TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Thương hiệu và Công luận - 14 năm đồng hành và sẻ chia

14:29 18/08/2026

LTS: 14 năm (8/8/2012 - 8/8/2026) đồng hành cùng bạn đọc, cơ quan quản lý, các bộ, ngành và cộng đồng doanh nghiệp, Tạp chí Thương hiệu và Công luận luôn thực hiện tốt vai trò cơ quan báo chí chuyên sâu trong lĩnh vực thương hiệu, chống gian lận thương mại, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng, góp phần phản ánh kịp thời các vấn đề của đời sống kinh tế - xã hội.

Trong suốt chặng đường ấy, Tạp chí trân trọng những tình cảm, niềm tin và sự gắn bó quý báu đã nhận được từ bạn đọc và các đối tác. Nhân dịp kỷ niệm 14 năm Thương hiệu và Công luận xuất bản số báo đầu tiên, Tạp chí xin lược ghi một phần trong muôn vàn tình cảm ấy như một lời tri ân sâu sắc, đồng thời tiếp tục nỗ lực đổi mới nội dung, nâng cao chất lượng thông tin, thực hiện tốt sứ mệnh truyền thông và đồng hành cùng sự phát triển bền vững của thương hiệu Việt.



Ông Nguyễn Đăng Sinh, Chủ tịch Hiệp hội Chống hàng giả và Bảo vệ thương hiệu Việt Nam (VATAP):

Hỗ trợ trực tiếp công tác đấu tranh chống buôn lậu, gian lận thương mại, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng

Truyền thông đóng một vai trò không thể thay thế. Báo chí là tai mắt của xã hội, giữ vai trò quan trọng trong việc thâm nhập, phát hiện các cơ sở sản xuất hàng giả, hàng nhái quy mô lớn, từ đó cung cấp thông tin kịp thời, chính xác cho các cơ quan thực thi pháp luật. Sự nhạy bén của báo chí giúp định hướng dư luận, cảnh tỉnh người tiêu dùng và tạo áp lực cần thiết để các cơ quan chức năng vào cuộc xử lý vi phạm.

Các cơ quan truyền thông, báo chí nói chung và Tạp chí Thương hiệu và Công luận nói riêng đã đưa tin, phản ánh rất kịp thời, cũng như thường xuyên phối hợp rất tốt với Hiệp hội VATAP trong công tác đấu tranh chống buôn lậu, gian lận thương mại và xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ.

Trong suốt thời gian qua, Tạp chí đã thực hiện tốt sứ mệnh của mình trong việc đồng hành cùng các lực lượng thực thi pháp luật. Các tuyến bài điều tra, phản ánh chuyên sâu của Tạp chí không chỉ hỗ trợ trực tiếp cho công tác đấu tranh chống buôn lậu, gian lận thương mại mà còn là một cuốn cẩm nang hữu ích, hỗ trợ đắc lực cho người tiêu dùng trong việc nhận diện hàng thật, hàng giả, cùng

các thủ đoạn, hoạt động gian lận thương mại đang diễn biến phức tạp trên quy mô toàn quốc.



Đại tá Nguyễn Thái Dương, Ủy viên Ban Thường vụ Đảng ủy, Phó Chính ủy Bộ Tư lệnh Vùng Cảnh sát biển 4:

Cầu nối thông tin hiệu quả, kịp thời

Trong suốt chặng đường 14 năm xây dựng và phát triển, Tạp chí Thương hiệu và Công luận đã không ngừng khẳng định vị thế là cơ quan báo chí có uy tín trong công tác thông tin, tuyên truyền về chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước; đồng thời phản ánh kịp thời, khách quan những vấn đề thực tiễn trong đấu tranh phòng, chống hàng giả, gian lận thương mại, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và xây dựng, phát triển thương hiệu Việt Nam. Nhiều bài viết có chiều sâu, tính phát hiện và sức lan tỏa tích cực đã góp phần nâng cao nhận thức xã hội, tạo sự đồng thuận trong thực hiện các nhiệm vụ phát triển kinh tế - xã hội và bảo đảm kỷ cương pháp luật.

