

CỬA NGÕ ĐỂ DU LỊCH ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

cắt cánh

❖ ÁI LAM

CẦN THƠ ĐÃ VÀ ĐANG ĐƯỢC KỶ VỌNG LÀ CỬA NGÕ GIÚP DU LỊCH ĐBSCL CẮT CÁNH. ĐÓ LÀ CHIA SẺ TỪ LÃNH ĐẠO CÁC TỈNH, THÀNH TRUNG VÀ NGOÀI KHU VỰC TẠI NHỮNG CHUYẾN QUẢNG BÁ, XÚC TIẾN DU LỊCH THÀNH PHỐ NĂM 2018. ĐIỀU ĐÓ ĐANG GÓP PHẦN THỰC HIỆN NGHỊ QUYẾT SỐ 03-NQ/TU CỦA THÀNH ỦY: “PHẦN ĐÁU ĐẾN NĂM 2020, ĐƯA DU LỊCH TP CẦN THƠ TRỞ THÀNH NGÀNH KINH TẾ MŨI NHỌN, KHẲNG ĐỊNH THƯƠNG HIỆU, PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG, ĐÓNG GÓP QUAN TRỌNG TRONG CƠ CẤU KHU VỰC DỊCH VỤ VÀ TĂNG TRƯỞNG CỦA THÀNH PHỐ; PHÁT TRIỂN DU LỊCH THEO HƯỚNG CHUYÊN NGHIỆP, HIỆN ĐẠI, CÓ TRỌNG TÂM, XỨNG TẦM ĐÔ THỊ TRUNG TÂM VÙNG ĐBSCL”. ĐIỂM TỰA CỦA DU LỊCH CẦN THƠ TRONG TIẾN TRÌNH ĐÓ LÀ CÁC SẢN PHẨM ĐẶC TRƯNG ĐẾN TỪ LAO ĐỘNG, VĂN HÓA VÀ NẾP CỬ XỬ HỒN HẬU CỦA CON NGƯỜI ĐẤT TÂY ĐÓ.

VANG XA TỪ NHỮNG HÀNH TRÌNH

*“Cần Thơ ơi ai về đi để nhớ...
... Đến quê em chợt thấy lòng dào dạt
Một tình yêu mộc mạc đất chín rồng
Đẹp rạng ngời thành phố mới ven sông”*

(Trích thơ “Cần Thơ thương quá một tình yêu”, tác giả: Giọt buồn không tên)

Đoạn thơ được ông Phan Đình Phùng, Phó Chủ tịch UBND tỉnh Phú Yên đọc trong dịp hai địa phương ký kết hợp tác phát triển du lịch, tại chương trình xúc tiến quảng bá “Đến với Cần Thơ - Đô thị miền sông nước” ở Phú Yên vào tháng 8-2018. Ông Phan Đình Phùng chia sẻ thêm: “Ấn tượng Cần Thơ trong tôi luôn rất đẹp, với những nét văn hóa đặc trưng miền sông nước, đặc biệt là nếp sống nghĩa tình chan hòa. Cần Thơ có những tiềm năng, thế mạnh phát triển du lịch và chiếm một vị trí quan trọng đối với du lịch ĐBSCL”. Hợp tác giữa Cần Thơ với Phú Yên, theo ông Phan Đình Phùng, là rất cần thiết và mở ngõ cho hai khu vực ĐBSCL- Duyên hải Nam Trung bộ kết nối du lịch.



Sự thân thiện của những người dân cồn Sơn là nét thu hút du khách khi đến Cần Thơ. Ảnh: ÁI LAM

Với chủ đề xúc tiến, quảng bá năm 2018: “Đến với Cần Thơ - Đô thị miền sông nước”, Cần Thơ đã kết nối hợp tác du lịch với nhiều tỉnh, thành phố trọng điểm về du lịch trên cả nước, từ đó đã mở ra nhiều cơ hội lớn. So với trước kia, Cần Thơ đã có sự quảng bá chuyên nghiệp và có sức hút hơn. Những đặc sản, sản phẩm du lịch, ẩm thực đặc trưng của từng quận huyện được mang đến tận nơi, trưng bày và tái hiện tại các

không gian quảng bá. Nếu như trước đây, khách chỉ được xem những hình ảnh từ video quảng bá về đặc sản, trái cây thì nay mọi người có thể thưởng thức vị tươi ngon tại chỗ của dâu, măng cụt, chôm chôm; tận mắt thấy những sản phẩm làng nghề thủ công tinh tế; tận tai nghe những câu hò, vọng cổ, trích đoạn cải lương do các nghệ nhân trình diễn. Ông Hà Văn Siêu, Phó Tổng cục trưởng Tổng cục Du lịch cho rằng:

“Đó là cách quảng bá thiết thực, sinh động và hiệu quả. Cách làm này cần được duy trì và tiếp tục phát huy, kết hợp với các hoạt động quảng bá từ những sự kiện như các hội chợ, lễ hội”.

