TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Báo chí bảo vệ thương hiệu giữa “ma trận”” hàng giả

07:00 12/06/2025

Giờ đây, việc bảo vệ thương hiệu, chống hàng giả - đã trở thành yêu cầu cấp thiết đối với cộng đồng doanh nghiệp. Xung quanh vấn đề này, Phó chủ tịch thường trực Hiệp hội Chống hàng giả và Bảo vệ thương hiệu Việt Nam (VATAP), Chủ tịch HĐQT Công ty CP Đầu tư NBG HOLDINGS, Phó chủ tịch HĐQT, Phụ trách đầu tư và đối ngoại - Công ty CP Đầu tư NBG HIGHTEC, Phạm Xuân Vinh đã có cuộc trò chuyện cùng phóng viên.



Doanh nhân Phạm Xuân Vinh

Xin ông cho biết, vai trò của báo chí trong công tác tuyên truyền chống hàng giả và bảo vệ thương hiệu đến đâu?

Hàng giả, hàng nhái là vấn đề nhức nhối trong nền kinh tế hiện đại, đặc biệt trong bối cảnh Việt Nam ngày càng trở thành thị trường hấp dẫn với các doanh nghiệp trong và ngoài nước.

Tuy nhiên, không phải ai cũng hiểu rõ tác hại sâu rộng của việc tiêu thụ hàng giả - từ ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe, quyền lợi người tiêu dùng, cho đến sự méo mó của môi trường kinh doanh và thiệt hại đối với nền kinh tế.

Công tác chống hàng giả, bảo vệ thương hiệu, không chỉ là nhiệm vụ của các cơ quan chức năng hay của riêng doanh nghiệp, mà còn là trách nhiệm của mỗi công dân và toàn xã hội.

Trong cuộc chiến này, báo chí giữ vai trò đặc biệt quan trọng. Báo chí không chỉ đưa tin về các vụ việc vi phạm, mà còn giúp lan tỏa nhận thức, tạo sức ép dư luận đối với các hành vi sản xuất, buôn bán hàng giả, hàng nhái. Nhờ đó, báo chí vừa là kênh thông tin, vừa là công cụ định hướng xã hội, giúp người dân hiểu rõ và chủ động tránh xa hàng giả, hàng nhái, lựa chọn tiêu dùng có trách nhiệm.

Báo chí là cầu nối giữa doanh nghiệp và người tiêu dùng, phản ánh tiếng nói của những thương hiệu làm ăn chân chính; chia sẻ những khó khăn của doanh nghiệp khi đối mặt với nạn hàng giả, hàng nhái, cũng như những sáng kiến, giải pháp trong việc bảo vệ thương hiệu.

Đặc biệt, báo chí góp phần thúc đẩy các cơ quan quản lý vào cuộc quyết liệt hơn, thông qua việc phản ánh kịp thời các vụ việc, theo dõi tiến độ xử lý và chất vấn trách nhiệm.

Trong bối cảnh hàng giả, hàng nhái đang len lỏi vào mọi ngóc ngách của thị trường - từ hàng tiêu dùng thiết yếu đến các mặt hàng xa xỉ như nước hoa, mỹ phẩm, thời trang..., vai trò của báo chí không chỉ dừng lại ở việc đưa tin, mà góp phần hình thành ý thức xã hội và tạo áp lực dư luận lên các hành vi vi phạm.

Tác động của hàng giả, hàng nhái là vô cùng nghiêm trọng.

Trước hết, nó gây thiệt hại trực tiếp cho các doanh nghiệp làm ăn chân chính - từ sụt giảm doanh thu, mất uy tín, đến việc buộc phải tăng chi phí để đối phó, kiểm soát thị trường và bảo vệ thương hiệu.

Tiếp đến, người tiêu dùng bị lừa dối, tổn thất về tiền bạc, rủi ro về sức khỏe. Hàng giả làm xói mòn niềm tin xã hội, khiến môi trường kinh doanh méo mó, nhà đầu tư e ngại. Nếu không kiểm soát tốt, vấn nạn này có thể ảnh hưởng đến

cả năng lực cạnh tranh quốc gia trong dài hạn.

