

"Chợ mạng" biến tướng: Khi hàng lậu, hàng giả "đường hoàng" lên livestream

14:49 07/06/2026

Bùng nổ livestream bán hàng đã mở ra cơ hội kinh doanh chưa từng có cho hàng triệu cá nhân và doanh nghiệp. Tuy nhiên, cùng với tốc độ tăng trưởng chóng mặt của thương mại điện tử, một thực trạng đáng lo ngại đang diễn ra khi nhiều loại hàng hóa không rõ nguồn gốc, xuất xứ len lỏi vào các phiên livestream, gây rủi ro cho người tiêu dùng và tạo ra sự cạnh tranh thiếu lành mạnh trên thị trường.

Liên tiếp phát hiện các vụ vi phạm

Chưa bao giờ việc mua sắm lại dễ dàng và mang tính giải trí cao đến thế tại Việt Nam. Chỉ với một chiếc điện thoại thông minh, người tiêu dùng có thể bị cuốn vào những phiên livestream kéo dài xuyên đêm, nơi các "KOL", "KOC" (người có sức ảnh hưởng) liên tục chốt đơn với tốc độ chóng mặt.

Theo báo cáo toàn cảnh thị trường thương mại điện tử (TMĐT) Việt Nam quý I/2026, doanh thu từ hình thức livestream shopping tại Việt Nam đã tăng trưởng vượt bậc, chiếm tới hơn 35% tổng doanh thu toàn ngành TMĐT. Những phiên live đạt doanh thu vài chục tỷ, thậm chí hàng trăm tỷ đồng không còn là hiện tượng hiếm gặp trên các nền tảng như TikTok Shop, Shopee Live hay Facebook.



Bạt ngàn các thương hiệu nước hoa nổi tiếng thế giới nằm la liệt trên nền nhà

Thế nhưng, tỷ lệ thuận với doanh số kỷ lục là sự gia tăng đáng báo động của các mặt hàng "ba không": Không nhãn mác, không nguồn gốc xuất xứ, và không chứng từ hóa đơn. Từ mỹ phẩm, thực phẩm chức năng, quần áo hàng hiệu cho đến đồ điện tử gia dụng... tất cả đều được gắn mác "hàng tuồn", "hàng xách tay cắt lô" hoặc "hàng thanh lý hải quan" để bán với giá rẻ bằng một phần ba, thậm chí một phần mười giá thị trường.

Theo số liệu thống kê mới nhất từ Tổng cục Quản lý thị trường (QLTT), chỉ tính riêng trong 5 tháng đầu năm 2026, lực lượng QLTT cả nước đã phát hiện và xử lý hơn 18.500 vụ vi phạm liên quan đến hàng giả, hàng lậu và xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ trên không gian mạng. Tổng số tiền xử phạt hành chính và giá trị hàng hóa tịch thu ước tính lên đến gần 250 tỷ đồng, tăng 42% so với cùng kỳ năm ngoái.

Người tiêu dùng trở thành nạn nhân

Sở dĩ hàng hóa không rõ nguồn gốc dễ dàng "len lỏi" và chốt đơn thành công trên livestream là nhờ vào những thủ đoạn thao túng tâm lý cực kỳ tinh vi của các streamer.

Chị Hoàng Thanh Thủy (28 tuổi, trú tại Đống Đa, Hà Nội) một "tín đồ" mua sắm trực tuyến chia sẻ trải nghiệm sập bẫy:

Tôi xem một phiên live có tích xanh, hot girl livestream khẳng định đây là kem dưỡng da chính hãng tuần kho từ nhà máy, giá gốc 800.000 đồng nhưng trên live chỉ bán 120.000 đồng vì xả lỗ. Dưới áp lực thời gian của streamer liên tục hối thúc 'chỉ còn 10 suất', 'không mua là hết', tôi đã xuống tiền. Khi nhận hàng thì bao bì lem nhem, mùi hóa chất nồng nặc. Quay lại hỏi thì tài khoản của tôi đã bị bên bán chặn."



Thời gian gần đây, hàng loạt vụ việc liên quan đến kinh doanh hàng hóa không rõ xuất xứ qua livestream đã bị cơ quan chức năng phát hiện.

Không chỉ lợi dụng hiệu ứng đám đông và tâm lý ham rẻ, các đối tượng kinh doanh bất chính còn dùng chiêu trò "treo đầu dê, bán thịt chó". Khi livestream, họ đưa ra sản phẩm chính hãng, sắc nét để giới thiệu; nhưng khi đóng gói gửi cho khách hàng, đó lại là những sản phẩm được gia công giá rẻ, kém chất lượng tại các kho hàng lậu vùng biên giới.

Theo các chuyên gia, livestream tạo ra hiệu ứng tâm lý mua hàng rất mạnh. Người xem thường bị cuốn theo các chương trình khuyến mại giới hạn thời gian, số lượng sản phẩm còn ít hoặc những lời khẳng định từ người bán mà không có đủ thời gian kiểm chứng thông tin.

