TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Hàng giả, hàng nhái lại 'tung hoành' trên các nền tảng số, mạng xã hội

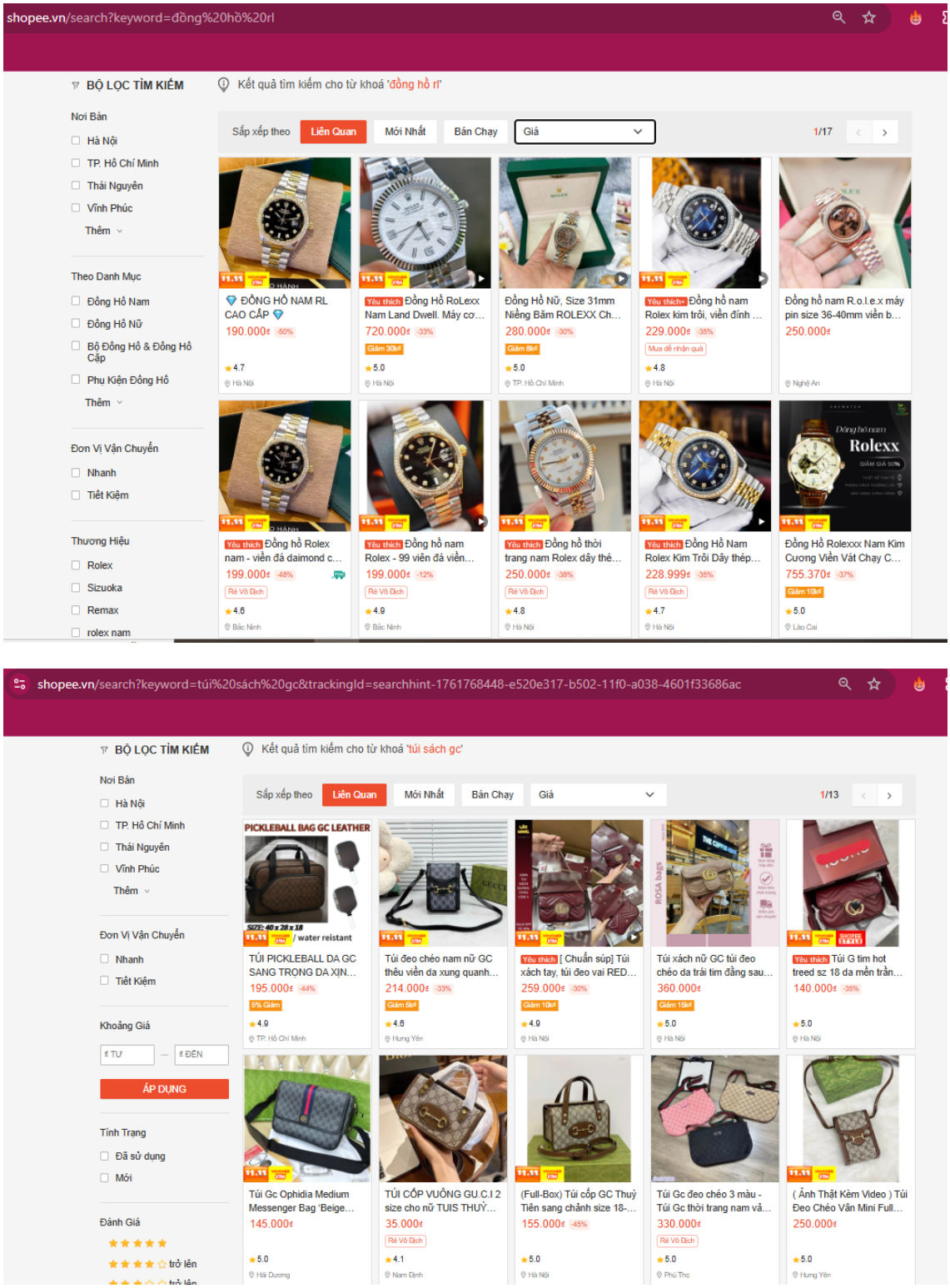
06:05 30/10/2025

Sau quãng thời gian tạm thời lắng xuống trong đợt tổng kiểm tra cao điểm, thì đến nay, các loại hàng giả, hàng nhái lại tiếp tục công khai bày bán trên các nền tảng số, mạng xã hội. Chỉ cần một cú nhấp chuột, thì từ đồng hồ Rolex, túi xách Gucci, Channel, Louis Vuitton, cho đến kính mắt, giày dép và các loại quần áo "hàng hiệu giá bèo"..., đều đủ cả.