Tôi cho rằng, báo chí là một trong những "lực lượng tuyến đầu", đóng vai trò cực kỳ quan trọng trong việc nâng cao nhận thức xã hội, cảnh báo người tiêu dùng, thúc đẩy sự vào cuộc của các cơ quan chức năng và tạo môi trường minh bạch cho doanh nghiệp phát triển.

Thực tế đã chứng minh, nhiều vụ việc nổi cộm - chỉ thực sự được xử lý một cách ráo riết khi báo chí vào cuộc mạnh mẽ, tạo áp lực xã hội và chính trị cần thiết.

Đây là một cuộc chiến lâu dài, bởi lợi nhuận từ hàng giả rất lớn, trong khi chế tài còn chưa đủ sức răn đe. Nhiều đối tượng sẵn sàng thay đổi thủ đoạn, chuyển địa điểm, dùng công nghệ in ấn tinh vi để đánh lừa người tiêu dùng và qua mặt lực lượng kiểm tra.

Tôi rất mong, báo chí tiếp tục đi đầu trong việc truyền thông một cách hệ thống, không chỉ đưa tin sự vụ, mà còn kết nối các chiều cạnh: Quyền lợi người tiêu dùng - nỗ lực của doanh nghiệp - trách nhiệm của cơ quan quản lý.

Chúng ta cần thêm nhiều phóng sự điều tra, bài viết phân tích sâu, đồng thời lan tỏa các câu chuyện tích cực như những doanh nghiệp áp dụng công nghệ chống giả hay mô hình cộng đồng tiêu dùng thông minh, hợp tác cùng nhà sản xuất.

Đặc biệt, tôi mong báo chí phối hợp chặt chẽ hơn nữa với Hiệp hội Chống hàng giả và Bảo vệ thương hiệu Việt Nam (VATAP) - tổ chức xã hội nghề nghiệp hoạt động, nhằm hỗ trợ doanh nghiệp bảo vệ tài sản trí tuệ, thương hiệu và đấu tranh với các hành vi sản xuất, buôn bán hàng giả, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ tại Việt Nam và các tổ chức bảo vệ thương hiệu khác - hình thành lên một "cơ chế phản ứng nhanh" - nơi thông tin, phản ánh từ doanh nghiệp và người tiêu dùng được ghi nhận và xử lý kịp thời.



Lực lượng Quản lý thị trường kiểm tra hàng hóa

Ông có thể cho biết cụ thể hơn về những hoạt động của Hiệp hội Chống hàng giả và Bảo vệ thương hiệu Việt Nam trong việc phối hợp với báo chí, để nâng cao nhận thức của cộng đồng trong đấu tranh chống hàng giả, hàng nhái?

Hiệp hội Chống hàng giả và Bảo vệ thương hiệu Việt Nam (VATAP) luôn coi báo chí là một đối tác chiến lược trong công tác bảo vệ thương hiệu và chống hàng giả. Với mục tiêu đấu tranh chống lại các hành vi sản xuất và tiêu thụ hàng giả, chúng tôi nhận thấy rằng, nếu không có sự tham gia của báo chí, công tác này sẽ khó đạt được hiệu quả như mong đợi.

Một trong những hoạt động nổi bật mà chúng tôi thực hiện đó là phối hợp với các cơ quan báo chí, tổ chức các chiến dịch truyền thông, nâng cao nhận thức của cộng đồng về nguy cơ và tác hại của hàng giả. Thông qua các bài viết, phóng sự, chương trình truyền hình, báo chí đã giúp chúng tôi đưa ra những thông điệp mạnh mẽ về tác hại của việc tiêu thụ hàng giả, không chỉ đối với doanh nghiệp, mà còn đối với sức khỏe và quyền lợi của người tiêu dùng.

Chúng tôi thường xuyên tổ chức những buổi tọa đàm, hội thảo với sự tham gia của các chuyên gia, nhà báo và đại diện các cơ quan chức năng. Báo chí giúp chúng tôi ghi lại các thông điệp quan trọng từ những sự kiện này - đưa ra những phân tích và giải pháp, nhằm nâng cao hiệu quả của công tác bảo vệ thương

hiệu.

