

KẾ HOẠCH

Tuyên truyền, quảng bá điểm đến du lịch Hà Nội trên Đài Truyền hình Việt Nam (VTV) năm 2026

Triển khai Chương trình số 02/CTr-UBND ngày 09/01/2026 của UBND thành phố Hà Nội về việc Xúc tiến đầu tư, thương mại, du lịch thành phố Hà Nội năm 2026; Kế hoạch số 53/KH-UBND ngày 06/02/2026 của UBND thành phố Hà Nội về việc Hội nhập kinh tế quốc tế thành phố Hà Nội năm 2026; Kế hoạch số 65/KH-UBND ngày 13/02/2026 của UBND thành phố Hà Nội về việc Tuyên truyền các nhiệm vụ chính trị, phát triển kinh tế - xã hội của thành phố Hà Nội năm 2026 và Kế hoạch số 95/KH-UBND ngày 11/3/2026 của UBND thành phố Hà Nội về việc Tổ chức hoạt động thông tin đối ngoại thành phố Hà Nội năm 2026;

Căn cứ các Kế hoạch của Sở Du lịch Hà Nội gồm: Kế hoạch số 87/KH-SDL ngày 28/7/2025 về việc Phát triển ngành Du lịch Thủ đô năm 2026; Kế hoạch số 14/KH-SDL ngày 20/01/2026 về việc triển khai Chương trình Xúc tiến Đầu tư, Thương mại, Du lịch thành phố Hà Nội năm 2026 của Sở Du lịch và Kế hoạch số 70/KH-SDL ngày 17/4/2026 của Sở Du lịch Hà Nội về việc tuyên truyền các nhiệm vụ chính trị và quảng bá điểm đến du lịch Hà Nội năm 2026;

Sở Du lịch xây dựng Kế hoạch tuyên truyền, quảng bá điểm đến du lịch Hà Nội trên Đài Truyền hình Việt Nam (VTV) năm 2026, với nội dung như sau:

I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU

1. Mục đích

- Tuyên truyền kịp thời các chủ trương, chính sách, công tác lãnh đạo, chỉ đạo của thành phố Hà Nội gắn với chủ đề hành động năm 2026 “*Kỷ cương, chuyên nghiệp - Đột phá, sáng tạo - Hiệu quả, bền vững*” theo chức năng, nhiệm vụ của Sở Du lịch, nhằm tăng cường công tác truyền thông quảng bá hình ảnh, tiềm năng của thành phố Hà Nội tới bạn bè trong nước và quốc tế, làm nền tảng để xây dựng thương hiệu, định vị hình ảnh Thủ đô; lan tỏa hình ảnh, văn hóa, con người Thủ đô hòa bình, văn hiến, văn minh, hiện đại, hạnh phúc với thông điệp “*Hà Nội - Đến để yêu*”.

- Khai thác, phát huy hiệu quả các kênh truyền thông quảng bá nhằm tiếp tục xây dựng hình ảnh du lịch Thủ đô Hà Nội là điểm đến “*An toàn - Thân thiện - Chất lượng - Hấp dẫn*” đáp ứng yêu cầu phát triển trong tình hình mới, góp phần quan trọng vào mục tiêu tăng trưởng hai con số của Thành phố. Giữ vững vai trò là trung tâm du lịch lớn của cả nước và thúc đẩy nâng cao hiệu quả ngành

công nghiệp văn hóa của Thủ đô.

- Tuyên truyền các hoạt động, sự kiện, lễ hội mang đậm bản sắc văn hoá Thủ đô thu hút khách du lịch. Giới thiệu các điểm đến, sản phẩm du lịch đặc sắc của Hà Nội; tuyên truyền các sản phẩm du lịch mới của Hà Nội, các tour tuyến nội đô và liên kết vùng, các hoạt động xúc tiến du lịch, các chương trình, hoạt động quảng bá, liên kết phát triển du lịch phục vụ du khách tới Hà Nội. Ứng dụng đổi mới sáng tạo, khoa học công nghệ trong các hoạt động tuyên truyền quảng bá, tạo bước phát triển toàn diện du lịch Thủ đô cả về quy mô và chất lượng. Phát triển ngành du lịch theo hướng xanh - bền vững - tuần hoàn. Ưu tiên thu hút khách du lịch quốc tế có khả năng chi tiêu cao, sẵn sàng chi tiêu cho các trải nghiệm văn hóa sâu và dịch vụ cao cấp từ các thị trường trọng điểm, thị trường truyền thống và tiềm năng. Góp phần đạt được các chỉ tiêu của ngành du lịch Thủ đô trong năm 2026, phấn đấu thu hút trên 35,8 triệu lượt khách với tổng thu từ khách du lịch đạt trên 160 nghìn tỷ đồng.

