sử - văn hóa và nông nghiệp Thành cổ Hóa Châu - Thành Trung	Khách nội địa, học sinh, sinh viên, gia đình; khách quốc tế quan tâm đến lịch sử, văn hóa, tín ngưỡng, nông nghiệp và đời sống nông thôn.	UBND phường Hóa Châu; Hội Du lịch cộng đồng; các hộ sản xuất tại làng rau Thành Trung; doanh nghiệp du lịch, dịch vụ và đơn vị tổ chức giáo dục trải nghiệm.	Tổ chức thường xuyên theo lịch đăng ký hoặc đặt tour.	Xây dựng tour nửa ngày; thống nhất hộ tham gia, nội dung trải nghiệm, lịch đón khách, giá dịch vụ và phương thức đặt tour. Rà soát diện tích, ranh giới, hiện trạng sử dụng đất, làm rõ phần diện tích thuộc khu sự nghiệp công và xác định phạm vi, chủ thể được phép tổ chức dịch vụ trước khi khai thác.

4	"Homestay hẻm phố cổ" gắn với du lịch cộng đồng tại các tuyến hẻm trong khu vực Kinh thành	Khách du lịch nội địa và quốc tế yêu thích trải nghiệm văn hóa bản địa, kiến trúc nhà ở truyền thống, đời sống cư dân phố cổ; khách du lịch tự túc, nhóm nhỏ và khách lưu trú dài ngày.	UBND phường Phú Xuân; người dân, hộ kinh doanh và doanh nghiệp du lịch, dịch vụ trên địa bàn.	Thường xuyên.	Khảo sát, lựa chọn các hộ có nhà cổ, nhà vườn tại khu vực Chi Lăng, Bạch Đằng, Đặng Thái Thân và các tuyến hẻm phù hợp để thí điểm phát triển homestay gắn với bảo tồn kiến trúc, cảnh quan và nếp sống địa phương; xây dựng các trải nghiệm ẩm thực truyền thống, thủ công mỹ nghệ, thưởng trà, đạp xe khám phá phố cổ. Tập huấn kỹ năng và nghiệp vụ cho các hộ tham gia; bảo đảm đáp ứng đầy đủ điều kiện kinh doanh lưu trú và các quy định liên quan trước khi đưa vào khai thác.
5	Sản phẩm du lịch Net Zero Huế - Trải nghiệm du lịch xanh, phát thải thấp	Khách quốc tế quan tâm đến du lịch bền vững, khách châu Âu, Úc, Hàn Quốc; khách nội địa có nhu cầu trải nghiệm khác biệt; nhóm học sinh, sinh viên, doanh nghiệp và đoàn khách tổ chức chương trình trách nhiệm xã hội, du lịch xanh.	Công ty Cổ phần Du lịch iVietnam; Công ty CP Vietravel/Công ty Vietravel Huế, các đơn vị cung ứng dịch vụ vận chuyển, lưu trú, ẩm thực, điểm tham quan và cộng đồng địa phương.	Có thể tổ chức hằng ngày theo nhu cầu đặt tour; ưu tiên khách đặt trước và đoàn khách theo chương trình riêng.	Đề nghị hỗ trợ kết nối các điểm tham quan, cơ sở dịch vụ và cộng đồng tham gia chuỗi cung ứng xanh; cung cấp thông tin về các sáng kiến giảm phát thải tại địa phương; hỗ trợ truyền thông, quảng bá và kết nối thị trường cho sản phẩm du lịch bền vững của Huế.
6.2. Sản phẩm mới có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027					
1	Hành trình khám phá thiên nhiên Bạch Mã - Lăng Cô - Cảnh Dương	Thị trường khách nội địa trong nước, Khách quốc tế cho thị trường Châu Âu.	UBND địa phương, đơn vị quản lý điểm đến; Hội du lịch cộng đồng, Công ty DL Tự Hào Việt Nam, Lê Gia Travel, Long Mã Travel, iVietnam travel; Công ty CP Vietravel/Công ty Vietravel Huế.	Tổ chức thường xuyên và theo tình hình thời tiết cụ thể.	Cần hoàn thiện điểm dừng, bãi đỗ xe, vệ sinh và an toàn khu vực mặt nước; lựa chọn cơ sở ẩm thực, lưu trú đáp ứng yêu cầu, giá minh bạch, nguồn gốc rõ ràng; thống nhất tuyến và đầu mối đặt dịch vụ để hình thành gói trải nghiệm hoàn chỉnh.

2	Hành trình văn hóa - sinh thái Hóa Châu: "Một hành trình - Ba trải nghiệm: Di sản phố cổ - Văn hóa lịch sử và làng quê - Sinh thái đầm phá"	Khách quốc tế đi theo chương trình inbound, nhất là mùa tháng 10 đến tháng 4; khách nội địa, khách tại chỗ và nhóm quan tâm văn hóa - sinh thái.	UBND phường Hóa Châu; Hội du lịch cộng đồng, Công ty DL Tự Hào Việt Nam Công ty CP Phượng Hoàng Phương Đông (FENIKO), MayA travel, VM Travel, Lê Gia Travel, Redtour, Green Travel; Công ty CP Vietravel/Công ty Vietravel Huế…	Tổ chức thường xuyên theo lịch.	Cần nâng cấp cơ sở hạ tầng, nâng cấp và phát huy xây dựng thêm homestay, khách sạn, liên kết các điểm và các phường lân cận để hình thành tuyến điểm tốt phù hợp cung đường.
3	Du lịch sinh thái - cộng đồng Rú Chá - Cồn Tè gắn với dịch vụ môi trường rừng	Khách nội địa và quốc tế quan tâm đến du lịch sinh thái, đa dạng sinh học, văn hóa cộng đồng và trải nghiệm đời sống cư dân đầm phá; học sinh, sinh viên, gia đình và nhóm khách nghiên cứu.	UBND phường Hóa Châu; Hội du lịch cộng đồng, Công ty DL Tự Hào Việt Nam, Vietnamtourism tại Huế, Lê Gia Travel, Green Travel, iVietnam Travel; Công ty CP Vietravel/Công ty Vietravel Huế.	Nghiên cứu tổ chức theo chương trình đăng ký hoặc lịch định kỳ.	Xác định phạm vi và loại hình dịch vụ được phép tổ chức; cơ chế phối hợp với đơn vị quản lý rừng; trách nhiệm của cộng đồng, doanh nghiệp trong vận hành, bảo vệ rừng, quản lý rác thải, bảo đảm an toàn và chia sẻ lợi ích. Chỉ triển khai khi đáp ứng đầy đủ điều kiện pháp lý, được cơ quan có thẩm quyền chấp thuận và không ảnh hưởng đến chức năng, hiện trạng, yêu cầu bảo tồn rừng.
4	Hành trình trải nghiệm đầm phá Cầu Hai – cửa biển Tư Hiền và vùng phụ cận	Khách du lịch nội địa và quốc tế yêu thích du lịch sinh thái, trải nghiệm cộng đồng, khám phá văn hóa bản địa và ẩm thực địa phương.	Doanh nghiệp du lịch, dịch vụ; hợp tác xã; cộng đồng dân cư; cơ sở kinh doanh dịch vụ du lịch, ẩm thực và làng nghề tại xã Vinh Lộc, xã Lộc An và vùng phụ cận.	Khai thác thường xuyên, phù hợp điều kiện thời tiết, mùa vụ thủy sản và khả năng phục vụ của cộng đồng địa phương.	Hỗ trợ khảo sát, đánh giá tài nguyên và dịch vụ tại xã Vinh Lộc, xã Lộc An; hoàn thiện tuyến kết nối đầm phá Cầu Hai – cửa biển Tư Hiền với các điểm trải nghiệm sinh kế ngư dân, làng nghề thủy sản và ẩm thực địa phương. Tăng cường kết nối giao thông từ Quốc lộ 1A, đầu tư hạ tầng và tiện ích thiết yếu, khuyến khích doanh nghiệp du lịch, dịch vụ liên kết với hợp tác xã và cộng đồng để hình thành tour hoàn chỉnh, bảo đảm an toàn và bảo vệ môi trường sinh thái.