Đối với Cảnh sát biển Việt Nam nói chung và Bộ Tư lệnh Vùng Cảnh sát biển 4 nói riêng, Tạp chí luôn là cầu nối thông tin hiệu quả, kịp thời, đồng hành trong công tác tuyên truyền về hoạt động thực thi pháp luật, bảo vệ chủ quyền, giữ gìn an ninh, trật tự, an toàn trên vùng biển, đảo của Tổ quốc; phản ánh sinh động hình ảnh cán bộ, chiến sĩ Cảnh sát biển Việt Nam bản lĩnh, trách nhiệm, tận tụy vì Nhân dân phục vụ. Sự phối hợp chặt chẽ, trách nhiệm giữa Tạp chí và đơn vị trong thời gian qua đã góp phần lan tỏa hình ảnh, truyền thống tốt đẹp

Thương hiệu và Công luận - 14 năm đồng hành và sẻ chia
https://thuonghieucongluan.com.vn/thuong-hie-u-va-cong-lua-n-14-nam-do-ng-ha-nh-va-se-chia-a330895.html

của lực lượng Cảnh sát biển Việt Nam đến đông đảo bạn đọc.

Tin tưởng rằng, với nền tảng đã được xây dựng cùng đội ngũ những người làm báo tâm huyết, Tạp chí Thương hiệu và Công luận sẽ tiếp tục phát huy truyền thống, đổi mới mạnh mẽ, nâng cao chất lượng nội dung, khẳng định vai trò là diễn đàn tin cậy, đóng góp tích cực vào sự nghiệp báo chí cách mạng Việt Nam và công cuộc xây dựng, bảo vệ Tổ quốc trong tình hình mới.



Trung tá Hà Thọ Lộc, Chính trị viên Đồn Biên phòng Cửa khẩu Tân Thanh:

Người bạn đồng hành của lực lượng Biên phòng

Trải qua 14 năm phát triển, Tạp chí Thương hiệu và Công luận đã trở thành người bạn đồng hành tin cậy của cán bộ, chiến sĩ Đồn Biên phòng Cửa khẩu Tân Thanh nói riêng và lực lượng Bộ đội Biên phòng nói chung.

Nơi tuyến đầu biên giới, bên cạnh nhiệm vụ bảo vệ chủ quyền và giữ gìn an ninh trật tự, chúng tôi còn là lực lượng nòng cốt trong đấu tranh chống gian lận thương mại, buôn lậu và hàng giả.

Trên hành trình ấy, Thương hiệu và Công luận đã phát huy xuất sắc vai trò của một cơ quan ngôn luận uy tín. Thông qua nhiều bài viết giàu tính chân thực, Tạp chí đã phản ánh kịp thời những nỗ lực của lực lượng Biên phòng trong quản lý, bảo vệ chủ quyền lãnh thổ, an ninh biên giới quốc gia; đấu tranh phòng, chống tội phạm, buôn lậu; đồng thời ghi nhận những đóng góp thầm lặng của cán bộ,

chiến sĩ trong công tác giúp dân phát triển kinh tế, xóa đói giảm nghèo, phòng, chống thiên tai, dịch bệnh và xây dựng thế trận biên phòng toàn dân vững chắc.

Nhân kỷ niệm 14 năm xuất bản số báo đầu tiên, thay mặt cán bộ, chiến sĩ Đồn Biên phòng cửa khẩu Tân Thanh, tôi xin gửi lời chúc mừng tốt đẹp nhất tới Ban Biên tập cùng đội ngũ phóng viên, biên tập viên, người lao động. Chúc Tạp chí Thương hiệu và Công luận ngày càng phát triển và luôn là điểm tựa thông tin vững chắc, sát cánh cùng lực lượng Biên phòng trên mọi chặng đường.



