

DOANH NHÂN THANH HÓA MUỐN ĐƯA SẢN PHẨM QUÊ HƯƠNG VƯƠN XA CÙNG "VỀ QUÊ LÀM GIÀU"

Phương Thảo

Thông qua chương trình “Về quê làm giàu”, doanh nhân tại Thanh Hóa mong muốn những sản phẩm nông nghiệp địa phương sẽ vươn xa, được xuất khẩu sang nhiều nước trên thế giới.

Thanh Hóa là mảnh đất với nhiều sản phẩm nông nghiệp, đặc sản nổi tiếng. Tại đây có nhiều làng nghề truyền thống được gìn giữ và phát triển theo thời đại, đưa sản vật vươn ra khắp mọi địa phương trên cả nước, thậm chí ra nước ngoài.

Chương trình "Về quê làm giàu" với tinh thần lan tỏa hình ảnh kinh tế nông thôn, đặc biệt là sản phẩm địa phương tâm đắc với những đặc sản tại xứ Thanh. Trong 2 lần đến với Thanh Hóa, chương trình đã phối hợp cùng các doanh nghiệp, hộ kinh doanh quảng bá nhiều đặc sản tới tay người tiêu dùng.

Sự kiện Phiên chợ quê của "Về quê làm giàu" thu hút đông đảo người dân quan tâm.

Trong sự kiện Phiên chợ quê của "Về quê làm giàu" diễn ra tại Quảng Xương (Thanh Hóa), chương trình có dịp kết nối với các doanh nghiệp, hộ kinh doanh để lắng nghe những tâm tư, nguyện vọng của họ trong phát triển nông sản địa phương.



Doanh nhân Trần Văn Tân muốn cùng "Về quê làm giàu" đưa nông sản Thanh Hóa vươn xa hơn nữa.

Ông Trần Văn Tân - Giám đốc Công ty Cổ phần và Thương mại Phong Cách Mới tại Thanh Hóa đánh giá cao ý nghĩa thực tiễn của Phiên chợ quê, đem lại những giá trị thiết thực cho người nông dân, hợp tác xã và doanh nghiệp.

"Trong Phiên chợ quê, những sản phẩm nông nghiệp của địa phương Thanh Hóa nói riêng và Việt Nam nói chung được quảng bá rộng rãi. Thông qua sức ảnh hưởng của các nghệ sĩ và chương trình đã mang lại ý nghĩa cho những người nông dân, doanh nghiệp, hợp tác xã như chúng tôi" - Ông Tân cho biết.

Ông Tân bày tỏ hy vọng sẽ cùng "Về quê làm giàu", đưa các sản phẩm nông nghiệp của Thanh Hóa vươn xa hơn nữa.

"Chúng tôi hy vọng rằng, thông qua chương trình, những sản phẩm nông nghiệp của tỉnh Thanh Hóa và Việt Nam sẽ vươn xa,





được xuất khẩu ở nhiều nước hơn nữa trên thế giới.

Trong chương trình có những người trước nay tôi chỉ được thấy trên màn ảnh nhỏ, như MC Quyền Linh, ca sĩ Hari Won, hoa hậu Bùi Quỳnh Hoa hay diễn viên Long Vũ, ca sĩ Jack - J97, nhưng nay có cơ hội được trực tiếp gặp gỡ.

Rất cảm ơn chương trình 'Về quê làm giàu' đã tạo cho Thanh Hóa, cho Quảng Xương, cho các doanh nghiệp và bà con có cơ hội để đưa những sản phẩm nông sản của tỉnh vươn xa, bay xa hơn nữa" - Ông Tân chia sẻ.

Chương trình "Về quê làm giàu" không chỉ dừng lại ở việc giới thiệu sản vật hay giao lưu nghệ sĩ, mà còn đóng vai trò như một cầu nối bền vững giữa người dân, doanh nghiệp và cộng đồng.