Cụ thể, sau đợt cao điểm, thì đến nay tình trạng hàng giả, hàng nhái lại xuất hiện tràn lan trên nhiều sàn thương mại điện tử (TMĐT) lớn như Shopee, TikTok Shop hay Lazada và trên nền tảng mạng xã hội facebook. Hoạt động mua bán hàng giả, hàng nhái, kém chất lượng, vi phạm sở hữu trí tuệ vẫn ngang nhiên diễn ra, bất chấp các nỗ lực kiểm tra, xử lý từ cơ quan chức năng và lời hứa siết chặt của các nền tảng.

Tại sàn TMĐT Shopee, Lazada, TiktokShop, chỉ cần gõ các từ khóa: “Đồng hồ Rolex”, “túi LV”, “giày Gucci”, “dép Adidas”..., thì ngay lập tức người tiêu dùng sẽ nhanh chóng nhận được hàng loạt kết quả, với các sản phẩm hàng hiệu, nhưng có mức giá chỉ từ vài trăm, thậm chí từ vài chục nghìn – rẻ gấp hàng chục, thâm chí hàng trăm lần so với các sản phẩm chính hãng.

Đơn cử, trên sàn TMĐT Shopee, các loại đồng hồ Rolex nam có giá bán từ vài trăm đến vài triệu đồng; túi xách Gucci, Channel, Louis Vuitton... cũng có giá bán từ vài trăm đến vài triệu đồng.