2. Yêu cầu

- Các hoạt động truyền thông có tính khả thi, phù hợp với tình hình thực tiễn và đảm bảo chất lượng, hiệu quả, tiết kiệm.

- Nội dung quảng bá được thể hiện theo hình thức đa phương tiện (hình ảnh, âm thanh, cảm xúc) trên nhiều nền tảng (nền tảng truyền hình truyền thống - VTV, nền tảng truyền hình số - VTVdigital, nền tảng mạng xã hội...) nhằm bảo đảm tính truyền cảm, dễ tiếp cận và tạo hiệu ứng lan tỏa tích cực về một thành phố Hà Nội năng động, thân thiện, hấp dẫn.

- Đổi mới, nâng cao chất lượng, hiệu quả phương thức truyền thông, quảng bá du lịch gắn với ứng dụng công nghệ thông tin trên các nền tảng số, góp phần thúc đẩy tăng trưởng khách du lịch trong nước và quốc tế.

II. NỘI DUNG THỰC HIỆN

1. Thể loại chương trình: Quảng bá điểm đến du lịch Hà Nội qua các video clip ngắn/clip chuyên đề trên hệ sinh thái của Đài Truyền hình Việt Nam (chương trình chuyên đề trên kênh VTV1, Kênh truyền hình Đối ngoại - Vietnam Today, VTV Digital) và triển khai các hoạt động truyền thông trên các nền tảng mạng xã hội.

2. Đối tượng truyền thông: Bao gồm người Việt Nam, người nước ngoài đang sinh sống, công tác, học tập, làm việc tại Việt Nam, người Việt Nam ở nước ngoài và du khách trong nước và quốc tế.

3. Thời gian triển khai: Năm 2026.

4. Các hình thức truyền thông:

4.1. Truyền thông trên kênh VTV1 Đài Truyền hình Việt Nam.

- **Hình thức truyền thông:** Video clip ngắn/clip chuyên đề quảng bá các sự kiện, hoạt động nổi bật của ngành du lịch Thủ đô trên kênh VTV1 - Đài Truyền hình Việt Nam.

- **Khung phát sóng:** Từ 06h00 - 23h00 trên kênh VTV1, Đài Truyền hình Việt Nam.

- **Thời lượng:** 30s - 90s.

- **Số lượng:** 07 video clip ngắn/clip chuyên đề

4.2. Truyền thông trên kênh Truyền hình Đối ngoại (Vietnam Today)

- **Tên chương trình:** Hello Vietnam, Check-in Guide hoặc các chương trình tương tự trên kênh Vietnam Today phù hợp quảng bá điểm đến du lịch Hà Nội.

- **Hình thức truyền thông:** Các chuỗi video quảng bá dài 03-04 phút, người dẫn đồng thời là người trải nghiệm tập trung khai thác sự thân thiện, bản sắc của Hà Nội và kết nối toàn cầu trong các hoạt động du lịch Thủ đô.

- **Khung phát sóng:** Từ 06h00 - 23h00 (tại khu vực phát sóng) trên kênh truyền hình đối ngoại Vietnam Today (trên truyền hình Cáp của VTVCab) và nền tảng số VTVgo - Đài Truyền hình Việt Nam. Chương trình được phát trên 3 khung giờ (gồm 1 khung giờ phát chính và 02 khung giờ phát lại), cụ thể như sau:

+ Phát chính vào khung giờ phù hợp của khu vực Châu Âu (0h-6h giờ Việt Nam);

+ Phát lại tại Châu Mỹ (6h00-12h giờ Việt Nam);

+ Phát lại tại Châu Úc (12h -18h giờ Việt Nam).

- **Thời lượng:** 03-04 phút.

- **Số lượng:** 14 video.

4.3. Truyền thông trên nền tảng hệ sinh thái số của Đài Truyền hình Việt Nam (VTV Digital)

- **Tên chương trình:** Vi vu Hà Nội.

- **Hình thức truyền thông:** Chuỗi các video clip ngắn quảng bá du lịch Hà Nội trên nền tảng hệ sinh thái số của Đài Truyền hình Việt Nam (VTV Digital), gồm: Fanpage VTV Index và Fanpage Chuyển động 24h.

- **Khung giờ đăng tải:** Từ 06h00 - 23h00.

- **Thời lượng video clip:** 90s - 120s.

- **Số lượng:** 21 video clip

- Giá trị truyền thông hình ảnh: Logo du lịch Hà Nội - 30s; Thông điệp truyền thông của ngành du lịch Thủ đô.

