TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Làm cách nào để kiểm soát tốt chất lượng mỹ phẩm trên nền tảng thương mại điện tử?

06:24 21/10/2025

Theo khảo sát của Bộ Công thương, tỷ lệ người mua mỹ phẩm qua nền tảng thương mại điện tử (TMĐT) tại Việt Nam là khoảng hơn 60%, phổ biến nhất là trên Shopee, TikTok... Bên cạnh những tín hiệu tích cực thì thị trường này phải đối mặt với tình trạng hàng giả, không rõ nguồn gốc được bán trên các trang mạng điện tử.



Lực lượng Công an kiểm tra tại cửa hàng mỹ phẩm

Hậu quả khôn lường từ mỹ phẩm giá rẻ

Theo thống kê từ Tổ chức Y tế thế giới (WHO), khoảng 50% mỹ phẩm giả đang rao bán trên mạng toàn cầu. Tại Việt Nam, mỹ phẩm mua qua sàn TMĐT chiếm tới 60% thị phần và tình trạng nhái thương hiệu, quảng cáo sai sự thật vẫn diễn ra phổ biến. Điều này đặt ra một thách thức lớn trong việc kiểm soát chất lượng sản phẩm trên không gian mạng, đặc biệt khi sự tham gia của các doanh

nghiệp sản xuất mỹ phẩm nội địa còn khá khiêm tốn.

Thông tin tại hội thảo “Mỹ phẩm: Từ công bố, sản xuất đến đảm bảo chất lượng” mới đây, TS. Tạ Mạnh Hùng, Phó Cục trưởng Cục Quản lý Dược (Bộ Y tế) nhận định: "Số lượng tiêu thụ lớn, lợi nhuận cao đã khiến mỹ phẩm trở thành mục tiêu làm nhái, làm giả của các đối tượng phi pháp". Cùng với đó, mỹ phẩm tự chế (handmade) và mỹ phẩm nhà làm (homemade) cũng có xu hướng nở rộ, làm tăng thêm thách thức trong việc kiểm soát.

Thời gian qua, cơ quan chức năng đã phát hiện và thu giữ nhiều lô hàng mỹ phẩm giả với số lượng lớn; hàng chục nghìn sản phẩm mỹ phẩm giả bị thu giữ trên sàn TMĐT. Có thể dễ dàng tìm thấy nhiều tài khoản cá nhân bán mỹ phẩm không rõ nguồn gốc trên TikTok Shop và Facebook. Giá các sản phẩm này rẻ chỉ bằng một nửa so với hàng chính hãng, lại được quảng cáo là “hàng mới 100%”, “dùng là đẹp da ngay”, đánh vào tâm lý ham rẻ của người tiêu dùng. Đáng chú ý, đây là những mặt hàng có nguy cơ bị làm giả rất nhiều tại thị trường Việt Nam.

Bà Lê Thị Hà, Trưởng phòng Quản lý hoạt động TMĐT, Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số (Bộ Công Thương) cho biết: Các hành vi vi phạm rất tinh vi, từ nhái thương hiệu, hàng giả, hàng không công bố sản phẩm, đến lợi dụng hình thức livestream để bán sản phẩm kém chất lượng.

Hàng giả không chỉ gây thiệt hại về kinh tế mà còn tiềm ẩn những nguy cơ nghiêm trọng đến sức khỏe. Hầu hết các loại mỹ phẩm giả đều chứa hóa chất lạ, thậm chí có cả chì và thủy ngân với nồng độ lớn. Khi tiếp xúc liên tục, những hóa chất này có thể gây tổn thương, nhiễm độc, thậm chí phá hủy da, khiến việc điều trị trở nên kéo dài và rất khó khăn.

Thiếu hoặc chưa tuân thủ đầy đủ quy định

Theo bà Lê Thị Hà, khó kiểm soát nhất là mỹ phẩm giả, không có nguồn gốc bán trên các nền tảng TMĐT. Theo khảo sát của Bộ Công thương, tỷ lệ người mua mỹ phẩm qua nền tảng thương mại điện tử tại Việt Nam là khoảng hơn 60%, phổ biến nhất là trên Shopee, TikTok ...

Hoạt động kinh doanh mỹ phẩm online hiện nay đang tồn tại nhiều rủi ro, phần lớn chưa kiểm soát được chất lượng như: Hàng giả, hàng nhái, hàng không rõ nguồn gốc, xuất xứ; thậm chí những hành vi vi phạm tinh vi như nhái thương hiệu, bán hàng chưa công bố, quảng cáo sai công dụng hoặc lợi dụng hình thức livestream để tiêu thụ sản phẩm.