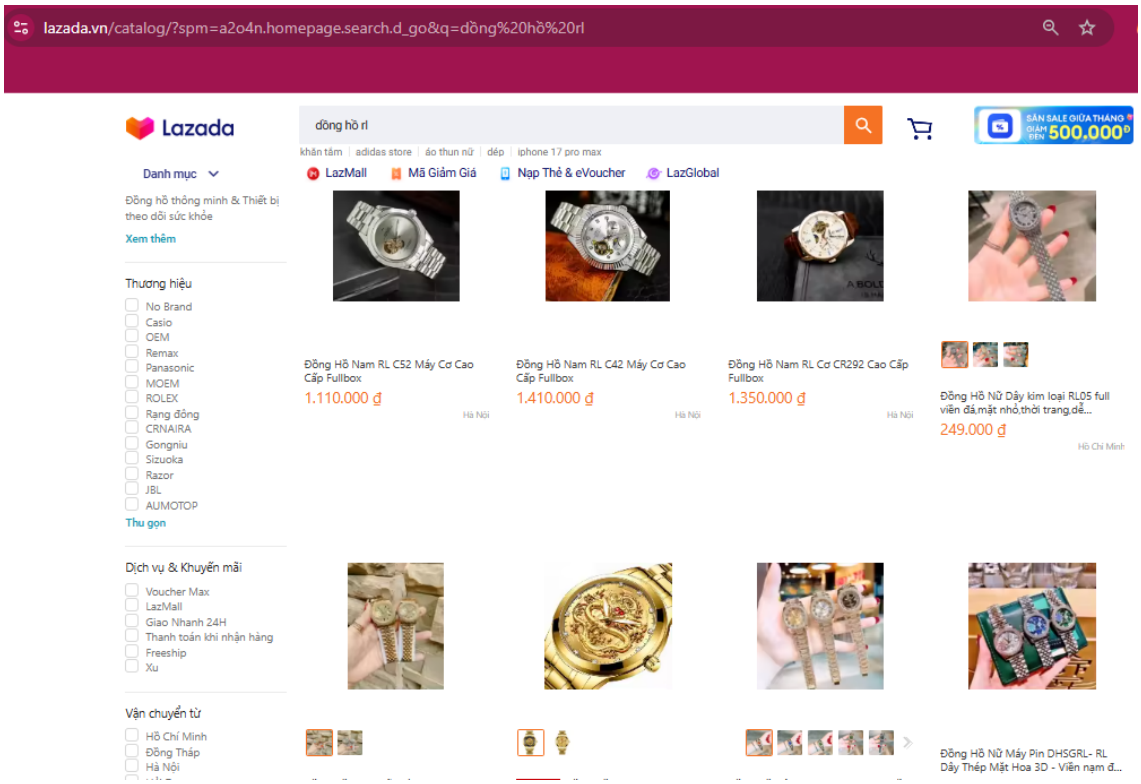


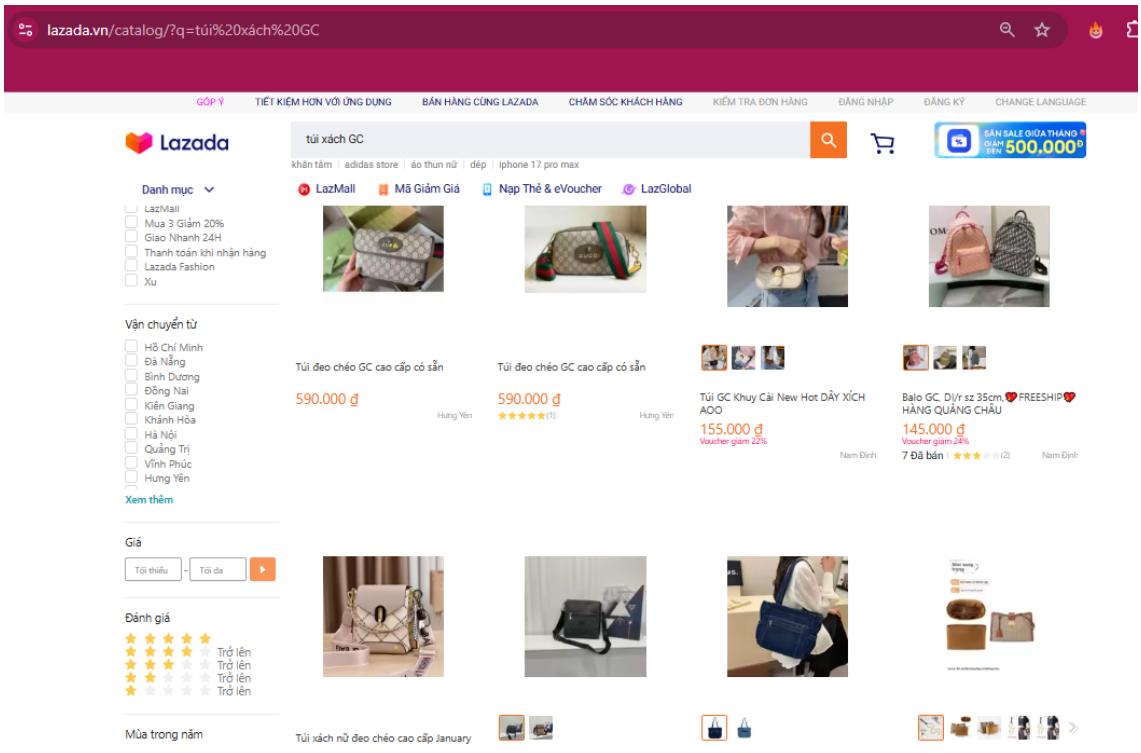
Các loại đồng hồ Rolex, túi xách Gucci, Channel, Louis Vuitton nhái thương hiệu, được bày bán công khai trên sàn TMĐT Shopee. Ảnh chụp màn hình (sáng ngày 30/10)

Còn tại sàn TMĐT Lazada, dù số lượng các gian hàng đăng ít hơn, nhưng chỉ cần gõ tìm kiếm các sản phẩm, thì cũng lập tức hiện ra hàng trăm kết quả về các sản phẩm đồng hồ Rolex; túi xách Gucci, Channel, Louis Vuitton..., có giá vài triệu đến vài trăm ngàn đồng.

Đáng nói, nếu là đồng hồ Rolex chính hãng, thì có giá bán hàng chục triệu cho đến hàng trăm triệu đồng. Còn các loại túi xách Gucci, Channel, Louis Vuitton... chính hãng cũng có giá bán ra hàng chục triệu đồng.

Dù những sản phẩm này đều là hàng "nhái", nhưng được bày bán công khai như hàng thật, với những clip mô tả sinh động, tường tận; những bộ ảnh chụp lung linh, "xịn sò". Đặc biệt, địa chỉ liên hệ và số điện thoại thì được để công khai... như không hề có động thái kiểm tra, xử lý từ phía cơ quan chức năng.

