TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Xây dựng hội chợ ảo cho sản phẩm thủ công mỹ nghệ Việt Nam

18:22 25/12/2020

Chiều ngày 25/12/2020 tại Hà Nội, Hiệp hội Xuất khẩu hàng Thủ công Mỹ nghệ Việt Nam (Vietcraft) đã tổ chức họp báo về hội chợ ảo Lifestyle Vietnam với quy mô 1.000 gian hàng bán các sản phẩm thuộc nhóm hàng thủ công mỹ nghệ.

Theo Hiệp hội ngành công nghiệp triển lãm toàn cầu (UFI) năm 2018, có gần 32.000 hội chợ triển lãm thương mại được tổ chức trên thế giới, thu hút 303 triệu lượt khách tham dự. Tuy nhiên, do đại dịch COVID, gần như tất cả kế hoạch tổ chức hội chợ thương mại đều phải dừng lại. Các quy định hạn chế đi lại và cấm tụ tập đông người ở ngoài trời là rào cản lớn nhất đối với các hội chợ thương mại và các nhà tổ chức hội chợ thương mại trên thế giới đã và đang tập trung chuyển sang sử dụng không gian hội chợ ảo để giúp các công ty kết nối với khách hàng.

Theo đại diện Hiệp hội Xuất khẩu hàng Thủ công Mỹ nghệ Việt Nam, khi phân tích sâu các hội chợ ảo trên thế giới hiện tại có thể thấy đa số các hội chợ hiện chỉ dừng lại ở hình thức thể hiện ảnh sản phẩm thông thường kết hợp các công cụ liên lạc trực tuyến (chat, video), rất ít hội chợ sử dụng không gian 3 chiều, công nghệ hình ảnh 360 độ … bên cạnh các chức năng phổ biến của một hội chợ là đặt chỗ gian hàng hay đăng ký giao dịch tại hội chợ.



Họp báo về hội chợ ảo Lifestyle Vietnam 2020.

Một số hội chợ lớn tận dụng cơ sở dữ liệu lớn của mình để áp dụng công nghệ trí tuệ nhân tạo thông qua các chatbot (một chương trình kết hợp với trí tuệ nhân tạo để tương tác với con người. Công cụ này thay thế cho nhân viên để tư vấn trả lời những gì khách hàng thắc mắc. Chatbot thường trao đổi với người dùng qua hình thức tin nhắn hoặc âm thanh).

Có thể thấy điểm hạn chế chung của các hội chợ ảo hiện nay là tính thẩm mỹ chưa được coi trọng, đặc biệt là các không gian kiến trúc gian hàng mang yếu tố văn hóa vùng miền, quốc gia, bên cạnh đó chưa có một hội chợ ảo nào đưa ứng dụng công nghệ 3D với các sản phẩm được số hóa, chưa hội chợ nào áp dụng công nghệ thực tế ảo tăng cường (AR) mà chỉ dừng lại ở công nghệ thực tế ảo (VR) nên tính hấp dẫn của hội chợ không cao, thiếu sự tương tác và cảm nhận sản phẩm, đặc biệt là hội chợ liên quan đến thời trang, hàng trang trí gia đình và quà tặng nên sẽ hạn chế đối tượng khách thăm quan. Một trong số các nguyên nhân được dự đoán chính là chi phí xây dựng các không gian 3D ảo không rẻ, đặc biệt khi gian hàng có nhiều hạng mục sản phẩm, chi phí số hóa cũng cao khi đa số các doanh nghiệp chưa thể tự scan 3D được sản phẩm và số hóa trước khi ứng dụng công nghệ thực tế ảo tăng cường.

Bên cạnh đó, hạ tầng công nghệ, đường truyền là một cản trở để phát triển hệ thống hội chợ ảo chuyên nghiệp. Cần phải có đường truyền tốc độ cao (băng thông rộng) để có thể thao tác, di chuyển đến các gian hàng cũng như xem xét

từng sản phẩm ở mỗi gian hàng một cách nhanh nhất, có ít độ trễ nhất.

Hiện tại chưa có hội chợ ảo nào ở Việt Nam được xây dựng, sau khi nghiên cứu các hội chợ ảo hiện tại trên thế giới, để đảm bảo tận dụng được hết các chức năng ưu việt của các hội chợ đang có trên thế giới, để tạo ra những chức năng mới tăng tính hấp dẫn cho hội chợ ảo của ngành quà tặng và trang trí gia đình, để đảm bảo tính cập nhật trong những năm tới, Hiệp hội xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ Việt Nam, được sự hỗ trợ của Chương trình cấp quốc gia về xúc tiến thương mại, Hiệp hội xuất khẩu hàng thủ công mỹ nghệ Việt Nam đã quyết định xây dựng "Không gian hội chợ ảo Lifestyle Việt Nam" Mục tiêu đạt được của "Không gian hội chợ ảo Lifestyle Việt Nam" là hình thành được cơ sở hạ tầng để tổ chức được một hội chợ ảo có tối thiểu1000 gian hàng các sản phẩm thuộc các nhóm ngành thủ công mỹ nghệ, quà tặng và trang trí gia đình trước năm 2025.

Mục tiêu trước mắt là hoàn thành được gian hàng trực tuyến của 200 đơn vị xuất khẩu trong năm 2020 và hoàn thành được gian hàng trực tuyến của 500 đơn vị xuất khẩu trong năm 2021. Không gian hội chợ ảo Lifestyle Việt Nam cũng sẽ là hội chợ ảo đầu tiên trên thế giới về lĩnh vực trang trí và quà tặng áp dụng các thành tựu của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, đặc biệt là công nghệ thực tế ảo tăng cường và trí tuệ nhân tạo.

Các chức năng và hoạt động để tạo nên Không gian hội chợ ảo Lifestyle Việt Nam bao gồm: Xây dựng không gian các nhóm ngành hàng tiêu biểu của Việt Nam: Có 9 nhóm ngành hàng chính của hội chợ Lifestyle Vietnam, gồm (1) Hàng thủ công mỹ nghệ và trang trí nội thất (2) Hàng phụ kiện sân vườn (3) Hàng dệt gia dụng (4) Hàng trang trí bàn ăn và vật dụng nhà bếp (5) Hàng trang sức và phụ kiện cá nhân (6) Hàng giày da và túi xách (7) Hàng hương thơm và mỹ phẩm tự nhiên (8) Hàng đồ chơi và (9) Hàng quà tặng du lịch và sản phẩm của các dân tộc thiểu số. Không gian mỗi nhóm thể hiện yếu tố văn hóa Việt Nam nhưng cũng hòa nhập với xu thế không gian kiến trúc hội chợ hiện đại của thế giới. Khách có thể chọn vào bất cứ khu nào khách quan tâm ngày từ khi truy cập vào không gian hội chợ ảo. Khách cũng được gợi ý tự động nên vào khu nào phù hợp nhất ngay sau khi đăng ký nhóm ngành hàng kinh doanh của mình. Tại mỗi khu sẽ có danh sách các nhà triển lãm tham dự và khách mua hàng có thể tìm thấy dễ dàng các công ty này thông qua bộ lọc nhóm sản phẩm, từ khóa…

Hội chợ ảo góp phần thúc đẩy số hóa trong việc xúc tiến thương mại cho các sản phẩm làng nghề, phát triển du lịch làng nghề và bảo tồn giá trị văn hóa làng nghề. Đặc biệt, hệ thống được xây dựng với hai ngôn ngữ tiếng Anh và

tiếng Việt sẽ giúp khách tham quan quốc tế hiểu hơn về văn hóa và nghề thủ công Việt Nam.

Trúc Mai