

Chung tay xây dựng thị trường mỹ phẩm minh bạch, bảo vệ người tiêu dùng

10:00 27/05/2026

Trong bối cảnh thị trường mỹ phẩm trong nước đang phát triển mạnh mẽ nhưng cũng đối mặt với không ít thách thức liên quan đến hàng giả, quảng cáo sai sự thật và yêu cầu minh bạch nguồn gốc sản phẩm, Hội thảo “Phát triển thị trường tiêu dùng trong nước đối với ngành hàng hóa mỹ phẩm” được kỳ vọng sẽ tạo diễn đàn kết nối, trao đổi giải pháp thúc đẩy ngành mỹ phẩm phát triển theo hướng bền vững, chuyên nghiệp và minh bạch hơn.



Ảnh minh họa

Theo kế hoạch, hội thảo sẽ diễn ra ngày 19/6/2026 tại Trung tâm Triển lãm Việt Nam (VEC), với sự tham gia của đông đảo đại diện cơ quan quản lý nhà nước, hiệp hội ngành hàng, doanh nghiệp sản xuất, phân phối cùng các hệ thống bán lẻ hiện đại. Dự kiến chương trình thu hút khoảng 150-200 đại biểu tham dự.

Hội thảo được tổ chức nhằm tăng cường kết nối giữa các cơ quan quản lý, doanh nghiệp và hệ thống phân phối; đồng thời hỗ trợ doanh nghiệp mỹ phẩm

nâng cao năng lực quản trị, phát triển thị trường theo hướng minh bạch, bền vững và tuân thủ các quy định của pháp luật.

Trong khuôn khổ chương trình, nhiều nội dung thiết thực gắn với thực tiễn hoạt động sản xuất, kinh doanh mỹ phẩm sẽ được đưa ra trao đổi, thảo luận. Đáng chú ý là chuyên đề “Hàng thật - hàng giả và minh bạch nguồn gốc hàng hóa”, tập trung hỗ trợ doanh nghiệp nhận diện các nguy cơ liên quan đến hàng giả, hàng nhái, hàng không rõ nguồn gốc; đồng thời hướng dẫn hoàn thiện các điều kiện cần thiết để hàng hóa lưu thông minh bạch trên thị trường.

Thông qua chuyên đề này, các doanh nghiệp cũng sẽ có thêm giải pháp nâng cao năng lực tự kiểm soát, chủ động phối hợp với cơ quan chức năng trong việc phát hiện, xử lý các hành vi vi phạm, góp phần bảo vệ thương hiệu và quyền lợi người tiêu dùng.

Bên cạnh vấn đề chống hàng giả, hội thảo còn dành nhiều thời lượng trao đổi về chuyên đề “Minh bạch thông tin, quảng cáo, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong ngành hàng hóa mỹ phẩm”. Nội dung tập trung vào việc chuẩn hóa hoạt động quảng cáo, truyền thông số theo đúng bản chất sản phẩm và đúng quy định pháp luật.

Đây được xem là vấn đề đặc biệt được quan tâm trong bối cảnh hoạt động kinh doanh mỹ phẩm trên nền tảng số ngày càng phát triển mạnh, kéo theo nhiều rủi ro về quảng cáo thổi phồng công dụng, thông tin sai lệch hoặc gây hiểu nhầm cho người tiêu dùng. Việc xây dựng môi trường truyền thông minh bạch không chỉ giúp doanh nghiệp phát triển bền vững mà còn góp phần củng cố niềm tin của người tiêu dùng đối với sản phẩm mỹ phẩm trong nước.



CỤC QUẢN LÝ VÀ PHÁT TRIỂN
THỊ TRƯỜNG TRONG NƯỚC
AGENCY FOR DOMESTIC MARKET SURVEILLANCE AND DEVELOPMENT

HỘI THẢO CHUYÊN ĐỀ

“PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG TIÊU DÙNG TRONG NƯỚC ĐỐI VỚI NGÀNH HÀNG HÓA MỸ PHẨM”



BÁO CÁO VIÊN

MR. TRẦN VIỆT HÙNG

Trưởng phòng Nghiệp vụ quản lý thị trường, Cục Quản lý và Phát triển thị trường trong nước, Bộ Công Thương.



BÁO CÁO VIÊN

MR. PHAN THẾ THẮNG

Phó Trưởng Ban Bảo vệ người tiêu dùng, Ủy ban Canh tranh Quốc gia, Bộ Công Thương



BÁO CÁO VIÊN

MS. ĐOÀN THỊ HƯƠNG THANH

Phó Chủ tịch thường trực Hiệp hội các nhà bán lẻ Việt Nam, Giám đốc Khối Pháp chế, Công ty Cổ phần Dịch vụ thương mại tổng hợp WinCommerce, Massan Group

CHUYÊN ĐỀ 1

Hàng thật – hàng giả và minh bạch nguồn gốc hàng hóa

CHUYÊN ĐỀ 2

Minh bạch thông tin, quảng cáo, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong ngành hàng hóa mỹ phẩm

CHUYÊN ĐỀ 3

Phân phối – vai trò và giải pháp phát triển thị trường trong nước bền vững

ĐƠN VỊ TỔ CHỨC: HOÀNG TÚ HOLDINGS

19.06
2026

VEC - Trung tâm Triển lãm Việt Nam

Đường Cầu Tứ Liên Trường Sa, Đông Anh, Hà Nội

Ngoài ra, chuyên đề “Phân phối - vai trò và giải pháp phát triển thị trường trong nước bền vững” sẽ giúp doanh nghiệp tiếp cận các tiêu chí của hệ thống phân phối hiện đại, nâng cao năng lực quản trị, vận hành và xây dựng chuỗi cung ứng ổn định, minh bạch.

Một trong những điểm nhấn đáng chú ý của hội thảo là hoạt động kết nối giao thương trực tiếp giữa doanh nghiệp sản xuất mỹ phẩm và các hệ thống phân phối, bán lẻ. Hoạt động này được kỳ vọng sẽ mở ra thêm nhiều cơ hội hợp tác, mở rộng thị trường tiêu thụ cho các sản phẩm mỹ phẩm trong nước, qua đó góp phần thúc đẩy phát triển thị trường tiêu dùng nội địa theo hướng hiện đại và bền vững.

Trong bối cảnh người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến chất lượng, nguồn gốc và tính minh bạch của sản phẩm, việc xây dựng một thị trường mỹ phẩm phát triển lành mạnh không chỉ đòi hỏi nỗ lực từ phía doanh nghiệp mà còn cần sự đồng hành của cơ quan quản lý, hệ thống phân phối và toàn xã hội. Hội thảo lần này được kỳ vọng sẽ góp phần tạo thêm động lực để ngành mỹ phẩm trong nước nâng cao năng lực cạnh tranh, phát triển ổn định và đáp ứng tốt hơn nhu cầu tiêu dùng ngày càng cao của thị trường.

Nguyễn Kiên