Những Phiên chợ quê như tại Quảng Xương cho thấy tiềm năng lớn của nông nghiệp

Thanh Hóa khi được tiếp sức bằng truyền thông hiện đại và tinh thần khởi nghiệp.

Hành trình tại xứ Thanh sẽ không chỉ dừng ở một sự kiện, mà là dấu ấn cho thấy khát vọng vươn xa của nông sản địa phương, từ bàn tay người nông dân đến thị trường trong và ngoài nước.

Không chỉ tại Thanh Hóa, hành trình của "Về quê làm giàu" đã đi qua 8 tỉnh, thành trên khắp cả nước (theo đơn vị hành chính cũ): Hưng Yên, Hải Dương, Quảng Ninh, Quảng Nam, Huế, Đà Nẵng, Hà Tĩnh.

Hoạt động livestream quảng bá sản vật, Phiên chợ quê của chương trình có gần 100 doanh nghiệp địa phương tham gia. Từ đó góp phần lan tỏa hình ảnh nông thôn Việt Nam với những cơ hội để làm giàu ngay trên chính mảnh đất quê hương.



HALOTIMES MONG MUỐN HỢP TÁC CÁC TRÍ THỨC TRẺ TOÀN CẦU ĐỂ PHÁT TRIỂN VĂN HÓA TRUYỀN THỐNG

Chí Phú

Halotimes - đối tác truyền thông chính thức của Diễn đàn Trí thức trẻ Việt Nam toàn cầu lần thứ VI - 2025, kêu gọi trí thức trẻ toàn cầu cùng hợp tác trong các dự án công nghệ, lan tỏa văn hóa truyền thống Việt Nam ra thế giới.

Tại Diễn đàn Trí thức trẻ Việt Nam toàn cầu lần thứ VI - 2025, diễn ra từ ngày 19/7 tại Đại học VinUni, Hà Nội, Tập đoàn truyền thông Halotimes (Halotimes) đã đưa ra lời mời gọi đầy cảm hứng đến trí thức trẻ toàn cầu.

Ông Lê Văn Thương, CEO Halotimes, đã trình bày tham luận và kêu gọi hợp tác để đưa văn hóa Việt Nam vươn xa. Với tầm nhìn “Hồn xưa - Tinh thần mới”, Halotimes mong muốn cùng trí thức trẻ biến di sản Việt thành sức mạnh mềm quốc tế.

Tại phiên thảo luận nhóm về "Phát triển nền tảng văn hóa, giáo dục trong kỷ nguyên mới" trong khuôn khổ diễn đàn, ông Thương nhấn mạnh rằng: “Chúng ta hãy đưa văn hóa, đưa cái hồn cốt của dân tộc này lan tỏa ra thế giới bằng khoa học công nghệ, bằng chuyển đi Việt Nam”. Theo ông, giáo dục không nên chỉ chạy theo công nghệ mà cần khơi dậy tinh thần con người, nhất là tinh thần Việt. Từ đó, văn hóa truyền thống sẽ không chỉ là thứ để gìn giữ, mà cần được biến thành tài sản, thành ngành công nghiệp nội dung, tạo ra giá trị kinh tế và ảnh hưởng đến toàn cầu.

CEO Thương cũng bày tỏ quan điểm về việc đưa văn hóa thành ngành công nghiệp giống như cách Hàn Quốc từng phát triển công nghiệp văn hóa để kéo theo cả nền kinh tế. “Chúng ta ai cũng muốn giữ nghề truyền thống, nhưng nếu không biến nó thành thu nhập thì nó sẽ mất đi. Nếu nghề ấy tạo ra



Ông Lê Văn Thương, CEO Tập đoàn Truyền thông Halotimes, đơn vị bảo trợ truyền thông cho Diễn đàn Trí thức trẻ Việt Nam toàn cầu lần thứ VI - 2025.

lợi nhuận, thế hệ sau sẽ tự động tiếp nối”, CEO Halotimes chia sẻ. Ông cho rằng, văn hóa là thứ được truyền từ thế hệ này sang thế hệ khác, từ đó mới hình thành nên một bản sắc bền vững.