5	Không gian văn hóa - ẩm thực - giải trí biển Thuận An	Khách du lịch nội địa, đặc biệt là khách gia đình, nhóm bạn trẻ, khách nghỉ dưỡng biển; khách quốc tế lưu trú tại Huế; người dân địa phương.	UBND phường Thuận An; đơn vị được giao quản lý quảng trường, công viên; doanh nghiệp du lịch, dịch vụ, tổ chức sự kiện, đơn vị kinh doanh ẩm thực và các tổ chức văn hóa, nghệ thuật.	Thường xuyên theo lịch hoạt động.	Xác định mô hình quản lý, vận hành và khai thác phù hợp, bảo đảm hiệu quả sử dụng không gian công cộng. Xây dựng kế hoạch tổ chức các hoạt động văn hóa, nghệ thuật, lễ hội biển và dịch vụ du lịch theo mùa; nghiên cứu cơ chế huy động doanh nghiệp tham gia đầu tư, cung cấp dịch vụ và tổ chức sự kiện. Đồng thời, tăng cường kết nối với các bãi biển, điểm tham quan, cơ sở lưu trú, dịch vụ ẩm thực và các chương trình du lịch tại Huế nhằm hình thành chuỗi sản phẩm du lịch biển Thuận An có tính liên kết, hấp dẫn và bền vững.
6	Không gian mỹ thuật và nghệ thuật sáng tạo biển Thuận An	Khách du lịch nội địa, đặc biệt là khách gia đình, giới trẻ, khách nghỉ dưỡng biển và khách tham quan Huế; khách quốc tế có nhu cầu trải nghiệm văn hóa, nghệ thuật, ẩm thực.	UBND phường Thuận An; Trường Đại học Nghệ thuật - Đại học Huế; doanh nghiệp; cộng đồng.	Khai thác thường xuyên.	Nghiên cứu lựa chọn địa điểm phù hợp để xây dựng không gian mỹ thuật, nghệ thuật sắp đặt, tranh bích họa và các tác phẩm sáng tạo từ vật liệu tái chế, vật liệu bản địa; bảo đảm hài hòa với cảnh quan, môi trường và bản sắc văn hóa địa phương. Phát huy vai trò của các cơ sở đào tạo nghệ thuật, doanh nghiệp và cộng đồng trong sáng tác, tổ chức hoạt động trải nghiệm; từng bước kết nối các không gian nghệ thuật với điểm tham quan và tuyến du lịch ven biển, đầm phá nhằm hình thành sản phẩm du lịch đặc trưng, tăng sức hấp dẫn đối với du khách.
7. Du lịch đêm và kinh tế đêm					
7.1. Sản phẩm hiện có cần nâng cấp, hoàn thiện, có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027					
1	Phố đi bộ (Hai Bà Trưng, Chu Văn An - Phạm Ngũ Lão - Võ Thị Sáu) và các tuyến dịch vụ ban đêm	Khách nội địa; khách quốc tế, ưu tiên thị trường Đông Bắc Á, Đông Nam Á, Trung Quốc, Đài Loan và Hồng Kông.	UBND các phường Phú Xuân; Hội Khách sạn thành phố, đơn vị tổ chức và khai thác không gian phố ẩm thực; Hiệp hội Văn hóa ẩm thực thành phố Huế.	Cố định cuối tuần.	Khuyến khích xã hội hóa đầu tư, nâng cấp cơ sở kinh doanh và đa dạng hóa dịch vụ ẩm thực, giải trí ban đêm; hỗ trợ rà soát, hoàn thiện điều kiện kinh doanh, tổ chức hoạt động văn hóa, nghệ thuật phù hợp; tăng cường quảng bá, kết nối doanh nghiệp du lịch, dịch vụ, cơ sở lưu trú và nền tảng số để đưa Phố đi bộ vào chương trình tham quan, trải nghiệm và tour đêm tại Huế.

7.2. Sản phẩm mới có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027					
1	Mở cửa các điểm tham quan phục vụ du khách về đêm (Cung An Định, Bảo tàng Cổ vật Cung đình Huế Trường Quốc Học Huế, chợ Đông Ba…)	Khách nội địa; Khách quốc tế.	Trung tâm BTDT Cố đô Huế, bảo tàng, cơ sở giáo dục và doanh nghiệp du lịch liên quan.	Thường xuyên.	Phát triển sản phẩm tham quan di sản về đêm kết hợp trình diễn ánh sáng, thuyết minh, trải nghiệm văn hóa cung đình và biểu diễn nghệ thuật phù hợp; xây dựng khung giờ mở cửa, phương án đón tiếp, nội dung trải nghiệm và giá vé; từng bước bổ sung hệ thống chiếu sáng, kết nối với các chương trình ẩm thực, mua sắm, giải trí ban đêm và tour hiện có, đưa vào khai thác thông qua doanh nghiệp du lịch, dịch vụ.
2	"Huế River Life" - Trải nghiệm văn hóa và ẩm thực trên sông Hương	Khách nội địa, khách quốc tế, khách FIT, khách cao cấp, khách gia đình và nhóm khách yêu thích văn hóa, ẩm thực.	Ngự Thuyền Heritage (Công ty TNHH MTV Heritage Huế); Công ty TNHH Dịch vụ du lịch An Du; Công ty DL Tự Hào Việt Nam, công ty Restour Huế, Connect Travel, công ty Vietnamtourism tại Huế, iVietnam travel, Green Travel, VM Travel, Connect travel Legia travel, Công ty CP Vietravel/Công ty Vietravel Huế …	Theo lịch khai thác và đặt trước; điều chỉnh theo mùa, thời tiết và điều kiện vận hành.	Hoàn thiện lịch trình, điểm đón trả khách, phương án phục vụ, giá bán và phương thức đặt dịch vụ; ưu tiên các gói ngắm cảnh kết hợp thưởng trà, ẩm thực và biểu diễn nghệ thuật. Nghiên cứu phát triển trải nghiệm ngắm hoàng hôn, bình minh hoặc lưu trú trên sông khi đáp ứng đầy đủ điều kiện về phương tiện, bến thuyền, an toàn, môi trường và vận hành.
3	Không gian trải nghiệm đêm Đông Ba - phố Bạch Đằng - Huỳnh Thúc Kháng	Khách nội địa; Khách quốc tế: Đông Bắc Á, Đông Nam Á, Trung Quốc - Đài Loan - Hồng Kông.	UBND phường Phú Xuân; Doanh nghiệp/cộng đồng kinh doanh dịch vụ; Doanh nghiệp du lịch, dịch vụ Huế.	Thường xuyên.	Cần rà soát quy hoạch, hiện trạng quản lý, giao thông, hạ tầng và ảnh hưởng đến khu dân cư; xác định danh mục dịch vụ, mô hình vận hành, nhu cầu đầu tư và hình thức huy động nguồn lực. Chỉ triển khai sau khi có đầu mối khai thác và hoàn thành các điều kiện, thủ tục theo quy định.

4	Không gian văn hóa - ẩm thực ven sông Như Ý	Khách nội địa; Khách quốc tế: Đông Bắc Á, Đông Nam Á, Trung Quốc - Đài Loan - Hồng Kông.	Sở Tài chính; Sở Xây dựng; Ban QLDA Đầu tư xây dựng Bắc Sông Hương; UBND phường Thuận Hóa; Công ty Cổ phần Quản lý và Phát triển Bất động sản Conasi.	Thường xuyên.	Cần rà soát quy hoạch, hiện trạng sử dụng đất, mặt nước, hạ tầng, giao thông, môi trường và an ninh; xác định phạm vi đầu tư, danh mục dịch vụ, mô hình vận hành và trách nhiệm các bên, bảo đảm hoàn thành các thủ tục liên quan trước khi triển khai.
5	Phố ẩm thực: kết hợp giới thiệu món ăn đặc trưng, trình diễn nghệ thuật và trải nghiệm văn hóa đường phố	Khách nội địa và khách quốc tế, ưu tiên thị trường Đông Bắc Á, Đông Nam Á, Trung Quốc, Đài Loan và Hồng Kông.	Hội Khách sạn, đơn vị tổ chức và khai thác không gian phố ẩm thực; Hiệp hội văn hóa Ẩm thực TP Huế.	Cố định cuối tuần.	Khuyến khích xã hội hóa đầu tư, nâng cấp cơ sở kinh doanh và đa dạng hóa dịch vụ ẩm thực, giải trí ban đêm; hỗ trợ rà soát, hoàn thiện điều kiện kinh doanh, tổ chức hoạt động văn hóa, nghệ thuật phù hợp; tăng cường quảng bá, kết nối doanh nghiệp du lịch, dịch vụ, cơ sở lưu trú và nền tảng số để đưa Phố ẩm thực vào chương trình tham quan, trải nghiệm và tour đêm tại Huế.
8. Du lịch MICE					
8.1. Sản phẩm hiện có cần nâng cấp, hoàn thiện, có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027					
1	Gói MICE chuyên ngành gắn với thế mạnh của Huế	Cơ quan, tổ chức, hiệp hội nghề nghiệp, doanh nghiệp và đoàn công vụ trong nước; khách quốc tế theo ngành, ưu tiên thị trường có kết nối và nhu cầu phù hợp.	Cơ sở hội nghị, khách sạn, doanh nghiệp tổ chức sự kiện và lữ hành; các cơ quan, trường đại học, bệnh viện, hiệp hội chuyên ngành phối hợp thu hút và tổ chức.	Theo kế hoạch hội nghị, hội thảo và yêu cầu đặt dịch vụ.	Rà soát danh mục hội nghị, hội thảo, diễn đàn và sự kiện cấp quốc gia, quốc tế dự kiến tổ chức tại Huế; xác định nhu cầu, đầu mối đăng cai, điều kiện địa điểm, lưu trú, vận chuyển và dịch vụ kỹ thuật để xây dựng các gói MICE chào bán. Tăng cường kết nối, thu hút sự kiện trong các lĩnh vực y tế, giáo dục, văn hóa, di sản, du lịch, khoa học và các lĩnh vực phù hợp; kết hợp tham quan di sản, trải nghiệm ẩm thực, giao lưu văn hóa trong chương trình bên lề.

