

Xúc tiến đầu tư gắn với truyền thông số: Hướng đi mới trong xây dựng thương hiệu Lào Cai

15:52 20/07/2026

Trong cuộc cạnh tranh thu hút dòng vốn đầu tư, lợi thế của địa phương không chỉ được quyết định bởi hạ tầng hay cơ chế ưu đãi, mà còn bởi khả năng định vị thương hiệu và truyền thông hiệu quả. Hội nghị Xúc tiến đầu tư năm 2026 của Lào Cai cho thấy hướng đi mới khi gắn xúc tiến đầu tư với xúc tiến thương mại và truyền thông số, góp phần gia tăng sức hút và khẳng định vị thế của địa phương trên bản đồ đầu tư.



Khi xúc tiến đầu tư trở thành chiến lược xây dựng thương hiệu địa phương ở Lào Cai

Hội nghị Xúc tiến đầu tư tỉnh Lào Cai năm 2026 không chỉ là diễn đàn kết nối doanh nghiệp và nhà đầu tư, mà còn cho thấy tư duy mới trong xây dựng thương hiệu địa phương. Việc kết hợp giữa xúc tiến đầu tư, quảng bá sản phẩm và truyền thông số đang mở ra một hướng tiếp cận hiện đại, giúp gia tăng sức hấp dẫn của địa phương trong mắt nhà đầu tư và người tiêu dùng.

Trong bối cảnh cạnh tranh thu hút nguồn lực ngày càng gay gắt, lợi thế của một địa phương không chỉ được đo bằng quỹ đất, hạ tầng hay chính sách ưu đãi. Hình ảnh, thương hiệu và khả năng lan tỏa trên môi trường số cũng đang trở thành những "tài sản mềm" có giá trị. Hội nghị Xúc tiến đầu tư tỉnh Lào Cai năm 2026 là một ví dụ khi địa phương lựa chọn kết hợp xúc tiến đầu tư với xúc tiến thương mại và truyền thông số, tạo nên một hệ sinh thái quảng bá đồng bộ thay vì những hoạt động riêng lẻ.

Nhiều năm qua, xúc tiến đầu tư thường gắn với các hội nghị giới thiệu quy hoạch, danh mục dự án, gặp gỡ doanh nghiệp và ký kết hợp tác. Những hoạt động này vẫn giữ vai trò quan trọng, nhưng trong bối cảnh chuyển đổi số, yêu cầu đặt ra không chỉ là thu hút nhà đầu tư mà còn phải xây dựng hình ảnh địa phương có bản sắc, năng động và sẵn sàng đổi mới.



Trung tâm Sản xuất Nội dung Giải trí VTVcab phối hợp tổ chức chương trình Megalive quảng bá, giới thiệu và bán các sản phẩm OCOP, nông sản, đặc sản địa phương

Lào Cai đã lựa chọn một cách tiếp cận đáng chú ý khi đưa chương trình Megalive quảng bá, giới thiệu và bán các sản phẩm OCOP, nông sản, đặc sản địa phương trở thành một hoạt động trong chuỗi sự kiện xúc tiến đầu tư năm 2026. Đây không đơn thuần là một phiên livestream bán hàng mà là hoạt động truyền thông giúp kể câu chuyện về vùng đất, con người và những giá trị đặc trưng của địa phương.

Thực tế cho thấy, thương hiệu địa phương ngày nay không chỉ được xây dựng qua những khẩu hiệu hay video quảng bá, mà được hình thành từ chính trải nghiệm của người tiêu dùng, doanh nghiệp và cộng đồng trên các nền tảng số.

Khi một sản phẩm được giới thiệu cùng câu chuyện về vùng nguyên liệu, quy trình sản xuất và bản sắc văn hóa, giá trị của sản phẩm cũng như hình ảnh địa phương đều được nâng lên.

Ở góc độ phát triển kinh tế, Megalive còn mở ra cơ hội kết nối trực tiếp giữa nhà sản xuất với người tiêu dùng, giúp mở rộng thị trường cho nông sản, đặc sản và sản phẩm OCOP. Đây là hướng đi phù hợp với xu thế phát triển kinh tế số, nơi thương mại điện tử ngày càng trở thành kênh tiêu thụ quan trọng đối với các sản phẩm địa phương.



Đồng hành cùng chương trình, Trung tâm Sản xuất Nội dung Giải trí VTVcab phối hợp triển khai công tác truyền thông và tổ chức Megalive, góp phần đưa hình ảnh sự kiện cũng như các sản phẩm đặc trưng của Lào Cai đến với đông đảo công chúng trên các nền tảng số. Sự tham gia của đơn vị có kinh nghiệm trong sản xuất nội dung số và livestream chuyên nghiệp góp phần nâng cao hiệu quả lan tỏa, đồng thời tạo cầu nối giữa địa phương, doanh nghiệp và người tiêu dùng.

Điểm đáng chú ý là cách làm này phản ánh sự thay đổi trong tư duy xúc tiến đầu tư. Thay vì chỉ giới thiệu những lợi thế sẵn có, địa phương chủ động xây dựng một hệ sinh thái truyền thông, nơi đầu tư, thương mại, văn hóa và chuyển đổi số hỗ trợ lẫn nhau để tạo nên giá trị cộng hưởng. Khi thương hiệu địa phương được nhận diện rõ hơn, niềm tin của nhà đầu tư cũng có thêm cơ sở để được củng cố.

Trong bối cảnh các địa phương đang cạnh tranh quyết liệt để thu hút dòng vốn chất lượng cao, việc đầu tư cho thương hiệu địa phương không còn là hoạt động mang tính hình thức mà đã trở thành một phần của chiến lược phát triển. Từ cách làm của Lào Cai có thể thấy, sức hút của một điểm đến không chỉ đến từ những con số về quy hoạch hay chính sách, mà còn từ khả năng kể một câu chuyện phát triển thuyết phục, nhất quán và giàu bản sắc trên mọi nền tảng truyền thông.

Sự kết hợp giữa hội nghị xúc tiến đầu tư với Megalive vì thế không chỉ tạo thêm giá trị cho một sự kiện, mà còn gợi mở một mô hình truyền thông mới trong xây dựng thương hiệu địa phương. Khi đầu tư, thương mại điện tử và truyền thông số được kết nối trong cùng một chiến lược, hình ảnh của địa phương không chỉ đến gần hơn với người tiêu dùng mà còn trở nên hấp dẫn hơn trong mắt cộng đồng doanh nghiệp và các nhà đầu tư.

Hải Minh