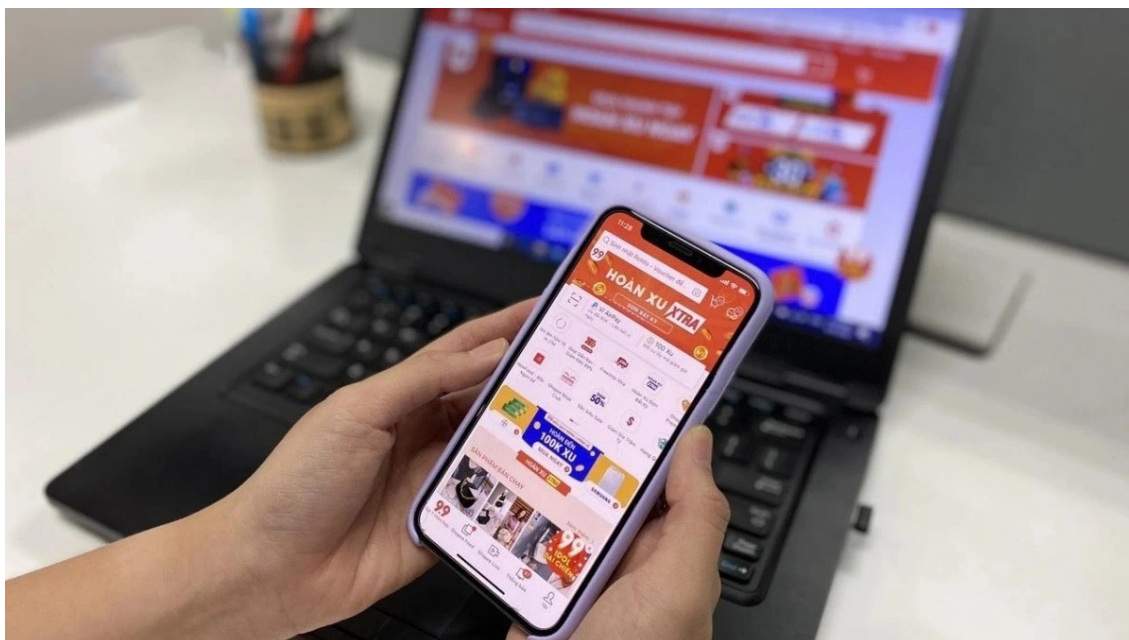


Review ảo trên sàn thương mại điện tử: Người tiêu dùng đang bị lừa ra sao?

15:11 21/11/2025

Mua sắm trực tuyến ngày càng phổ biến, nhưng không phải mọi đánh giá sản phẩm đều đáng tin cậy. Những “review ảo” do tài khoản giả, bot hoặc chính cửa hàng thuê viết đang lan tràn trên các sàn thương mại điện tử, khiến người tiêu dùng khó phân biệt thật - giả và dễ bị dẫn dắt vào các quyết định mua hàng sai lầm. Vậy làm thế nào để nhận diện và tránh bị lừa?



Ảnh minh họa.

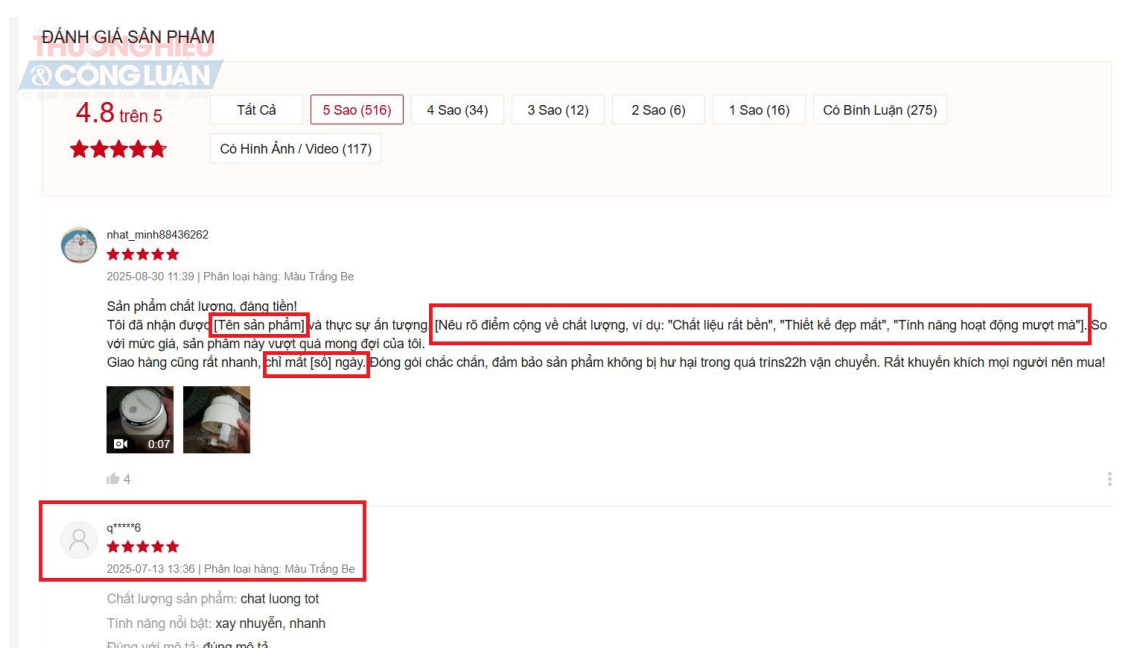
Hiện nay, mua sắm trực tuyến ngày càng phổ biến tại Việt Nam, kéo theo việc người tiêu dùng ngày càng phụ thuộc vào các đánh giá sản phẩm. Những review từ khách hàng trước thường được xem như “la bàn” để đánh giá chất lượng, độ bền hay trải nghiệm thực tế trước khi quyết định xuống tiền.

