TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Minh bạch nguồn gốc hàng hóa trên sàn thương mại điện tử

09:38 02/11/2026

Trước tình trạng hàng giả, hàng không rõ nguồn gốc gia tăng, việc mở rộng kênh phân phối hàng chính hãng và minh bạch thông tin trở thành giải pháp bảo vệ người tiêu dùng trên môi trường trực tuyến.

Thương mại điện tử phát triển tạo thuận lợi cho người tiêu dùng mua sắm, so sánh giá và tiếp cận ưu đãi. Tuy nhiên, hàng giả, hàng nhái, không rõ nguồn gốc vẫn diễn biến phức tạp, đòi hỏi các sàn tăng trách nhiệm bảo vệ người mua.

Thạc sĩ, Dược sĩ Nguyễn Thị Hồng Vân, Phó Tổng giám đốc Công ty Cổ phần Sao Thái Dương cho biết, doanh nghiệp từng phát hiện sản phẩm mang thương hiệu của mình bị làm giả, làm nhái và rao bán trên sàn thương mại điện tử, ảnh hưởng đến uy tín doanh nghiệp và tiềm ẩn nguy cơ đối với sức khỏe người tiêu dùng.

Trước thực trạng này, việc phát triển các gian hàng chính hãng được xem là giải pháp mở rộng kênh phân phối, giúp người tiêu dùng tiếp cận sản phẩm có nguồn gốc rõ ràng. Đơn cử, Shopee triển khai chương trình Shopee Mall Outlet, hỗ trợ thương hiệu phân phối hàng chính hãng với giá ưu đãi, đồng thời giải quyết bài toán hàng tồn kho, hàng chậm luân chuyển.

Ông Đoàn Đức Dũng, Trưởng nhóm Kinh doanh Shopee BEAR Việt Nam cho biết, người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến chất lượng, nguồn gốc, công năng và chính sách hậu mãi thay vì chỉ chú trọng giá bán. Đặc biệt, với các sản phẩm phục vụ chế biến thực phẩm và chăm sóc trẻ nhỏ, thông tin minh bạch càng được coi trọng.



Trước nguy cơ hàng giả, hàng không rõ nguồn gốc trên môi trường trực tuyến, việc mở rộng phân phối hàng chính hãng, minh bạch thông tin là yêu cầu cấp thiết để bảo vệ người tiêu dùng.

Thông qua Shopee Mall Outlet, BEAR có thêm kênh tiêu thụ các sản phẩm đời cũ, hàng tồn kho với mức giá ưu đãi, giúp người tiêu dùng tiếp cận hàng chính hãng với chi phí phù hợp.

Tương tự, bà Đỗ Thị Giang, nhà sáng lập thương hiệu DELIZ cho biết, chương trình giúp doanh nghiệp tiêu thụ sản phẩm cuối mùa và mở rộng tệp khách hàng. Bên cạnh ưu đãi về giá, thương hiệu chú trọng công khai thông tin về chất liệu, kích thước, kiểu dáng, đồng thời nâng cao chất lượng xử lý đơn hàng và chăm sóc khách hàng.

Thực tế cho thấy, mở rộng kênh phân phối hàng chính hãng với giá hợp lý góp phần tăng lựa chọn cho người tiêu dùng. Tuy nhiên, yếu tố quan trọng vẫn là minh bạch nguồn gốc, chất lượng sản phẩm và các chính sách bảo hành, đổi trả, qua đó củng cố niềm tin khi mua sắm trực tuyến.

Cùng với việc mở rộng kênh phân phối hàng chính hãng, trách nhiệm của sàn thương mại điện tử và người bán trong minh bạch thông tin, kiểm soát chất lượng hàng hóa ngày càng được đặt ra rõ hơn. Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023 đã quy định cụ thể các nghĩa vụ nhằm bảo vệ người mua trong giao dịch trực tuyến.

Theo Điều 10, hành vi cung cấp thông tin sai lệch, không đầy đủ hoặc gây nhầm lẫn về hàng hóa, dịch vụ và chủ thể kinh doanh thuộc nhóm hành vi bị nghiêm cấm. Trong khi đó, Điều 39 quy định trách nhiệm của đơn vị vận hành nền tảng số trung gian, bao gồm công khai quy chế hoạt động, cung cấp thông tin về người bán và tiếp nhận, giải quyết phản ánh, khiếu nại của người tiêu dùng.

Những quy định này đặt ra yêu cầu bảo vệ người mua xuyên suốt quá trình giao dịch, từ khâu cung cấp thông tin, lựa chọn sản phẩm đến xử lý khiếu nại sau mua hàng.

Ở góc độ doanh nghiệp, bà Nguyễn Thị Ngọc Bích, nhà sáng lập thương hiệu Cỏ Cây Hoa Lá cho rằng, người tiêu dùng ngày càng quan tâm đến nguồn gốc, chất lượng và tính minh bạch của sản phẩm. Đặc biệt, với nhóm hàng chăm sóc sức khỏe, sắc đẹp và cá nhân, thông tin về thành phần, công dụng phải chính xác, có căn cứ.

Theo bà Ngọc Bích, doanh nghiệp chú trọng rà soát hồ sơ pháp lý, nhãn hàng hóa, thành phần và công dụng sản phẩm; đồng thời kiểm soát nội dung quảng cáo, livestream và tiếp thị liên kết để tránh thông tin sai lệch, cam kết vượt quá công dụng thực tế. Việc quản lý chứng từ và xử lý phản hồi khách hàng cũng được tăng cường.

Thực tế cho thấy, bảo vệ người tiêu dùng trên sàn thương mại điện tử đòi hỏi trách nhiệm từ cả nền tảng và người bán. Việc phát triển gian hàng chính hãng giúp mở rộng lựa chọn, nhưng không thay thế nghĩa vụ bảo đảm chất lượng, minh bạch thông tin và thực hiện chính sách hậu mãi.

Hà Trần