

Cuộc chiến chống hàng giả thời công nghệ số và chiến lược bảo vệ thương hiệu xứ Thanh

10:03 05/12/2025

Không còn bày bán công khai, hàng giả giờ đây ẩn mình trong các phiên livestream triệu đô hay nằm sâu trong các kiện hàng chuyển phát nhanh kín đáo. Đối mặt với sự chuyển dịch tinh vi của tội phạm thương mại trong kỷ nguyên số, Chi cục Quản lý thị trường (QLTT) Thanh Hóa đang thực hiện cuộc "cách mạng" về nghiệp vụ, kết hợp công nghệ cao và sự phối hợp liên ngành để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và các thương hiệu OCOP địa phương.

Năm 2025 được ghi nhận là năm bùng nổ của thương mại điện tử (TMĐT) tại Thanh Hóa. Chưa bao giờ việc mua sắm lại dễ dàng đến thế, chỉ cần một chiếc điện thoại thông minh, người dân có thể chốt đơn hàng từ quần áo, mỹ phẩm đến đồ gia dụng. Những phiên livestream bán hàng với doanh thu hàng tỷ đồng ngay tại địa phương không còn là chuyện hiếm. Thế nhưng, đằng sau sự hào nhoáng của những con số tăng trưởng là một "thế giới ngầm" đầy rẫy rủi ro. Không gian mạng với tính chất ẩn danh, xóa nhòa khoảng cách địa lý đã trở thành nơi tiêu thụ hàng giả, hàng nhái lớn nhất, thách thức các phương thức quản lý truyền thống.

Trao đổi với phóng viên, ông Đinh Khánh Toàn – Chi cục trưởng Chi cục QLTT Thanh Hóa thừa nhận, cuộc chiến trên không gian mạng cam go và phức tạp hơn rất nhiều so với thị trường truyền thống. "*Phương thức thủ đoạn của các đối tượng ngày càng tinh vi, hiện đại và khó lường. Nếu chúng ta chỉ dùng cách làm cũ thì sẽ mãi chạy theo sau họ,*" ông Toàn nhận định. Chính vì vậy, chuyển đổi số trong công tác quản lý thị trường không còn là lựa chọn mà là mệnh lệnh sống còn.



Toàn lực lượng thuộc Chi cục Quản lý thị trường (QLTT) Thanh Hóa đang thực hiện cuộc "cách mạng" về nghiệp vụ, kết hợp công nghệ cao và sự phối hợp liên ngành để bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Ảnh minh họa

Truy vết trên chợ mạng và giải bài toán khó về Logistics

Để không bị tụt hậu trong cuộc đua này, QLTT Thanh Hóa đã và đang âm thầm xây dựng lực lượng "trình sát số". Đơn vị đang ứng dụng mạnh mẽ hệ thống xử lý vi phạm hành chính INS và các công cụ tra cứu dữ liệu trên môi trường mạng. Một Tổ Thương mại điện tử chuyên trách đã được thành lập, với những công chức không chỉ giỏi nghiệp vụ mà còn am hiểu công nghệ. Nhiệm vụ của họ là "nằm vùng" trên các nền tảng mạng xã hội, theo dõi các phiên livestream, phân tích dữ liệu hình ảnh, giá bán bất thường và lịch sử tương tác để khoanh vùng đối tượng nghi vấn.

"Năm 2026, chúng tôi xác định cuộc chiến này sẽ còn khốc liệt hơn. Chiến lược của Chi cục là tấn công có trọng tâm, không dàn trải. Từ việc thu thập chứng cứ điện tử như video, ảnh chụp màn hình, lịch sử giao dịch, chúng tôi sẽ phân tích để truy ra kho hàng thực tế," ông Toàn chia sẻ về phương hướng nghiệp vụ.

Tuy nhiên, phát hiện vi phạm trên mạng mới chỉ là bước đầu. Việc chặn đứng dòng hàng này khi nó lưu thông qua các đơn vị chuyển phát nhanh (Logistics) mới là bài toán nan giải. Hàng giả giờ đây không nằm ở cửa hàng, mà nằm trong các kho kín và di chuyển qua dịch vụ bưu chính. Thách thức lớn nhất hiện nay nằm ở kẽ hở pháp lý, khi Luật Bưu chính quy định bảo mật thông tin bưu gửi, khiến việc kiểm tra, soi chiếu gặp nhiều rào cản.