Tuy nhiên, không phải phản hồi nào cũng phản ánh đúng sự thật. Review ảo - những nhận xét được tạo ra một cách giả mạo đang trở thành vấn đề nhức nhối trên nhiều nền tảng thương mại điện tử. Chúng xuất hiện dưới nhiều hình thức, từ lời khen quá mức, bình luận “dìm hàng” đối thủ, cho đến các đánh giá được tạo bởi tài khoản ảo hay bot nhằm thao túng số sao.

Sự tinh vi của những review này khiến người tiêu dùng khó phân biệt thật - giả. Thậm chí, chỉ một loạt đánh giá 5 sao được đẩy lên trong thời gian ngắn cũng có thể khiến sản phẩm kém chất lượng trông như “bán chạy” và uy tín, dễ đánh lừa những người mua thiếu kinh nghiệm.

Người tiêu dùng dễ “sập bẫy” review ảo như thế nào?

Chị Lan Hương (Hoàng Mai, Hà Nội) cho biết, bản thân chị đã từng đặt mua một chiếc máy xay sinh tố có hàng trăm review 5 sao, phần lớn đều khen “bền, khỏe và dùng thích”. Nhưng thực tế nhận về lại hoàn toàn trái ngược: “Máy chạy yếu, nhựa mỏng và rất nóng khi dùng. Tôi liên hệ shop thì họ đổ lỗi do vận chuyển. Từ đó tôi mới nhận ra nhiều review khen trước đó có nội dung giống nhau, rất có thể là giả”.