Ông Trần Đức Hùng, Phó Cục trưởng Cục Hải quan (Bộ Tài chính):

Lực lượng đồng hành đặc biệt quan trọng

Những năm qua, các cơ quan báo chí đã góp phần lan tỏa những kết quả nổi bật của ngành Hải quan. Để các chủ trương, chính sách mới nhanh chóng đi vào cuộc sống, báo chí luôn là lực lượng đồng hành đặc biệt quan trọng. Bởi, những thông tin chính xác, kịp thời từ báo chí đã giúp cộng đồng doanh nghiệp cập nhật nhanh các quy định mới, hiểu rõ định hướng điều hành cũng như nắm bắt các giải pháp cải cách đang được triển khai.

Trong giai đoạn ngành Hải quan đang đẩy mạnh cải cách và chuyển đổi số toàn diện, vai trò của báo chí càng trở nên quan trọng hơn. Không chỉ truyền tải thông tin, báo chí còn góp phần tạo sự đồng thuận xã hội đối với các chương trình đổi mới, nâng cao tính công khai, minh bạch của hoạt động công vụ và củng cố niềm tin của cộng đồng doanh nghiệp đối với cơ quan quản lý nhà

nước.

Với tôn chỉ, mục đích của mình, thời gian qua, Tạp chí Thương hiệu và Công luận đã đăng tải nhiều tin, bài về hoạt động của ngành Hải quan trong thực thi công vụ, phát hiện, xử lý vi phạm liên quan đến công tác phòng, chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả. Qua đó, góp phần lan tỏa, nâng cao nhận thức, giúp cộng đồng doanh nghiệp, người dân nắm rõ, hiểu sâu những quy định của pháp luật và pháp luật hải quan.

Báo chí nói chung và Thương hiệu và Công luận nói riêng luôn kịp thời phản ánh toàn diện các mặt công tác của ngành, từ cải cách thủ tục hành chính, hiện đại hóa hải quan, chuyển đổi số, đến công tác phòng, chống buôn lậu, gian lận thương mại và tạo thuận lợi cho hoạt động thương mại.



Ông Trần Việt Hùng, Trưởng phòng Nghiệp vụ Quản lý thị trường, Cục Quản lý và Phát triển thị trường trong nước (Bộ Công Thương):

Báo chí đóng vai trò quan trọng trong công tác phòng, chống buôn lậu, hàng giả

Những năm qua, trong cuộc chiến chống hàng giả, xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ và gian lận thương mại, bên cạnh sự vào cuộc của lực lượng chức năng, các cơ quan báo chí nói chung, Tạp chí Thương hiệu và Công luận nói riêng đã có nhiều đóng góp quan trọng thông qua công tác tuyên truyền, phản ánh thực tiễn thị trường, cảnh báo người tiêu dùng, chuyển tải những dấu hiệu vi phạm

đến cơ quan chức năng để xem xét, xử lý theo quy định.

Đặc biệt, báo chí còn tuyên truyền, phổ biến tích cực những chủ trương của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước liên quan đến bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ, chống hàng giả, gian lận thương mại và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Thông qua các tin, bài, phóng sự, người dân và doanh nghiệp có điều kiện tiếp cận thông tin chính thống, hiểu rõ hơn các quy định pháp luật cũng như trách nhiệm của mình trong hoạt động sản xuất, kinh doanh.

Bên cạnh đó, các cơ quan báo chí còn là kênh phản ánh thực tiễn sinh động từ thị trường. Nhiều vụ việc vi phạm được phản ánh kịp thời đã giúp cơ quan chức năng nắm bắt diễn biến thị trường, phục vụ công tác kiểm tra, xác minh và đấu tranh với các hành vi vi phạm.

Thông qua các tuyến bài phản ánh, báo chí góp phần nâng cao nhận thức xã hội về tác hại của hàng giả, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ. Đồng thời, phân tích, cảnh báo người tiêu dùng về nguồn gốc xuất xứ hàng hóa, quyền lợi hợp pháp của mình cũng như trách nhiệm trong việc nói không với hàng giả, hàng lậu.



