

Chợ phiên OCOP đạt doanh số đạt hơn 100 tỷ đồng

16:49 03/04/2024

Sau hơn 1 năm triển khai và thực hiện, Chợ phiên OCOP trên nền tảng mạng xã hội TikTok đã đạt 1,4 tỷ lượt xem, hơn 800 phiên livestream và đạt doanh thu hơn 100 tỷ đồng, hỗ trợ cho hơn 3.000 chủ thể OCOP trên cả nước làm quen với kinh doanh trực tuyến.



Các sản phẩm OCOP được trưng bày tại chương trình. (Ảnh: internet)

Hiện nay, thương mại điện tử là một trong những trụ cột góp phần tăng trưởng quy mô nền kinh tế số tại Việt Nam.

Đối với ngành nông nghiệp, nhằm hiện thực hóa các mục tiêu của Chương trình “Một xã một sản phẩm” (OCOP) giai đoạn 2021-2025, việc đẩy mạnh hoạt động xây dựng thương hiệu, tuyên truyền quảng bá và hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm OCOP trên phương tiện số là một trong những giải pháp trọng tâm của chương trình.

Sau một năm triển khai, chương trình Chợ phiên OCOP trên nền tảng mạng xã hội TikTok đã đi qua 38 tỉnh thành như: Bắc Kạn, Sơn La, Bắc Giang, Thái Nguyên, Hải Phòng, Thanh Hóa, Hà Tĩnh, Lâm Đồng, thành phố Hồ Chí Minh, Vĩnh Long, Đồng Tháp, Cà Mau..., bằng sự nỗ lực hợp tác giữa các đơn vị tổ chức và sự đóng góp chung tay của cộng đồng, các chiến dịch Chợ phiên OCOP đã góp phần mang lại những tác động tích cực đối với kinh tế địa phương và ngành nông nghiệp.

Cùng với các chiến dịch quảng bá sản phẩm OCOP kết hợp với du lịch nông thôn, trong năm 2023, Trung tâm Xúc tiến thương mại nông nghiệp phối hợp cùng TikTok Shop thí điểm chương trình "Hạt giống OCOP" với mục tiêu xây dựng cộng đồng nhà bán hàng OCOP uy tín trên nền tảng.

Theo đó, các chủ thể OCOP tham gia chương trình sẽ được đào tạo về kỹ năng kinh doanh số thông qua các lớp đào tạo chuyên môn về cách xây dựng nội dung video ngắn, cách thức livestream bán hàng, bộ giải pháp quảng cáo sáng tạo TikTok for Business.

Đồng thời, thiết lập trang bán hàng riêng cho sản phẩm OCOP cùng với sự đồng hành xuyên suốt của đội ngũ hỗ trợ, kèm theo đánh giá và hướng dẫn tối ưu vận hành shop định kỳ.

Trong giai đoạn thử nghiệm 2023, chương trình đã ươm mầm thành công hàng trăm doanh nghiệp, chủ thể OCOP đi từ những phiên livestream “0 đồng” đến phiên livestream “trăm triệu”.

Một số những "hạt giống" đạt kết quả bứt phá có thể kể đến như: Thịt Chua Trường Foods (sản phẩm thịt chua Phú Thọ), Chuyện nhà Rex Messi (sản phẩm Long nhãn ôm sen Hưng Yên), Tú Trinh Foods (sản phẩm bún tươi đông lạnh Đồng Tháp), Mật Ong Phương Di (mật ong Gia Lai), Hồi ức 1997 (sản phẩm Mỳ Chũ, Chè Lam đặc sản Bắc Giang)...

Thông thường, mỗi sáng thứ Bảy hàng tuần đều đặn có khoảng 30 phiên livestream bán sản phẩm OCOP trên nền tảng TikTok Shop tạo môi trường thuận lợi để vườn ươm hạt giống OCOP phát triển. Điểm nổi bật, hai bên sẽ không dừng ở việc quảng bá, giới thiệu các sản phẩm OCOP tại thị trường trong nước mà lựa chọn những sản phẩm OCOP tiêu biểu để giới thiệu với các thị trường ngoài nước trên khuôn khổ hợp tác khu vực từ TikTok Singapore, TikTok ASEAN và từng bước thâm nhập vào thị trường Trung Quốc (thị trường xuất khẩu nông sản lớn nhất của Việt Nam).

Sau một năm triển khai, Chợ phiên OCOP đã thu về được nhiều hiệu ứng tích cực, lan tỏa mạnh mẽ giá trị chương trình OCOP cho người dùng mạng xã hội, như: hashtag #OCOP đạt 1,4 tỷ lượt xem, hơn 800 phiên livestream Chợ phiên OCOP được tổ chức với doanh số của chương trình đạt hơn 100 tỷ đồng, hỗ trợ cho hơn 3.000 chủ thể OCOP trên cả nước làm quen với kinh doanh trực tuyến.

Ông Nguyễn Minh Tiến, Giám đốc Trung tâm Xúc tiến thương mại Nông nghiệp thuộc Bộ NN-PTNT cho biết, con số hơn 100 tỷ đồng so với tổng số doanh thu bán hàng trên sàn thương mại điện tử nói chung không phải là lớn.

Tuy nhiên, đây chỉ là giá trị thu được trực tiếp tại phiên livestream, còn sau đó là sự kết nối giữa người mua và từng nhà bán hàng từ đó tạo ra được hiệu ứng lan tỏa

Trong năm 2024, đơn vị này sẽ tiếp tục chương trình đào tạo nâng cao kỹ năng số cho các chủ thể OCOP. Làm sao để Việt Nam đưa được các sản phẩm OCOP tới thị trường quốc tế như Trung Quốc, Thái Lan, Indoneisa...

PV (t/h)