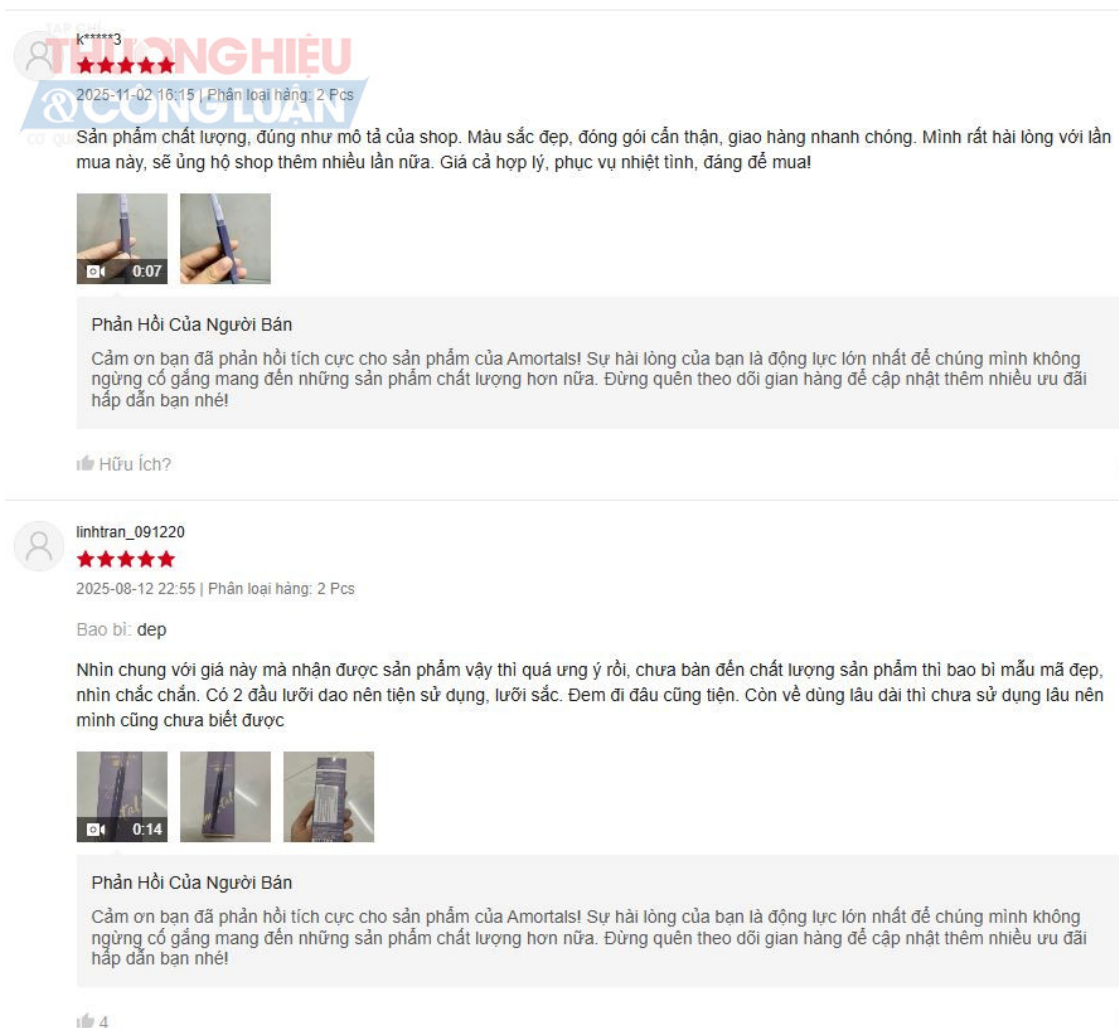


Nhiều “review 5 sao”, đánh giá ảo xuất hiện dưới các sản phẩm trên sàn thương mại điện tử Shopee Mall. (Ảnh: chụp màn hình)

Anh Minh Hoàng (Thanh Xuân, Hà Nội) lại gặp tình trạng review quá tốt, nhưng không hề khớp với hình ảnh sản phẩm. “Tôi thấy nhiều tài khoản chỉ để lại vài từ như ‘tốt’, ‘ưng’, ‘giao nhanh’ mà không hề có ảnh thật. Nhiều shop còn cố tình đẩy review 5 sao trong thời gian ngắn để leo thứ hạng. Nếu không để ý kỹ, rất dễ bị đánh lừa”.

Không chỉ tạo ảo giác về chất lượng, review giả mạo còn khiến người tiêu dùng mua phải hàng kém chất lượng, mất thời gian đổi trả, thậm chí mất tiền oan. Trong một số trường hợp, review tiêu cực còn bị chính shop “chìm” đi hoặc bị bot “dìm” bằng hàng loạt đánh giá 5 sao nhằm che lấp phản hồi thật.

Chị Như (Đống Đa, Hà Nội) chia sẻ: “Có lần tôi mua mỹ phẩm vì thấy rất nhiều review tốt, nhưng sau khi dùng thì bị kích ứng. Tra lại thông tin thì thấy sản phẩm đó được nhiều hội nhóm cảnh báo về review ảo. Vấn đề là trên sàn thì toàn review đẹp”.



Nhiều “review 5 sao”, đánh giá ảo xuất hiện dưới các sản phẩm trên các sàn thương mại điện tử hiện nay. (Ảnh: chụp màn hình)

Những cảnh báo từ chuyên gia pháp lý

Thảo luận về dự án luật Thương mại điện tử chiều 3/11, đại biểu Nguyễn Minh Đức, Phó Chủ nhiệm Ủy ban Quốc phòng, An ninh và Đối ngoại của Quốc hội đề cập đến một số tồn tại trong hoạt động thương mại điện tử hiện nay. Trong đó, ông Đức nêu hiện tượng đánh giá ảo (*hay còn gọi là review giả*) khi bán hàng online. Có trường hợp dùng phần mềm tự động để tăng tương tác, thực tế sản phẩm chỉ khoảng 100 người giao dịch mỗi tháng, nhưng thông qua tương tác ảo có khi hiển thị đến cả triệu người giao dịch.