Lực lượng chức năng của Bắc Ninh phát hiện và thu giữ gần 226.000 sản phẩm hàng hóa các loại không rõ nguồn gốc tại Công ty cổ phần chuỗi cung ứng thương mại Á Châu

Hiện tại, mới có 18% số nền tảng hoàn thiện thủ tục hành chính kinh doanh trên sàn thương mại điện tử, còn lại thiếu hoặc chưa tuân thủ đầy đủ quy định. Nguyên nhân chính của tình trạng nêu trên là do một số quy định ban hành không phù hợp với hình thức kinh doanh trên sàn thương mại điện tử. Như quy định về nguồn gốc mỹ phẩm chủ yếu là do người bán chịu trách nhiệm, trong khi nền tảng thương mại điện tử mới chỉ yêu cầu giấy tờ pháp lý như phiếu công bố sản phẩm mà không có công cụ đối chiếu dữ liệu với cơ quan quản lý.

Bên cạnh đó, các quy định hiện hành mới chỉ tập trung nhiều vào khâu sản xuất, chưa có quy định chặt chẽ đối với hoạt động kinh doanh mỹ phẩm trên môi trường số. Có trường hợp người bán hàng có thể chỉnh sửa phiếu công bố để hợp thức hóa hàng giả, hàng nhái, trong khi chế tài xử phạt chưa bao quát được các loại hình kinh doanh mới như livestream, tiếp thị liên kết hay người bán hàng xuyên biên giới. Ngoài ra, hạ tầng dữ liệu quản lý mỹ phẩm còn phân tán, thiếu sự kết nối giữa các cơ quan quản lý thị trường, hải quan, thuế,... chưa có cơ chế kiểm soát hiệu quả, nhất là khi người bán không có tư cách pháp nhân tại Việt Nam.

Giải pháp nào để kiểm soát tốt chất lượng mỹ phẩm trên nền tảng TMĐT?

Đi tìm giải pháp cho vấn đề này, ông Nguyễn Tấn Phong, Giám đốc Trung tâm Tư vấn pháp luật Hiệp hội Thương mại Điện tử Việt Nam cho rằng, phải đẩy nhanh ứng dụng công nghệ số, xây dựng cơ sở dữ liệu quốc gia về mỹ phẩm, áp

dụng mã QR và hệ thống truy xuất nguồn gốc để người tiêu dùng dễ kiểm tra, đồng thời hạn chế hàng giả, hàng nhái, hàng không rõ nguồn gốc, xuất xứ.

Cần giám sát chặt chẽ sản phẩm sau khi được phép lưu hành, đây là tuyến phòng vệ cuối cùng để bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng. Nếu khâu tiền kiểm chỉ dựa vào hồ sơ công bố từ doanh nghiệp thì hậu kiểm mới phản ánh thực tế chất lượng sản phẩm. Nhờ hậu kiểm, những sản phẩm chứa chất cấm, sai lệch thành phần hay quảng cáo thổi phồng, không rõ nguồn gốc, xuất xứ mới được phát hiện kịp thời và thu hồi. Mặt khác, cần hoàn thiện các quy định của pháp luật, như sửa đổi quy định hiện hành, tăng chế tài xử phạt và quy rõ trách nhiệm của doanh nghiệp, sàn thương mại điện tử, người nổi tiếng...

Theo quy định hiện hành, doanh nghiệp được rút số công bố bất thường khi họ thấy sản phẩm có vấn đề, nhưng đây là kẽ hở khiến cho nhiều sản phẩm “biến mất” khỏi danh sách công bố trước khi bị kiểm tra. Ông Tạ Mạnh Hùng cho rằng, cần thực hiện bốn giải pháp để kiểm soát chất lượng mỹ phẩm trên sàn thương mại điện tử. Theo đó, cần tăng cường quản lý và hậu kiểm thông qua xây dựng hệ thống quy định chặt chẽ; nâng cao chế tài xử phạt đối với hành vi vi phạm trong công bố, quảng cáo, sản xuất mỹ phẩm; thiết lập cơ sở dữ liệu truy xuất nguồn gốc minh bạch, dễ tra cứu. Có chính sách hỗ trợ phát triển mỹ phẩm sản xuất trong nước, từ việc định hướng thúc đẩy nghiên cứu phát triển sản phẩm, đầu tư công nghệ sản xuất, bao bì, tiêu chuẩn hóa chất lượng...; xây dựng thương hiệu mỹ phẩm Việt gắn với giá trị tự nhiên, thảo dược và nguyên liệu bản địa.

Các cơ quan chức năng cần tổ chức các chiến dịch truyền thông về mỹ phẩm an toàn, hướng dẫn cách lựa chọn sản phẩm uy tín, khuyến khích người tiêu dùng sử dụng công cụ kiểm tra thông tin công bố trên website của Cục Quản lý Dược. Tăng cường phối hợp liên ngành và quốc tế, nhất là giữa các cơ quan chức năng như y tế, công thương, công an...

Vì vậy, các cơ quan liên quan cần sớm hoàn thiện cơ chế quản lý, chế tài xử lý chặt chẽ để kênh thương mại điện tử phải trở thành kênh phân phối tin cậy của tất cả các ngành hàng nói chung và của mỹ phẩm nói riêng. Sự phối hợp từ nhiều phía sẽ giúp công tác quản lý ngành hàng mỹ phẩm trong thời gian tới minh bạch, hiệu quả hơn, vừa bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng cũng như phù hợp với xu thế phát triển của thị trường.

Bùi Quyền