

Thêm căn cứ nhận diện hàng giả

09:39 29/10/2026

Trong bối cảnh thị trường nhập khẩu ngày càng chú trọng minh bạch chuỗi cung ứng, truy xuất nguồn gốc không chỉ giúp doanh nghiệp chứng minh xuất xứ sản phẩm mà còn tạo thêm căn cứ phát hiện dấu hiệu giả mạo, hỗ trợ xác minh vi phạm và bảo vệ uy tín hàng Việt.

Từ mã định danh đến khả năng nhận diện hàng giả

Theo báo cáo tình hình kinh tế - xã hội quý III/2026 và 9 tháng năm 2026 của Cục Thống kê (Bộ Tài chính), tổng kim ngạch xuất, nhập khẩu hàng hóa của Việt Nam đạt 888,02 tỷ USD, tăng 30,4% so với cùng kỳ năm 2025. Riêng xuất khẩu đạt 434,3 tỷ USD, tăng 24,5% so với cùng kỳ năm 2025. Quy mô giao thương ngày càng lớn đặt ra yêu cầu cao hơn đối với việc kiểm soát thông tin hàng hóa, từ khâu sản xuất, lưu thông đến khi sản phẩm đến tay đối tác và người tiêu dùng nước ngoài.

Trong bối cảnh đó, truy xuất nguồn gốc đang trở thành một công cụ hỗ trợ minh bạch hóa chuỗi cung ứng. Giá trị của công cụ này không chỉ nằm ở khả năng tra cứu nơi sản xuất mà còn ở việc kết nối thông tin về doanh nghiệp, lô hàng, thời điểm sản xuất và các công đoạn lưu thông. Khi dữ liệu được ghi nhận đầy đủ, cơ quan chức năng và doanh nghiệp có thêm cơ sở đối chiếu để nhận diện những dấu hiệu bất thường.

Theo Cục Quản lý và Phát triển thị trường trong nước (Bộ Công Thương), hoạt động mua bán truyền thống thường gắn với cửa hàng và địa điểm kinh doanh xác định. Trên môi trường trực tuyến, người bán có thể tiếp cận khách hàng ở nhiều địa bàn mà không cần xuất hiện trực tiếp. Đặc điểm này khiến việc xác định chủ thể kinh doanh và nguồn gốc sản phẩm trở nên phức tạp hơn, trong khi lực lượng kiểm tra không thể chỉ dựa vào phương thức thủ công để bao quát toàn bộ thị trường.

Số liệu của Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số (Bộ Công Thương) cho thấy, quy mô thương mại điện tử Việt Nam năm 2025 đạt khoảng 31 tỷ USD, tăng 25,5% so với năm 2025, tương đương khoảng 10% tổng mức bán lẻ hàng hóa

và doanh thu dịch vụ tiêu dùng. Thị trường phát triển nhanh mở rộng cơ hội kinh doanh, đồng thời làm tăng khối lượng giao dịch và thông tin cần xác minh.

Trong 9 tháng năm 2026, 4 sàn thương mại điện tử (TMĐT) lớn tại Việt Nam (gồm Shopee, TikTok Shop, Lazada và Tiki) cũng ghi nhận tổng giá trị hàng hóa giao dịch đạt 411.700 tỷ đồng, tương đương khoảng 15,8 tỷ USD. Theo nền tảng EcomHeat của YouNet ECI, lượng sản phẩm bán ra đạt 2,6 tỷ sản phẩm, với hơn 436.000 gian hàng phát sinh doanh thu.

Vì vậy, theo chuyên gia, truy xuất nguồn gốc cần được nhìn nhận như một công cụ hỗ trợ phát hiện dấu hiệu nghi vấn, chứ không đơn thuần là việc gắn mã lên bao bì. “Mã QR không tự chứng minh hàng hóa là thật”, nhấn mạnh điều này, TS, Luật sư Lê Bá Thường (Đoàn Luật sư TP. Hồ Chí Minh) cho rằng, mã QR có thể bị sao chép, còn thông tin khai báo có thể thiếu hoặc không chính xác, cho nên, việc xác định hàng giả vẫn phải dựa trên quá trình kiểm tra, xác minh và căn cứ pháp luật phù hợp.