8.2. Sản phẩm mới có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027					
1	Gói du lịch MICE Huế	Cơ quan nhà nước, doanh nghiệp, hiệp hội, tổ chức trong nước và quốc tế; đoàn khách hội nghị, hội thảo và khen thưởng.	Doanh nghiệp du lịch, dịch vụ, khách sạn, trung tâm hội nghị, đơn vị vận chuyển và các nhà cung cấp dịch vụ du lịch phối hợp.	Theo lịch hội nghị, sự kiện và yêu cầu đặt trước của các đoàn khách.	Xây dựng các gói sản phẩm MICE theo quy mô đoàn, kết nối doanh nghiệp MICE, khách sạn và đơn vị tổ chức sự kiện; thiết kế chương trình trọn gói 2 ngày 1 đêm, 3 ngày 2 đêm kết hợp hội nghị, hội thảo, lưu trú, ăn uống, vận chuyển và trải nghiệm di sản, ẩm thực, giao lưu văn hóa. Phát triển gói mở rộng Huế - Lăng Cô (3 ngày 2 đêm hoặc 4 ngày 3 đêm), kết hợp nghỉ dưỡng biển và trải nghiệm cảnh quan phù hợp với nhu cầu đoàn và năng lực cung ứng dịch vụ.
2	Gói tiệc tối theo chủ đề mang bản sắc văn hóa Huế (Themed Dinner)	Khách MICE trong nước và quốc tế; đoàn doanh nghiệp, khách khen thưởng, đoàn ngoại giao, khách VIP và khách hội nghị cao cấp.	Công ty TNHH Du lịch và Thương mại Á Đông; Trung tâm BTDT Cố đô Huế; doanh nghiệp tổ chức sự kiện, doanh nghiệp du lịch, dịch vụ, khách sạn, đơn vị ẩm thực và nghệ thuật phối hợp.	Theo lịch hội nghị, sự kiện và yêu cầu đặt trước của các đoàn khách.	Xây dựng bộ chủ đề, thực đơn, kịch bản nghệ thuật và các gói dịch vụ theo quy mô đoàn; kết nối với doanh nghiệp MICE, khách sạn và đơn vị tổ chức sự kiện. Nghiên cứu địa điểm tổ chức phù hợp, cơ chế phối hợp khai thác và phương án bảo đảm chất lượng, an toàn, bảo tồn di sản.
9. Sản phẩm du lịch mùa mưa Huế và mở rộng thời gian khai thác du lịch					
9.1. Sản phẩm hiện có cần nâng cấp, hoàn thiện, có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027					
1	“Huế trong mùa mưa” - Khám phá di sản và văn hóa cố đô ngày mưa	Khách du lịch nội địa và quốc tế; khách yêu thích lịch sử, di sản, văn hóa truyền thống; khách gia đình, nhóm nhỏ và khách lưu trú tại Huế trong mùa mưa.	Trung tâm BTDT Cố đô Huế; các doanh nghiệp du lịch, dịch vụ; cơ sở du lịch văn hóa, làng nghề truyền thống, đơn vị tổ chức trải nghiệm và các cơ sở dịch vụ liên quan.	Khai thác thường xuyên trong mùa mưa và các thời điểm có điều kiện thời tiết phù hợp; tổ chức theo lịch chương trình hoặc đăng ký trước, linh hoạt điều chỉnh theo	Rà soát, công bố danh mục điểm tham quan, di tích, làng nghề có điều kiện phục vụ khách trong mùa mưa; cung cấp thông tin về thời gian mở cửa, điều kiện tham quan và các yêu cầu bảo đảm an toàn. Hỗ trợ kết nối doanh nghiệp du lịch, dịch vụ với các đơn vị quản lý di tích, cơ sở làng nghề hoa giấy Thanh Tiên, tranh dân gian làng Sình và các cơ sở dịch vụ để xây dựng chương trình liên tuyến, thống

				tình hình thời tiết và điều kiện thực tế tại điểm đến.	nhất nội dung trải nghiệm, giá dịch vụ và phương thức đón khách. Đưa sản phẩm vào các chương trình xúc tiến, quảng bá du lịch Huế; đồng thời nghiên cứu cơ chế phối hợp, tạo điều kiện cho doanh nghiệp tổ chức hoạt động trải nghiệm, thực hành nghề truyền thống tại các địa điểm đủ điều kiện.
2	"Một ngày mưa ở Huế" - Trải nghiệm ẩm thực và nếp sống Huế	Khách du lịch nội địa và quốc tế; khách gia đình, khách lẻ, nhóm nhỏ và khách yêu thích ẩm thực, văn hóa bản địa, trải nghiệm đời sống thường nhật của người Huế.	Công ty du lịch iVietNam; Công ty CP Vietravel/Công ty Vietravel Huế; Các cơ sở kinh doanh ẩm thực Huế, nhà vườn, không gian văn hóa, cơ sở dịch vụ trà Huế, doanh nghiệp du lịch, dịch vụ và các đơn vị tổ chức hoạt động trải nghiệm phối hợp thực hiện.	Tổ chức thường xuyên theo lịch đăng ký hoặc đặt trước; linh hoạt bố trí các khung giờ trong ngày, ưu tiên mùa mưa và những thời điểm thời tiết không thuận lợi cho hoạt động ngoài trời.	Kết nối doanh nghiệp du lịch, dịch vụ với các nhà vườn, cơ sở ẩm thực, cơ sở thưởng trà và nghệ nhân văn hóa Huế để hình thành mạng lưới cung ứng dịch vụ. Hướng dẫn các cơ sở tham gia đáp ứng yêu cầu về an toàn thực phẩm, điều kiện đón khách và chất lượng phục vụ; hỗ trợ giới thiệu danh sách cơ sở đủ điều kiện để doanh nghiệp thuận lợi khảo sát, xây dựng tour và ký kết hợp tác. Hỗ trợ kết nối doanh nghiệp du lịch, dịch vụ với các cơ sở cung ứng dịch vụ nhằm thống nhất giá bán, quy trình đặt dịch vụ và chính sách phục vụ khách đoàn, khách quốc tế.
9.2. Sản phẩm mới có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027					
1	Đêm nghệ thuật và âm nhạc mùa mưa Huế	Khách nội địa, khách quốc tế, khách yêu thích văn hóa, nghệ thuật và khách lưu trú tại Huế.	Trung tâm BTDT Cố đô Huế; đơn vị nghệ thuật, doanh nghiệp du lịch, dịch vụ và tổ chức sự kiện phối hợp.	Theo lịch biểu diễn định kỳ hoặc đặt trước theo đoàn.	Rà soát các chương trình hiện có, ưu tiên nâng cấp nội dung hoặc xây dựng phiên bản khác biệt; xác định địa điểm, lịch diễn, thời lượng, giá vé và phương án phục vụ khách; bảo đảm phù hợp với điều kiện khai thác và yêu cầu bảo tồn di tích.