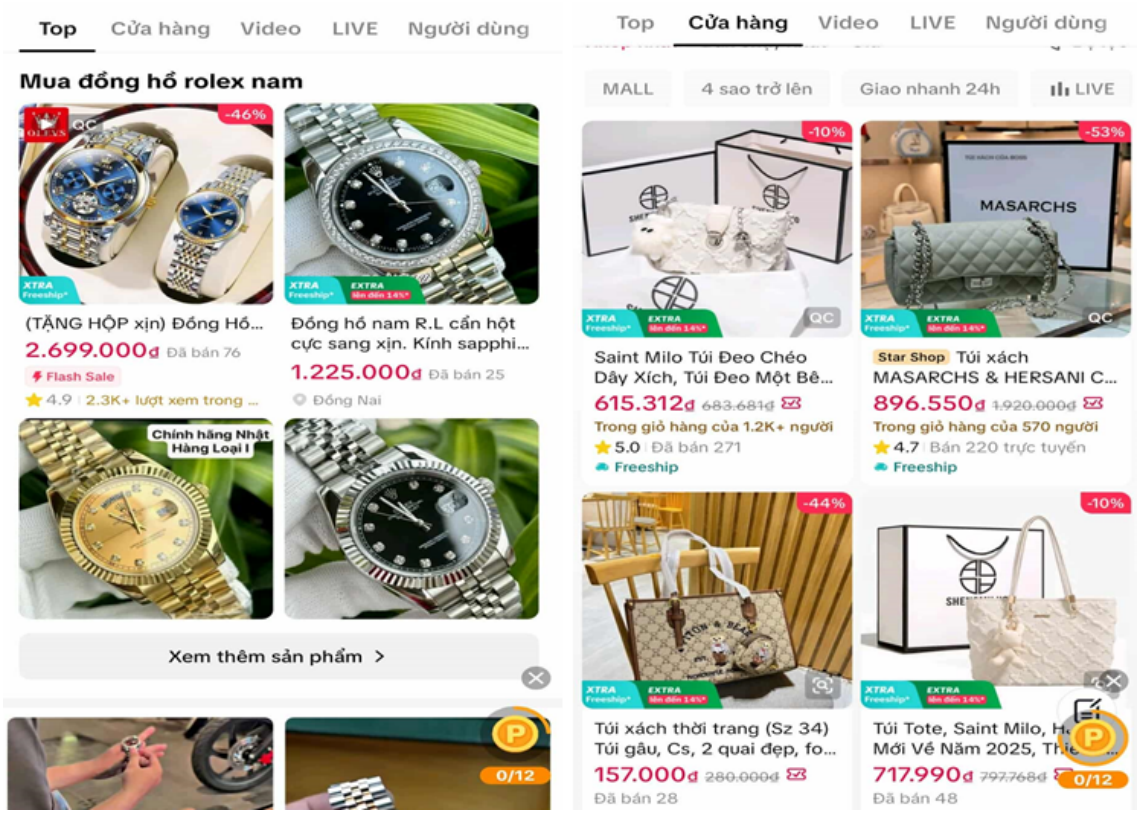




Các loại đồng hồ Rolex, túi xách Gucci, Channel, Louis Vuitton nhái thương hiệu, được bày bán công khai trên sàn TMĐT Lazada. Ảnh chụp màn hình (sáng ngày 30/10)

Để "lách luật" và tránh bị sàn TMĐT chặn khi kiểm duyệt, các chủ shop thường sử dụng "chiêu trò" viết tắt hoặc cố tình xuyên tạc tên thương hiệu. Đơn cử như, sản phẩm Louis Vuitton được ghi là "LV", "Louis V", hoặc "L V" (cách quãng); trong khi Dior sẽ bị biến tấu thành "Dì O", "D10r" hay "D.or"; Gucci thì được viết thành "Gucc" hoặc "GC"; Rolex thì được viết thành "RX" hoặc "Role"..., miễn sao để người mua nhận biết và mua hàng.

Đáng nói, dù người bán và mua hiểu rõ, nhưng hệ thống thuật toán tự động của các sàn TMĐT lại không thể phát hiện và ngăn chặn vi phạm. Chính vì vậy, nên các loại hàng giả, hàng nhái vẫn 'chễm chệ" trên các gian hàng. Còn người bán, thì "ung dung" ngồi thu lợi nhuận từ hoạt động bán hàng giả hàng nhái, bất chấp những quy định của pháp luật và hoạt động kiểm tra, xử lý từ cơ quan chức năng.