Ông Lại Tiến Mạnh, Chuyên gia thương hiệu, Giám đốc điều hành Mibrand Việt Nam:

Kênh thông tin uy tín, đồng hành cùng doanh nghiệp xây dựng những thương hiệu mạnh

Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt, thương hiệu không chỉ là tài sản của doanh nghiệp mà còn là một phần năng lực cạnh tranh của quốc gia. Tôi đánh giá cao việc Tạp chí Thương hiệu và Công luận đã kiên trì theo đuổi tôn chỉ tuyên truyền về xây dựng thương hiệu gắn với trách nhiệm xã hội, đổi mới sáng tạo, chuyển đổi số, phát triển bền vững và bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng. Những chuyên đề, bài viết và các diễn đàn do Tạp chí thực hiện đã góp phần lan tỏa nhiều mô hình hay, kinh nghiệm thực tiễn và góc nhìn đa chiều, giúp doanh nghiệp có thêm cơ sở để hoàn thiện chiến lược phát triển thương hiệu.

Đặc biệt, trong giai đoạn Việt Nam hướng tới mục tiêu tăng trưởng cao và nâng tầm vị thế trên thị trường quốc tế, vai trò của báo chí chuyên ngành như Tạp chí

Thương hiệu và Công luận càng trở nên quan trọng. Không chỉ phản ánh chính sách và thực tiễn, Tạp chí còn có thể trở thành cầu nối thúc đẩy đối thoại, truyền cảm hứng đổi mới và lan tỏa những giá trị tích cực của thương hiệu Việt.

Tôi tin tưởng rằng, với nền tảng đã xây dựng trong suốt 14 năm qua cùng đội ngũ những người làm báo tâm huyết, Tạp chí Thương hiệu và Công luận sẽ tiếp tục khẳng định vị thế là một kênh thông tin uy tín, đồng hành cùng doanh nghiệp Việt trên hành trình xây dựng những thương hiệu mạnh, có sức cạnh tranh trong khu vực và trên thế giới. Chúc Tạp chí ngày càng phát triển, giữ vững bản sắc và có nhiều đóng góp thiết thực cho cộng đồng doanh nghiệp cũng như sự phát triển của thương hiệu quốc gia.



Thạc sĩ, Luật sư Trọng Thị Thu Hương, Giám đốc Công ty luật Hường Việt & Cộng sự:

Khẳng định vai trò là cầu nối quan trọng giữa chính sách và thực tiễn

Nhìn lại chặng đường 14 năm kể từ ngày xuất bản số báo đầu tiên (8/8/2012), tôi cho rằng Tạp chí Thương hiệu và Công luận không chỉ khẳng định được vị

thế của một cơ quan báo chí uy tín, mà còn thể hiện rõ bản lĩnh, trách nhiệm và sự kiên định với tôn chỉ, mục đích của mình trong việc đồng hành cùng cộng đồng doanh nghiệp xây dựng và bảo vệ thương hiệu Việt, góp phần xây dựng môi trường kinh doanh minh bạch, lành mạnh.

Điều tôi đặc biệt đánh giá cao ở Tạp chí Thương hiệu và Công luận là việc luôn duy trì được vai trò của một diễn đàn tin cậy, nơi kết nối giữa doanh nghiệp, cơ quan quản lý, các chuyên gia và người dân. Thông qua nhiều tuyến bài chuyên sâu, Tạp chí đã góp phần phản ánh thực tiễn, phát hiện những bất cập trong cơ chế, chính sách; đồng thời tích cực đấu tranh với các hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, sản xuất, kinh doanh hàng giả, hàng nhái, gian lận thương mại và những vấn đề ảnh hưởng đến uy tín, thương hiệu của doanh nghiệp cũng như quyền lợi của người tiêu dùng.

Trong bối cảnh truyền thông số phát triển mạnh mẽ, việc một cơ quan báo chí vẫn giữ vững tính khách quan, trách nhiệm xã hội và tinh thần thượng tôn pháp luật là điều rất đáng trân trọng. Tôi tin rằng, với nền tảng đã được xây dựng trong suốt 14 năm qua, cùng đội ngũ những người làm báo tâm huyết và bản lĩnh, Tạp chí Thương hiệu và Công luận sẽ tiếp tục khẳng định vai trò là cầu nối quan trọng giữa chính sách và thực tiễn, đóng góp tích cực vào sự phát triển bền vững của cộng đồng doanh nghiệp và nền kinh tế đất nước.

Ban Biên tập