Ảnh minh họa

Dữ liệu bất thường có thể trở thành dấu hiệu cảnh báo

Một bước tiến đáng chú ý là Bộ Công Thương đưa Hệ thống truy xuất nguồn gốc hàng hóa VeriGoods vào vận hành từ ngày 23/12/2025, tại địa chỉ verigoods.vn. Hệ thống có khả năng kết nối, chia sẻ dữ liệu với Cổng thông tin truy xuất nguồn gốc sản phẩm, hàng hóa quốc gia. Đến hết tháng 5/2026, hệ thống đã xác thực hơn 1 triệu mã sản phẩm.

Cùng với hạ tầng dữ liệu, Thông tư số 31/2026/TT-BCT ngày 11/6/2026 của Bộ trưởng Bộ Công Thương quy định về truy xuất nguồn gốc đối với sản phẩm, hàng hóa có mức độ rủi ro cao thuộc phạm vi quản lý của Bộ Công Thương. Theo lộ trình, từ ngày 1/7/2026, thương nhân thực hiện đăng ký tài khoản, nhận mã định danh và xác thực thông tin sản phẩm; từ ngày 1/1/2027, các đối tượng thuộc diện bắt buộc phải thực hiện đầy đủ truy xuất nguồn gốc trước khi đưa hàng hóa vào lưu thông.

Doanh nghiệp có thể cập nhật dữ liệu lên VeriGoods hoặc sử dụng hệ thống nội bộ đáp ứng yêu cầu kết nối, chia sẻ thông tin. Dù lựa chọn phương án nào, trách nhiệm về tính chính xác của dữ liệu khai báo vẫn thuộc về thương nhân.

Theo TS, Luật sư Lê Bá Thường, định danh sản phẩm là cơ sở để quản lý thông tin truy xuất. Những hệ thống có khả năng ghi nhận lịch sử quét mã, đối chiếu địa điểm và phát hiện dấu hiệu trùng lặp mã có thể hỗ trợ cảnh báo nguy cơ giả mạo. Phân tích dữ liệu bằng trí tuệ nhân tạo cũng giúp lựa chọn các trường hợp bất thường để kiểm tra sâu hơn.

“Điểm đáng chú ý là dữ liệu có thể cung cấp thêm những dấu hiệu mà việc quan sát hàng hóa đơn thuần khó nhận biết. Chẳng hạn, một mã sản phẩm xuất hiện với tần suất bất thường hoặc được quét tại những địa điểm không phù hợp với thông tin lưu thông có thể là tín hiệu cần xác minh. Tuy nhiên, đây chỉ là dấu hiệu cảnh báo, chưa đủ để kết luận hàng giả hay xác định chủ thể vi phạm”, TS, Luật sư Lê Bá Thường đề cập.

Thực tế cho thấy, dữ liệu phản ánh của người tiêu dùng đã phần nào giúp cơ quan quản lý phân loại vấn đề, xác định những đơn vị có nhiều kiến nghị để tập trung hậu kiểm theo phương thức quản lý rủi ro. Cách tiếp cận này cho phép sử dụng nguồn lực có trọng tâm thay vì kiểm tra dàn trải. Dù vậy, phản ánh của người tiêu dùng cũng chỉ là nguồn thông tin phục vụ xác minh, chưa phải căn cứ kết luận hành vi vi phạm.

