

Sức mạnh của livestream trong tiêu thụ nông sản địa phương thời chuyển đổi số

11:46 10/12/2025

Livestream đang trở thành một “công cụ tiếp thị nông sản” đầy hiệu quả trong thời đại chuyển đổi số, khi khoảng cách giữa người sản xuất và người tiêu dùng được thu hẹp chỉ qua một màn hình trực tuyến. Không còn phụ thuộc hoàn toàn vào thương lái hay các kênh phân phối truyền thống, nhiều hợp tác xã, hộ sản xuất đã mở rộng thị trường thông qua Facebook, TikTok, YouTube..., biến nông sản địa phương thành sản phẩm có thể tiếp cận rộng rãi trên toàn quốc, thậm chí vươn sang thị trường quốc tế.

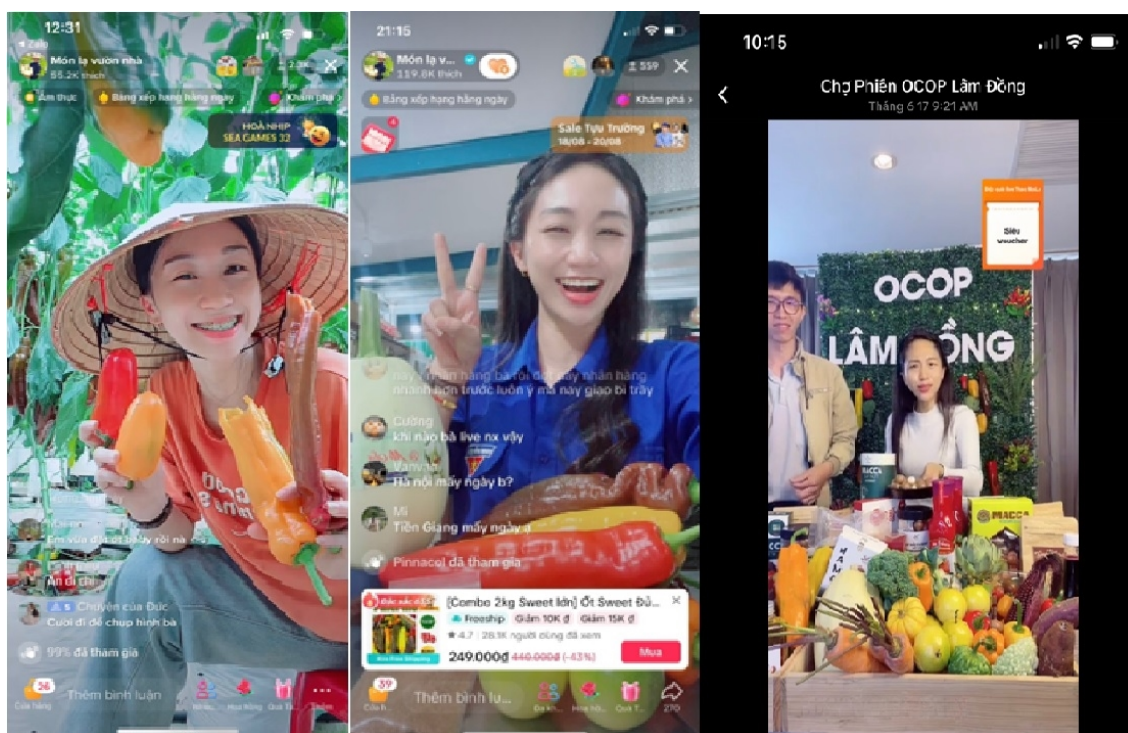


Livestream đã trở thành một công cụ quan trọng, tạo ra những kết nối trực tiếp giữa người sản xuất nông sản địa phương và người tiêu dùng

Một trong những đơn vị tiên phong là Hợp tác xã nông sản Phú Lương. Ông Tống Văn Viện – Chủ tịch kiêm Giám đốc Hợp tác xã cho biết, các kênh digital marketing đã mang lại chuyển biến rõ rệt cho đầu ra sản phẩm. “Facebook vẫn là nền tảng hiệu quả nhất với chúng tôi, sau đó là website và gần đây là TikTok.

Thông qua các kênh này, độ phủ thương hiệu tăng đáng kể so với trước đây”. Đặc biệt, những buổi livestream về sản phẩm trong dịp Online Friday 2025 thu hút hàng nghìn lượt theo dõi trực tiếp. Người xem không chỉ xem mà còn tương tác, đặt câu hỏi và nhận tư vấn ngay lập tức. Theo ông Viện, chính việc được chứng kiến quy trình sản xuất, vùng nguyên liệu và hình ảnh thực tế giúp khách hàng tin tưởng hơn vào chất lượng nông sản.

Không chỉ quảng bá sản phẩm, Phú Lương còn đưa yếu tố văn hóa bản địa vào chiến lược truyền thông. Các sản phẩm OCOP của hợp tác xã gắn với văn hóa người Tày ở xã Ngọc Thành – nơi lưu giữ điệu Then, đàn tính, nhà sàn cổ và nhiều lễ tục truyền thống. Hợp tác xã đã thành lập Câu lạc bộ hát Then – bản Cọ, phục dựng kiến trúc nhà sàn để kể chuyện văn hóa lồng ghép trong livestream. “Người mua không chỉ nhận được sản phẩm, mà còn tiếp cận câu chuyện văn hóa phía sau. Điều này tạo nên sự khác biệt và lan tỏa mạnh mẽ hơn”, ông Viện chia sẻ và cho biết trong thời gian tới đơn vị sẽ mở rộng thêm các nền tảng như YouTube, sàn thương mại điện tử.



Thực tế cho thấy livestream không chỉ thúc đẩy doanh số, mà còn khiến nông sản địa phương có giá trị cảm xúc cao hơn. Chị Vũ Thị Thắm – Giám đốc Hợp tác xã chế biến thực phẩm Gia Phú (Lào Cai) cho biết nhiều khách hàng sau khi xem livestream bày tỏ mong muốn mua hàng vì trân trọng văn hóa Tày và cách làm truyền thống. “Mỗi buổi livestream là cơ hội để chúng tôi chia sẻ về quy trình sản xuất sạch, cách chế biến an toàn hay câu chuyện văn hóa đằng sau từng sản phẩm. Khách giả xem xong còn nhắn tin cảm ơn, vì họ học được điều mới. Điều đó quý hơn cả lượt mua hàng”.

Sự bùng nổ của livestream đang tạo nên cú hích lớn cho tiêu thụ nông sản địa phương. Khi sản phẩm được kể bằng ngôn ngữ hình ảnh chân thực, có yếu tố văn hóa và tương tác trực tiếp, người tiêu dùng không chỉ mua bằng nhu cầu – mà còn bằng cảm xúc. Livestream vì thế trở thành cầu nối bền vững, nâng tầm nông sản Việt trên thị trường, góp phần xây dựng thương hiệu OCOP, gìn giữ văn hóa làng nghề và mở ra cánh cửa kinh tế mới cho nông dân thời số hóa.

Nam Sơn (t/h)