- Biên tập các video clip ngắn về hình ảnh du lịch Hà Nội nhằm tăng hiệu ứng truyền thông trên nền tảng hệ sinh thái số của Đài Truyền hình Việt Nam (VTV Digital).

+ Khung giờ đăng tải: khoảng từ 17h30 - 18h30.

+ Thời lượng video clip: 60s - 90s.

+ Số lượng: 07 video clip.

4.4 Truyền thông trên nền tảng mạng xã hội (Facebook, Youtube, TikTok,...).

- **Hình thức truyền thông:** các nội dung quảng bá du lịch Hà Nội trên hệ sinh thái VTV sẽ được xây dựng theo hình thức phù hợp để đăng tải trên các nền tảng mạng xã hội nhằm lan tỏa các hoạt động truyền thông về du lịch Hà Nội tới đông đảo du khách nội địa và quốc tế.

- **Kênh đăng tải:** Fanpage “Sở Du lịch thành phố Hà Nội”; Fanpage “Chuyện của Hà Nội”; Youtube VTV Index;...

- **Số lượng:** 08 post ảnh/video

- Thời lượng của post video: 45-120s

- Số lượng ảnh của post ảnh: 3-5 ảnh

5. Nội dung truyền thông:

- Tuyên truyền các nhiệm vụ, hoạt động của ngành du lịch Thủ đô nhằm góp phần phát triển kinh tế - xã hội của Thành phố; các sự kiện chính trị, văn hóa, xã hội, các chương trình, kế hoạch phát triển du lịch Thủ đô và các thông tin chuyên ngành du lịch năm 2026.

- Tuyên truyền các sản phẩm du lịch là thế mạnh của Hà Nội (*du lịch văn hoá, du lịch ẩm thực, du lịch MICE, du lịch chăm sóc sức khoẻ...*); các tuyến du lịch văn hoá - làng nghề; sản phẩm du lịch nông nghiệp, nông thôn, quà tặng - sản phẩm OCOP du lịch thành phố Hà Nội; mô hình du lịch cộng đồng, mô hình thí điểm phát triển kinh tế du lịch nông nghiệp, nông thôn gắn với xây dựng nông thôn mới, du lịch xanh,....

- Quảng bá hình ảnh các điểm, các nhóm sản phẩm du lịch mới của Thủ đô: Du lịch golf, du lịch thể thao mạo hiểm; du lịch trải nghiệm, sản phẩm du lịch đường sông kết nối các điểm đến du lịch dọc khu vực sông Hồng, sông Đuống; du lịch bay trực thăng; du lịch kinh khí cầu; du lịch thực tế ảo, mô hình kinh tế đêm thông qua các loại hình dịch vụ văn hoá, vui chơi, giải trí, hoạt động phát triển tuyến, sản phẩm du lịch liên kết nhằm tạo hình ảnh điểm đến Hà Nội có chất lượng cao.

- Tuyên truyền, quảng bá các hoạt động hợp tác, xúc tiến du lịch, các hoạt động liên kết, hợp tác với tỉnh thành trong cả nước, các tổ chức quốc tế và các hoạt động xúc tiến du lịch ở nước ngoài. Nổi bật như Lễ hội Quà tặng Du lịch Hà Nội 2026; Lễ hội Áo dài Du lịch Hà Nội 2026; Festival Thu Hà Nội...; chuỗi hoạt động định hướng và phát triển sản phẩm và quảng bá du lịch đêm, du lịch thể thao, vui chơi giải trí, sinh thái, chăm sóc sức khoẻ, du lịch MICE, ẩm thực,...

- Đẩy mạnh tuyên truyền về công tác chuyển đổi số, số hóa dữ liệu và ứng dụng công nghệ trong ngành du lịch; công tác số hóa hệ thống thông tin về khu, điểm du lịch, cơ sở dịch vụ và thị trường du lịch Hà Nội, đồng thời ứng dụng công nghệ mới tại các điểm đến, xây dựng và khai thác phần mềm tiện ích, ứng dụng số; giới thiệu, quảng bá các mô hình, giải pháp hiệu quả nhằm nâng cao

chất lượng quản lý, quảng bá du lịch và trải nghiệm của du khách, góp phần hình thành hệ sinh thái du lịch thông minh, đồng bộ và hiện đại.

- Thông tin về công tác đào tạo, bồi dưỡng, phát triển nguồn nhân lực du lịch Thủ đô qua các hoạt động liên kết, nâng cao kỹ năng, chất lượng nguồn du lịch nhằm nâng cao hình ảnh văn hóa của người làm du lịch.