2	"Nghỉ dưỡng ngày mưa ở Huế" - Thư giãn và chăm sóc sức khỏe	Khách nghỉ dưỡng, khách quốc tế, khách cao cấp, khách gia đình và khách lưu trú dài ngày.	Cơ sở lưu trú, khu nghỉ dưỡng, spa, doanh nghiệp du lịch, dịch vụ và đơn vị cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe phối hợp.	Theo gói dịch vụ, đặt trước hoặc khai thác thường xuyên tùy điều kiện cung ứng.	Liên kết các cơ sở cung ứng để xây dựng gói trải nghiệm theo buổi, trong ngày hoặc kết hợp lưu trú; xác định tiêu chuẩn phục vụ, thời lượng và giá bán; bảo đảm các dịch vụ chuyên môn được cung cấp bởi đơn vị đủ điều kiện theo quy định.
3	"Săn ảnh Huế mùa mưa" - Khám phá vẻ đẹp Huế trong mưa	Khách trẻ, khách quốc tế, khách yêu thích nhiếp ảnh, nhóm bạn và khách du lịch tự túc.	Doanh nghiệp du lịch, dịch vụ, đơn vị tổ chức tour nhiếp ảnh, hướng dẫn viên, nhà vườn và các cơ sở dịch vụ phối hợp.	Theo lịch tour hoặc đặt trước theo nhóm; điều chỉnh theo điều kiện thời tiết.	Xây dựng tuyến trải nghiệm, lựa chọn điểm chụp phù hợp, bố trí hướng dẫn viên và phương án điều chỉnh lịch trình khi thời tiết bất lợi; bảo đảm an toàn di chuyển và tôn trọng không gian di sản, đời sống cộng đồng.
4	"Rainy Day Shopping Huế" - Mua sắm, ẩm thực và giải trí trong nhà	Khách nội địa, khách quốc tế, khách gia đình, nhóm bạn và khách lưu trú tại Huế.	Công ty TNHH AEON MALL Huế, công ty lữ hành, cơ sở lưu trú và các đơn vị kinh doanh ẩm thực, mua sắm, giải trí phối hợp.	Theo nhu cầu thị trường và lịch khai thác tour; có thể tổ chức thường xuyên.	Xây dựng lịch trình kết hợp di sản, văn hóa với mua sắm và giải trí trong nhà; phối hợp tổ chức vận chuyển, giới thiệu sản phẩm địa phương, ưu đãi dịch vụ nếu có và phương thức đặt tour; bảo đảm sản phẩm có trải nghiệm đặc trưng, không chỉ dừng ở tham quan trung tâm thương mại.
10. Phát triển sản phẩm du lịch liên vùng và thu hút các phân khúc khách mới					
10.1. Sản phẩm hiện có cần nâng cấp, hoàn thiện, có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027					
1	Du lịch đường sắt và hành trình liên vùng (Huế - Đà Nẵng, Huế - Phong Nha)	Tập trung cho khách nội địa và thị trường khách Quốc tế.	Hiệp hội Du lịch và các Hội thành viên, Các doanh nghiệp du lịch, dịch vụ; Hiệp hội Văn hóa ẩm thực thành phố Huế; Tập đoàn Đường sắt Quốc gia Việt Nam.	Theo lịch trình tour, lịch chạy tàu và nhu cầu đăng ký của khách.	Chủ động xây dựng các gói du lịch liên vùng gắn với vận tải đường sắt, tham quan di sản, lưu trú và ẩm thực; phối hợp với ngành đường sắt thống nhất lịch trình, giá dịch vụ, phương án kết nối tại các ga và chính sách đặt chỗ. Tăng cường liên kết với doanh nghiệp tại Đà Nẵng, Quảng Trị và các địa phương liên quan để hoàn thiện sản phẩm, quảng bá và phân phối trên các thị trường mục tiêu.

2	Hành trình "Con đường di sản miền Trung: Huế - Đà Nẵng - Hội An"	Khách nội địa và quốc tế; khách yêu thích di sản văn hóa, kiến trúc, lịch sử, ẩm thực và trải nghiệm nhiều điểm đến trong cùng hành trình.	Doanh nghiệp du lịch, dịch vụ tại Huế, Đà Nẵng và Hội An; Hiệp hội Du lịch và các hội thành viên; phối hợp với đơn vị quản lý di tích, cơ sở lưu trú, nhà hàng và đơn vị vận tải.	Theo lịch tour định kỳ hoặc đăng ký trước; xây dựng các chương trình 3 ngày 2 đêm, 4 ngày 3 đêm hoặc thời lượng phù hợp với từng thị trường khách.	Xây dựng lịch trình thống nhất, lựa chọn điểm tham quan tiêu biểu, chuẩn hóa chất lượng dịch vụ, giá bán và phương án vận chuyển. Tăng cường xúc tiến chung, chia sẻ thông tin thị trường và phát triển các gói liên tuyến; nghiên cứu cơ chế phối hợp phân phối sản phẩm và hỗ trợ xử lý các vấn đề phát sinh trong quá trình phục vụ khách.
3	Hành trình "Di sản Huế - Nghỉ dưỡng biển Lăng Cô - Đà Nẵng"	Khách nội địa và quốc tế; khách gia đình, khách nghỉ dưỡng, khách có nhu cầu kết hợp tham quan di sản với nghỉ dưỡng biển.	Doanh nghiệp du lịch, dịch vụ; cơ sở lưu trú, khu nghỉ dưỡng tại Huế và Lăng Cô; các đơn vị dịch vụ tại Đà Nẵng; Hiệp hội Du lịch và các hội thành viên phối hợp kết nối.	Theo lịch tour định kỳ hoặc đặt trước; ưu tiên mùa du lịch biển và các kỳ nghỉ.	Xây dựng gói dịch vụ kết hợp di sản, nghỉ dưỡng biển và ẩm thực. Thống nhất tiêu chuẩn phục vụ, giá bán, chính sách liên kết và phương án điều chỉnh lịch trình theo mùa; tăng cường quảng bá hành trình trên các kênh phân phối và chương trình xúc tiến du lịch liên vùng.
4	Hoàn thiện và nâng cấp Tàu di sản Huế - Đà Nẵng và Huế - Phong Nha gắn với lưu trú, tham quan và ẩm thực	Tập trung cho khách nội địa và thị trường khách Quốc tế.	Sở VHTTDL; Tập đoàn Đường sắt Quốc gia Việt Nam; Hiệp hội Du lịch và các Hội thành viên, Các doanh nghiệp du lịch, dịch vụ.	Theo lịch chạy tàu và chương trình liên kết được thống nhất.	Rà soát lịch trình, thời gian dừng đỗ, phương án trung chuyển và khả năng kết nối điểm tham quan. Nghiên cứu xây dựng các gói dịch vụ trọn gói gồm vé tàu, lưu trú, ẩm thực và tham quan; nâng cao chất lượng trải nghiệm trên tàu, hoàn thiện thông tin hướng dẫn và phương thức đặt dịch vụ. Tăng cường quảng bá hành trình đường sắt kết nối di sản và thiên nhiên miền Trung.
5	Triển khai tuyến du lịch tàu hơi nước Huế - Đà Nẵng	Khách nội địa và quốc tế yêu thích trải nghiệm độc đáo, di sản, đường sắt và du lịch chậm.	Sở VHTTDL; Tập đoàn Đường sắt Quốc gia Việt Nam; Hiệp hội Du lịch và các Hội thành viên, Doanh nghiệp du lịch, dịch vụ; Hiệp hội Văn hóa ẩm thực thành phố Huế	Theo lịch chạy tàu sau khi nghiên cứu tính khả thi.	Cần đánh giá tính khả thi kỹ thuật, an toàn và thương mại của đầu máy, toa xe, hạ tầng, bảo trì, lịch chạy, sức chứa, chi phí và nhu cầu thị trường; xác định điều kiện chấp thuận của đơn vị đường sắt có thẩm quyền.

