

Cuộc chiến vì sức khỏe người Việt - Khi hàng giả không còn là chuyện cái áo, đôi giày

09:07 29/11/2025

Ngày 29/11/2007, Thủ tướng Chính phủ chính thức lấy ngày này làm "Ngày phòng, chống hàng giả, hàng nhái". Gần hai thập kỷ trôi qua, mốc thời gian ấy không chỉ mang tính kỷ niệm mà đang trở thành lời cảnh báo khẩn thiết hơn bao giờ hết. Khi hàng giả không còn dừng lại ở những mặt hàng tiêu dùng vô hại mà leo thang thành những viên thuốc, hộp sữa đe dọa trực tiếp đến tính mạng con người, cuộc chiến này đã chuyển từ bảo vệ kinh tế sang bảo vệ sự sống.



Quyết liệt chống hàng giả, hàng nhái

Từ hàng tiêu dùng đến "lưỡi hái tử thần"

Nếu quay ngược thời gian về 10-15 năm trước, nhắc đến hàng giả, người ta thường nghĩ ngay đến những chiếc túi xách nhái thương hiệu, đôi dép cao su kém chất lượng hay những chai dầu gội đầu pha tạp. Thiệt hại khi đó chủ yếu nằm ở túi tiền người tiêu dùng và uy tín của nhãn hàng. Nhưng nay, bức tranh đó đã thay đổi hoàn toàn với gam màu xám xịt và nguy hiểm hơn gấp bội.

Thực tế thị trường năm 2025 cho thấy một sự chuyển dịch đáng báo động trong tư duy của tội phạm kinh tế. Thay vì làm giả những món đồ rẻ tiền, biên lợi nhuận thấp, chúng đã chuyển hướng tấn công vào các sản phẩm có giá trị cao và tác động trực tiếp vào cơ thể con người. Sữa bột cho trẻ em, thực phẩm chức năng hỗ trợ sức khỏe, và tàn nhẫn hơn cả là thuốc chữa bệnh đang trở thành "mảnh đất màu mỡ" cho hàng giả.

Vụ việc Công an Thanh Hóa triệt phá đường dây sản xuất, buôn bán thực phẩm chức năng giả quy mô lớn vừa qua chỉ là một ví dụ điển hình. Những viên nang được quảng cáo là "thần dược" thực chất được đóng gói từ nguyên liệu trôi nổi trong các xưởng sản xuất tồi tàn, bẩn thỉu. Nhưng đáng sợ thay, những vụ việc bị phanh phui ấy mới chỉ là "phần nổi của tảng băng chìm".

Ẩn sâu dưới đó là một mạng lưới chằng chịt các xưởng sản xuất nhỏ lẻ nằm sâu trong các khu dân cư, các cơ sở kinh doanh trá hình và đặc biệt là hệ thống bán hàng online hoạt động ngày đêm. Chúng biến hình khôn lường, nay ở kho này, mai đã chuyển sang kho khác, thách thức mọi nỗ lực truy vết của lực lượng chức năng.

Những "lỗ hổng" chết người từ tâm lý ham rẻ đến ma trận số

Tại sao dù đã đấu tranh gần 20 năm, vấn nạn này vẫn ngang nhiên tồn tại và phát triển? Câu trả lời nằm ở sự cộng hưởng của ba yếu tố: Tâm lý người mua, kẻ hở công nghệ và sự lỏng lẻo của chế tài.



Đầu tiên, phải thẳng thắn nhìn nhận rằng, một bộ phận không nhỏ người tiêu dùng, đặc biệt ở khu vực nông thôn và miền núi, vẫn còn giữ tâm lý "ham của rẻ". Chính thói quen này đã vô tình tiếp tay, tạo ra cầu cho nguồn cung hàng

giả. Tội phạm nắm bắt rất nhanh tâm lý này để xây dựng một quy trình sản xuất bài bản từ nguyên liệu, máy móc đến bao bì, tạo ra những sản phẩm có vẻ ngoài giống hệt hàng thật nhưng giá chỉ bằng một nửa.

Thứ hai, cuộc cách mạng số mang lại tiện ích nhưng cũng tạo ra "vùng trũng" cho tội phạm ẩn náu. Mạng xã hội và các sàn thương mại điện tử bùng nổ trở thành nơi trú ngụ lý tưởng cho hàng giả. Trên không gian ảo, người bán ẩn danh, kho hàng di động, giao dịch chớp nhoáng khiến việc kiểm soát trở nên vô cùng gian nan. Trong khi đó, nhiều doanh nghiệp chân chính vẫn còn thờ ơ, chưa có chiến lược bảo vệ thương hiệu bài bản, sản phẩm thiếu tem nhãn hoặc mã truy xuất nguồn gốc, khiến người tiêu dùng như lạc vào mê hồn trận khi muốn phân biệt thật - giả.

Cuối cùng là câu chuyện về chế tài. Lợi nhuận từ việc sản xuất một lô thuốc giả hay thực phẩm chức năng giả là khổng lồ, được ví như "siêu lợi nhuận". Trong khi đó, mức xử phạt hành chính hiện nay vẫn bị xem là quá thấp, chưa đủ sức răn đe. Nhiều đối tượng sẵn sàng nộp phạt rồi... làm lại, bởi số tiền phạt chỉ như "muối bỏ bể" so với lợi nhuận chúng thu được.

Công nghệ AI và chế tài thép cho cuộc chiến mới

Cuộc chiến chống hàng giả trong bối cảnh mới không thể chỉ dựa vào những đợt ra quân đơn lẻ hay những lời kêu gọi chung chung. Nó đòi hỏi một tư duy "tổng lực" với sự phối hợp nhịp nhàng của kiềng ba chân: Nhà nước - Doanh nghiệp - Người tiêu dùng.

Về phía cơ quan quản lý, ưu tiên hàng đầu là phải lấp đầy các "khoảng trống" pháp lý. Cần chấm dứt tình trạng chồng chéo trong quản lý khiến hàng giả lách luật. Quan trọng hơn, cần một "bàn tay sắt" trong chế tài xử phạt. Đã đến lúc phải hình sự hóa mạnh mẽ hơn các hành vi sản xuất, buôn bán hàng giả, đặc biệt là nhóm hàng liên quan đến sức khỏe, ngay cả với vi phạm lần đầu. Chỉ khi cái giá phải trả đắt hơn lợi nhuận thu được, tội phạm mới chùn bước.

Bên cạnh đó, công nghệ phải được dùng để trị công nghệ. Việc ứng dụng Big Data (dữ liệu lớn) và AI (trí tuệ nhân tạo) để quét và giám sát các giao dịch điện tử, nhận diện các gian hàng nghi vấn là giải pháp cấp bách.

Về phía doanh nghiệp, đây là cuộc chiến bảo vệ chính mình. Doanh nghiệp cần chủ động đầu tư công nghệ chống giả, tối ưu hóa chuỗi cung ứng để đưa ra mức giá cạnh tranh hơn, thu hẹp khoảng cách giá với hàng giả. Đồng thời, cần phối hợp chặt chẽ với các sàn thương mại điện tử để gỡ bỏ ngay lập tức các gian hàng giả mạo thương hiệu.

Cuối cùng, lá chắn vững chắc nhất vẫn nằm ở nhận thức của người tiêu dùng. Hãy là người mua sắm thông thái, đừng cảm nói không với hàng trôi nổi. Mỗi lần từ chối một món hàng giả là một lần chúng ta góp phần triệt tiêu động lực của tội phạm, bảo vệ sức khỏe của chính mình và sự lành mạnh của nền kinh tế.

Tâm An