

Tem chống hàng giả: Khi doanh nghiệp chấp nhận chi phí lớn để bảo vệ thương hiệu và niềm tin khách hàng

18:15 04/11/2025

Vấn nạn hàng giả, hàng nhái không chỉ gây thiệt hại cho người tiêu dùng mà còn trực tiếp bào mòn uy tín của các doanh nghiệp chân chính. Do đó, nhiều công ty đã chủ động đầu tư bài bản vào các giải pháp tem xác thực công nghệ cao. Đây không còn là miếng decal đơn thuần, mà đã trở thành một công cụ bảo mật, thể hiện cam kết chất lượng và là cầu nối củng cố niềm tin với khách hàng.

LTS: Xu hướng chung cho thấy, các doanh nghiệp đang chi một khoản ngân sách không nhỏ để tích hợp công nghệ cao vào sản phẩm. Đó là những con tem sử dụng công nghệ in ấn bảo an hiện đại, khó làm giả; là sự kết hợp giữa mã QR (mã phản hồi nhanh) cho phép truy xuất thông tin và các mã số bí mật (số nhảy ngẫu nhiên) được ẩn dưới lớp phủ cào. Đằng sau những con tem nhỏ bé này là cả một hệ thống quản lý dữ liệu trực tuyến, cho phép doanh nghiệp kiểm soát chuỗi cung ứng và giúp người tiêu dùng kiểm tra nguồn gốc hàng hóa chỉ bằng một chiếc điện thoại thông minh.

Câu chuyện của Công ty Cổ phần DonexGroup, một thương hiệu thời trang thể thao có lịch sử trên 20 năm, là một minh chứng rõ nét cho chiến lược này. Đối mặt với thực trạng sản phẩm bị làm nhái, gây ra những phản hồi tiêu cực về chất lượng, Donex đã quyết định chấp nhận một khoản chi phí đầu tư đáng kể để trang bị cho mỗi sản phẩm một hệ thống tem xác thực hai lớp. Cách làm của họ không chỉ dừng lại ở việc dán tem, mà còn tập trung vào việc hướng dẫn, truyền thông minh bạch để người tiêu dùng có thể chủ động sử dụng công cụ này, biến mỗi khách hàng thành một đồng minh trong cuộc chiến bảo vệ hàng thật.



Donex là một thương hiệu thời trang thể thao có lịch sử trên 20 năm tại thị trường Việt Nam

Sự phát triển của tem: Từ nhận diện đến bảo mật công nghệ cao

Cuộc chiến chống hàng giả đã bước sang một giai đoạn mới, đòi hỏi các giải pháp bảo vệ cũng phải tối ưu hơn. Nếu như trước đây, tem chống hàng giả chủ yếu dựa vào các công nghệ in đơn giản như tem vỡ hay mực phản quang, thì ngày nay, chúng đã được nâng cấp thành các hệ thống xác thực đa lớp, đa nền tảng.

Các doanh nghiệp đang đầu tư mạnh vào ba trụ cột chính của công nghệ xác thực.

Thứ nhất, đó là công nghệ in ấn tem cao cấp. Các con tem hiện đại được sản xuất bằng công nghệ bảo an với mật độ bảo mật cao, cực kỳ khó sao chép. Nhiều loại tem được thiết kế dưới dạng tem cào, hoặc tem QR Code được phủ một lớp bạc mỏng. Lớp phủ này vừa bảo vệ mã số bí mật bên trong, vừa đảm bảo rằng chỉ người mua cuối cùng mới có quyền cào và xác thực sản phẩm, tránh việc mã bị sao chép hàng loạt trên đường phân phối.

Thứ hai, là việc ứng dụng mã số bí mật và mã QR. Mỗi sản phẩm khi xuất xưởng được gán một định danh duy nhất, thường là mã QR kết hợp với một mã số bí mật (số nhảy Random). Các mã số này có giá trị vĩnh viễn và không bao giờ trùng lặp trên toàn cầu. Điều này cho phép người tiêu dùng và chính doanh nghiệp có thể dễ dàng xác thực nguồn gốc chính hãng thông qua điện thoại di

động hoặc các phần mềm quản lý chuyên dụng.

Thứ ba, và cũng là quan trọng nhất, chính là hệ thống quản lý và tra cứu trực tuyến. Con tem vật lý chỉ là yếu tố bề mặt. Cốt lõi chính là các hệ thống phần mềm, dịch vụ tra cứu như TPCHECK hay Smartcheck. Doanh nghiệp đầu tư vào các nền tảng này để quản lý và theo dõi sát sao luồng hàng hóa của mình, kiểm soát hiệu quả chuỗi cung ứng. Hơn thế nữa, hệ thống còn cho phép thu thập dữ liệu khách hàng (khi họ quét mã xác thực), từ đó giúp doanh nghiệp phân tích hành vi tiêu dùng và xây dựng các chiến lược marketing, chăm sóc khách hàng trúng đích hơn.

Sự đầu tư bài bản này mang lại lợi ích kép: vừa giúp doanh nghiệp nâng cao khả năng kiểm soát thị trường, giảm thất thoát doanh thu do hàng giả, bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ; vừa củng cố vững chắc niềm tin của người tiêu dùng về nguồn gốc và chất lượng sản phẩm họ đang sử dụng.