10.2. Sản phẩm mới có khả năng đưa vào khai thác từ năm 2027					
1	Du lịch tàu biển - "Huế trong 6 giờ: Hành trình di sản Cố đô"	Khách tàu biển quốc tế cập cảng Chân Mây; khách đoàn có thời gian tham quan hạn chế, ưu tiên trải nghiệm di sản, văn hóa, ẩm thực và mua sắm.	Công ty Cổ phần Cảng Chân Mây; doanh nghiệp du lịch, dịch vụ đón khách tàu biển; các đơn vị quản lý di tích, cơ sở dịch vụ và đơn vị vận chuyển. Có thể phối hợp với Hội Du lịch cộng đồng, Công ty Du lịch Tự Hào Việt Nam, Lê Gia Travel, iVietnam Travel; Công ty CP Vietravel/Công ty Vietravel Huế và các đơn vị đủ điều kiện.	Theo lịch tàu biển cập cảng Chân Mây và thời gian lưu lại của tàu; tổ chức theo từng chuyến tàu, phù hợp với khung thời gian đón trả khách.	Chuẩn hóa quy trình đón tiếp, phương tiện vận chuyển, thuyết minh, chất lượng bữa ăn và phương án dự phòng. Tăng cường liên kết với các điểm di sản, cơ sở mua sắm và dịch vụ địa phương; phối hợp quảng bá sản phẩm đến các hãng tàu biển và đối tác tổ chức tour quốc tế.
2	Du lịch tàu biển - "Hồ Truồi - Thiền viện Trúc Lâm - Hương vị biển Huế"	Khách tàu biển quốc tế qua cảng Chân Mây; khách đoàn có thời gian tham quan hạn chế.	Công ty cổ phần Cảng Chân Mây, Hội Du Lịch Cộng Đồng, Công ty DL Tự Hào Việt Nam, Lê Gia Travel, Long Mã Travel, iVietnam travel; Công ty CP Vietravel/Công ty Vietravel Huế.	Theo lịch tàu biển cập cảng Chân Mây và thời gian lưu lại của tàu; tổ chức theo từng chuyến tàu, phù hợp với khung thời gian đón trả khách.	Xem xét hoàn thiện tuyến điểm, phương án vận chuyển và cơ sở hạ tầng phục vụ khách; nghiên cứu đầu tư, nâng cấp bến thuyền và trang thiết bị phục vụ hoạt động đường thủy khi đáp ứng các điều kiện liên quan. Xây dựng chương trình kết hợp tham quan Hồ Truồi, Thiền viện Trúc Lâm Bạch Mã và trải nghiệm ẩm thực địa phương, chú trọng đặc sản và chè Truồi. Đồng thời, đánh giá thời lượng hành trình, điều kiện an toàn, khả năng phục vụ đoàn khách và phương án dự phòng trước khi đưa vào khai thác.

II. DANH MỤC SẢN PHẨM ƯU TIÊN					
1. Chuỗi sự kiện âm nhạc, nghệ thuật và lễ hội đặc sắc Huế					
1	Tuần lễ Di sản Âm nhạc Quốc tế Huế, Lễ hội Ánh sáng Quốc tế, Tuần lễ Festival Quốc tế Huế… các hoạt động hưởng ứng và chương trình biểu diễn thuyền buồm tại Vịnh Lăng Cô	Khách nội địa là giới trẻ, khách đi theo nhóm có nhu cầu tham gia lễ hội, sự kiện âm nhạc; khách quốc tế thị trường Đông Bắc Á (Hàn Quốc, Nhật Bản, Đài Loan, Trung Quốc), Thái Lan và châu Âu (Pháp, Đức, Anh) có nhu cầu trải nghiệm di sản về đêm.	Doanh nghiệp tổ chức sự kiện (Công Ty Cổ Phần Beyond Communication), Trung tâm BTDT Cố đô Huế, Sở VHTTDL, Hiệp hội Du lịch.	Theo lịch sự kiện được cấp có thẩm quyền phê duyệt.	Đối với từng sự kiện, từng bước xác lập thời điểm tổ chức, chủ đề, quy mô, đơn vị thực hiện và phương án vận hành phù hợp; chủ động công bố thông tin sớm để doanh nghiệp du lịch, dịch vụ, cơ sở lưu trú và các đơn vị cung cấp dịch vụ xây dựng chương trình, gói trải nghiệm gắn với sự kiện. Khuyến khích hình thành các gói dịch vụ kết hợp vé tham dự, lưu trú, ẩm thực, tham quan di sản, trải nghiệm Đại Nội về đêm, du thuyền sông Hương và mua sắm; đa dạng hóa phương thức bán vé, đặt dịch vụ và phân phối sản phẩm.
2. Sản phẩm biểu diễn nghệ thuật và trải nghiệm di sản cung đình Huế					
1	Chương trình biểu diễn nghệ thuật và trải nghiệm di sản cung đình Huế theo khung giờ: “Đánh thức di sản” (buổi sáng), “Khám phá văn hóa cung đình” (buổi chiều), “Hoàng cung huyền ảo” (buổi tối)	Khách du lịch nội địa và quốc tế; khách gia đình, giới trẻ, khách đoàn, khách lưu trú tại Huế và nhóm khách yêu thích lịch sử, văn hóa, nghệ thuật truyền thống, trải nghiệm di sản và du lịch ban đêm.	Trung tâm BTDT Cố đô Huế chủ trì; phối hợp với các đơn vị nghệ thuật truyền thống, doanh nghiệp du lịch, dịch vụ, đơn vị tổ chức sự kiện, đối tác công nghệ và các cơ sở cung ứng dịch vụ du lịch liên quan.	Lịch cố định trong tuần.	Rà soát không gian, khung giờ, điều kiện tổ chức biểu diễn và trải nghiệm tại Đại Nội; hướng dẫn các yêu cầu về bảo tồn, an toàn, sức chứa, âm thanh, ánh sáng và công nghệ trình chiếu. Hỗ trợ kết nối doanh nghiệp du lịch, dịch vụ, cơ sở lưu trú và đơn vị tổ chức biểu diễn để xây dựng, phân phối các gói sản phẩm; tăng cường quảng bá, công bố lịch chương trình và thông tin đặt vé, tạo điều kiện đưa sản phẩm vào khai thác thường xuyên.

2	Chương trình biểu diễn thực cảnh hoặc nghệ thuật quy mô lớn (ưu tiên Hổ Quyền - Voi Ré, Cồn Giã Viên)	Khách nội địa và quốc tế; khách đoàn, khách nghỉ dưỡng, khách có khả năng chi trả cao và nhóm khách tìm kiếm sản phẩm biểu diễn nghệ thuật đặc sắc, có khả năng tạo dấu ấn riêng cho điểm đến.	Các doanh nghiệp đầu tư, tổ chức sự kiện và doanh nghiệp du lịch.	Thực hiện theo lịch biểu diễn và phương án vận hành được phê duyệt.	Hỗ trợ tổ chức kết nối nhà đầu tư, đơn vị nghệ thuật và doanh nghiệp du lịch để nghiên cứu, đề xuất 02-03 chương trình có tính khả thi; đánh giá hiệu quả kinh tế, tác động môi trường, sức chịu tải và phương án vận hành trước khi quyết định đầu tư, triển khai.
3. Sản phẩm du lịch y tế					
1	Sản phẩm du lịch y tế mang thương hiệu "Huế Health & Stay"	Nội địa: khách từ Hà Tĩnh, Đồng Nai, Hà Nội, TP.HCM, Đà Nẵng và các tỉnh Tây Nguyên. Quốc tế: Việt kiều, khách Lào, Thái Lan, Campuchia, Hàn Quốc, Nhật Bản và một số nước châu Âu.	Bệnh viện Trung ương Huế; Bệnh viện Đa khoa Quốc tế Huế; Bệnh viện Trường Đại học Y - Dược Huế; Hiệp hội du lịch; doanh nghiệp du lịch, dịch vụ, Vietravel Huế, Holo Travel; Hiệp hội văn hóa Ẩm thực TP Huế.	Theo lịch khám và nhu cầu đặt trước; hướng đến khai thác quanh năm.	Đề xuất liên kết các cơ sở y tế, khu nghỉ dưỡng và doanh nghiệp du lịch, dịch vụ xây dựng thí điểm các gói du lịch y tế chất lượng cao (3 ngày 2 đêm, 5 ngày 4 đêm), kết hợp khám, tư vấn sức khỏe, y học cổ truyền, nghỉ dưỡng, ẩm thực và tham quan di sản Huế. Xác định rõ nhóm khách mục tiêu, lịch trình, giá bán, đơn vị điều phối và kênh phân phối; bảo đảm chất lượng dịch vụ, điều kiện chuyên môn và tuân thủ quy định pháp luật.
4. Du lịch chăm sóc sức khỏe, nghỉ dưỡng (Wellness)					
1	Wellness Retreat Huế – Nghỉ dưỡng và cân bằng thân - tâm	Nội địa: khách thu nhập khá và cao, nhóm gia đình, khách tìm kiếm trải nghiệm "chữa lành" từ Hà Nội, TP.HCM và Đà Nẵng.	Khu nghỉ dưỡng, khách sạn, cơ sở chăm sóc sức khỏe; doanh nghiệp du lịch, dịch vụ; đơn vị tổ chức thiền, yoga, dưỡng sinh và cung cấp dịch vụ ẩm thực lành mạnh.	Hằng ngày đối với trải nghiệm trong ngày, quanh năm theo yêu cầu và lịch đặt trước.	Kết hợp nghỉ dưỡng, thiền, yoga, dưỡng sinh, vận động phù hợp, trà, ẩm thực lành mạnh và trải nghiệm văn hóa trong không gian thiên nhiên; phát triển các gói trải nghiệm trong ngày, cuối tuần và nhiều ngày tại những khu vực có điều kiện phù hợp.

