TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

# Thương hiệu Việt trước bão hàng giả: Cuộc chiến toàn diện trên mọi mặt trận

14:14 24/07/2025

Trong bối cảnh nền kinh tế hội nhập và thương mại điện tử bùng nổ, thương hiệu Việt đang đối mặt với thách thức lớn từ hàng giả, hàng nhái và gian lận thương mại. Những hoạt động phi pháp này không chỉ gây thiệt hại kinh tế mà còn xói mòn niềm tin, làm lu mờ hình ảnh doanh nghiệp Việt Nam. Trước tình hình ấy, đòi hỏi một chiến lược bảo vệ toàn diện, nơi mỗi thương hiệu cần được bảo vệ để sự chân chính không bị lu mờ.

**Khát vọng xây dựng thương hiệu và giông bão từ thị trường ngầm**

Thương hiệu Việt là câu chuyện về trí tuệ, nỗ lực và sự tận tâm. Đó là cam kết về chất lượng, là cầu nối niềm tin từ người sản xuất đến người tiêu dùng. Nhưng con đường để những thương hiệu ấy vươn mình, chắp cánh lại chẳng hề bằng phẳng. Giông bão ập đến từ một thị trường ngầm đầy rẫy sự gian dối.

Phát biểu tại Đối thoại chuyên đề: "Chống hàng giả, hàng nhái trên sàn thương mại điện tử", Ông Võ Trí Thành, Viện trưởng Viện Nghiên cứu Chiến lược Thương hiệu và Cạnh tranh đã không giấu nổi sự trăn trở khi nhắc đến vấn nạn hàng giả, hàng nhái. Ông ví chúng như những rào cản vô hình, nặng nề, đang kìm hãm sự phát triển của sáng tạo, làm méo mó bức tranh kinh doanh lành mạnh của doanh nghiệp Việt. Đặc biệt, trên các sàn thương mại điện tử – nơi giao dịch đang bùng nổ như một "chợ lớn" không biên giới – tình trạng vi phạm sở hữu trí tuệ và buôn bán hàng giả lại càng trở nên phức tạp, khó lường hơn gấp bội so với những phiên chợ truyền thống. Thiệt hại không chỉ đong đếm bằng những con số doanh thu khổng lồ bị mất mát, mà còn là sự xói mòn uy tín, là niềm tin bị phá vỡ của người tiêu dùng đã dày công gây dựng. Một sản phẩm giả mạo, dù chỉ là một chi tiết nhỏ, cũng đủ sức đánh lừa người mua, bóp méo giá trị thực của hàng hóa chính hãng, khiến những doanh nghiệp chân chính phải vật lộn trong cuộc cạnh tranh không công bằng, và từ đó, ngọn lửa đầu tư phát triển cũng dần lịm tắt.



Hàng loạt vụ buôn bán hàng giả trên không gian mạng bị phát hiện và xử lý

**Lá chắn bảo vệ thương hiệu Việt: Pháp lý, công nghệ và sự chủ động**

Để bảo vệ những giá trị cốt lõi ấy, cuộc chiến chống hàng giả và gian lận thương mại không thể là những hành động đơn độc mà cần một sự phối hợp đồng bộ từ khung pháp lý đến hơi thở của công nghệ hiện đại.

Những cánh tay của pháp luật đã vươn dài, kiên cố hơn. Các cơ quan chức năng đã không ngừng xây dựng và triển khai những kế hoạch đấu tranh đầy quyết liệt cho giai đoạn 2021-2025. Cục Quản lý và Phát triển thị trường trong nước, như một người gác cổng tận tâm, đã phối hợp chặt chẽ với các sàn thương mại điện tử lớn như Lazada, Tiki. Họ cùng nhau soi chiếu từng ngóc ngách trên không gian mạng, kịp thời phát hiện và ngăn chặn những sản phẩm giả mạo, những chuyến hàng nhập lậu len lỏi vào thị trường. Đồng thời, sự phối hợp liên ngành giữa quản lý thị trường, hải quan, biên phòng và các hiệp hội doanh nghiệp cũng được thắt chặt. Những liên kết chặt chẽ này tạo nên một mạng lưới kiểm soát rộng khắp, từ biên giới đến sâu thẳm thị trường nội địa, từ những sạp hàng truyền thống đến những giao dịch "ảo" trên không gian số, nâng cao hiệu quả phát hiện và xử lý mọi hành vi vi phạm.



