TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Doanh nghiệp không thể chỉ “chờ” cơ quan quản lý chống hàng giả

09:54 13/09/2026

Hàng giả, hàng nhái ngày càng dịch chuyển lên môi trường thương mại điện tử, với phương thức bán hàng và che giấu nguồn gốc ngày càng tinh vi. Trong bối cảnh lực lượng chức năng liên tục tăng cường kiểm tra, xử lý, doanh nghiệp cũng không thể chỉ chờ cơ quan quản lý phát hiện và xử lý vi phạm mà phải chủ động xây dựng “lá chắn” bảo vệ thương hiệu ngay từ đầu.

Theo kết quả tổng hợp, trong 6 tháng đầu năm 2026, các lực lượng chức năng đã phát hiện, bắt giữ, xử lý 67.937 vụ việc vi phạm, tăng 36,66% so với cùng kỳ năm 2025. Trong đó có 5.723 vụ hàng giả, vi phạm quyền sở hữu trí tuệ; tổng số tiền thu nộp ngân sách nhà nước đạt hơn 9.647 tỷ đồng. Các lực lượng chức năng đã khởi tố 1.676 vụ án với 2.789 đối tượng.

Riêng lực lượng Quản lý thị trường phát hiện, xử lý 22.711 vụ vi phạm liên quan đến sản xuất, buôn bán, vận chuyển trái phép hàng hóa, hàng giả và xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, thu nộp ngân sách nhà nước 338,2 tỷ đồng. Lực lượng Công an cũng điều tra, xử lý 1.744 vụ việc liên quan đến buôn lậu, gian lận thương mại, hàng cấm, hàng giả và xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ; khởi tố 1.333 vụ với 2.354 bị can.

Những con số trên cho thấy áp lực kiểm soát thị trường vẫn rất lớn. Tuy nhiên, đằng sau mỗi vụ việc được phát hiện, doanh nghiệp còn phải đối mặt với một bài toán khác: làm thế nào để phát hiện sớm hàng giả, thu thập đủ chứng cứ và ngăn sản phẩm vi phạm tiếp tục làm tổn hại đến thương hiệu.



Lực lượng chức năng kiểm tra, xử lý hàng hóa có dấu hiệu giả mạo, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, góp phần bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và thương hiệu của doanh nghiệp. Ảnh thainguyen.dms.gov.vn

Chủ động dựng "hàng rào" bảo vệ thương hiệu

Một trong những bước đầu tiên để doanh nghiệp tự bảo vệ mình là đăng ký bảo hộ nhãn hiệu, kiểu dáng, bao bì và các tài sản sở hữu trí tuệ có giá trị nhận diện. Đây không chỉ là cơ sở pháp lý khi xảy ra tranh chấp mà còn giúp doanh nghiệp có căn cứ phối hợp với cơ quan chức năng trong quá trình xác minh, xử lý hàng giả, hàng nhái.

Cùng với bảo hộ nhãn hiệu, nhiều doanh nghiệp đã sử dụng tem chống giả, mã xác thực, mã QR, bao bì đặc thù và hệ thống truy xuất nguồn gốc. Tuy nhiên, những công cụ này chỉ thực sự phát huy hiệu quả khi được gắn với một hệ thống dữ liệu đầy đủ, cho phép xác định sản phẩm được sản xuất ở đâu, phân phối qua kênh nào và đến tay người tiêu dùng bằng cách nào.

Đặc biệt, doanh nghiệp cần kiểm soát chặt hệ thống phân phối. Việc xây dựng danh sách đại lý, điểm bán chính thức, gian hàng trực tuyến được ủy quyền và kênh tiếp nhận phản ánh giúp người tiêu dùng dễ nhận biết sản phẩm chính hãng, đồng thời tạo thêm nguồn thông tin để doanh nghiệp phát hiện dấu hiệu bất thường trên thị trường.

Trong bối cảnh thương mại điện tử phát triển mạnh, yêu cầu này càng trở nên cấp thiết. Một sản phẩm giả có thể được đưa lên nhiều tài khoản, nhiều nền tảng cùng lúc; khi bị phát hiện, người bán có thể nhanh chóng thay đổi tên gian hàng hoặc xóa thông tin. Vì vậy, theo dõi thị trường trực tuyến phải trở thành một phần trong hoạt động bảo vệ thương hiệu, thay vì chỉ xử lý khi người tiêu dùng phản ánh.