Đặc biệt, ông Thương cảnh báo về sự “xâm chiếm văn hóa” và những đứt gãy trong giao tiếp gia đình hiện nay do ảnh hưởng từ công nghệ. Ông nói: “Những đứa trẻ 5 tuổi, 10 tuổi suốt ngày cúi xuống điện thoại. Lễ nghĩa, giao tiếp, những văn hóa truyền thống đơn giản đang dần mất đi”. Từ đó, ông nhấn mạnh vai trò của giáo dục trong việc khơi gợi trí tưởng tượng, phát triển tư duy cảm xúc, những điều thuộc về não phải, đang dần bị bỏ quên trong kỷ nguyên công nghệ.

Bằng câu hỏi: “Làm sao để văn hóa Việt Nam trở thành nhịp cầu kết nối thế giới?”,

CEO Lê Văn Thương thôi thúc trí thức trẻ toàn cầu hãy cùng tham gia các dự án nhân văn của Halotimes.

Với mạng lưới quốc tế và sự nhạy bén công nghệ, các bạn trẻ có thể đưa áo dài, dân ca

hay nghi lễ Việt Nam đến khán giả toàn cầu. Halotimes cam kết cung cấp nền tảng, tài nguyên và hỗ trợ để hiện thực hóa những ý tưởng sáng tạo này.



Từ loạt chương trình truyền hình thực tế đến nền tảng năm 2025 cho thấy nỗ lực bền bỉ trong hành trình kết nối giá trị Việt với thế giới.

Văn hóa Việt Nam, từ ẩm thực tinh tế, nghệ thuật dân tộc đến nghi lễ tâm linh, là kho tàng quý giá sẵn sàng chinh phục thế giới. Trí thức trẻ toàn cầu, với hiểu biết về thị trường quốc tế, là lực lượng then chốt để biến di sản thành sản phẩm giáo dục và kinh tế. Halotimes mời gọi các bạn hợp tác, sử dụng công nghệ hiện đại để vượt qua rào cản ngôn ngữ và địa lý, đưa văn hóa Việt đến mọi góc thế giới.

Cộng đồng Việt kiều tại Mỹ, Nhật Bản hay châu Âu vẫn gìn giữ bản sắc qua Tết cổ truyền, áo dài và dân ca. Nhưng để những giá trị này vươn xa, cần các dự án sáng tạo kết nối cộng đồng quốc tế. Halotimes đề xuất hợp tác với trí thức trẻ để xây dựng các nền tảng số, tổ chức festival và hội chợ, biến văn hóa Việt thành cầu nối văn minh toàn cầu.



Chương trình “Về quê làm giàu”, do Halotimes sản xuất, là một minh chứng cho sức mạnh của hợp tác. Chương trình kết nối trí thức trẻ với làng nghề như nước mắm Ba Làng, Thanh Hóa, sử dụng livestream và thương hiệu số để quảng bá. Halotimes mời trí thức trẻ toàn cầu cùng tham gia, đưa các sản phẩm truyền thống như mây tre đan hay lụa Vạn Phúc đến hội chợ quốc tế.

Một dự án khác, “Châu văn remix”, do Halotimes phối hợp với người trẻ, lan tỏa đạo Mẫu qua âm nhạc hiện đại. Trí thức trẻ toàn cầu có thể hợp tác với Halotimes để mang châu văn hay nhã nhạc đến các festival âm nhạc quốc tế, từ Tokyo đến New York, khơi dậy sự tò mò về văn hóa Việt.

