

"Hàng xách tay", "hàng nội địa", "chuẩn auth": Những chiếc "mác vàng" đang đánh lừa người tiêu dùng

16:34 05/07/2026

"Chuẩn auth", "hàng nội địa Nhật", "xách tay Hàn Quốc", "full bill"... Chỉ vài cụm từ quen thuộc, hàng nghìn sản phẩm trên mạng xã hội và sàn thương mại điện tử nhanh chóng tạo được niềm tin với người mua. Thế nhưng, đằng sau những lời quảng cáo ấy lại là một khoảng "xám" về nguồn gốc hàng hóa, nơi người tiêu dùng dễ trở thành nạn nhân của hàng giả, hàng nhái và hàng không rõ xuất xứ.

Khi một cụm từ quảng cáo trở thành "giấy thông hành"

Không khó để bắt gặp những phiên livestream kéo dài hàng giờ với hàng nghìn lượt xem, nơi người bán liên tục khẳng định sản phẩm là "hàng xách tay", "hàng nội địa", "chuẩn auth 100%", "cam kết chính hãng", "đền gấp 10 lần nếu phát hiện hàng giả". Chỉ cần những lời khẳng định đó cùng mức giá thấp hơn hàng phân phối chính thức từ vài trăm nghìn đến vài triệu đồng, nhiều người tiêu dùng sẵn sàng xuống tiền.



Không ít sản phẩm được gắn mác "hàng nội địa", "chuẩn auth" để thu hút người mua, trong khi việc kiểm chứng nguồn gốc và chất lượng vẫn là thách thức đối với người tiêu dùng.

Tâm lý sính hàng ngoại, muốn mua được sản phẩm "chính hãng giá tốt" đã vô tình trở thành điểm yếu để nhiều đối tượng kinh doanh khai thác. Không ít người cho rằng hàng xách tay luôn tốt hơn hàng nhập khẩu chính ngạch, hàng nội địa Nhật hay Hàn Quốc có chất lượng cao hơn hàng bán tại Việt Nam, còn cụm từ "auth" đồng nghĩa với hàng chính hãng.

Tuy nhiên, những nhận định này phần lớn xuất phát từ kinh nghiệm truyền miệng hơn là căn cứ pháp lý.

Theo quy định hiện hành, pháp luật Việt Nam không có khái niệm pháp lý riêng đối với "hàng xách tay" hay "chuẩn auth". Khi lưu thông trên thị trường, mọi hàng hóa đều phải đáp ứng các quy định về nguồn gốc, xuất xứ, ghi nhãn, hóa đơn, chứng từ và các điều kiện quản lý chuyên ngành nếu thuộc diện quản lý. Đồng thời, người tiêu dùng có quyền được cung cấp đầy đủ thông tin về sản phẩm, hóa đơn, chứng từ và nguồn gốc xuất xứ khi thực hiện giao dịch.

Điều đáng nói là trên nhiều nền tảng bán hàng trực tuyến, không ít cửa hàng chỉ chứng minh "độ chính hãng" bằng lời cam kết hoặc hình ảnh chụp sản phẩm ở nước ngoài. Khi khách hàng yêu cầu hóa đơn mua hàng, chứng từ nhập khẩu hoặc giấy tờ chứng minh nguồn gốc, câu trả lời thường là "người nhà mang về", "xách tay nên không có hóa đơn", hoặc "đây là nguồn riêng".

Trong khi đó, chính những giấy tờ này mới là căn cứ quan trọng để xác định nguồn gốc hợp pháp của sản phẩm nếu xảy ra tranh chấp.

Không chỉ "hàng xách tay", cụm từ "hàng nội địa" cũng đang bị lạm dụng như một chiêu thức tiếp thị. Thực tế, "nội địa" chỉ phản ánh thị trường tiêu thụ mà nhà sản xuất hướng tới, không phải tiêu chuẩn để khẳng định chất lượng vượt trội. Một sản phẩm được sản xuất cho thị trường Nhật Bản không mặc nhiên tốt hơn sản phẩm cùng thương hiệu được phân phối chính hãng tại Việt Nam.

Tương tự, "chuẩn auth" chỉ là thuật ngữ được sử dụng phổ biến trong hoạt động mua bán, đặc biệt ở lĩnh vực mỹ phẩm, thời trang và nước hoa. Đây không phải là chứng nhận của cơ quan quản lý hay tiêu chuẩn pháp lý để xác định hàng chính hãng.

Người tiêu dùng cần tỉnh táo trước "ma trận" quảng cáo

Việc các cụm từ như "xách tay", "nội địa", "chuẩn auth" xuất hiện dày đặc trên môi trường số không chỉ khiến người tiêu dùng khó phân biệt thật - giả mà còn tạo ra môi trường cạnh tranh thiếu công bằng đối với các doanh nghiệp nhập khẩu và phân phối chính thức.

Trong nhiều trường hợp, khi mua phải hàng giả hoặc hàng kém chất lượng, người tiêu dùng gần như không có cơ sở để yêu cầu bồi thường vì người bán không xuất trình được chứng từ chứng minh nguồn gốc hàng hóa. Việc truy xuất trách nhiệm cũng trở nên khó khăn khi giao dịch chủ yếu diễn ra qua mạng xã hội hoặc các phiên livestream.

Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023 quy định người tiêu dùng có quyền được cung cấp thông tin đầy đủ, chính xác về sản phẩm, nguồn gốc xuất xứ và tổ chức, cá nhân kinh doanh; đồng thời có quyền yêu cầu bồi thường khi quyền lợi hợp pháp bị xâm phạm.

Các chuyên gia cho rằng, để tự bảo vệ mình, người tiêu dùng không nên coi những cụm từ "hàng xách tay", "hàng nội địa" hay "chuẩn auth" là căn cứ khẳng định chất lượng. Điều quan trọng hơn là yêu cầu người bán cung cấp hóa đơn, chứng từ hợp lệ, kiểm tra thông tin về đơn vị nhập khẩu hoặc chịu trách nhiệm đối với sản phẩm và ưu tiên lựa chọn các kênh phân phối chính thức.

Trong bối cảnh thương mại điện tử phát triển mạnh, cuộc chiến chống hàng giả không chỉ phụ thuộc vào cơ quan chức năng mà còn bắt đầu từ chính sự tỉnh táo của người tiêu dùng. Khi người mua không còn dễ dàng bị thuyết phục bởi những "chiếc móc vàng" trong quảng cáo, không gian tồn tại của hàng giả, hàng nhái và hàng hóa không rõ nguồn gốc cũng sẽ dần bị thu hẹp.