Ông Nguyễn Hoàng Ổn, Giám đốc Trung tâm Phát triển du lịch Cần Thơ, cho biết: “Năm 2018, Cần Thơ đã tổ chức và tham gia xúc tiến quảng bá ở nhiều tỉnh, thành, quốc gia. Ngược lại thành phố cũng đón nhiều đoàn từ các tỉnh thành miền Bắc, miền Trung, Tây Nguyên: Hà Giang, Quảng Bình, Bình Thuận, Đắk Lắk, Ninh Bình... Bước đầu, đã có những biên bản ký kết ghi nhớ hợp tác phát triển du lịch giữa các đơn vị với Cần Thơ. Hầu hết các đoàn đều mong Cần Thơ đóng vai trò trung tâm để kết nối với cả ĐBSCL”. Đó là nhờ những năm gần đây Cần Thơ có mức tăng trưởng bình quân về lượng khách lần doanh thu từ du lịch khoảng 20% mỗi năm; địa phương còn quy tụ hơn 50 đơn vị lữ hành; được xem là đầu mối kết nối, cửa ngõ cho vùng ĐBSCL, trung chuyển khách đến các tỉnh, thành trọng điểm du lịch trên cả nước.

Tại ĐBSCL, Bạc Liêu là một trong những tỉnh, thành phát triển du lịch khá nhanh. Năm 2017, Bạc Liêu đón khoảng 1,5 triệu lượt khách, tăng 3 lần so với năm 2011 (đứng thứ 7/13 tỉnh, thành ĐBSCL) và địa phương đặt mục tiêu tăng gấp 3-4 lần về lượt khách trong thời gian tới, thăng hạng đến mức 4-5. Bạc Liêu cũng xác định một trong những chiến lược quan trọng để thực hiện mục tiêu trên là liên kết và kết nối, nhất là với Cần Thơ. Bà Cao Xuân



Dua heo là hoạt động thu hút nhiều du khách trong dịp Tết Kỷ Hợi 2019. Ảnh: ÁI LAM

Thu Văn, Giám đốc Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch (VHTT&DL) tỉnh Bạc Liêu, nhấn mạnh: “Chúng tôi kỳ vọng kết nối trực tiếp với Cần Thơ sẽ làm cho diện mạo du lịch Bạc Liêu thay đổi và qua sự liên kết này sẽ có khoảng 50% tổng lượng khách đến Cần Thơ sẽ về Bạc Liêu”. Ông Phạm Thế Triệu, Phó Giám đốc Sở VHTT&DL tỉnh An Giang, cũng chia sẻ: “An Giang có lượng khách nội địa chiếm tỷ lệ cao nhất ĐBSCL và hơn một nửa đến từ Cần Thơ. Thế nhưng, mức chi tiêu của du khách tại An Giang rất thấp, cho nên các hoạch định phát triển du lịch An Giang luôn xác định kết nối trực tiếp với Cần Thơ. Nếu các đường bay tại Cần Thơ được khai thác nhiều, việc kết nối sẽ giúp An Giang mở rộng thị trường, góp phần tăng chi tiêu của du khách”. Cần Thơ, An Giang và Bạc Liêu đã cùng thảo luận hợp



Nét đẹp Ngày hội Du lịch Văn hóa Chợ nổi Cái Răng. Ảnh: DUY KHÔI



Sản phẩm làng nghề của du lịch Cần Thơ tại khu trưng bày, quảng bá ở Phú Yên. Ảnh: AI LAM

tác giữa ba địa phương, tạo tam giác kết nối mới, trong đó lấy Cần Thơ làm trung tâm phân phối du khách.

Còn ở phía Bắc, các tỉnh thành Hà Nội, Quảng Bình, Hải Phòng, Hà Giang... đều hợp tác với Cần Thơ và kỳ vọng đây sẽ là cửa ngõ để mở rộng đến các tỉnh ĐBSCL. Ông Hồ An Phong, Giám đốc Sở Du lịch tỉnh Quảng Bình, nói: “Tăng trưởng du lịch của Cần Thơ hiện rất ấn tượng. Thành phố không chỉ có chợ nổi Cái Răng, mà còn nhiều sản phẩm du lịch độc đáo và sức hút từ văn hóa bản địa. Đó là lý do Quảng Bình lựa chọn kết nối với Cần Thơ. Trong kỳ vọng mở ra thị trường du khách cho Quảng Bình và các tỉnh, thành phố khu vực Bắc Trung bộ; chúng tôi cũng xác định Cần Thơ là cửa ngõ để lan tỏa khắp ĐBSCL”.