Trước thực tế này, ông Đinh Khánh Toàn cho biết, Chi cục đã chủ động ký kết và triển khai 39 quy chế phối hợp với các đơn vị, trong đó có Tổng công ty Bưu chính Việt Nam. "*Chúng tôi không thể làm một mình. Việc chia sẻ dữ liệu định kỳ về các đối tượng gửi - nhận có rủi ro cao là chìa khóa để phá án,*" ông nhấn mạnh. Trong thời gian tới, QLTT Thanh Hóa sẽ tiếp tục kiến nghị sửa đổi các quy chế và văn bản pháp luật để tạo hành lang pháp lý thông thoáng hơn cho việc kiểm tra hàng hóa trong khâu vận chuyển, đảm bảo không để tội phạm lợi dụng quyền riêng tư để buôn lậu.

Gìn giữ thương hiệu OCOP - Trách nhiệm song hành

Bên cạnh nhiệm vụ chống hàng giả, một sứ mệnh quan trọng khác của QLTT Thanh Hóa là bảo vệ các thương hiệu đặc sản địa phương. Thanh Hóa tự hào với hàng loạt sản phẩm OCOP nổi tiếng như nem chua, nước mắm... đang ngày càng khẳng định vị thế trên thị trường. Thế nhưng, thương hiệu càng lớn thì nguy cơ bị làm nhái bao bì, nhãn mác càng cao, gây thiệt hại không chỉ cho doanh nghiệp mà còn làm xói mòn niềm tin của người tiêu dùng vào đặc sản xứ Thanh.



Gian hàng trưng bày các sản phẩm của Thanh Hóa tại Hội chợ Mùa Thu 2025

Với mục tiêu năm 2026 là năm của "chất lượng thực", ngành Công Thương Thanh Hóa đang đẩy mạnh yêu cầu truy xuất nguồn gốc. Dưới góc độ cơ quan

thực thi pháp luật, ông Toàn khẳng định, sẽ xử lý nghiêm minh mọi hành vi vi phạm về nguồn gốc xuất xứ, sở hữu trí tuệ theo đúng tinh thần Nghị định 98/2020/NĐ-CP. *"Bảo vệ sản phẩm OCOP chính là bảo vệ tài sản, văn hóa và sinh kế của người dân địa phương"* - ông nói.

Tuy nhiên, ông cũng gửi gắm thông điệp rằng, cơ quan chức năng không thể bảo vệ doanh nghiệp nếu doanh nghiệp không tự bảo vệ mình. Lời khuyên của vị Chi cục trưởng dành cho các chủ thể OCOP rất rõ ràng: Hãy chủ động đăng ký bảo hộ quyền sở hữu trí tuệ, tuân thủ nghiêm ngặt quy định về tem nhãn và dũng cảm nói không với việc tiếp tay cho hàng giả. Doanh nghiệp cần tham gia ký cam kết và hợp tác minh bạch với cơ quan chức năng khi có sự cố xảy ra.



Thanh Hóa tự hào với hàng loạt sản phẩm OCOP nổi tiếng như nem chua, nước mắm... đang ngày càng khẳng định vị thế trên thị trường

Đối với người tiêu dùng, ông Toàn khuyến cáo, cần trở thành những người mua sắm thông thái. Trong thời đại vàng thau lẫn lộn, việc kiểm tra kỹ bao bì, tem truy xuất, mã vạch và mua hàng tại các cơ sở uy tín là cách tốt nhất để bảo vệ sức khỏe bản thân. Đặc biệt, người dân cần cảnh giác cao độ với các chiêu trò bán hàng hiệu giá rẻ bất ngờ trên mạng xã hội.

"Chúng tôi luôn sẵn sàng lắng nghe và hành động. Đường dây nóng 02373.727.021 của Chi cục luôn mở để tiếp nhận mọi nguồn tin tố giác từ Nhân dân," ông Đinh Khánh Toàn cho biết.

Với tinh thần "làm ngày, làm đêm, làm thêm ngày nghỉ", lực lượng QLTT Thanh Hóa đang nỗ lực không ngừng nghỉ để kiến tạo một môi trường kinh doanh minh bạch, lành mạnh. Ở đó, doanh nghiệp chân chính có đất để phát triển, thương mại điện tử đi vào nề nếp và thương hiệu xứ Thanh được vươn xa, xứng đáng với niềm tin của người tiêu dùng.

Thành Nam - Tâm An