

Thương hiệu MM Mega Market Thăng Long có làm “xiếc” với các sản phẩm nghi vấn hàng giả, hàng nhái

12:47 21/01/2022

Mặc dù là hệ thống siêu thị hàng tiêu dùng bán lẻ khá có tiếng nhưng nhiều hàng hóa tại siêu thị MM Mega Market Thăng Long trên địa bàn thành phố Hà Nội lại đang có dấu hiệu vi phạm Luật Sở hữu trí tuệ, không tuân thủ các quy định về tem nhãn và đang được công khai bày bán trên các gian hàng.

LTS: Ngày 02/12/2021, Phó Thủ tướng Thường trực Chính phủ Phạm Bình Minh, Trưởng ban Chỉ đạo quốc gia chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả đã ký ban hành Kế hoạch 119/KH-BCĐ389 về cao điểm chống buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả dịp trước, trong và sau Tết Nguyên đán Nhâm Dần 2022.

Để chủ động kiểm soát tình hình, phát hiện, ngăn chặn kịp thời các hành vi buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả, Ban Chỉ đạo 389 quốc gia yêu cầu các cơ quan chức năng chủ động nắm chắc diễn biến tình hình, tăng cường trao đổi, cung cấp thông tin, phối hợp kiểm tra, kiểm soát, bắt giữ, xử lý các hành vi buôn lậu, gian lận thương mại và hàng giả; góp phần bảo đảm bình ổn giá, ngăn chặn và đẩy lùi tình trạng buôn bán hàng cấm, hàng giả, hàng kém chất lượng, đặc biệt là các mặt hàng thiết yếu phục vụ Tết Nguyên đán.



Một góc siêu thị MM Mega Market Thăng Long.

MM Mega Market Thăng Long nằm trong chuỗi siêu thị của Công ty MM Mega Market Việt Nam trải khắp các tỉnh thành trên cả nước, siêu thị mở ra khiến người dân địa phương kỳ vọng sẽ giúp giải quyết nhu cầu mua sắm của người tiêu dùng tại Hà Nội. Thế nhưng, trái ngược lại với sự mong đợi, siêu thị này lại vướng nghi vấn đang bày bán công khai các mặt hàng không rõ nguồn gốc, xuất xứ, tem mác bong tróc... có dấu hiệu gian lận thương mại.

MM Mega Market được biết là hệ thống siêu thị lớn Công ty MM Mega Market Việt Nam, thành viên thuộc tập đoàn BJC/TCC Thái Lan, đã khánh thành Trung tâm bán sỉ hiện đại đầu tiên vào năm 2002 tại TP. Hồ Chí Minh.

Sau hơn 20 năm hoạt động và phát triển, MM Mega Market Việt Nam đã mở rộng thành 21 trung tâm bán sỉ và siêu thị trên toàn quốc, cùng với 05 trạm cung ứng hàng hóa, 02 kho trung chuyển với hơn 4.000 nhân viên và 2000 đối tác cung ứng sản phẩm.

MM Mega Market Việt Nam xây dựng chiến lược hướng đến việc xây dựng Chuỗi cung ứng Hiện đại, giúp kết nối trực tiếp từ trang trại và nhà sản xuất địa phương với đa dạng kênh phân phối, đảm bảo nguồn gốc hàng hóa với trên 90% sản phẩm được sản xuất tại Việt Nam. Là đối tác hàng đầu, MM Mega Market cung cấp giải pháp phù hợp cho các nhóm khách hàng chuyên nghiệp, đáp ứng các yêu cầu chất lượng ngày càng cao với đa dạng chủng loại hàng hóa đi cùng chính sách giá cả cạnh tranh.

Hiện nay, MM Mega Market đang là đối tác cung cấp hàng hóa đến hàng trăm ngàn khách hàng chuyên nghiệp, là các khách sạn cao cấp, nhà hàng, suất ăn công nghiệp, căn tin nhà máy, văn phòng... trên khắp cả nước.