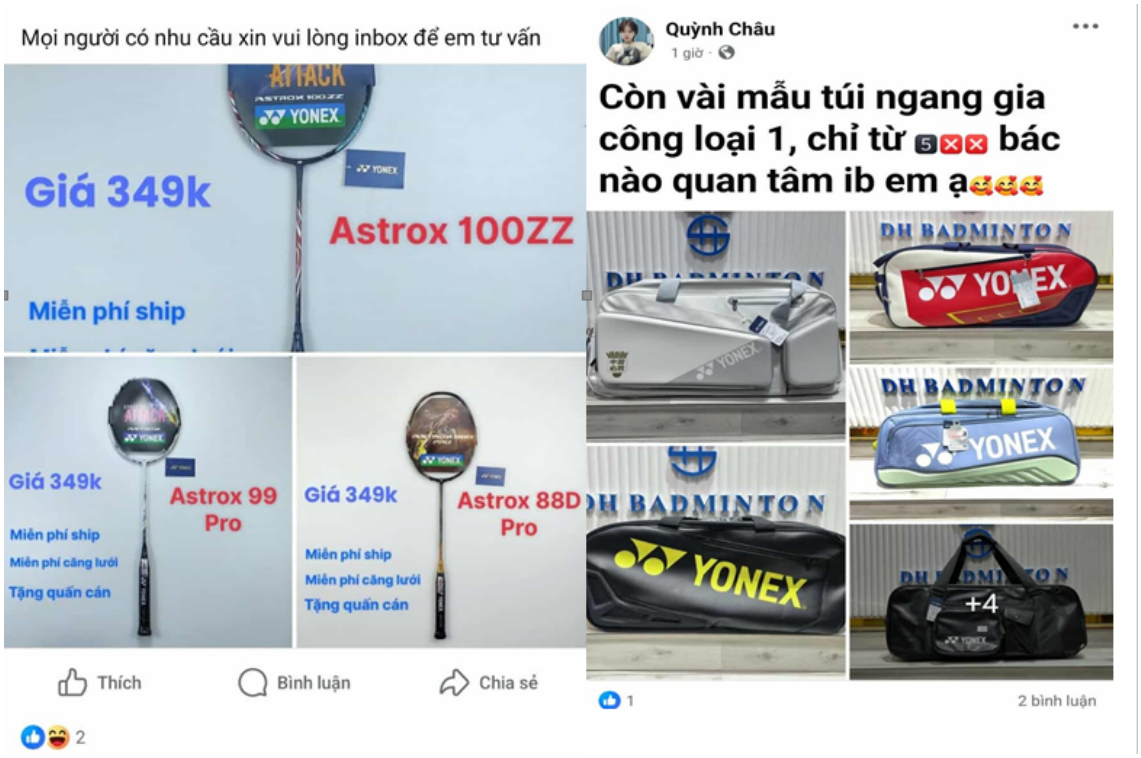


Các loại đồng hồ Rolex, túi xách Gucci, Channel, Louis Vuitton nhái thương hiệu, được bày bán công khai trên nền tảng TikTok. Ảnh chụp màn hình (sáng ngày 30/10)

Đặc biệt hơn, trên nền tảng Tiktok Shop, các loại đồng hồ Rolex, túi xách Gucci, Channel, Louis Vuitton và nhiều sản phẩm của các thương hiệu xa xỉ nhái thương hiệu, còn được bài bán công khai, không cần né tránh hay viết tắt như

các gian hàng trên Shopee, Lazada. Người bán cứ bán, người mua cứ mua.

Còn trên nền tảng mạng xã hội facebook, các loại giày dép, quần áo thể theo như Nike, Adidas, Yonex, Victor, Lining... cũng được bày bán la liệt. Ngoài đăng bán công khai trên các hội nhóm (Giày bóng đá, bóng chuyền; Hội cầu lông; Tennis, pickleball..., thì nhiều tài khoản còn đăng hẳn clip công khai trên trang cá nhân (có địa chỉ cửa hàng, có số điện thoại để liên lạc) giới thiệu cụ thể sản phẩm 1 rep 1, với giá rẻ gấp nhiều lần so với các sản phẩm chính hãng...



Bao vợt, vợt cầu lông nhái thương hiệu Yonex (có giá bán rẻ hơn rất nhiều lần so với sản phẩm chính hãng) được đăng bán công khai trên các hội nhóm. Ảnh chụp màn hình (sáng ngày 30/10)

Đơn cử, một đôi giầy Nike, Adidas, Yonex... có giá bán từ vài triệu cho đến hàng chục triệu đồng 1 đôi, thì các loại hàng giả, hàng nhái, lại chỉ có giá bán vài trăm nghìn đồng. Tình trạng tương tự cũng xảy ra đối với các loại quần áo hiệu Nike, Adidas, Yonex...