Phối hợp với cơ quan chức năng ngay từ khi phát hiện dấu hiệu vi phạm

Khó khăn lớn của doanh nghiệp không chỉ nằm ở việc nhận biết hàng giả mà còn ở quá trình thu thập chứng cứ. Trên môi trường số, thông tin về người bán, kho hàng và nguồn cung có thể bị che giấu hoặc thay đổi nhanh chóng. Nếu doanh nghiệp không lưu giữ kịp thời đường dẫn, hình ảnh, thông tin tài khoản, nội dung quảng cáo, giá bán và các dấu hiệu nhận diện hàng hóa, việc xử lý sau đó sẽ khó khăn hơn.



Doanh nghiệp tăng cường áp dụng tem xác thực, mã truy xuất và bao bì chống giả nhằm giúp người tiêu dùng nhận diện sản phẩm chính hãng, đồng thời hỗ trợ kiểm soát hàng hóa trên thị trường.

Do đó, doanh nghiệp cần xây dựng quy trình phản ứng rõ ràng: Phát hiện dấu hiệu bất thường, lưu giữ chứng cứ, mua mẫu khi cần thiết, đối chiếu với sản phẩm chính hãng và nhanh chóng chuyển thông tin cho cơ quan có thẩm quyền. Với những vụ việc phức tạp, doanh nghiệp có thể phải thực hiện giám định, tư vấn pháp lý hoặc xác minh nguồn hàng trước khi đề nghị xử lý.

Chi phí cho công tác này không nhỏ. Doanh nghiệp phải đầu tư vào tem nhãn, công nghệ xác thực, truy xuất nguồn gốc, nhân sự giám sát thị trường và xử lý vi phạm. Tuy nhiên, khoản chi phí phòng ngừa này có thể thấp hơn nhiều so với thiệt hại do hàng giả gây ra đối với doanh thu, uy tín và niềm tin của người tiêu dùng.

Thực tế 6 tháng đầu năm 2026 cho thấy cuộc đấu tranh với hàng giả, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ đang được triển khai đồng bộ hơn. Bộ Khoa học và Công nghệ tiếp tục phối hợp với các bộ, ngành thực hiện Công điện số 38/CĐ-TTg ngày 5/5/2026 của Thủ tướng Chính phủ về đấu tranh, ngăn chặn, xử lý hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ; đồng thời tăng cường thanh tra, kiểm tra và phối hợp xử lý các vi phạm liên quan đến quyền sở hữu công nghiệp, quyền tác giả, tiêu chuẩn, đo lường và chất lượng sản phẩm hàng hóa.

Các lực lượng Hải quan, Quản lý thị trường, Công an, Bộ đội Biên phòng, Cảnh sát biển và cơ quan Thuế cũng tiếp tục tăng cường kiểm tra theo chức năng. Đáng chú ý, cơ quan chức năng không chỉ tập trung vào hàng hóa lưu thông trên thị trường mà còn kiểm soát các giao dịch trên môi trường thương mại điện tử, trong đó có việc sử dụng tài khoản ngân hàng, ví điện tử để phát hiện những giao dịch bất thường liên quan đến hàng giả, buôn lậu và trốn thuế.

Dự báo trong những tháng cuối năm, hoạt động sản xuất, kinh doanh hàng giả và hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ vẫn diễn biến phức tạp, với phương thức, thủ đoạn ngày càng tinh vi. Các lực lượng chức năng sẽ tiếp tục tập trung vào những mặt hàng có nguy cơ cao, đồng thời kiểm soát hàng hóa giả mạo xuất xứ Việt Nam để xuất khẩu sang nước thứ ba.

Trong bối cảnh đó, doanh nghiệp cần chủ động trở thành “tai mắt” của cơ quan quản lý. Khi phát hiện hàng giả, doanh nghiệp không chỉ thông báo mà cần cung cấp thông tin về nhãn hiệu được bảo hộ, đặc điểm nhận diện sản phẩm thật, dấu hiệu phân biệt hàng giả, hệ thống phân phối và chứng cứ thu thập được cho Quản lý thị trường, Công an, Hải quan hoặc cơ quan có thẩm quyền.

Bảo vệ thương hiệu vì thế không thể chỉ trông chờ vào các đợt cao điểm kiểm tra. Cơ quan quản lý giữ vai trò kiểm tra, xử lý và răn đe; các nền tảng thương mại điện tử cần kiểm soát người bán; còn doanh nghiệp phải chủ động phát hiện, cảnh báo và cung cấp chứng cứ. Khi các mắt xích này được kết nối, công tác chống hàng giả mới có thể chuyển từ xử lý khi vi phạm đã xảy ra sang chủ động ngăn chặn từ sớm.

Nam Sơn