		Quốc tế: Khách từ các nước Pháp, Đức, Anh, Bắc Mỹ, Úc, Hàn Quốc và Nhật Bản tìm kiếm trải nghiệm wellness retreat, ưa chuộng suối khoáng và nghỉ dưỡng dài ngày.			
2	Du lịch nghỉ dưỡng khoáng nóng và chăm sóc sức khỏe	Khách du lịch nghỉ dưỡng, chăm sóc sức khỏe trong nước và quốc tế; khách trung niên, cao tuổi, gia đình và nhóm khách có nhu cầu phục hồi thể chất, thư giãn.	Alba Wellness Valley by Fusion – Thanh Tân; Kobi Mỹ An Onsen Resort; doanh nghiệp du lịch, dịch vụ; cơ sở lưu trú và các đơn vị cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe đủ điều kiện.	Khai thác thường xuyên quanh năm; xây dựng các gói dịch vụ theo ngày và nhiều ngày.	Hỗ trợ liên kết giữa khu nghỉ dưỡng, cơ sở chăm sóc sức khỏe và doanh nghiệp du lịch, dịch vụ để hoàn thiện gói sản phẩm trọn gói; chuẩn hóa dịch vụ, thời lượng, giá bán và phương thức đặt dịch vụ; tăng cường quảng bá, xúc tiến tại các thị trường mục tiêu.
3	Nghỉ dưỡng biển và chăm sóc sức khỏe	Khách du lịch nghỉ dưỡng trong nước và quốc tế; khách gia đình, nhóm khách trung và cao cấp, khách có nhu cầu thư giãn, vận động và trải nghiệm thiên nhiên.	Các khu nghỉ dưỡng, cơ sở lưu trú tại Lăng Cô – Cảnh Dương, Thuận An và khu vực phù hợp; doanh nghiệp du lịch, dịch vụ, nhà hàng và đơn vị cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe đủ điều kiện.	Khai thác quanh năm, tập trung mùa du lịch biển; phát triển các gói nghỉ dưỡng ngắn ngày và dài ngày phù hợp điều kiện thời tiết.	Khuyến khích doanh nghiệp liên kết xây dựng gói nghỉ dưỡng kết hợp ẩm thực, khám phá thiên nhiên, vận động nhẹ và chăm sóc sức khỏe; nâng cao chất lượng dịch vụ, hoàn thiện hạ tầng và tiện ích tại các điểm đến; tăng cường quảng bá, kết nối tour và đa dạng hóa trải nghiệm ngoài mùa cao điểm.
5. Sản phẩm du lịch đêm và kinh tế đêm					
1	Đêm sông Hương – Phố đêm Trường Tiền	Khách nội địa; Khách quốc tế: Đông Bắc Á, Đông Nam Á,	Công ty TNHH PoSTMEDIA (Hàn Quốc); Công ty Cổ phần Quản lý và Phát triển	Thường xuyên.	Cần rà soát quy hoạch, hiện trạng sử dụng đất, mặt nước, hạ tầng, giao thông, môi trường và an ninh; xác định phạm vi đầu tư, danh mục dịch vụ, mô hình vận hành và trách nhiệm các

		Trung Quốc - Đài Loan - Hồng Kông.	Bất động sản Conasi; Doanh nghiệp/cộng đồng kinh doanh dịch vụ; Doanh nghiệp du lịch, dịch vụ Huế.		bên, bảo đảm hoàn thành các thủ tục liên quan trước khi triển khai.
2	Chuỗi trải nghiệm Huế về đêm	Khách du lịch nội địa và quốc tế; ưu tiên khách lưu trú qua đêm, khách yêu thích ẩm thực, văn hóa và giải trí về đêm.	Doanh nghiệp du lịch, dịch vụ; Hội Khách sạn; đơn vị quản lý di tích, phố đi bộ; doanh nghiệp kinh doanh ẩm thực, dịch vụ giải trí; đơn vị tổ chức biểu diễn nghệ thuật và chính quyền địa phương.	Khai thác thường xuyên vào buổi tối; tăng cường vào cuối tuần, dịp lễ, Tết và mùa cao điểm du lịch.	Nghiên cứu hình thành phố ẩm thực tại địa điểm phù hợp, trở thành điểm nhấn giới thiệu ẩm thực Huế, kết hợp trình diễn nghệ thuật và trải nghiệm văn hóa đường phố. Tăng cường liên kết các điểm di sản mở cửa ban đêm, phố đi bộ, cơ sở ẩm thực và dịch vụ giải trí để xây dựng gói trải nghiệm đồng bộ; hoàn thiện hạ tầng, chiếu sáng, vệ sinh môi trường, an ninh và phương thức đặt mua sản phẩm thuận tiện.
3	Không gian trải nghiệm đêm Đông Ba – Bạch Đằng – Huỳnh Thúc Kháng và Như Ý	Khách nội địa; Khách quốc tế: Đông Bắc Á, Đông Nam Á, Trung Quốc - Đài Loan - Hồng Kông.	UBND phường Phú Xuân; Doanh nghiệp/cộng đồng kinh doanh dịch vụ; Doanh nghiệp du lịch, dịch vụ Huế.	Thường xuyên.	Cần rà soát quy hoạch, hiện trạng quản lý, giao thông, hạ tầng và ảnh hưởng đến khu dân cư; xác định danh mục dịch vụ, mô hình vận hành, nhu cầu đầu tư và hình thức huy động nguồn lực. Chỉ triển khai sau khi có đầu mối khai thác và hoàn thành các điều kiện, thủ tục theo quy định.
6. Sản phẩm lưu trú, nghỉ dưỡng và trải nghiệm đặc thù trên sông Hương					
1	Mô hình lưu trú, nghỉ dưỡng và trải nghiệm dịch vụ đặc thù trên sông Hương	Mô hình lưu trú, nghỉ dưỡng và trải nghiệm dịch vụ đặc thù trên sông Hương.	Công ty TNHH Dịch vụ du lịch An Du; Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Huế Cổ; Công ty CP Phượng Hoàng Phương Đông (FENIKO), Công ty CP	Thường xuyên.	Rà soát, hướng dẫn cụ thể về quy hoạch, vị trí và phạm vi sử dụng mặt nước, điều kiện đầu tư, giao thông đường thủy, an toàn, môi trường, hạ tầng kỹ thuật và bảo tồn cảnh quan sông Hương. Hỗ trợ cung cấp thông tin quy hoạch, xác định các vị trí có tiềm năng phù hợp, tổ chức kết nối nhà đầu tư với đơn vị quản lý liên quan và hướng dẫn thủ tục triển khai.

			Vietravel/Công ty Vietravel Huế.		Tạo điều kiện xúc tiến đầu tư, huy động nguồn lực xã hội hóa để phát triển các mô hình lưu trú, nghỉ dưỡng hoặc dịch vụ trải nghiệm đặc thù, bảo đảm phù hợp với định hướng phát triển du lịch và yêu cầu bảo vệ cảnh quan.
7. Sản phẩm du lịch mùa mưa Huế					
1	Gói du lịch "Huế mùa mưa - Di sản, ẩm thực và mua sắm"	Khách du lịch nội địa và quốc tế; khách gia đình, nhóm nhỏ, khách đoàn và khách lưu trú tại Huế có nhu cầu kết hợp tham quan di sản, trải nghiệm văn hóa, ẩm thực và mua sắm trong mùa mưa.	Doanh nghiệp du lịch, dịch vụ chủ trì xây dựng, tổ chức và phân phối sản phẩm; phối hợp với Trung tâm BTDT Cố đô Huế, cơ sở lưu trú, nhà hàng, làng nghề, đơn vị tổ chức biểu diễn nghệ thuật và cơ sở kinh doanh dịch vụ mua sắm.	Khai thác trong mùa mưa theo lịch tour định kỳ hoặc đăng ký trước.	Hỗ trợ quảng bá sản phẩm trên các kênh thông tin du lịch chính thức, lồng ghép vào chương trình xúc tiến du lịch Huế; cung cấp thông tin về điều kiện tham quan và tình hình thời tiết để doanh nghiệp chủ động xây dựng, điều chỉnh lịch trình, góp phần duy trì sức hấp dẫn của điểm đến trong mùa thấp điểm.
2	Hành trình du lịch kết hợp di sản, ẩm thực, làng nghề, nghệ thuật và mua sắm Huế - Đà Nẵng	Khách du lịch nội địa và quốc tế; khách gia đình, nhóm nhỏ, khách đoàn và khách lưu trú tại Huế có nhu cầu kết hợp tham quan di sản, trải nghiệm văn hóa, ẩm thực và mua sắm, đặc biệt trong mùa mưa.	Công ty TNHH AEON MALL Huế; Trung tâm BTDT Cố đô Huế, doanh nghiệp du lịch, dịch vụ; cơ sở ẩm thực, làng nghề truyền thống, đơn vị biểu diễn nghệ thuật; Hiệp hội Văn Hóa Ẩm thực TP Huế.	Khai thác trong mùa mưa theo lịch tour định kỳ hoặc đăng ký trước.	Chuẩn hóa chương trình tham quan, thời lượng, giá bán, chính sách đặt dịch vụ và phương án điều chỉnh lịch trình khi thời tiết bất lợi; đẩy mạnh quảng bá, phân phối sản phẩm qua các kênh trực tuyến, đại lý và đối tác lữ hành, từng bước đưa sản phẩm vào khai thác thường xuyên, góp phần thu hút khách và kéo dài thời gian lưu trú tại Huế.