(Chi tiết tại Phụ lục kèm theo)

III. KINH PHÍ THỰC HIỆN

Nguồn kinh phí ngân sách Thành phố cấp cho Sở Du lịch năm 2026 tại Quyết định số 5969/QĐ-UBND ngày 28/11/2025 của UBND Thành phố; Quyết định số 1255/QĐ-SDL ngày 12/12/2025 của Sở Du lịch Hà Nội về việc phân bổ dự toán thu, chi Ngân sách Nhà nước năm 2026 và các nguồn kinh phí hợp pháp khác.

IV. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Sở Du lịch

1.1. Phòng Truyền thông và Hợp tác du lịch

- Là đơn vị tham mưu, triển khai thực hiện kế hoạch đảm bảo tiến độ.
- Phối hợp đơn vị có liên quan xây dựng nội dung video clip quảng bá để phát sóng và tuyên truyền trên Đài Truyền hình Việt Nam (VTV) và các nền tảng mạng xã hội; nghiệm thu, đánh giá kết quả thực hiện.
- Tổng hợp, báo cáo và đề xuất giải quyết những khó khăn vướng mắc với lãnh đạo Sở trong quá trình triển khai thực hiện.

1.2. Văn phòng Sở

Phối hợp phòng Truyền thông và hợp tác du lịch thực hiện công tác tài chính, thanh quyết toán.

1.3. Các phòng thuộc Sở

Phối hợp phòng Truyền thông và Hợp tác du lịch thực hiện công tác giới thiệu các điểm đến, sản phẩm du lịch đặc sắc của Hà Nội (*du lịch văn hóa - lịch sử, du lịch ẩm thực, du lịch xanh, du lịch MICE, du lịch chăm sóc sức khỏe, du lịch làng nghề, du lịch trải nghiệm, du lịch nông nghiệp nông thôn, du lịch golf...*); các tour tuyến nội đô và liên kết vùng, các hoạt động xúc tiến du lịch, các chương trình, hoạt động quảng bá, liên kết phát triển du lịch phục vụ du khách tới Hà Nội.

1.4. Trung tâm Thông tin và Xúc tiến du lịch

Phối hợp phòng Truyền thông và Hợp tác du lịch thực hiện công tác giới thiệu các hoạt động xúc tiến du lịch, các chương trình, hoạt động quảng bá, liên kết phát triển du lịch và các nội dung tuyên truyền khác theo lĩnh vực được giao.

2. Trân trọng đề nghị các cơ quan, đơn vị:

2.1. Sở Văn hoá và Thể thao

- Phối hợp Sở Du lịch trong việc rà soát, giới thiệu các di sản, điểm di tích lịch sử, văn hóa, danh lam thắng cảnh, các loại hình văn hóa nghệ thuật tiêu biểu, đặc sắc để giới thiệu sản xuất các chương trình quảng bá điểm đến du lịch Hà Nội.

- Chỉ đạo các điểm di tích, văn hóa lịch sử thuộc quản lý của ngành phối hợp cung cấp các thông tin, tài liệu liên quan và tạo điều kiện cho công tác sản xuất các nội dung thuộc kế hoạch.

- Phối hợp Sở Du lịch trong quá trình triển khai chương trình tuyên truyền quảng bá theo chức năng nhiệm vụ.

2.2. UBND các xã, phường và Ban quản lý các khu, điểm du lịch trên địa bàn Thành phố

- Phối hợp Sở Du lịch trong việc rà soát, giới thiệu các di sản, điểm di tích lịch sử, văn hóa, danh lam thắng cảnh, các loại hình văn hóa nghệ thuật tiêu biểu, đặc sắc của địa phương để giới thiệu sản xuất các chương trình quảng bá điểm đến du lịch Hà Nội.

- Chỉ đạo cung cấp các thông tin, tài liệu liên quan, các điểm đến du lịch trên địa bàn quản lý, phối hợp và tạo điều kiện cho công tác sản xuất các video clip thuộc chương trình.

- Chủ động rà soát, tăng cường công tác quản lý, thực hiện chỉnh trang các điểm du lịch được quảng bá để chuẩn bị các điều kiện đáp ứng tốt nhất phục vụ khách du lịch.

Trên đây là Kế hoạch tuyên truyền, quảng bá điểm đến du lịch Hà Nội trên Đài Truyền hình Việt Nam (VTV) năm 2026 của Sở Du lịch thành phố Hà Nội./.

Nơi nhận:

- UBND Thành phố (để b/c);
- Sở Văn hóa & Thể thao;
- UBND các xã, phường;
- BQL các khu, điểm du lịch;
- Ban Giám đốc Sở;
- Các phòng, trung tâm thuộc Sở;
- Lưu VT, TTHTDL.

**KT. GIÁM ĐỐC
PHÓ GIÁM ĐỐC**

Nguyễn Trần Quang