Cần siết trách nhiệm của nền tảng và người bán

Trước thực trạng các hành vi gian lận thương mại có xu hướng chuyển dịch mạnh mẽ từ môi trường truyền thống sang không gian mạng, các lực lượng

chức năng đã bắt đầu thay đổi chiến thuật. Không còn chỉ đi kiểm tra thị trường theo cách truyền thống, lực lượng Quản lý thị trường (QLTT), Công an kinh tế và các cơ quan liên ngành đang đẩy mạnh công tác trinh sát công nghệ, "đột kích" vào các đại kho hàng chuyên phục vụ livestream.

Mới đây nhất, một vụ triệt phá kho hàng lậu quy mô lớn phục vụ livestream tại một tỉnh phía Bắc đã gây rúng động dư luận. Kho hàng rộng hơn 2.000 mét vuông chứa hàng vạn sản phẩm giả mạo các thương hiệu lớn như Nike, Adidas, Gucci... Chủ kho hàng là một hot TikToker có hàng triệu lượt theo dõi, mỗi ngày chốt trung bình từ 5.000 đến 8.000 đơn hàng thông qua hình thức livestream. Tại thời điểm kiểm tra, toàn bộ số hàng hóa này đều không có bất kỳ hóa đơn, chứng từ hợp pháp nào.



Vụ án kẹo rau Kera là lời cảnh báo đau lòng rằng khi lợi nhuận bị đặt cao hơn đạo đức, người tiêu dùng sẽ trở thành nạn nhân của những chiêu trò quảng cáo vô trách nhiệm trên nền tảng điện tử. Ảnh minh họa.

Trước những diễn biến phức tạp của hoạt động kinh doanh trực tuyến, cơ quan quản lý đang từng bước hoàn thiện hành lang pháp lý nhằm tăng cường kiểm soát hoạt động livestream bán hàng. Luật Thương mại điện tử 2025, có hiệu lực từ ngày 1/7/2026, đã bổ sung nhiều quy định mới về trách nhiệm của người bán và nền tảng cung cấp dịch vụ. Theo đó, người livestream bán hàng phải thực hiện xác thực danh tính, chịu trách nhiệm đối với nội dung quảng cáo và thông tin sản phẩm; đồng thời không được cung cấp thông tin sai lệch hoặc gây nhầm lẫn về nguồn gốc, chất lượng hàng hóa.

Song song với đó, các cơ quan chức năng đang đẩy mạnh công tác định danh người bán, truy xuất nguồn gốc hàng hóa và phối hợp với các nền tảng thương

mại điện tử trong việc phát hiện, ngăn chặn các hành vi vi phạm. Những biện pháp này được kỳ vọng sẽ góp phần siết chặt quản lý hoạt động kinh doanh trên môi trường số, hạn chế tình trạng hàng hóa không rõ nguồn gốc len lỏi vào các phiên livestream và bảo vệ tốt hơn quyền lợi người tiêu dùng.

Người tiêu dùng phải là "lá chắn" đầu tiên

Mặc dù các cơ quan chức năng đang nỗ lực siết chặt gọng kìm pháp lý, song cuộc chiến chống hàng giả trên không gian mạng không thể đạt hiệu quả tối đa nếu thiếu đi sự đồng hành của người tiêu dùng. Trong bối cảnh công nghệ thay đổi từng ngày, sự tỉnh táo của người mua chính là tuyến phòng vệ quan trọng nhất, là "lá chắn" đầu tiên ngăn chặn sự lây lan của hàng giả.

Người tiêu dùng cần từ bỏ tâm lý ham rẻ, cảnh giác trước những sản phẩm thương hiệu lớn nhưng lại được rao bán với mức giá thấp một cách bất thường trên các phiên phát trực tiếp. Khi thực hiện giao dịch, cần lựa chọn các gian hàng có uy tín, có chứng nhận chính hãng (Mall) hoặc các streamer có cam kết rõ ràng về hóa đơn, chính sách đổi trả.

Đồng thời, khi phát hiện các hành vi kinh doanh hàng hóa không rõ nguồn gốc, người tiêu dùng không nên im lặng bỏ qua, mà cần tích cực sử dụng quyền lực của mình: Bấm báo cáo vi phạm lên hệ thống của nền tảng và phản ánh tới các cơ quan bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng.

Livestream bán hàng là một xu thế tất yếu, mang lại nhiều giá trị tích cực cho nền kinh tế số và hỗ trợ tiêu thụ hàng hóa rất tốt. Tuy nhiên, để xu thế này phát triển bền vững, môi trường mạng cần phải được làm sạch. Việc loại bỏ hàng hóa không rõ nguồn gốc khỏi các phiên livestream không chỉ bảo vệ quyền lợi, sức khỏe của người tiêu dùng, mà còn bảo vệ uy tín của những doanh nghiệp làm ăn chân chính, tạo dựng một hệ sinh thái thương mại điện tử minh bạch và an toàn tại Việt Nam.

Minh Thành