8. Sản phẩm trải nghiệm du lịch sinh thái – cộng đồng – biển và đầm phá					
1	Tam Giang – Đời sống đầm phá	Khách nội địa từ Hà Nội, Thành phố Hồ Chí Minh và các đô thị; khách quốc tế quan tâm sinh thái, đời sống bản địa, ẩm thực và trải nghiệm sông nước.	Hội du lịch cộng đồng, Công ty DL Tự Hào Việt Nam, Vietnamtourism tại Huế, Lê Gia Travel, Green Travel, iVietnam Travel; Công ty CP Vietravel/Công ty Vietravel Huế.	Tổ chức thường xuyên.	Cần nâng cấp cơ sở hạ tầng, bến thuyền, và các điểm đến tại mỗi địa phương, Đầu tư các thiết bị an toàn, đảm bảo du khách trên sông nước, nâng cấp và phát huy xây dựng thêm homestay, khách sạn, liên kết các điểm và các phường lân cận để hình thành tuyến điểm tốt phù hợp cung đường.
2	Hành trình Hóa Châu – Bao Vinh – Rú Chá	Khách du lịch nội địa và quốc tế yêu thích di sản, văn hóa, lịch sử, sinh thái và trải nghiệm đời sống bản địa.	Doanh nghiệp du lịch, dịch vụ; chính quyền địa phương; đơn vị quản lý di tích, điểm du lịch; cộng đồng dân cư, hộ kinh doanh dịch vụ và cơ sở ẩm thực tại khu vực Hóa Châu, Bao Vinh, Rú Chá.	Khai thác thường xuyên quanh năm, điều chỉnh theo điều kiện thời tiết và mùa sinh thái tại Rú Chá.	Rà soát, hoàn thiện tuyến kết nối các điểm di sản, phố cổ và cảnh quan sinh thái; phát triển dịch vụ thuyết minh, trải nghiệm văn hóa, ẩm thực và đời sống địa phương; cải thiện hạ tầng, biển chỉ dẫn, điểm dừng chân và tiện ích phục vụ khách; tăng cường liên kết doanh nghiệp du lịch, dịch vụ với cộng đồng để hình thành tour trọn gói, gắn với bảo tồn di sản và môi trường sinh thái.
3	Du lịch cộng đồng, nông thôn và làng nghề	Khách nội địa và quốc tế yêu thích văn hóa bản địa, trải nghiệm nông nghiệp, làng nghề và đời sống cộng đồng; khách gia đình, học sinh, sinh viên và khách theo nhóm.	Doanh nghiệp du lịch, dịch vụ; chính quyền địa phương; hợp tác xã, hộ dân; cơ sở sản xuất làng nghề, điểm du lịch cộng đồng và chủ thể OCOP tại Thanh Toàn, Thanh Tiên, Phước Tích và các địa bàn phù hợp.	Khai thác thường xuyên quanh năm, gắn với mùa vụ nông nghiệp, hoạt động làng nghề và các sự kiện văn hóa địa phương.	Hỗ trợ hoàn thiện hạ tầng, cảnh quan và tiện ích phục vụ khách; xây dựng các gói trải nghiệm kết hợp làng nghề, nông nghiệp, ẩm thực và sản phẩm OCOP; tăng cường liên kết với doanh nghiệp du lịch, dịch vụ, nâng cao kỹ năng phục vụ và bảo đảm cộng đồng được tham gia, hưởng lợi từ hoạt động du lịch.

4	Du lịch cộng đồng miền núi	Khách nội địa và quốc tế yêu thích du lịch sinh thái, khám phá thiên nhiên, văn hóa dân tộc và trải nghiệm bản địa; khách trekking, nghiên cứu, trải nghiệm cộng đồng.	Hội du lịch cộng đồng, Công ty DL Tự Hào Việt Nam, Vietnamtourism tại Huế, Lê Gia Travel, Green Travel, iVietnam Travel, Công ty CP Vietravel/Công ty Vietravel Huế…; cộng đồng dân cư, tổ hợp tác, hợp tác xã và các cơ sở cung cấp dịch vụ tại A Lưới, Nam Đông, Khe Tre, Bình Điền và các địa bàn phù hợp.	Khai thác quanh năm theo điều kiện thời tiết, mùa vụ và khả năng phục vụ của từng địa bàn.	Khảo sát, đánh giá tài nguyên và hoàn thiện các tuyến, điểm trải nghiệm; hỗ trợ phát triển lưu trú cộng đồng, hướng dẫn viên bản địa, nghề thủ công và sản phẩm đặc trưng; đào tạo kỹ năng phục vụ, quảng bá và kết nối tiêu thụ sản phẩm, bảo đảm bảo tồn văn hóa và phân chia lợi ích phù hợp cho người dân.
5	Du lịch biển Thuận An, Lăng Cô – Cảnh Dương	Khách nghỉ dưỡng biển trong nước và quốc tế; khách gia đình, nhóm bạn, khách yêu thích ẩm thực hải sản, thể thao biển và trải nghiệm sinh thái ven biển.	Doanh nghiệp du lịch, dịch vụ; khu nghỉ dưỡng, khách sạn; cơ sở kinh doanh dịch vụ biển, nhà hàng hải sản; chính quyền địa phương và cộng đồng dân cư ven biển.	Khai thác quanh năm, tập trung mùa du lịch biển và các dịp nghỉ lễ; điều chỉnh hoạt động theo thời tiết và điều kiện an toàn.	Khuyến khích liên kết xây dựng gói sản phẩm kết hợp nghỉ dưỡng, ẩm thực hải sản, thể thao biển, khám phá sinh thái và đời sống ngư dân; hoàn thiện hạ tầng, tiện ích, dịch vụ cứu hộ và vệ sinh môi trường; đa dạng hóa trải nghiệm để kéo dài mùa du lịch, nâng cao chất lượng phục vụ.
6	Du lịch đường thủy sông Hương và đầm phá Tam Giang - Cầu Hai	Khách du lịch nội địa và quốc tế; khách gia đình, nhóm nhỏ, khách yêu thích thiên nhiên, khám phá sinh kế địa phương, văn hóa cộng đồng và ẩm thực đặc sản.	Hội du lịch cộng đồng, Công ty DL Tự Hào Việt Nam, Vietnamtourism tại Huế, Lê Gia Travel, Green Travel, iVietnam Travel, Công ty CP Vietravel/Công ty Vietravel Huế…	Theo lịch tour định kỳ hoặc đăng ký.	Khảo sát, lựa chọn địa điểm và hoạt động phù hợp; thống nhất thời lượng, giá bán, tiêu chuẩn dịch vụ, phương thức đặt chỗ và cơ chế chia sẻ lợi ích với người dân. Chú trọng bảo đảm an toàn cho du khách, bảo vệ hệ sinh thái và duy trì hoạt động sinh kế truyền thống.