Đại biểu cho rằng, hành vi này gây méo mó niềm tin của người tiêu dùng, liệu có thể coi đây là “đưa ra thông tin sai sự thật” hay không, cần quy định rõ.



Đại biểu Nguyễn Minh Đức, Phó Chủ nhiệm Ủy ban Quốc phòng, An ninh và Đối ngoại của Quốc hội.

Liên quan đến vấn đề này, TS.LS Lê Bá Thường - Viện trưởng Viện Nghiên cứu pháp luật và văn hoá doanh nghiệp nhận định: Đây là hành vi có dấu hiệu gian dối thương mại, xâm phạm trực tiếp quyền được thông tin trung thực của người tiêu dùng.

“Luật Bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng năm 2023 quy định, người kinh doanh không được đăng tải thông tin sai sự thật hoặc gây nhầm lẫn về sản phẩm, dịch vụ. Việc thuê người viết đánh giá tích cực, sử dụng tài khoản ảo hay khuyến khích người mua để lại phản hồi không đúng sự thật đều bị nghiêm cấm.

Bên cạnh đó, Nghị định số 98/2020/NĐ-CP quy định mức phạt từ 20 đến 100 triệu đồng đối với hành vi quảng cáo gian dối, cung cấp thông tin sai lệch gây thiệt hại cho người tiêu dùng. Nếu hành vi có tổ chức, có dấu hiệu lừa đảo hoặc chiếm đoạt tài sản, người vi phạm có thể bị xử lý hình sự theo Điều 174 hoặc Điều 197 Bộ luật Hình sự”, Luật sư Thường phân tích.

Theo ông Thường, khác với quảng cáo công khai, review giả thường được ngụy trang dưới dạng đánh giá cá nhân. Người mua khó biết đâu là bình luận thật, đâu là kết quả của một chiến dịch “seeding” thuê từ các công ty marketing ngầm. “Hầu hết dịch vụ viết review thuê đều dùng mạng lưới tài khoản ảo, đăng nhập từ nhiều địa chỉ IP khác nhau. Một số nền tảng còn thưởng điểm cho người để lại 5 sao, khiến review tích cực trở thành hình thức mua bán trá hình”, ông Thường cho hay.

Ông Thường cho rằng, hành vi này không chỉ vi phạm luật quảng cáo, mà còn ảnh hưởng nghiêm trọng đến cạnh tranh lành mạnh. Doanh nghiệp trung thực bị thiệt hại, còn người tiêu dùng bị dẫn dắt bởi dữ liệu giả.

Từ góc nhìn công nghệ, ông Võ Đỗ Thắng - Giám đốc Trung tâm an ninh mạng Athena cho biết: “Hiện tượng đánh giá ảo đang được tạo ra bằng robot, hay ‘bot’, được lập trình để viết bình luận tích cực hoặc gắn sao cao cho sản phẩm. Một số hệ thống còn tự động lan truyền nội dung này sang nhiều nền tảng khác nhằm thao túng niềm tin người mua”.



Đánh giá sản phẩm

Gửi

 Xem Hướng dẫn đánh giá chuẩn để nhận đến **200 xu** ! >

 **Ấm sắc thuốc bắc bằng điện.**
Phân loại: LOẠI 3.2L

Chất lượng sản phẩm  **Tuyệt vời**

Thêm 50 ký tự và 1 hình ảnh và 1 video để nhận đến **200 xu**


Thêm Hình ảnh


Thêm Video

Tính năng nổi bật: để lại đánh giá

Chất lượng sản phẩm:

Đúng với mô tả:

Hãy chia sẻ nhận xét cho sản phẩm này bạn nhé!

Trên một số gian hàng của Shopee, người mua được thưởng điểm khi để lại đánh giá 5 sao, khiến các review tích cực đôi khi trở thành hình thức mua bán trá hình. (Ảnh chụp màn hình)

Làm gì để không rơi vào “bẫy” review ảo?

Các chuyên gia khuyến nghị, người tiêu dùng nên tham khảo thông tin từ nhiều nguồn trước khi quyết định mua hàng, nhằm phòng tránh bị đánh lừa bởi các review ảo. Thay vì chỉ dựa vào số sao hay những nhận xét ngắn gọn, người tiêu dùng nên chú ý đến các đánh giá chi tiết, kiểm tra hình ảnh thực tế và so sánh ý kiến từ nhiều người. Việc cảnh giác với những nhận xét quá hoàn hảo hoặc quá tiêu cực sẽ giúp người mua đưa ra quyết định thông minh hơn và tránh bị thao túng.