Các nền tảng TMĐT cam kết chống hàng giả, hàng nhái thế nào?

Tại chương trình "Tick xanh trách nhiệm thương mại điện tử", do Sở Công Thương TP. HCM phát động (cuối tháng 6/2025), ông Nguyễn Lâm Thanh, Đại diện TikTok Việt Nam từng cho biết: Trong bối cảnh hàng gian, hàng giả tràn lan như hiện nay, các nền tảng và nhà bán hàng, cũng như những người có sức ảnh hưởng như KOL, KOC đều phải có đầy đủ kiến thức và đoàn kết, chung tay để bảo vệ ngành.

Đồng thời, ông Nguyễn Lâm Thanh cũng khẳng định, các sàn rất ủng hộ việc siết chặt, xử nghiêm hàng gian, hàng giả, cũng như nâng trách nhiệm của nhà bán hàng và KOL, KOC.

Theo ông Nguyễn Lâm Thanh, người tiêu dùng cần phân biệt rõ các nền tảng TMĐT có chức năng thanh toán đã đăng ký với Bộ Công Thương như TikTok Shop và các nền tảng không có chức năng thanh toán. Bởi như khi mua hàng qua TikTok Shop, toàn bộ dữ liệu giao dịch được lưu trữ và có thể truy xuất khi cần, người bán cũng phải cung cấp đầy đủ thông tin pháp nhân, địa chỉ, mã số thuế, cũng như các giấy chứng nhận cần thiết của sản phẩm.

Bên cạnh đó, tại chương trình, hàng loạt các nền tảng TMĐT có thị phần lớn là TikTok Shop, Lazada, Tiki và một số nhà sản xuất khác cũng “tiên phong” đặt bút, ký vào bản cam kết.



Đại diện các sở ngành, các nền tảng TMĐT tham sự chương trình "Tick xanh trách nhiệm thương mại điện tử", do sở Công Thương TP. HCM phát động (cuối tháng 6/2025). Ảnh: LA

Ngoài ra, liên quan đến hàng giả, hàng nhái trên các sàn TMĐT, đại diện Lazada cho biết, hơn 80% sản phẩm bị gỡ bỏ là do phát hiện chủ động. Tương tự, Shopee cũng cho biết, đã đầu tư xây dựng trung tâm bảo vệ thương hiệu. Trong khi, đó TikTok Shop cũng cho biết đã triển khai thuật toán kiểm soát nội dung livestream và quảng cáo để ngăn chặn vi phạm ngay từ đầu.

Thực tế cho thấy, trước áp lực từ dư luận và cơ quan quản lý, nhiều sàn TMĐT đã triển khai các biện pháp kỹ thuật để phát hiện, gỡ bỏ sản phẩm vi phạm. Hệ thống kiểm duyệt nội dung sản phẩm và cảnh báo tự động cũng đã được áp

dụng, đặc biệt đối với những sản phẩm có dấu hiệu vi phạm nhãn hiệu, giả mạo thương hiệu.

Tuy nhiên, các công cụ kỹ thuật này vẫn chưa đủ mạnh để chặn đứng hàng giả, hàng nhái "núp bóng" trên sàn. Phần lớn các sản phẩm vi phạm chỉ bị phát hiện và xử lý khi có phản ánh của người tiêu dùng hoặc sau khi cơ quan chức năng vào cuộc...

Cần số hóa toàn bộ quy trình kiểm tra và xử lý vi phạm

Theo luật sư Vi Văn Diện, Giám đốc Công ty Luật Thiên Minh: Để giải bài toán này, cần số hóa toàn bộ quy trình kiểm tra và xử lý vi phạm và tăng cường vai trò giám sát xã hội, từ người tiêu dùng cho đến cơ quan chức năng.

“Từ phản ánh của người tiêu dùng, dữ liệu kiểm tra đến biên bản xử phạt, tất cả cần minh bạch, công khai, để người dân, doanh nghiệp. Không thể xem các sàn TMĐT hay đơn vị vận chuyển là người trung gian vô tội. Nếu tiếp tay cho việc tiêu thụ hàng giả, họ phải chịu trách nhiệm và đối mặt với các chế tài nghiêm khắc hơn”.