Báo chí còn giúp chúng tôi theo dõi và đưa ra những thông tin kịp thời về các vụ việc sản xuất và tiêu thụ hàng giả. Ví dụ, khi các cơ quan chức năng tiến hành các đợt truy quét các cơ sở sản xuất hàng giả, báo chí không chỉ đưa tin, mà còn cung cấp những thông tin chi tiết về quy trình, cách thức hoạt động của các đối tượng làm hàng giả, giúp nâng cao nhận thức của cộng đồng về vấn đề này.

Có rất nhiều câu chuyện thành công mà chúng tôi đã cùng báo chí chia sẻ trong công tác này. Một trong những vụ việc đáng chú ý là chiến dịch chống hàng giả trong ngành dược phẩm. Trong một số vụ việc lớn, các cơ quan báo chí đã vào cuộc điều tra và phát hiện ra một đường dây sản xuất thuốc giả quy mô lớn. Báo chí đã cung cấp những thông tin chi tiết về cách thức hoạt động của các đối tượng này, từ khâu sản xuất đến việc phân phối trên thị trường.

Nhờ sự vào cuộc của báo chí, các cơ quan chức năng đã kịp thời điều tra và triệt phá đường dây đó, bảo vệ được quyền lợi của hàng triệu người tiêu dùng và các doanh nghiệp dược phẩm uy tín. Các bài báo, phóng sự và chương trình truyền hình, đã giúp nâng cao nhận thức cộng đồng về sự nguy hiểm của việc sử dụng thuốc giả, đồng thời tạo ra áp lực xã hội lớn đối với các cơ quan chức năng trong việc xử lý các vi phạm.

Ngoài ra, trong ngành thực phẩm, lực lượng chức năng đã cùng báo chí tổ chức các chiến dịch tuyên truyền về việc phân biệt hàng thật - giả, nhất là các sản phẩm thực phẩm chức năng. Các bài viết trên báo chí, đã giúp người tiêu dùng hiểu rõ hơn về các dấu hiệu nhận biết sản phẩm thật, sản phẩm giả, đồng thời giúp các doanh nghiệp có uy tín bảo vệ thương hiệu của mình trước sự xâm phạm của hàng giả.



Ông có thể chia sẻ đôi nét về Công ty CP Đầu tư NBG HIGHTECH và theo ông, doanh nghiệp cần làm gì để bảo vệ thương hiệu, chống hàng giả?

Công ty CP Đầu tư NBG HIGHTECH là một doanh nghiệp công nghệ tiên phong tại Việt Nam, trực thuộc Tập đoàn NBG. Công ty chuyên cung cấp các giải pháp công nghệ cao, nhằm thúc đẩy chuyển đổi số cho các cơ quan nhà nước và doanh nghiệp.

NBG HIGHTECH đặt sứ mệnh "kiến tạo tương lai nền công nghệ Việt Nam" làm trọng tâm, tập trung vào việc phát triển các giải pháp công nghệ thông minh, giúp nâng cao hiệu quả vận hành, bảo mật dữ liệu và thúc đẩy tăng trưởng bền vững trong kỷ nguyên số.

Công ty cung cấp đa dạng các dịch vụ và giải pháp công nghệ, như:

Chuyển đổi số & tư vấn chiến lược số: Hỗ trợ xây dựng lộ trình số hóa toàn diện cho tổ chức;

Hạ tầng & giải pháp AI, IoT: Tối ưu hóa quy trình và trải nghiệm công nghệ thông minh;

Nền tảng & dịch vụ Hybrid Cloud: Cung cấp hạ tầng linh hoạt, bảo mật cao;

Giải pháp Blockchain: Phát triển hệ thống giao dịch số minh bạch, truy xuất nguồn gốc, chống hàng giả...

Để chống hàng giả hiệu quả trong bối cảnh đất nước đang trong giai đoạn chuyển đổi số mạnh mẽ, các doanh nghiệp cần nghĩ tới tầm quan trọng của việc đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số thông minh trong công tác bảo vệ thương hiệu và chống hàng giả. Công nghệ số hiện nay - là một trong những công cụ mạnh mẽ giúp các doanh nghiệp nâng cao năng lực giám sát, kiểm soát sản phẩm và truy xuất nguồn gốc hiệu quả.