Ông Nguyễn Bình Minh, Ủy viên Ban Chấp hành Hiệp hội TMĐT Việt Nam (VECOM) cho rằng, hiện tượng đánh giá ảo có tồn tại, nhưng chưa đến mức chi phối toàn thị trường. “Người mua nên đọc kỹ đánh giá từ 2-4 sao, vì đây thường là phản hồi trung thực nhất. Đánh giá 5 sao hoặc 1 sao thường quá cực đoan, trong khi nhóm giữa phản ánh rõ điểm mạnh, yếu của sản phẩm”, ông Minh khuyến nghị.

VECOM cũng đề xuất tăng cường tuyên truyền và nâng cao nhận thức người dùng, giúp họ biết cách kiểm chứng thông tin qua nhiều nguồn.

Tương tự, ông Võ Đỗ Thắng, Giám đốc Trung tâm an ninh mạng Athena nhấn mạnh: “Người tiêu dùng cần kiểm tra chéo thông tin từ ít nhất 2 đến 3 nguồn khác nhau. Ví dụ, xem thêm đánh giá trên diễn đàn, YouTube hoặc Facebook. Nếu là tài khoản ảo, họ sẽ không phản hồi, còn người thật sẽ tương tác. Nhưng để niềm tin ấy không bị mất đi bởi những ngôi sao mua được, cần nhiều hơn những công cụ chống gian lận, đó là một hệ sinh thái trung thực, minh bạch và tôn trọng người tiêu dùng”.

Số liệu từ Ủy ban Cạnh tranh quốc gia (Bộ Công Thương) cho thấy, trong năm 2024, số phản ánh liên quan đến đánh giá sai sự thật trên sàn thương mại điện tử tăng hơn 60% so với năm trước. Nhiều vụ việc cho thấy tình trạng “đánh giá ảo” đã trở thành công cụ cạnh tranh không lành mạnh, bóp méo thị trường tiêu dùng trực tuyến.

Theo Ủy ban Cạnh tranh Quốc gia, có một số nguyên nhân dẫn tới các hành vi cạnh tranh không lành mạnh này.

Thứ nhất, lợi ích kinh tế lớn là động lực chính. Các sản phẩm có nhiều đánh giá tích cực dễ tạo niềm tin, tăng tỷ lệ chuyển đổi mua hàng và doanh số bán hàng. Chính sức hấp dẫn của lợi nhuận này khiến nhiều người bán sẵn sàng đầu tư vào gian lận thay vì cải thiện chất lượng sản phẩm, thậm chí coi đây là một "chiến lược marketing ngầm".

Thứ hai, chi phí tạo "đánh giá ảo" thấp. Thị trường dịch vụ viết đánh giá thuê hoạt động sôi nổi với mức giá chỉ vài nghìn đồng cho một bài, cho phép người bán dễ dàng thuê số lượng lớn và đạt hiệu quả lôi kéo khách hàng cao.

Thứ ba, công nghệ hỗ trợ gian lận ngày càng tinh vi. Trí tuệ nhân tạo (AI), chatbot và các phần mềm tự động có khả năng tạo ra hàng loạt bình luận đa dạng nội dung trong thời gian ngắn, thậm chí giả lập hành vi người tiêu dùng thật để qua mặt hệ thống kiểm duyệt.

Thứ tư, quản lý lỏng lẻo từ các sàn thương mại điện tử. Một số nền tảng chưa áp dụng cơ chế xác minh chặt chẽ giữa người mua và người bán, thiếu công cụ nhận diện và lọc bỏ đánh giá bất thường, tạo kẽ hở cho hành vi gian lận. Có trường hợp, vì muốn tăng doanh thu, một số sàn còn ngấm dung túng cho hiện tượng này.

Cuối cùng, nhận thức của người tiêu dùng còn hạn chế. Không ít khách hàng có thói quen tin tưởng tuyệt đối vào số lượng sao và bình luận mà không kiểm tra kỹ nguồn gốc, nội dung, hoặc tham khảo thêm từ các kênh khác. Tâm lý "mua theo số đông" cũng khiến người tiêu dùng dễ bị dẫn dắt bởi những nhận xét giả mạo.

Minh An