

TP. HCM: Tăng cường đấu tranh chống hàng giả và bảo đảm an toàn thực phẩm trên không gian số

07:35 08/01/2026

Trong bối cảnh truyền thông số phát triển mạnh mẽ, các hành vi buôn bán hàng giả, thực phẩm kém chất lượng ngày càng tinh vi, khó kiểm soát. Trước thực trạng này, TP. HCM đang tăng cường các giải pháp quản lý, phối hợp liên ngành và đẩy mạnh vai trò của truyền thông nhằm bảo đảm an toàn thực phẩm, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và giữ vững niềm tin thị trường.

Ngày 7/1, tại Trung tâm Báo chí TP. HCM đã diễn ra Tọa đàm “An toàn thực phẩm, phòng chống gian lận thương mại, hàng giả và trách nhiệm truyền thông trên nền tảng số”.

Tọa đàm do Trung tâm Báo chí TP. HCM phối hợp với Sở An toàn thực phẩm TP. HCM, Chi cục Quản lý thị trường TP. HCM, Phòng An ninh mạng và phòng, chống tội phạm sử dụng công nghệ cao (PA05), Công an TP. HCM cùng các đơn vị liên quan tổ chức.

Phát biểu tại tọa đàm, ông Nguyễn Văn Khanh, Phó Giám đốc Trung tâm Báo chí TP. HCM cho biết, các vấn đề về an toàn thực phẩm và gian lận thương mại trên nền tảng số không chỉ ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe, quyền lợi người tiêu dùng, mà còn tác động đến môi trường kinh doanh, uy tín của doanh nghiệp chân chính và niềm tin của xã hội đối với thông tin trên không gian mạng.

Trách nhiệm bảo đảm an toàn thực phẩm không chỉ thuộc về cơ quan quản lý nhà nước và lực lượng thực thi pháp luật, mà đòi hỏi sự vào cuộc đồng bộ của báo chí chính thống, các đơn vị truyền thông, doanh nghiệp, hiệp hội ngành hàng cũng như đội ngũ người có ảnh hưởng, người sáng tạo nội dung số.



Quảng cảnh tọa đàm (Ảnh: Hương Thảo)

Thượng tá Hồ Thọ Hải, Phó Trưởng phòng An ninh mạng và phòng, chống tội phạm sử dụng công nghệ cao (PA05), Công an TP. HCM cho biết, TP. HCM hiện là địa phương dẫn đầu cả nước về quy mô và giá trị thương mại điện tử. Đồng thời cũng là địa bàn bị các đối tượng lợi dụng để thực hiện hành vi sản xuất, kinh doanh thực phẩm kém chất lượng, hàng giả trên không gian mạng.

Các đối tượng thường lập tài khoản ảo, hội nhóm trên mạng xã hội, núp bóng dưới các hình thức như “hàng xách tay”, “đặc sản vùng miền”, “hàng nhà làm”, thậm chí mạo danh người nổi tiếng để quảng bá sản phẩm. Những hành vi này gây hậu quả nghiêm trọng, không chỉ đe dọa sức khỏe cộng đồng mà còn làm suy giảm niềm tin của người tiêu dùng vào môi trường thương mại điện tử.

Thượng tá Hồ Thọ Hải khẳng định, pháp luật không có vùng cấm, không có ngoại lệ; mọi cá nhân, kể cả người nổi tiếng, KOLs vi phạm trong quảng cáo, kinh doanh thực phẩm đều phải chịu trách nhiệm trước pháp luật. Các nền tảng số cũng có trách nhiệm trong việc chủ động phát hiện, gỡ bỏ nội dung vi phạm và phối hợp cung cấp thông tin cho cơ quan chức năng.

Từ góc độ quản lý thị trường, ông Nguyễn Quang Huy, Phó Chi cục trưởng Chi cục Quản lý thị trường TP. HCM cho biết, đơn vị thường xuyên phối hợp chặt chẽ với Sở An toàn thực phẩm và các đơn vị liên quan trong công tác đấu tranh chống hàng giả, hàng lậu và gian lận thương mại, đặc biệt đối với mặt hàng thực phẩm – nhóm hàng tác động trực tiếp đến sức khỏe, tính mạng người tiêu dùng.

Theo ông Nguyễn Quang Huy, trên các sàn thương mại điện tử và mạng xã hội, nhiều đối tượng sử dụng tài khoản ẩn danh, quảng cáo tinh vi, thông tin sai lệch

để đánh vào tâm lý chuộng giá rẻ của người tiêu dùng.

Trong các dịp cao điểm, nhất là trước Tết Nguyên đán, tình trạng buôn lậu, kinh doanh thực phẩm không rõ nguồn gốc có xu hướng gia tăng với thủ đoạn ngày càng tinh vi.

Ông kêu gọi người tiêu dùng trở thành “người tiêu dùng thông thái”, đồng thời nhấn mạnh vai trò quan trọng của báo chí và người dân trong việc phát hiện, phản ánh, tố giác các hành vi vi phạm.

Bà Phạm Khánh Phong Lan, Giám đốc Sở An toàn thực phẩm cho biết, dù vẫn còn một số vấn đề hạn chế, nhưng cũng cần ghi nhận những chuyển biến tích cực trong những năm gần đây, thể hiện qua việc nhiều mặt hàng nông sản, thực phẩm của Việt Nam đã đủ tiêu chuẩn xuất khẩu ra thị trường quốc tế.

Bà Lan cho rằng, xử lý vi phạm chỉ là “phần ngọn”, trong khi “phần gốc” của vấn đề là xây dựng môi trường thuận lợi trong sản xuất thực phẩm an toàn và tạo đầu ra bền vững cho sản phẩm chất lượng.

Bên cạnh đó, thay đổi nhận thức của người tiêu dùng là yếu tố then chốt. Bởi việc lựa chọn thực phẩm rẻ, không rõ nguồn gốc có thể dẫn đến những hệ lụy lớn về sức khỏe trong tương lai.

Trong bối cảnh truyền thông số, bà Lan cho rằng, báo chí có vai trò đặc biệt quan trọng trong việc nâng cao nhận thức cộng đồng. Song cần bảo đảm đưa tin nhanh đi đôi với chính xác, khách quan, tránh giật gân, cực đoan, gây ảnh hưởng tiêu cực đến cả ngành hàng.

Bảo đảm an toàn thực phẩm, phòng chống gian lận thương mại và hàng giả trên nền tảng số là nhiệm vụ lâu dài, đòi hỏi sự chung tay của toàn xã hội.

Trong đó, truyền thông chính thống và truyền thông số cần phát huy vai trò định hướng dư luận, cung cấp thông tin chính xác, có kiểm chứng; góp phần hình thành thói quen tiêu dùng thông minh, bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng và thúc đẩy môi trường kinh doanh lành mạnh, bền vững.

Hoàng Bách (t/h)