Việc áp dụng các giải pháp công nghệ như tem điện tử, mã QR, hệ thống quản lý chuỗi cung ứng thông minh..., sẽ giúp doanh nghiệp chủ động phát hiện, ngăn chặn hàng giả, hàng nhái từ giai đoạn sản xuất đến phân phối. Đồng thời, công nghệ còn giúp tăng cường sự minh bạch, tạo niềm tin cho người tiêu dùng khi họ có thể kiểm tra trực tiếp thông tin sản phẩm qua điện thoại hoặc các thiết bị thông minh.

Việc chuyển đổi số trong công tác bảo vệ thương hiệu, không chỉ là xu hướng, mà đã trở thành yếu tố sống còn trong môi trường cạnh tranh khốc liệt hiện nay. Doanh nghiệp nào nắm bắt tốt công nghệ, sẽ có lợi thế lớn trong cuộc chiến chống hàng giả.

Bên cạnh đó, đối với người tiêu dùng, cần mua hàng tại các địa chỉ uy tín, để tránh mua phải hàng giả, hàng nhái; kiểm tra kỹ thông tin sản phẩm. Việc đọc kỹ nhãn mác, hạn sử dụng, mã vạch và các thông tin liên quan - là bước quan trọng giúp phát hiện sản phẩm không rõ nguồn gốc, hoặc đã bị làm giả.

Mỗi người tiêu dùng - chính là một “người gác cửa” đầu tiên trong cuộc chiến chống hàng giả. Người tiêu dùng cần nâng cao nhận thức, cẩn trọng trong việc chọn lựa sản phẩm; đồng thời tích cực thông tin đến cơ quan chức năng khi phát hiện các trường hợp nghi ngờ hàng giả, hàng nhái, để kiểm tra, xử lý vi phạm kịp thời, góp phần bảo vệ cộng đồng và thị trường.

Việc chống hàng giả, không thể chỉ dựa vào nỗ lực của riêng ngành chức năng hay doanh nghiệp, mà cần sự phối hợp chặt chẽ giữa các bên: Cơ quan quản lý, doanh nghiệp, người tiêu dùng và cả người nổi tiếng trong lĩnh vực truyền thông, quảng cáo. Cùng với đó, chúng ta cần nâng cao trách nhiệm pháp lý, xử lý nghiêm minh các hành vi vi phạm, để răn đe và ngăn chặn hiệu quả...



Phó chủ tịch thường trực Hiệp hội Chống hàng giả và Bảo vệ thương hiệu Việt Nam (VATAP) Phạm Xuân Vinh (bìa phải) thay mặt lãnh đạo Hiệp hội VATAP vinh danh doanh nghiệp đạt thương hiệu Vàng

Nhân dịp Kỷ niệm 100 năm Ngày Báo chí cách mạng Việt Nam (21/6/1925 - 21/6/2025), tôi xin gửi lời chúc mừng và tri ân sâu sắc tới tất cả các nhà báo nói chung và lãnh đạo, Ban Biên tập, cán bộ, phóng viên, biên tập viên, cộng tác viên và người lao động Tạp chí Thương hiệu & Công luận nói riêng. Báo chí là lực lượng quan trọng trong việc đấu tranh vì sự thật, bảo vệ quyền lợi chính đáng của người tiêu dùng và doanh nghiệp, đặc biệt trong công tác chống hàng giả và bảo vệ thương hiệu.

Tôi mong rằng, trong thời gian tới, báo chí sẽ tiếp tục đồng hành cùng chúng tôi trong cuộc chiến chống hàng giả, xây dựng thương hiệu và bảo vệ sức khỏe cộng đồng, tạo ra một môi trường kinh doanh minh bạch và lành mạnh.

Chúc các bạn sức khỏe, thành công và tiếp tục giữ vững vai trò quan trọng trong xã hội.

Trân trọng cảm ơn Phó chủ tịch!

Nguyễn Kiên *(thực hiện)*