Chương trình Quảng bá xúc tiến du lịch thành phố Cần Thơ giai đoạn 2018-2020, định hướng đến 2030, được UBND thành phố phê duyệt vào cuối năm 2017 và đang được triển khai. Mục tiêu trọng tâm là đẩy mạnh xúc tiến quảng bá, xây dựng hình ảnh và thương hiệu du lịch Cần Thơ tại các thị trường du lịch trọng điểm trong nước và nước ngoài. Từ đó nâng cao năng lực cạnh tranh của du lịch thành phố, góp phần đưa du lịch Cần Thơ trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Theo đó Cần Thơ tập trung xúc tiến quảng bá, khai thác thị trường mục tiêu trong nước là Hà Nội và các tỉnh phía Bắc, Đà Nẵng và các tỉnh miền Trung, Lâm Đồng và các tỉnh Tây Nguyên, TP Hồ Chí Minh và các tỉnh miền Đông; thị trường quốc tế là các nước: Pháp, Đức, Anh, Nhật Bản, Hàn Quốc, Đài Loan... Và thực tế một năm thực hiện chương trình cho thấy Cần Thơ đã và đang làm tốt vai trò

quảng bá, liên kết, kết nối; từng bước trở thành trung tâm vùng ĐBSCL về du lịch. Thành phố đã ký kết hợp tác với hơn 20 tỉnh, thành có thị trường du lịch tiềm năng, góp phần đưa du lịch Cần Thơ và ĐBSCL đến với du khách theo chiều rộng lẫn chiều sâu.

THƠM THẢO TẮM LÒNG MIỄN TÂY

“Giữa thiên nhiên hài hòa, ứng xử diệu nghệ, người phương Nam đã tạo được dấu ấn miệt vườn của văn minh sông nước” - tiến sĩ Huỳnh Công Tín đã khái quát như thế trong “Ấn tượng văn hóa đồng bằng Nam bộ”. Đó cũng là điều để lại ấn tượng với ông Ngô Văn Định, Giám đốc Công ty cổ phần Truyền thông và Du lịch Phú Yên. Rất yêu thích khi nói về Cần Thơ và vùng Tây Nam bộ, ông Ngô Văn Định chia sẻ: “Tôi đã đến Cần Thơ và miền Tây vài lần, vận chiếc áo bà ba, xuống mương bắt cá rồi thưởng thức món ngon đồng quê ngay giữa những vườn cây xanh. Không khí đó làm tôi nhớ mãi, dân dã và mộc mạc lắm”. Bà Hồ Thị Diệu Hiền, Phó Giám đốc Vietravel Cần Thơ, đánh giá: “So với trước kia, Cần Thơ hiện có nhiều sản phẩm với nhiều trải nghiệm, đủ để các đơn vị lữ hành khai thác. Du khách về Cần Thơ và miền Tây là để cảm nhận văn hóa bản địa, sự chân phương, thân thiện của người Nam bộ. Tự thân sản phẩm miền Tây đã có sức hút từ con người, văn hóa, khung cảnh và cả không khí trong lành nơi đây; do đó chỉ cần chăm chút, trau chuốt thêm về dịch

vụ thì đã đủ để níu chân khách”.

Quả thật, những điểm du lịch nổi bật của Cần Thơ đều có điểm độc đáo riêng từ chính con người và cách khai thác nét chân quê. Mỗi người dân làm du lịch ở đây, từ chú Lâm Thế Cương chủ vườn Ca cao Mười Cương, chú Lý Văn Bon chủ bè cá Bảy Bon, chị Năm Phước (Phan Kim Phước) chủ nhà vườn Song Khánh, chị Bảy Muôn (Phan Kim Ngân) chủ vườn Công Minh, anh Trần Chí của vườn trái cây Bà Hiệp và cơ sở hủ tiếu Quê Tôi... đều làm du lịch bằng tấm lòng, nên rất riêng biệt. Dễ thấy nhất là sự mộc mạc của du lịch cộng đồng Cồn Sơn; mà chú Bảy Bon, chị Năm Phước, chị Bảy Muôn là những người gắn bó đầu tiên khi học cách làm du lịch từ mảnh vườn ao cá. Từ những việc thường nhật của nhà nông, họ chuyển sang làm du lịch như một duyên may có sự khuyến khích của chính quyền địa phương. Sản phẩm du lịch của họ đến từ lao động thường nhật và nếp sinh hoạt chân chất, mộc mạc. Chỉ bấy nhiêu đã đủ để làm nên nét khác lạ cho du lịch Cần Thơ.

