

Đưa đặc sản Điện Biên đến gần người tiêu dùng Thủ đô qua mô hình kết hợp trực tiếp và trực tuyến

09:10 15/07/2026

Không chỉ là sự kiện trưng bày sản phẩm, chương trình "Điện Biên phố" diễn ra tại Hà Nội từ ngày 16-19/7 hướng tới mở rộng đầu ra cho đặc sản địa phương thông qua việc kết hợp trải nghiệm trực tiếp với thương mại điện tử. Đây được xem là hướng đi giúp sản phẩm vùng cao tiếp cận người tiêu dùng trên phạm vi cả nước.

Tạo thêm cơ hội cho đặc sản vùng cao mở rộng thị trường

Trong bối cảnh nhu cầu tiêu dùng các sản phẩm đặc sản, nông sản địa phương ngày càng tăng, việc đưa hàng hóa đến gần người tiêu dùng tại các đô thị lớn được xem là giải pháp quan trọng để mở rộng thị trường tiêu thụ.

Với mục tiêu đó, từ ngày 16 đến 19/7/2026, Cục Quản lý và Phát triển thị trường trong nước phối hợp cùng Trung tâm Xúc tiến đầu tư, thương mại và du lịch tỉnh Điện Biên tổ chức Chương trình "Sức sống hàng Việt" số 9 với chủ đề "Điện Biên phố" tại số 62 Tràng Tiền (phường Hoàn Kiếm, Hà Nội).



Việc kết hợp trưng bày trực tiếp với bán hàng trực tuyến góp phần nâng cao giá trị, mở rộng thị trường cho các sản phẩm OCOP và đặc sản Điện Biên.

Thay vì chỉ giới thiệu sản phẩm, chương trình tái hiện không gian mang đậm bản sắc văn hóa Tây Bắc, tạo điều kiện để người dân Thủ đô và du khách vừa tham quan, vừa tìm hiểu về những nét đặc trưng của vùng đất Điện Biên thông qua các sản phẩm truyền thống.

Sự kiện có sự tham gia của 14 doanh nghiệp, hợp tác xã và hộ sản xuất của tỉnh Điện Biên với hàng chục mặt hàng OCOP, nông sản chế biến và sản phẩm thủ công.

Nhiều đặc sản nổi tiếng của địa phương được giới thiệu như cà phê Điện Biên, miến dong, mắc ca, mật ong, thịt trâu gác bếp, lạp sườn, chẳm chéo, ngô nếp sấy, mì gạo lứt cùng các sản phẩm thổ cẩm của đồng bào các dân tộc Tây Bắc.

Theo ban tổ chức, việc đưa các sản phẩm đến Hà Nội không chỉ góp phần quảng bá thương hiệu địa phương mà còn tạo cơ hội để các doanh nghiệp, hợp tác xã tiếp cận hệ thống phân phối, mở rộng khách hàng và gia tăng giá trị sản phẩm.

Kết hợp thương mại điện tử để mở rộng sức mua

Điểm mới của chương trình năm nay là việc đẩy mạnh hoạt động bán hàng trên nền tảng số song song với hình thức trưng bày trực tiếp. Trong thời gian diễn ra sự kiện, nhiều phiên livestream trên nền tảng TikTok sẽ được tổ chức nhằm giới thiệu các sản phẩm đặc trưng của Điện Biên tới người tiêu dùng trên cả nước.

Thông qua hình thức này, các doanh nghiệp và hộ sản xuất có thêm cơ hội tiếp cận khách hàng ngoài phạm vi Hà Nội, từng bước mở rộng kênh phân phối trên môi trường số và thích ứng với xu hướng tiêu dùng mới.

Sự kết hợp giữa không gian trải nghiệm thực tế và hoạt động bán hàng trực tuyến cũng giúp người tiêu dùng có thêm lựa chọn trong việc tiếp cận các sản phẩm vùng miền, đồng thời góp phần lan tỏa giá trị văn hóa và hình ảnh của tỉnh Điện Biên.

Theo Cục Quản lý và Phát triển thị trường trong nước, chương trình "Điện Biên phố" là một trong những hoạt động thuộc chuỗi "Sức sống hàng Việt", góp phần triển khai các giải pháp phát triển thị trường trong nước và kích cầu tiêu dùng theo Nghị quyết số 88/NQ-CP của Chính phủ.

Trong suốt thời gian diễn ra chương trình, người dân có thể trực tiếp tham quan, mua sắm tại địa điểm tổ chức ở số 62 Tràng Tiền hoặc theo dõi các phiên livestream để lựa chọn đặc sản Điện Biên cùng nhiều chương trình ưu đãi, qua đó góp phần đưa hàng Việt đến gần hơn với người tiêu dùng trên cả nước.

Nam Sơn (t/h)