Nhưng trái ngược sự kỳ vọng của người tiêu dùng, MM Mega Market đang dần đánh mất đi thương hiệu, sứ mệnh mà Công ty MM Mega Market Việt Nam đã xây dựng. Bởi những hàng hóa kém chất lượng, không rõ nguồn gốc... đang từng ngày, từng giờ len lỏi trong hệ thống siêu thị MM Mega Market. Để có câu trả lời thích đáng, PV **Thương hiệu & Công luận** đã "mục sở thị" tại siêu thị MM Mega Market Thăng Long, tại đường Phạm Văn Đồng, Cổ Nhuế, Bắc Từ Liêm, TP. Hà Nội.

"Ma trận" hàng hóa nhập khẩu không có đơn vị nhập khẩu và phân phối

"Mục sở thị" tại siêu thị Mega Market Thăng Long, PV **Thương hiệu & Công luận** choáng ngợp bởi các gian hàng Tết đã sẵn sàng phục vụ người tiêu dùng. Ngoài các sản phẩm của Thái Lan tại đây còn có cả các sản phẩm của Việt Nam, Nhật Bản, Hàn Quốc, Trung Quốc... Nhiều sản phẩm 100% chữ nước ngoài có nhãn phụ, có ngày sản xuất và hạn sử dụng. Tuy nhiên, vẫn có một số sản phẩm "râu ông nọ cắm cằm bà kia", thiếu nhãn phụ đối với sản phẩm 100% chữ nước ngoài hoặc nhãn phụ dán để "chống đối" làm sai lệch nguồn gốc, xuất xứ của sản phẩm.

Tại khoản 2, Điều 7, Quyết định 1371/2004/QĐ-BTM ngày 24/09/2004 về việc ban hành quy chế siêu thị, trung tâm thương mại, theo đó các siêu thị, trung tâm thương mại không được kinh doanh các loại hàng hóa không đúng quy định về nhãn hàng hóa, về tem thuế hàng hóa nhập khẩu và tem thuế hàng hoá tiêu thụ đặc biệt. Hàng hóa, dịch vụ thuộc Danh mục cấm kinh doanh theo quy định của pháp luật; hàng lậu, hàng giả, hàng không rõ xuất xứ, hàng quá thời hạn sử dụng và hàng không đảm bảo chất lượng theo quy định của pháp luật như hàng mất phẩm chất, hàng kém chất lượng, hàng nhiễm độc và động thực vật bị dịch bệnh...

Tại khu vực thực phẩm



Sản phẩm khó có thể nhận diện được bày bán tại MM Mega Market.



Càng cua đông lạnh không nhãn mác, xuất xứ vẫn được bày bán tràn lan trong MM Mega Market Thăng Long.

Khu vực bày các loại quả nhập ngoại





Nho nhập ngoại tại MM Mega Market Thăng Long bị thổi vắn được bày bán, không có thông tin đơn vị nhập khẩu hay phân phối.





Sản phẩm được cho là lê "Hàn Quốc nhập khẩu" không tem mác, không ghi giá thành.

Giải thích về việc không có tem phụ, nhân viên tại siêu thị nói: “Đây là sản phẩm bày bán, các anh không biết quả lê à? Có cần phải chú thích không? Về giá tiền sản phẩm, ra quầy thu ngân thanh toán tiền sẽ rõ?”. Cách trao đổi của nhân viên siêu thị MM Mega Market khiến "thượng đế" phải ngỡ ngàng. Câu hỏi chúng tôi đặt ra với chủ siêu thị MM Mega Market là giá thành sản phẩm tại sao lại không được công khai hay có sự "mập mờ" trốn thuế? Và, nhân viên bán hàng của siêu thị trao đổi với khách hàng, người tiêu dùng như thế có cần chấn

chính không?

Tại gian hàng hóa mỹ phẩm, PV Thương hiệu & Công luận cũng tìm thấy loại, cũng không biết nó là sản phẩm gì. Chỉ thấy có dán quảng cáo "chăm chú" mới thấy được, có xuất xứ Thái Lan. Không hề có đơn vị nhập khẩu hay phân phối. Không hiểu sản phẩm này do "ai" mang về từ Thái Lan về siêu thị Mega Market Thăng Long và như "để nhờ" trong quầy hàng bày bán cùng sản phẩm khác mà thiếu thông tin cơ bản cho người tiêu dùng như vậy.