Gần 20 năm gắn bó và lập nghiệp trên dòng sông Hậu, cơ ngơi của chú Bảy Bon hiện có hơn 30 bè nuôi cá, trải dài trên 5.000m², với hàng chục loại cá: thác lác cườm, sặc rần, điều hồng, cá tra và trong đó có không ít giống cá lạ như cá hồng vỹ, cá cộp, cá sóc sọc, cá Koi... Tận dụng lợi thế này, chú Bảy Bon kết hợp với người dân trên cồn làm du lịch cộng đồng, trong đó có trải nghiệm tham quan bè cá, quy trình nuôi cá trên lồng bè và chú Bảy Bon là hướng dẫn viên thích hợp nhất để kể cho du khách về những giá trị mà dòng Hậu giang mang đến cho người dân miền sông nước. Chị Bảy Muôn, người phụ nữ thuần hậu điển hình của miền Tây với tay nghề làm bánh ngon và ủ nước mắm nức tiếng xứ cồn. Nhiều du khách quý chị bởi sự khảng khái, thẳng thắn, sẵn sàng chia sẻ mọi bí quyết gia truyền. Món bánh lọt của chị Bảy Muôn được vị khách Việt kiều đến cồn tham quan rồi học nghề, sau đó mang “bí kíp” về xứ người mưu sinh. Chị Bảy Muôn bồi hồi nhắc lại: “Khi chị ấy gọi điện cho tôi nói cảm ơn, tôi bất ngờ lắm vì được nhớ đến. Sau đó là rất vui

vì món ngon quê hương được chia sẻ”.

Sự mộc mạc, thân thiện cũng là điều khiến du khách yêu thích khi ghé nhà vườn của chị Năm Phước. Chị kể kỷ niệm về vị khách Việt kiều Mỹ, lúc ở xứ người vô tình xem chương trình về Cần Thơ, nên đã tìm về xứ cồn, để sống lại không gian miệt vườn trong ký ức. Ngẫu nhiên vị khách ấy đến nhà vườn chị Năm Phước, rồi quyết luyến không khí và sự thân thiện của gia đình nên nhiều lần quay lại tá túc trong hành trình 3 tháng ở Việt Nam. Hay chuyện một cô sinh viên người Úc theo đoàn đến đây, vì quý không khí gia đình ấm cúng đã quyết định rời đoàn trở lại nhà chị Năm Phước. Sự nồng nhiệt, chân phương, thuần phác của người cồn Sơn khiến không ít đoàn khách từ Hà Nội, TP Hồ Chí Minh, Đà Nẵng, Tây Ninh nhiều lần trở lại đây, mỗi lần lại mang thêm người thân, bạn bè.

Một điều thú vị của du lịch Cần Thơ là có những người rất trẻ cũng chọn cách gìn giữ những giá trị văn hóa bản địa truyền thống để tạo nét riêng. Đó là anh Trần Chí, người đang thành công với mô hình du lịch dựa trên làng nghề hủ tiếu, trải nghiệm sông nước kênh rạch và những trò chơi vận động trên đường quê. Khách đến Cần Thơ cũng rất quý tính cách hào sảng của lão nông Mười Cương khi ông sẵn lòng chia sẻ kinh nghiệm trồng và làm ca cao cho những ai thích tìm tòi, học hỏi.

Mỗi người một nét, đã làm cho bức tranh du lịch Cần Thơ sống động với những nét riêng có. Sự mộc mạc đó làm nên những tiếng thơm về sự thân thiện, hiếu khách, để khi xa Cần Thơ, du khách lại nhớ: “Cần Thơ em đẹp quá như mơ. Với tình mộc mạc chất phác đơn sơ” (lời bài hát “Cần Thơ” của Thanh Sơn).

* * *

So với nhiều thành phố trọng điểm về du lịch trên cả nước, ngành công nghiệp không khói của Cần Thơ vẫn còn khá non trẻ. Với những định hướng chiến lược đầu tư thành đô thị sông nước đáng sống bên sông, Cần Thơ vẫn giữ gìn và kiến tạo những sản phẩm du lịch từ những nét văn hóa bản địa trên cơ sở truyền thống và hiện đại, đầu tư vào chất lượng và chuyên nghiệp. Song hành hai yếu tố giữ vững chất lượng, xây dựng sản phẩm khác biệt, kết hợp với việc nâng động quảng bá, xúc tiến phù hợp thị trường, Cần Thơ đã trở thành điểm đến được định vị trên bản đồ du lịch Việt và được kỳ vọng là cửa ngõ để đưa du lịch ĐBSCL bước sang trang mới. ●