Bài toán của Donex: Chấp nhận chi phí cao để đổi lấy sự yên tâm cho khách hàng

Để hiểu rõ hơn về động lực và cách thức một doanh nghiệp cụ thể triển khai công cụ công nghệ này, chúng tôi đã có cuộc trao đổi với anh Nguyễn Duy Ninh, Phụ trách mảng Thương mại điện tử và Bán lẻ của Công ty Cổ phần DonexGroup, ngay tại gian hàng của hãng ở Hội chợ Mùa Thu 2025.



Gian hàng của Donex tại Hội chợ Mùa Thu 2025

Là một thương hiệu thời trang thể thao đã có mặt trên thị trường trên 20 năm, Donex hiểu rõ giá trị của uy tín. Anh Ninh chia sẻ, động lực lớn nhất khiến công ty quyết tâm đầu tư vào tem xác thực xuất phát từ chính những phản hồi của thị trường. *"Với những thương hiệu có lịch sử lâu đời như Donex, việc sản phẩm trên thị trường xuất hiện những mặt hàng bị làm giả, làm nhái và kém chất lượng là điều khó tránh. Điều này đã từng dẫn đến việc khách hàng phản hồi không tốt về chất lượng sản phẩm,"* anh Ninh cho biết. Những phản hồi tiêu cực này, dù đến từ hàng giả, nhưng lại ảnh hưởng trực tiếp đến hình ảnh của hàng thật.

Đứng trước bài toán đó, Donex đã quyết định lựa chọn một giải pháp triệt để, mặc dù tốn kém. *"Mặc dù chi phí để xử lý một mã xác thực, bao gồm cả mã QDE (QR code) và mã số nằm dưới lớp bạc, là không hề thấp, nhưng công ty vẫn chấp nhận đầu tư,"* anh Ninh nhấn mạnh. Anh mô tả tổng chi phí cho hệ thống này là đắt đỏ, nhưng ban lãnh đạo xem đây là một công cụ thiết yếu để *"đưa đến cho khách hàng một sản phẩm có chất lượng tốt nhất"*.



Mẫu tem xác thực sản phẩm chính hãng của Donex

Cách làm của Donex tập trung vào việc cung cấp một hệ thống bảo vệ minh bạch và dễ kiểm tra cho người dùng. Mỗi sản phẩm của họ được trang bị con tem với hai lớp xác thực: một mã QDE (QR code) để khách hàng có thể quét nhanh bằng điện thoại, và một mã số bí mật riêng biệt nằm dưới lớp phủ cào. Sự kết hợp này giúp tăng độ bảo mật lên gấp đôi; kể cả khi mã QR bị sao chép, mã số bí mật dưới lớp cào vẫn là duy nhất và không thể làm giả.

Lợi ích mà hệ thống này mang lại, theo anh Ninh, là rất rõ ràng cho người tiêu dùng. "Tem xác thực là một công cụ rất tốt cho khách hàng," anh nói. "Nó giúp khách hàng có thể yên tâm sử dụng sản phẩm của công ty, đảm bảo đó là sản phẩm chính hãng." Hơn nữa, trong một thị trường hỗn loạn, con tem này còn giúp người tiêu dùng có cơ sở để "phân biệt được những chất lượng sản phẩm khác nhau", tạo ra một ranh giới rõ ràng giữa hàng thật và hàng giả.

Tuy nhiên, một điểm cốt lõi trong chiến lược của Donex không chỉ nằm ở bản thân con tem, mà còn ở cách họ thúc đẩy việc sử dụng con tem đó trong tâm trí khách hàng. Doanh nghiệp này rất chú trọng vào việc hướng dẫn và truyền thông. "Công ty thường xuyên hướng dẫn khách hàng cách sử dụng tem xác thực, không chỉ tại các hội chợ mà ở bất kỳ kênh bán hàng nào," anh Ninh chia sẻ.

Sự minh bạch cũng là một yếu tố then chốt. "Trước khi thực hiện bất kỳ sự thay đổi nào về sản phẩm hay về mặt kiểm định chất lượng, công ty đều thông báo và truyền thông rộng rãi tới khách hàng để họ nắm bắt được thông tin. Điều này giúp khách hàng biết cách sử dụng tem xác thực để xác thực đúng sản phẩm." Bằng cách này, Donex không chỉ trang bị công cụ cho khách hàng, mà còn chủ động hướng dẫn khách cách sử dụng công cụ đó một cách hiệu quả, biến người tiêu dùng từ vị thế bị động thành người giám sát chủ động.



Donex đã quyết định chấp nhận một khoản chi phí đầu tư đáng kể để trang bị cho mỗi sản phẩm một hệ thống tem xác thực hai lớp nhằm

đem lại sự yên tâm cho khách hàng

Có thể nói, mặc dù tem xác thực yêu cầu một khoản đầu tư tài chính đáng kể, Donex xem đây là khoản chi phí cần thiết và xứng đáng. Đó là khoản đầu tư để bảo vệ di sản thương hiệu trên 20 năm của mình khỏi vấn nạn hàng giả, và quan trọng hơn, là đầu tư vào lòng tin của khách hàng bằng cách cung cấp cho họ sự đảm bảo rõ ràng nhất về chất lượng và tính xác thực của sản phẩm.

Donex xem việc mua một sản phẩm chính hãng giống như tìm kiếm một viên kim cương, và tem xác thực công nghệ cao chính là chứng thư xác thực tiêu chuẩn quốc tế đi kèm. Chứng thư này có thể tổn kém để tạo ra và duy trì, nhưng nó ngay lập tức loại bỏ mọi sự nghi ngờ và đảm bảo cho người mua rằng họ đang nhận được một vật phẩm có giá trị và chất lượng thật sự, chứ không phải một món hàng giả mạo.

Thành Nam