Sản phẩm Rexona nắp xanh và tím có vài thông tin Tiếng Việt ít ỏi, người tiêu dùng không biết là "khô thoáng, ngăn mồ hôi" như thế nào?



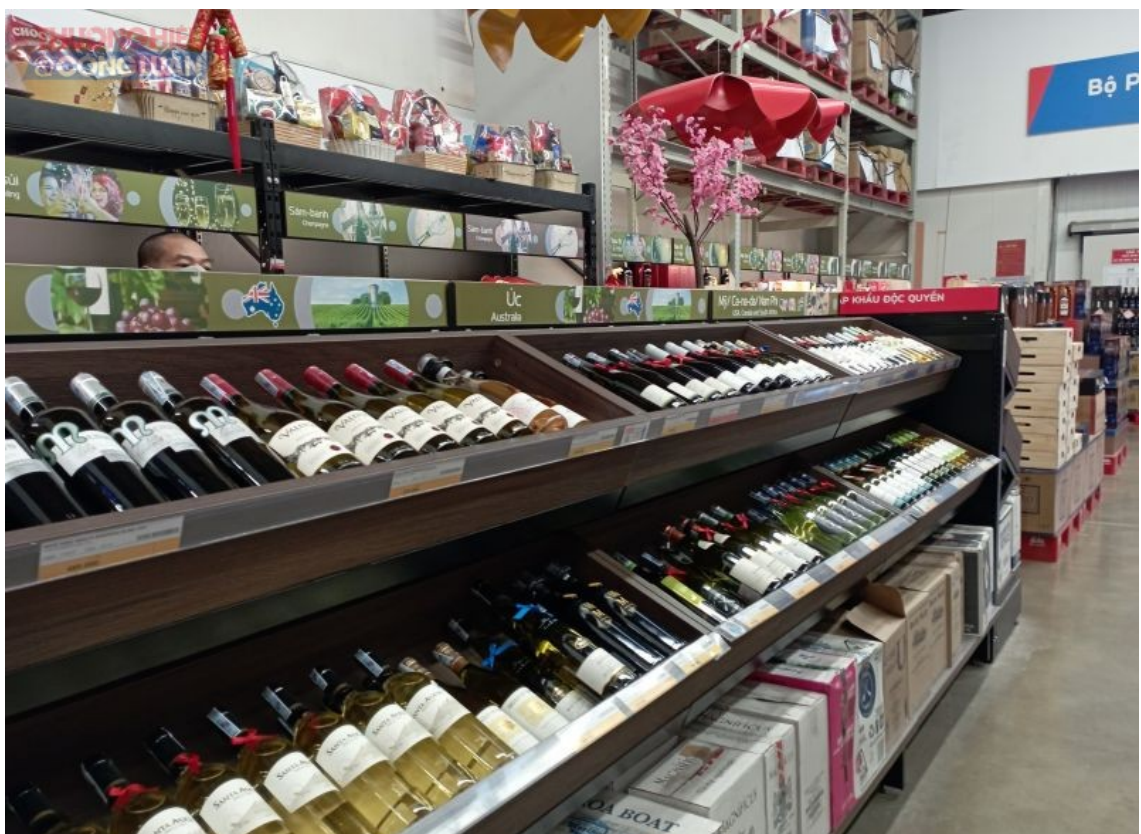
Sản phẩm khẩu trang 4 lớp Tulip không tem niêm phong.

Cũng tại khu vực này, PV **Thương hiệu & Công luận** phát hiện sản phẩm khẩu trang 4 lớp Tulip của Công ty TNHH MTV sản xuất thương mại Hoa Tulip, được phân phối bởi Công ty TNHH Sahaka Việt Nam. Tuy nhiên, tất cả các hộp khẩu trang 4 lớp Tulip đều không có tem niêm phong có mức giá 85.000 đồng. Người tiêu dùng đặt câu hỏi liệu đây có phải là khẩu trang 4 lớp Tulip của Công ty TNHH MTV sản xuất thương mại Hoa Tulip hay là hàng nhái nên không có tem niêm phong.



