TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

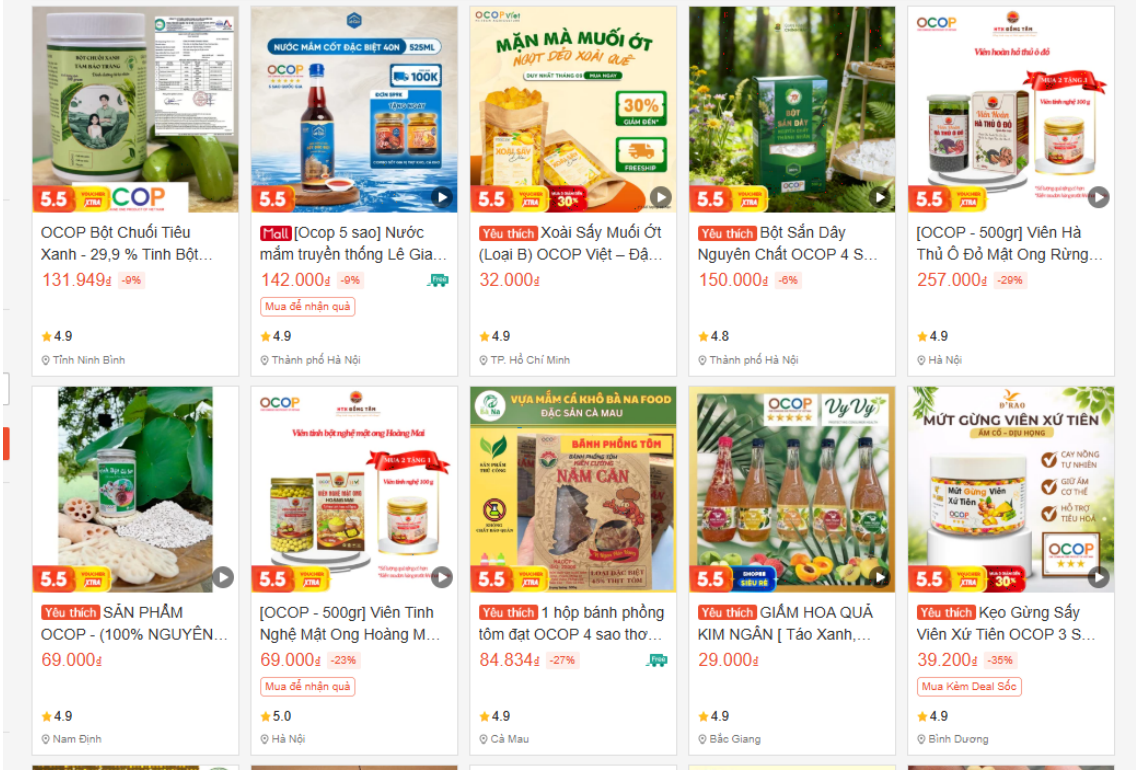
Sản phẩm OCOP tăng tốc trên nền tảng số

10:55 10/05/2026

Chuyển đổi số đang mở ra hướng đi mới cho chương trình "Mỗi xã một sản phẩm" (OCOP), giúp nhiều đặc sản địa phương không chỉ mở rộng thị trường tiêu thụ mà còn từng bước xây dựng thương hiệu bền vững. Từ livestream bán hàng, quảng bá trên mạng xã hội đến ứng dụng mã QR truy xuất nguồn gốc, các chủ thể OCOP đang chủ động thích nghi với xu hướng kinh doanh hiện đại để tiếp cận người tiêu dùng nhanh hơn và hiệu quả hơn.

Những năm gần đây, thay vì phụ thuộc hoàn toàn vào hình thức bán hàng truyền thống, nhiều hợp tác xã, doanh nghiệp và hộ sản xuất đã mạnh dạn đưa sản phẩm OCOP lên các sàn thương mại điện tử, Facebook, TikTok hay Zalo. Đây được xem là giải pháp quan trọng giúp sản phẩm địa phương vượt qua giới hạn về địa lý, mở rộng thị trường trên phạm vi toàn quốc.

