TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Livestream từ ruộng khoai: Khi nông sản “lên sóng” bằng câu chuyện thật

09:27 14/04/2026

Không còn ánh đèn phòng thu hay kịch bản dựng sẵn, những buổi livestream giờ đây đang “bám đất”, xuất hiện ngay tại ruộng đồng – nơi nông sản bắt đầu hành trình của mình. Từ luống khoai còn dính đất đỏ đến những chuyến xe chở đầy thành phẩm, tất cả được truyền tải trực tiếp, chân thực và gần gũi hơn bao giờ hết.



Người dẫn chuyện (host) phỏng vấn nông dân ngay trong phiên livestream. Ảnh Bảo Ngọc.

Mới đây, Orion đã chọn cách kể chuyện khác biệt khi phát trực tiếp quá trình thu hoạch khoai tây tại xã Đơn Dương (tỉnh Lâm Đồng) – một trong những vùng nguyên liệu trọng điểm. Không sân khấu, không dàn dựng, buổi livestream diễn ra đúng nhịp lao động thường ngày của nông dân, bắt đầu từ 7h sáng – thời điểm thu hoạch cao điểm.



Việc cơ giới hóa trong khâu thu hoạch giúp nông dân tiết kiệm thời gian và chi phí

Hình ảnh hiện lên không qua chỉnh sửa: đất vừa xới, máy móc vận hành liên tục, từng bao khoai được chất đầy trên ruộng. Người nông dân tất bật đào, phân loại, đóng bao, vận chuyển – tất cả diễn ra trong một dòng chảy tự nhiên, trở thành "nội dung chính" của buổi phát sóng.



Cán bộ kỹ thuật công ty có mặt lấy mẫu để đánh giá chất lượng sản phẩm

Người dẫn chương trình không đứng ngoài mà trực tiếp bước xuống ruộng, trò chuyện, trải nghiệm cùng nông dân. Không khí lao động chân thực ấy đã thay thế hoàn toàn những lời quảng bá quen thuộc.

Điểm đáng chú ý: buổi livestream không nhằm mục tiêu bán hàng. Không có đường link, không chốt đơn. Thay vào đó, nội dung tập trung "mở" toàn bộ quy trình sản xuất – từ tiêu chuẩn chọn khoai đến cách vận chuyển về nhà máy.



Các giống khoai tây được đưa vào trồng đều là giống chất lượng cao, phù hợp với nhu cầu chế biến, đặc biệt là phục vụ ngành sản xuất snack

Trong phần giao lưu, người xem được nghe trực tiếp chia sẻ từ nông dân. Những tiêu chuẩn tưởng chừng đơn giản như kích thước củ, độ tròn đều hay tình trạng vỏ khoai… lại trở thành thông tin hữu ích, giúp người tiêu dùng hiểu rõ hơn về chất lượng nguyên liệu.

Các câu hỏi tương tác nhỏ được lồng ghép xuyên suốt, tạo nên trải nghiệm hai chiều: người xem không chỉ quan sát mà còn tham gia, thậm chí nhận quà tặng là sản phẩm snack ngay trong buổi phát sóng.



Trên các cánh đồng khoai tây ở xã Đơn Dương, không khí thu hoạch diễn ra rộn ràng, nhộn nhịp từ sáng sớm

Theo ghi nhận, có thời điểm livestream thu hút hơn 400 người xem cùng lúc. Nhiều người bày tỏ sự thích thú khi lần đầu được "chứng kiến tận mắt" quá trình thu hoạch. Quan trọng hơn, họ bắt đầu hiểu rõ hơn về nguồn gốc sản phẩm mình sử dụng hằng ngày.

Cách tiếp cận này cho thấy một sự dịch chuyển rõ rệt: thay vì quảng bá sản phẩm, doanh nghiệp kể lại hành trình tạo ra sản phẩm. Từ vùng trồng, kỹ thuật canh tác đến thu hoạch – tất cả đều được minh bạch hóa trước người tiêu dùng.

Đại diện Orion cho biết, mục tiêu của hoạt động không chỉ là truyền thông mà còn giúp người xem có cái nhìn toàn diện về chuỗi giá trị – nơi nông dân, doanh nghiệp, nhà khoa học và cơ quan quản lý cùng tham gia.

Thực tế, việc kết nối trực tiếp như vậy không chỉ gia tăng niềm tin mà còn làm nổi bật câu chuyện phía sau mỗi mùa vụ – nơi công sức lao động, kỹ thuật và thị trường gặp nhau.

Xu hướng livestream từ cánh đồng đang mở ra một hướng đi mới cho truyền thông nông nghiệp: lấy sự chân thực làm nền tảng, lấy câu chuyện làm cầu nối.



Cánh đồng trồng khoai tây cho năng suất và chất lượng cao tại thôn Lạc Trường, xã Đơn Dương

Theo Nguyễn Lâm Thanh, khi chất lượng sống ngày càng được quan tâm, người tiêu dùng không chỉ "ăn ngon" mà còn muốn "hiểu rõ" những gì mình sử dụng. Trong bối cảnh đó, công nghệ – đặc biệt là trí tuệ nhân tạo – đang thay đổi mạnh cách kể chuyện và quảng bá sản phẩm.

Các nền tảng số hiện nay cho phép doanh nghiệp, nhà sáng tạo nội dung hay KOC dễ dàng sản xuất video, livestream và kể câu chuyện sản phẩm bằng nhiều ngôn ngữ, tiếp cận người tiêu dùng toàn cầu.

Cũng theo ông Thanh, để nâng tầm nông sản Việt, điều quan trọng không chỉ nằm ở chất lượng mà còn ở cách kể chuyện. Khi những câu chuyện được xây dựng bài bản, chân thực và do chính người nông dân kể lại, giá trị và hình ảnh nông sản Việt sẽ được nâng lên rõ rệt.

Từ một ruộng khoai bình dị, một cách kể chuyện mới đang hình thành – nơi niềm tin được gieo trồng không phải bằng lời quảng cáo, mà bằng chính những gì người tiêu dùng được tận mắt chứng kiến.

Hoàng Phương