Luật sư Diện cũng đề xuất, cần có một chiến lược đồng bộ và cải cách thực chất để ứng phó với tình trạng hàng giả trong môi trường TMĐT và logistics đang phát triển mạnh.



Luật sư Vi Văn Diện, Giám đốc Công ty Luật Thiên Minh. Ảnh: Tuấn Ngọc

Theo đó, hành lang pháp lý hiện hành chủ yếu dựa trên Nghị định 52/2013/NĐ-CP đã trở nên lỗi thời và thiếu chế tài cụ thể để xử lý các sàn TMĐT hoặc đơn vị giao vận khi có hành vi tiếp tay bán hàng giả. Mặc dù, Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng (sửa đổi) có hiệu lực từ ngày 1/7/2024 đã bổ sung trách nhiệm kiểm soát thông tin hàng hóa cho các nhà cung cấp nền tảng, song vẫn cần cơ chế hậu kiểm thực chất và chế tài đủ mạnh để đảm bảo việc thực thi không chỉ nằm trên giấy.

Ngoài ra, có thể xây dựng hệ thống cơ sở dữ liệu liên thông về hàng hóa, bao gồm thông tin sản phẩm, mã số mã vạch, chứng nhận kiểm định… giữa các cơ quan quản lý như Bộ Công Thương, Bộ Y tế, Tổng cục Quản lý thị trường, Hải quan,... nhằm giảm thiểu gian lận trong khai báo và tăng khả năng truy xuất nguồn gốc trong chuỗi cung ứng.

Đồng thời, vai trò truyền thông và trách nhiệm công bố thông tin của doanh nghiệp cần được đặt lên hàng đầu. Các nhãn hàng, đại lý phân phối phải có nghĩa vụ chứng minh nguồn gốc sản phẩm, công khai thông tin pháp lý và phối hợp khi bị điều tra. “Nếu cố tình tiếp tay hoặc bao che, doanh nghiệp cần bị xử lý cả trách nhiệm dân sự và hình sự theo Luật Cạnh tranh và Bộ luật Hình sự”,

Luật sư Vi Văn Diện nhấn mạnh.

Nhìn thấy hàng giả, nhưng chưa đủ để xử lý

Liên quan đến công tác chống hàng giả, hàng nhài, tại Diễn đàn “Công nghệ định danh và truy xuất nguồn gốc - Nâng tầm hàng Việt” (được tổ chức sáng 9/10) do Bộ Công Thương tổ chức, ông Trần Hữu Linh, Cục trưởng Cục Quản lý và Phát triển thị trường trong nước, cho biết: Suốt nhiều năm qua, nhiều người vẫn kêu ca, phàn nàn "vì sao hàng giả, hàng nhái vẫn tràn lan mà không xử lý được”?

“Nhiều người nói nhìn thấy hàng giả rõ ràng sao lực lượng quản lý thị trường hay công an không bắt, không kiểm tra. Thực tế, cơ quan chức năng đi kiểm tra không thể chỉ dựa vào cảm quan mà kết luận, mà phải chứng minh bằng pháp luật", ông Linh nói

Ông Linh lấy ví dụ: Chẳng hạn mặt hàng quần áo, giày dép nhái thương hiệu Hermes, Louis Vuitton... nhìn bằng mắt thường có thể khẳng định là giả, nhưng để xử lý, cơ quan nhà nước phải có căn cứ pháp lý.

Theo quy định, cơ quan quản lý thị trường phải mời đại diện chủ sở hữu thương hiệu đến xác nhận hàng giả, nhưng trên thực tế nhiều doanh nghiệp lại không hợp tác. Trong vòng 24 - 48 tiếng, nếu không có kết quả xác minh, cơ quan chức năng không thể chuyển hồ sơ xử lý. Đó mới chỉ là với hàng hóa có thể nhận biết bằng mắt thường.

Với nhóm hàng hóa phức tạp hơn, như: Sữa, dược phẩm, mỹ phẩm... việc phân biệt thật - giả lại càng khó hơn. Nhiều sản phẩm có bao bì, nhãn mác thật, nhưng "ruột" là hàng giả, buộc phải đem đi kiểm nghiệm mới xác định được. Tình trạng tương tự cũng xảy ra với nông sản như sầu riêng nhập lậu nhưng gắn mác hàng Việt, hay khoai tây Trung Quốc đội lốt khoai Đà Lạt.

Tuấn Ngọc