Tại Hà Nội, nhiều doanh nghiệp OCOP đã tận dụng nền tảng số để gia tăng doanh số và xây dựng thương hiệu. Đại diện Công ty cổ phần Nông nghiệp công nghệ cao Thăng Long cho biết, sau khi đạt chứng nhận OCOP, doanh nghiệp đẩy mạnh quảng bá sản phẩm trên các nền tảng trực tuyến, đặc biệt thông qua hình thức livestream. Các dòng trà OCOP 4 sao và 5 sao được giới thiệu trực tiếp tới người tiêu dùng bằng những video chân thực về quy trình sản xuất, góp phần nâng cao độ nhận diện thương hiệu và tạo niềm tin cho khách hàng.



Các chủ thể OCOP đẩy mạnh quảng bá sản phẩm trên nền tảng số để mở rộng thị trường tiêu thụ.

Không chỉ tại Hà Nội, nhiều sản phẩm OCOP ở các địa phương khác cũng đang tận dụng hiệu quả "chợ số". Tại Ninh Bình, sản phẩm cá kho truyền thống được quảng bá mạnh mẽ trên mạng xã hội, thu hút lượng lớn người theo dõi và đơn đặt hàng trực tuyến. Việc kết hợp livestream bán hàng với cải tiến công nghệ đóng gói hút chân không giúp sản phẩm dễ dàng vận chuyển đi xa mà vẫn bảo đảm chất lượng.

Trong khi đó, tại Hải Phòng, nhiều hợp tác xã nông nghiệp đã thay đổi tư duy sản xuất theo hướng hiện đại, ứng dụng công nghệ số để tiếp cận khách hàng trực tiếp thay vì phụ thuộc vào thương lái. Các sản phẩm như dưa chuột baby, nho sữa hay trà búp ổi không chỉ được quảng bá qua website, Facebook mà còn được bán thông qua các buổi livestream trên TikTok.

Theo các chủ thể OCOP, bán hàng trực tuyến giúp tăng khả năng tương tác với người tiêu dùng, đồng thời minh bạch hơn về quy trình sản xuất. Khách hàng có thể trực tiếp theo dõi quá trình thu hoạch, chế biến và đóng gói sản phẩm, từ đó yên tâm hơn về chất lượng hàng hóa.

Bên cạnh hoạt động bán hàng, công nghệ số còn đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao giá trị sản phẩm OCOP. Nhiều địa phương đã triển khai hệ thống truy xuất nguồn gốc bằng mã QR, giúp người tiêu dùng dễ dàng kiểm tra thông tin về vùng nguyên liệu, cơ sở sản xuất và quy trình chế biến.

Tại Quảng Ninh, 100% sản phẩm OCOP từ 3 đến 5 sao đã được đưa lên các sàn thương mại điện tử và gắn mã QR truy xuất nguồn gốc. Các sản phẩm cũng được tích hợp thanh toán không dùng tiền mặt, phù hợp với xu hướng tiêu dùng hiện đại. Theo địa phương này, việc số hóa dữ liệu sản phẩm không chỉ giúp mở rộng thị trường mà còn góp phần nâng cao tính minh bạch, tăng sức cạnh tranh cho hàng hóa OCOP.

Theo thống kê của Bộ Nông nghiệp và Môi trường, đến giữa tháng 4/2026, cả nước có hơn 20.000 sản phẩm OCOP đạt từ 3 sao trở lên, thuộc hơn 10.600 chủ thể khác nhau. Nhiều sản phẩm đã từng bước khẳng định chỗ đứng trên thị trường nhờ kết hợp giữa chất lượng truyền thống và công nghệ hiện đại.

Lãnh đạo ngành nông nghiệp nhận định, chuyển đổi số không chỉ là công cụ hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm mà còn tạo động lực thay đổi phương thức sản xuất, quản trị và xây dựng thương hiệu cho khu vực nông thôn. Dữ liệu từ các nền tảng số giúp các chủ thể OCOP nắm bắt xu hướng tiêu dùng, điều chỉnh mẫu mã, nâng cao chất lượng và hạn chế rủi ro tồn kho.

Thực tế cho thấy, khi được kết nối với nền tảng số, sản phẩm OCOP không còn bó hẹp trong phạm vi địa phương mà đang từng bước vươn ra thị trường rộng lớn hơn. Đây cũng là cơ hội để quảng bá văn hóa vùng miền, nâng cao giá trị nông sản Việt và thúc đẩy phát triển kinh tế nông thôn theo hướng hiện đại, bền vững.

Nam Sơn