9. Sản phẩm du lịch golf/thể thao kết hợp di sản và nghỉ dưỡng					
1	Gói du lịch golf kết hợp lưu trú, nghỉ dưỡng biển, tham quan di sản và trải nghiệm ẩm thực Huế	Khách trong nước và quốc tế yêu thích golf, có khả năng chi tiêu cao; khách nghỉ dưỡng biển, khách doanh nhân.	Laguna Golf Lăng Cô; BRG Golden Sands Golf Resort; phối hợp với doanh nghiệp du lịch, dịch vụ, cơ sở lưu trú và các sân golf tại Đà Nẵng, Hội An.	Khai thác thường xuyên theo lịch đặt trước.	Phát triển các gói golf kết hợp lưu trú, nghỉ dưỡng biển, tham quan di sản và trải nghiệm ẩm thực Huế; tăng cường liên kết với doanh nghiệp du lịch, dịch vụ, cơ sở lưu trú và sân golf Đà Nẵng, Hội An để hình thành sản phẩm golf liên vùng.
2	Du lịch golf và nghỉ dưỡng Lăng Cô – Chân Mây	Khách du lịch golf có khả năng chi tiêu cao trong nước và quốc tế; trọng tâm khách Hàn Quốc, Nhật Bản, Đài Loan, Đông Nam Á và châu Âu.	Đơn vị quản lý, khai thác sân golf; khu nghỉ dưỡng, khách sạn; doanh nghiệp du lịch, dịch vụ; nhà hàng và đơn vị cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe.	Khai thác quanh năm; tăng cường vào mùa du lịch golf và các dịp tổ chức giải đấu, sự kiện xúc tiến.	Tăng cường liên kết sân golf, cơ sở lưu trú và doanh nghiệp du lịch, dịch vụ để xây dựng gói du lịch nhiều ngày kết hợp golf, nghỉ dưỡng biển, ẩm thực, chăm sóc sức khỏe và tham quan di sản; nghiên cứu kết nối các sân golf tại Huế, Đà Nẵng và Hội An, hình thành tuyến du lịch golf liên vùng; đẩy mạnh quảng bá tại các thị trường khách mục tiêu.
3	Du lịch thể thao gắn với di sản và cảnh quan	Khách yêu thích thể thao, du lịch trải nghiệm và khám phá thiên nhiên; vận động viên, câu lạc bộ thể thao, khách tham gia giải chạy và sự kiện thể thao trong nước, quốc tế.	Đơn vị tổ chức sự kiện, giải đấu thể thao; doanh nghiệp du lịch, dịch vụ; cơ sở lưu trú; đơn vị quản lý di tích, điểm đến; doanh nghiệp khai thác dịch vụ đường thủy và thể thao ngoài trời.	Theo lịch tổ chức giải đấu, sự kiện; phát triển các hoạt động trải nghiệm định kỳ và khai thác thường xuyên khi đủ điều kiện.	Phối hợp xây dựng lịch sự kiện thể thao gắn với di sản, sông, đầm phá và biển; phát triển các gói kết hợp thi đấu, tham quan, lưu trú, ẩm thực và trải nghiệm địa phương; hoàn thiện hạ tầng, phương án tổ chức, an toàn và cứu hộ; tăng cường quảng bá, thu hút các giải đấu và sự kiện thể thao phù hợp.
4	Biểu diễn thuyền buồm tại Vịnh Lăng Cô	Khách du lịch nội địa và quốc tế đến Lăng Cô - Chân Mây; khách gia đình, nhóm bạn, khách yêu thích các hoạt động trên biển; khách tàu biển và khách MICE kết hợp tham quan.	UBND xã Chân Mây - Lăng Cô; các sở, ban, ngành liên quan.	Theo lịch sự kiện được cấp có thẩm quyền phê duyệt.	Cần xác định thời điểm tổ chức cố định, khu vực mặt nước và vị trí quan sát cho khách; bảo đảm an toàn đường thủy, cứu hộ; kết nối với cơ sở lưu trú, nhà hàng ven biển và tour của doanh nghiệp du lịch, dịch vụ.

10. Du lịch liên vùng và sản phẩm chuyên biệt					
1	Hành trình Huế - Đà Nẵng - Hội An và các tuyến liên vùng	Khách nội địa và quốc tế; khách yêu thích di sản văn hóa, kiến trúc, lịch sử, ẩm thực và trải nghiệm nhiều điểm đến trong cùng hành trình.	Doanh nghiệp du lịch, dịch vụ tại Huế, Đà Nẵng và Hội An; Hiệp hội Du lịch và các hội thành viên; phối hợp với đơn vị quản lý di tích, cơ sở lưu trú, nhà hàng và đơn vị vận tải.	Theo lịch tour định kỳ hoặc đăng ký trước; xây dựng các chương trình 3 ngày 2 đêm, 4 ngày 3 đêm hoặc thời lượng phù hợp với từng thị trường khách.	Xây dựng lịch trình thống nhất, lựa chọn điểm tham quan tiêu biểu, chuẩn hóa chất lượng dịch vụ, giá bán và phương án vận chuyển. Tăng cường xúc tiến chung, chia sẻ thông tin thị trường và phát triển các gói liên tuyến; nghiên cứu cơ chế phối hợp phân phối sản phẩm và hỗ trợ xử lý các vấn đề phát sinh trong quá trình phục vụ khách.
2	Sản phẩm đón khách tàu biển qua cảng Chân Mây	Khách tàu biển quốc tế cập cảng Chân Mây; khách đoàn có thời gian tham quan hạn chế, ưu tiên trải nghiệm di sản, văn hóa, ẩm thực và mua sắm.	Công ty Cổ phần Cảng Chân Mây; doanh nghiệp du lịch, dịch vụ đón khách tàu biển; các đơn vị quản lý di tích, cơ sở dịch vụ và đơn vị vận chuyển. Có thể phối hợp với Hội Du lịch cộng đồng, Công ty Du lịch Tự Hào Việt Nam, Lê Gia Travel, iVietnam Travel; Công ty CP Vietravel/Công ty Vietravel Huế và các đơn vị đủ điều kiện.	Theo lịch tàu biển cập cảng Chân Mây và thời gian lưu lại của tàu; tổ chức theo từng chuyến tàu, phù hợp với khung thời gian đón trả khách.	Chuẩn hóa quy trình đón tiếp, phương tiện vận chuyển, thuyết minh, chất lượng bữa ăn và phương án dự phòng. Tăng cường liên kết với các điểm di sản, cơ sở mua sắm và dịch vụ địa phương; phối hợp quảng bá sản phẩm đến các hãng tàu biển và đối tác tổ chức tour quốc tế.
3	Sản phẩm du lịch gắn với đường sắt và khách lưu trú tại Đà Nẵng, Hội An: Nghiên cứu các gói "Huế trong ngày", hành trình di sản ẩm thực văn hóa và chương trình lưu trú dài hơn, phù hợp lịch trình và nhu cầu từng phân khúc.	Tập trung cho khách nội địa và thị trường khách Quốc tế.	Hiệp hội Du lịch và các Hội thành viên, Các doanh nghiệp du lịch, dịch vụ; Hiệp hội Văn hóa ẩm thực thành phố Huế; Tập đoàn Đường sắt Quốc gia Việt Nam.	Theo lịch trình tour, lịch chạy tàu và nhu cầu đăng ký của khách.	Chủ động xây dựng các gói du lịch liên vùng gắn với vận tải đường sắt, tham quan di sản, lưu trú và ẩm thực; phối hợp với ngành đường sắt thống nhất lịch trình, giá dịch vụ, phương án kết nối tại các ga và chính sách đặt chỗ. Tăng cường liên kết với doanh nghiệp tại Đà Nẵng, Quảng và các địa phương liên quan để hoàn thiện sản phẩm, quảng bá và phân phối trên các thị trường mục tiêu.

4	Sản phẩm dành cho khách lưu trú dài ngày và phân khúc chuyên biệt	Khách cao tuổi, khách gia đình, khách có nhu cầu chăm sóc sức khỏe, khách quan tâm văn hóa chuyên sâu và các phân khúc khách quốc tế tiềm năng.	Doanh nghiệp du lịch, dịch vụ; cơ sở lưu trú, khu nghỉ dưỡng; cơ sở y tế, chăm sóc sức khỏe; đơn vị quản lý di tích, điểm tham quan và nhà cung cấp dịch vụ liên quan.	Khai thác quanh năm theo nhu cầu thị trường và khả năng cung ứng dịch vụ; phát triển các gói lưu trú dài ngày, linh hoạt theo từng nhóm khách.	Khảo sát nhu cầu thị trường, xây dựng các gói dịch vụ phù hợp với đặc điểm từng phân khúc; tăng cường liên kết giữa cơ sở lưu trú, y tế, chăm sóc sức khỏe và doanh nghiệp du lịch, dịch vụ; hoàn thiện dịch vụ hỗ trợ, phương tiện di chuyển và thông tin đa ngôn ngữ; triển khai theo lộ trình, bảo đảm chất lượng và điều kiện phục vụ thực tế.