Như vậy, hiệu quả phát hiện hàng giả phụ thuộc vào khả năng kết hợp nhiều nguồn dữ liệu: thông tin định danh sản phẩm, lịch sử lưu thông, hồ sơ giao dịch và phản ánh của người tiêu dùng. Khi các nguồn thông tin được đối chiếu, cơ quan chức năng có thể xác định trọng tâm kiểm tra rõ hơn; doanh nghiệp cũng có thêm cơ sở để rà soát hàng hóa, phát hiện sai lệch trong chuỗi cung ứng và phối hợp xác minh khi phát sinh nghi vấn.

Doanh nghiệp xuất khẩu cần chuẩn hóa từ dữ liệu gốc

Việc chuẩn hóa dữ liệu ngay từ khâu sản xuất giúp doanh nghiệp chủ động chứng minh thông tin hàng hóa, giảm khó khăn khi cần xác minh lô hàng và duy trì tính nhất quán giữa hồ sơ sản xuất, chứng từ thương mại, nhãn hàng hóa và dữ liệu truy xuất.

Từ góc nhìn thực tiễn, ông Nguyễn Đăng Sinh, Chủ tịch Hiệp hội Chống hàng giả và Bảo vệ thương hiệu Việt Nam khuyến nghị, doanh nghiệp cần rà soát toàn bộ thông tin định danh sản phẩm, xác định rõ nguồn nguyên liệu, cơ sở sản xuất, mã lô hoặc số sê-ri và các mốc quan trọng trong quá trình sản xuất, lưu thông.

Theo ông Sinh, doanh nghiệp cũng cần kiểm tra khả năng kết nối, chia sẻ dữ liệu giữa hệ thống truy xuất nội bộ với hệ thống theo yêu cầu của cơ quan quản lý. Quan trọng hơn là xem truy xuất nguồn gốc là một phần trong kiểm soát chất lượng và quản trị rủi ro, thay vì giao riêng cho bộ phận công nghệ thông tin.



Ông Nguyễn Đăng Sinh - Chủ tịch Hiệp hội Chống hàng giả và Bảo vệ thương hiệu Việt Nam

Ông Sinh cho biết, xu hướng này cũng thể hiện trong cải cách hải quan của Liên minh châu Âu. Theo Ủy ban châu Âu, ngày 16/9/2026, Nghị viện châu Âu và Hội đồng Liên minh châu Âu đã thông qua cuộc cải cách Liên minh Hải quan toàn diện, hướng tới hệ thống hải quan dựa trên dữ liệu, tăng cường quản lý rủi ro và phối hợp kiểm tra. Hệ thống dữ liệu hải quan chung dự kiến được triển khai theo

lộ trình; nghĩa vụ sử dụng đối với thương mại điện tử bắt đầu từ ngày 1/7/2028 và đối với tất cả thương nhân từ ngày 1/3/2034.

Đối với hàng hóa bán trực tuyến vào Liên minh châu Âu, yêu cầu về mã định danh sản phẩm (PID) cũng được đặt ra theo lộ trình riêng: có thể khai báo tự nguyện từ ngày 1/7/2026 và trở thành bắt buộc từ ngày 1/11/2026 theo hướng dẫn của Ủy ban châu Âu. Đây là diễn biến doanh nghiệp cần theo dõi nếu tham gia kênh bán hàng trực tuyến tại thị trường này.

Theo ông Sinh, những thay đổi trên cho thấy, dữ liệu sản phẩm ngày càng gắn chặt với hoạt động thông quan, xác minh và kiểm soát rủi ro. “Doanh nghiệp Việt Nam cần chủ động tìm hiểu yêu cầu của từng thị trường, chuẩn hóa thông tin từ đầu và trao đổi rõ với đối tác về dữ liệu phải cung cấp, định dạng, thời hạn lưu giữ cũng như trách nhiệm khi có sai lệch. Không nên mặc định một mã truy xuất trong nước sẽ tự động thay thế mọi chứng từ hoặc yêu cầu riêng của thị trường nhập khẩu”, ông Sinh khuyến nghị.

Theo Tạp chí Thuế và Hải Quan