Ba sản phẩm khác nhau về nguồn gốc nhưng có cùng xuất xứ ghi trên nhãn phụ. Rất nhiều sản phẩm tại gian hàng hóa mỹ phẩm, có nhãn phụ được in hàng loạt và dán cho có. Hành vi này có phải để che mắt cơ quan chức năng không?

Nhãn phụ "mờ ảo" như trò chơi trốn tìm của con trẻ



Khu vực bày bán rượu nhập khẩu tại siêu thị MM Mega Market Thăng Long có tem phụ là “nhập khẩu và đóng chai”.

Vì sao giá rượu lại có sự chênh lệch lớn đến thế nếu như giải thích của nhân viên bán hàng là đều là rượu nhập khẩu, có điều gì mập mờ về sản phẩm rượu “nhập khẩu và đóng chai” đang bày bán tại MM Mega Market Thăng Long. Có khi nào đây là hình thức “bình cũ rượu mới” đối với sản phẩm “ngoại” nhưng lại được đóng chai trong nước này.

Hiện nay, vấn nạn hàng giả, hàng kém chất lượng, hàng không rõ nguồn gốc xuất xứ là một trong những vấn đề nhức nhối của xã hội. Hệ lụy tiêu cực mà nó mang lại cho xã hội là không nhỏ khiến ảnh hưởng đến sức khỏe, tài chính của người tiêu dùng, làm suy giảm niềm tin của người tiêu dùng đến tính minh bạch của thị trường hàng hóa, làm giảm uy tín của các nhà sản xuất, kinh doanh chân chính.

Theo Nghị định số 43/2017/NĐ-CP và Nghị định số 98/2020/NĐ-CP quy định về thông tin in trên nhãn phụ và quy định về tem nhãn hàng hóa nhập khẩu, quy định về xử phạt hành vi vi phạm trong buôn bán hàng hóa nhập lậu, hàng không rõ nguồn gốc, hàng trôi nổi, hàng có dấu hiệu làm nhái, làm giả có thể phạt tiền đến 200 triệu đồng tùy vào mức độ vi phạm đối với tổ chức, cá nhân kinh doanh.

Tại khoản 2, Điều 7, Quyết định 1371/2004/QĐ-BTM ngày 24/09/2004 về việc ban hành quy chế siêu thị, trung tâm thương mại, theo đó các siêu thị, trung tâm thương mại không được kinh doanh các loại hàng hóa không đúng quy định về nhãn hàng hóa, về tem thuế hàng hóa nhập khẩu và tem thuế hàng hóa tiêu thụ đặc biệt. Hàng hóa, dịch vụ thuộc Danh mục cấm kinh doanh theo quy định của pháp luật; hàng lậu, hàng giả, hàng không rõ xuất xứ, hàng quá thời hạn sử dụng và hàng không đảm bảo chất lượng theo quy định của pháp luật như hàng mất phẩm chất, hàng kém chất lượng, hàng nhiễm độc và động thực vật bị dịch bệnh...

Như vậy, theo quy định pháp luật hiện hành, đối với sản phẩm là hàng hóa có xuất xứ từ nước ngoài khi lưu hành tại thị trường Việt Nam bắt buộc phải có tem nhãn phụ hay tem nhãn bằng tiếng Việt.

Cùng với đó, tại Điều 10, Nghị định số 43/2017/NĐ-CP quy định nhãn hàng hóa bắt buộc phải thể hiện các nội dung về tên hàng hóa; tên và địa chỉ của tổ chức, cá nhân chịu trách nhiệm về hàng hóa và xuất xứ hàng hóa.

Luật đã nêu rất rõ, vậy nhưng siêu thị MM Mega Market Thăng Long vẫn có kiểu kinh doanh dạng như thực hiện hành vi "lách luật" để trục lợi. Đur luận cũng

đặt ra câu hỏi về những sản phẩm mà siêu thị MM Mega Market Thăng Long đang cung cấp ra thị trường liệu có đảm bảo chất lượng cho người tiêu dùng hay không? Đề nghị các cơ quan chức năng thanh, kiểm tra để người tiêu dùng dịp Tết Nguyên đán mua được hàng chất lượng, đúng giá.

Hoàng Thăng - Lê Pháp