Các cơ quan chức năng đã không ngừng xây dựng và triển khai những kế hoạch đấu tranh đầy quyết liệt cho giai đoạn 2021-2025

Nền tảng vững chắc cho cuộc chiến này chính là việc hoàn thiện khung pháp lý. Từng điều luật đang được rà soát, sửa đổi, bổ sung để tăng mức xử phạt và nâng cao hiệu lực thực thi quyền sở hữu trí tuệ. Mục tiêu là kiến tạo một môi trường kinh doanh minh bạch, công bằng và bền vững hơn, nơi mỗi nỗ lực sáng tạo đều được tôn trọng và bảo vệ. Đặc biệt, một cơ chế bảo vệ và khen thưởng người tố giác hành vi vi phạm đang dần hình thành. Đây là một lời mời gọi đầy tin cậy, khuyến khích sự tham gia chủ động của cả cộng đồng. Mỗi người dân, mỗi doanh nghiệp đều có thể trở thành một "tai mắt" sắc bén, một "lá chắn" vững chãi, góp phần phát hiện và đưa những hành vi sai phạm ra ánh sáng, để cái xấu không còn nơi trú ẩn.

Trong thời đại chuyển đổi số, công nghệ đã trở thành một lá chắn mới, một vũ khí sắc bén để bảo vệ thương hiệu. Việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI), dữ liệu lớn (Big Data) và công nghệ blockchain đang được xem là giải pháp then chốt để phát hiện, truy xuất nguồn gốc và ngăn chặn hàng giả trên môi trường số. Theo Ban Chỉ đạo 389 quốc gia, những thành tựu đạt được đã rất đáng kể: trong 6 tháng đầu năm 2025, các lực lượng chức năng đã xử lý hàng chục nghìn vụ vi phạm, trong đó số vụ khởi tố hình sự tăng gần gấp ba lần. Con số ấn tượng này có được chính nhờ vào sự ứng dụng công nghệ tiên tiến và khả năng phối hợp liên ngành hiệu quả, giúp bóc trần những mánh khóe tinh vi nhất của tội phạm.

Song hành cùng nỗ lực của nhà nước, chính các doanh nghiệp cũng được khuyến khích chủ động xây dựng hệ thống phân phối chính hãng vững chắc,

nâng cao năng lực bảo vệ sở hữu trí tuệ của mình, và hợp tác chặt chẽ hơn nữa với các cơ quan chức năng. Sự chủ động này không chỉ giúp họ bảo vệ thương hiệu trên các kênh thương mại điện tử mà còn củng cố niềm tin sâu sắc với khách hàng.

**Nâng tầm nhận thức và hành động vì một thị trường bền vững**

Cuộc chiến chống hàng giả, hàng nhái không chỉ dựa vào những giải pháp kỹ thuật và pháp lý, mà còn đòi hỏi một nền tảng vững chắc từ nhận thức cộng đồng và ý chí chính trị không lay chuyển. Công tác tuyên truyền, giáo dục pháp luật cho cả người tiêu dùng và doanh nghiệp được đẩy mạnh, nhằm nâng cao nhận thức, giúp người dân nhận diện hàng giả, từ đó tự bảo vệ quyền lợi chính đáng của mình. Chính phủ cũng đang được đề xuất nâng tầm công tác phòng chống hàng giả, gian lận thương mại thành một chiến lược quốc gia. Điều này sẽ tạo ra những quyết sách đồng bộ, mạnh mẽ và hiệu quả hơn, đảm bảo sự phát triển bền vững cho thương hiệu Việt.




Thủ tướng Chính phủ Phạm Minh Chính và Bộ trưởng Bộ Công Thương Nguyễn Hồng Diên chụp ảnh cùng đại diện các doanh nghiệp có sản phẩm đạt Thương hiệu quốc gia Việt Nam năm 2024

Khát vọng xây dựng và phát triển thương hiệu Việt không thể tách rời cuộc chiến cam go chống hàng giả, gian lận thương mại. Đó là một trận chiến toàn diện, đòi hỏi sự đồng bộ giữa chính sách pháp luật chặt chẽ, ứng dụng công nghệ hiện đại, sự phối hợp nhịp nhàng giữa các lực lượng liên ngành, và quan trọng nhất là sự tham gia tích cực, chủ động của cả doanh nghiệp và người tiêu dùng. Chỉ có như vậy, thương hiệu Việt mới thực sự vững mạnh, tạo dựng được chỗ đứng vững chắc, và góp phần nâng cao vị thế kinh tế quốc gia trên trường

quốc tế. Mỗi sản phẩm Việt được bảo vệ là một bước tiến của niềm tin, của chất lượng và của khát vọng vươn xa, viết nên câu chuyện thịnh vượng cho đất nước.

**Thành Nam**