

Cảnh báo từ Bộ Công Thương: Mỹ phẩm “dỏm” tràn lan trên sàn thương mại điện tử

09:34 26/08/2025

Mặc dù thương mại điện tử (TMĐT) đang bùng nổ, nhưng vấn nạn mỹ phẩm giả, kém chất lượng lại trở thành một bài toán quản lý đầy nhức nhối. Tại hội thảo "Mỹ phẩm: Từ công bố, sản xuất đến đảm bảo chất lượng", bà Lê Thị Hà, Trưởng phòng Quản lý Hoạt động TMĐT, Cục TMĐT và Kinh tế số (Bộ Công Thương) đã đưa ra nhiều cảnh báo và đề xuất các giải pháp để siết chặt kiểm soát.

Thị trường mỹ phẩm trực tuyến đang có sức hấp dẫn lớn đối với người tiêu dùng, đặc biệt là giới trẻ. Theo khảo sát của Bộ Công Thương, có hơn 60% người tiêu dùng lựa chọn mua sắm mỹ phẩm qua các sàn TMĐT như Shopee, TikTok Shop. Tuy nhiên, sự bùng nổ này đang kéo theo nhiều hệ lụy nghiêm trọng. Mỹ phẩm giả, nhái, không rõ nguồn gốc đang núp bóng tuần ra thị trường, gây nguy cơ trực tiếp đến sức khỏe người sử dụng.

Bài toán quản lý: Thiếu khung pháp lý và hậu kiểm

Bà Hà cho biết, việc kiểm soát mỹ phẩm trên các sàn TMĐT đang gặp nhiều khó khăn. Các văn bản pháp lý hiện hành, như Nghị định 52/2013 và Nghị định 85/2021 về TMĐT, hay Nghị định 93/2016 về quản lý mỹ phẩm, mới chỉ đặt nền tảng cơ bản, còn nhiều khoảng trống khi áp dụng vào môi trường trực tuyến phức tạp.



Bà Lê Thị Hà, Trưởng Phòng Quản lý Hoạt động TMĐT, Cục TMĐT và Kinh tế số (Bộ Công Thương) chia sẻ tại Hội thảo. Ảnh: Báo Tiền Phong

Một trong những thách thức lớn nhất là tính xác thực của hồ sơ pháp lý. Người bán hàng khi tham gia sàn chỉ cần nộp giấy tờ công bố sản phẩm, nhưng các giấy tờ này rất dễ bị làm giả. Bà Hà cảnh báo, chỉ cần chỉnh sửa thông tin, thay đổi ngày công bố hay số lô sản xuất, kẻ xấu đã có thể tạo ra bộ hồ sơ "hợp pháp" trên giấy tờ, trong khi các sàn TMĐT lại thiếu cơ chế kiểm chứng chéo.

Ngoài ra, công tác hậu kiểm vẫn chủ yếu dựa trên các đoàn thanh tra, với quy mô quá nhỏ so với thị trường. Mỗi năm, cơ quan trung ương chỉ kiểm tra khoảng 40 đơn vị, trong khi cả nước có tới 60.000 sản phẩm mỹ phẩm được công bố. Khoảng cách này là cực lớn, khiến việc hậu kiểm truyền thống không thể bắt kịp tốc độ phát triển của TMĐT.

Đề xuất siết chặt bằng công nghệ và luật hóa

Để khắc phục những bất cập này, bà Hà đã đề xuất một loạt các giải pháp. Thứ nhất, cần sửa đổi Nghị định 93/2016 để bổ sung rõ trách nhiệm của người kinh doanh mỹ phẩm trên môi trường số. Người bán không thể chỉ nộp phiếu công bố mà phải công khai dữ liệu minh bạch để đối chiếu. Thứ hai, Bộ Công Thương đang chuẩn bị trình Quốc hội Luật Thương mại điện tử vào tháng 10/2025. Luật sẽ tạo khung pháp lý cao hơn, bao quát toàn diện các hoạt động mới nổi như livestream, tiếp thị liên kết và quảng cáo xuyên biên giới.



Một kho hàng mỹ phẩm giả ở Gia Lai được bán qua hình thức livestream trên mạng xã hội bị phát hiện và xử lý

Bên cạnh đó, cần triển khai cơ chế hậu kiểm trực tuyến thông qua việc xây dựng một cơ sở dữ liệu quốc gia về mỹ phẩm. Theo bà Hà, nếu có một cơ sở dữ liệu này, các cơ quan quản lý và các sàn TMĐT có thể đối chiếu nhanh chóng, phát hiện giấy tờ giả chỉ trong vài phút. Thứ ba, Bộ Công Thương sẽ tăng cường liên thông dữ liệu giữa các cơ quan quản lý như hải quan và Bộ Y tế. Bất kỳ nền tảng hay sản phẩm nào không đăng ký trên online.gov.vn sẽ không được nhập khẩu vào Việt Nam.

Song song đó, việc phân cấp cho địa phương cũng rất cần thiết. Các cơ quan Quản lý thị trường tại các tỉnh, thành phố phải thường xuyên kiểm tra các cửa hàng, cộng tác viên và điểm phân phối để ngăn chặn từ gốc.

Trong 6 tháng đầu năm 2024, Cục TMĐT đã xử lý, gỡ bỏ hơn 399 sản phẩm và 275 gian hàng vi phạm. Tuy nhiên, con số này chỉ là "muối bỏ bể" so với hàng chục nghìn sản phẩm mỹ phẩm trôi nổi. Bà Hà khẳng định, TMĐT đã trở thành một thị trường độc lập, vì vậy tư duy quản lý cũng cần thay đổi để theo kịp. Các chuyên gia tại hội thảo cũng đồng tình rằng, chỉ khi có cơ chế dữ liệu minh bạch, hậu kiểm trực tuyến và luật hóa toàn diện, mới có thể bảo vệ người tiêu dùng trước nạn mỹ phẩm "dỏm" đang lan tràn.

Thành Nam (t/h)