“Trạm Phát sóng +84”, gameshow do Halotimes sản xuất, khuyến khích sáng tạo từ trò chơi dân gian như ô ăn quan hay rồng rắn lên mây. Halotimes kêu gọi trí thức trẻ toàn cầu tham gia, đưa format này ra cộng đồng Việt kiều qua livestream quốc tế, giới thiệu văn hóa Việt đến khán giả thế giới.

“Olympic Triết học Việt Nam”, do Halotimes tổ chức, mang tư tưởng Trần Nhân Tông, Nguyễn Trãi đến giới trẻ qua hình thức nhập vai. Cuộc thi này là cơ hội để trí thức trẻ toàn cầu quảng bá triết lý Việt Nam tại các trường đại học quốc tế. Halotimes mời các bạn hợp tác, phát triển nội dung số để đưa cuộc thi lên các nền tảng như YouTube, truyền cảm hứng về cội nguồn văn hóa.

Để hiện thực hóa lời mời gọi, Halotimes đề xuất bốn nhóm giải pháp hợp tác với trí thức trẻ toàn cầu, bao gồm:

1. Giáo dục trải nghiệm: Đưa văn hóa Việt Nam đến cộng đồng quốc tế qua workshop áo

dài tại các trường đại học ở Mỹ hay châu Âu, lớp học dân ca Quan họ trên Zoom, và trải nghiệm nghi lễ Chùa Hương bằng công nghệ VR. Halotimes hỗ trợ nền tảng livestream và nội dung số để các dự án này lan tỏa rộng rãi.

2. Khuyến khích sáng tạo: Thông qua cuộc thi phim ngắn “Việt Nam trong tôi”, mời trí thức trẻ sản xuất phim về ẩm thực, làng nghề hay lễ hội, được Halotimes phân phối trên YouTube, TikTok. Các bạn cũng có thể tham gia dự án remix dân ca hay phát triển game mobile về trò chơi dân gian, với sự tài trợ sản xuất từ Halotimes, nhằm chinh phục khán giả quốc tế.

3. Chuyển đổi số văn hóa: Bằng cách xây dựng thư viện số về di sản Việt Nam, từ làng gốm Bát Tràng đến nhã nhạc cung đình. Trí thức trẻ toàn cầu có thể dùng dữ liệu này để tạo nội dung TikTok, tổ chức livestream làng nghề tại hội chợ quốc tế, hoặc phát triển ứng dụng AR tái hiện Hoàng thành Thăng Long. Halotimes cung cấp công nghệ và nền tảng để đảm bảo tiếp cận khán giả toàn cầu.

4. Liên kết cộng đồng toàn cầu: Bằng cách tổ chức festival “Việt Nam toàn cầu” tại New York, Tokyo hay Paris, trình diễn áo dài, ẩm thực và dân ca. Halotimes kêu gọi trí thức trẻ tham gia hội chợ sản phẩm truyền thống như mây tre đan Phú Vinh, hoặc gia nhập mạng lưới trí thức trẻ văn hóa để chia sẻ ý tưởng. Halotimes hỗ trợ tài trợ và logistics để biến ý tưởng thành hiện thực.

Halotimes tin rằng trí thức trẻ toàn cầu là ngọn lửa thấp sáng hồn xưa Việt Nam. Văn hóa là nhịp cầu kết nối thế giới, là mầm xanh cho tương lai. “Văn hóa là câu trả lời lâu dài để đưa Việt Nam ra thế giới và trí thức trẻ là người cầm ngọn đuốc”, CEO Lê Văn Thương khẳng định. Halotimes cam kết đồng hành, mang đến công nghệ và tài nguyên để cùng các bạn trẻ hiện thực hóa giấc mơ văn hóa.

Trí thức trẻ Việt Nam toàn cầu, hãy cùng Halotimes đưa áo dài, dân ca và di sản Việt Nam chạm đến trái tim thế giới. Hãy tham gia ngay các dự án của Halotimes để cùng viết nên một câu chuyện Việt Nam đầy tính nhân văn trong kỷ nguyên hội nhập mới này!