

Chương trình “Sức sống hàng Việt” số 15: Kết nối tiêu thụ hơn 800 đơn hàng đặc sản Tây Nguyên

16:16 31/10/2026

Diễn ra tại Không gian trưng bày số 62 Tràng Tiền (Hà Nội), chương trình “Sức sống hàng Việt” số 15 với chủ đề “Bài ca Tây Nguyên” đã thu hút hơn 100.000 lượt xem trên nền tảng TikTok, chốt 320 đơn hàng sau 3 giờ phát sóng trực tiếp cùng hơn 500 đơn hàng mua sắm trực tiếp tại điểm trưng bày.

Chương trình do Cục Quản lý và Phát triển thị trường trong nước phối hợp với Đoàn Thanh niên Cộng sản Hồ Chí Minh Chính phủ tổ chức, cùng sự đồng hành của Tỉnh đoàn Gia Lai, Tỉnh đoàn Quảng Ngãi, TikTok Việt Nam và Công ty Cổ phần Thanh toán Quốc gia Việt Nam (NAPAS). Sự kiện quy tụ 10 doanh nghiệp, cơ sở sản xuất tham gia trưng bày và giới thiệu hơn 60 sản phẩm đặc sản, nông sản chế biến tiêu biểu của hai tỉnh Gia Lai và Quảng Ngãi đến người tiêu dùng Thủ đô.



Không gian trưng bày “Sức sống hàng Việt”, số 62 Tràng Tiền, Hà Nội, chương trình “Bài ca Tây Nguyên”. Ảnh: Quyên Lưu

Kết hợp bán hàng trực tiếp và thương mại điện tử

Tại Không gian trưng bày “Sức sống hàng Việt” (số 62 Tràng Tiền, Hà Nội), người dân và du khách có cơ hội trực tiếp tham quan, tìm hiểu thông tin nguồn gốc và mua sắm các mặt hàng nông sản, thực phẩm chế biến đặc trưng của hai địa phương. Thông qua hoạt động giới thiệu và bán hàng tại chỗ, chương trình đã ghi nhận hơn 500 đơn hàng giao dịch trực tiếp, góp phần đưa tổng giá trị tiêu thụ của sự kiện đạt trên 200 triệu đồng.

Song song với hoạt động trưng bày truyền thống, ban tổ chức đã triển khai phiên phát sóng trực tiếp (livestream) trên nền tảng TikTok nhằm mở rộng phạm vi tiếp cận khách hàng trên môi trường số. Chỉ sau 3 giờ lên sóng, phiên livestream đã thu hút hơn 100.000 lượt xem và chốt thành công 320 đơn hàng. Hình thức giới thiệu sản phẩm kết hợp tương tác trực tiếp trên nền tảng số giúp người tiêu dùng ở nhiều địa phương khác nhau dễ dàng nắm bắt thông tin chi tiết về sản phẩm và đặt mua mà không bị giới hạn bởi khoảng cách địa lý.



Chỉ sau 3 giờ lên sóng, phiên livestream đã thu hút hơn 100.000 lượt xem và chốt thành công 320 đơn hàng. Ảnh: Quyên Lưu

Thúc đẩy mô hình phân phối hàng Việt đa kênh

Việc kết hợp giữa điểm trưng bày, trải nghiệm sản phẩm thực tế với hoạt động thương mại điện tử tại chương trình “Bài ca Tây Nguyên” đã tạo ra sự bổ trợ giữa hai phương thức phân phối. Trong khi không gian trưng bày trực tiếp giúp kiểm chứng chất lượng và xây dựng niềm tin với người tiêu dùng, kênh livestream đảm nhận vai trò lan tỏa thông tin và thúc đẩy giao dịch nhanh chóng trên không gian mạng.

Là sự kiện thứ 15 trong chuỗi chương trình “Sức sống hàng Việt”, hoạt động lần này tiếp tục nằm trong định hướng của Cục Quản lý và Phát triển thị trường trong nước nhằm đẩy mạnh kết nối cung cầu, hỗ trợ các doanh nghiệp và cơ sở sản xuất địa phương khai thác hiệu quả các kênh phân phối hiện đại, từ đó mở rộng đầu ra bền vững cho đặc sản vùng miền và thúc đẩy tiêu dùng nội địa.

Tâm An