TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

TP. HCM triển khai Luật Thương mại điện tử: Kiến tạo hệ sinh thái số an toàn, minh bạch và phát triển bền vững

10:00 24/07/2026

Sáng 24/7, Sở Công Thương TP. HCM phối hợp với Cục Thương mại điện tử và Kinh tế số (Bộ Công Thương), Sở Văn hóa và Thể thao cùng nhiều cơ quan, đơn vị tổ chức Hội nghị triển khai Luật Thương mại điện tử và các quy định liên quan với chủ đề "Xây dựng hệ sinh thái thương mại điện tử an toàn, minh bạch".

Đồng bộ chính sách để thương mại điện tử phát triển lành mạnh

Hội nghị quy tụ đại diện các cơ quan quản lý nhà nước, lực lượng Công an, cơ quan thuế, các hiệp hội, doanh nghiệp, nền tảng thương mại điện tử, nhà sáng tạo nội dung (KOL/KOC) và cộng đồng doanh nghiệp hoạt động trên môi trường số.

Theo Ban tổ chức, sự phát triển nhanh của thương mại điện tử đã mở ra nhiều cơ hội đổi mới mô hình kinh doanh, mở rộng thị trường và thúc đẩy kinh tế số. Tuy nhiên, cùng với tốc độ tăng trưởng là hàng loạt vấn đề phát sinh như quảng cáo sai sự thật, hàng giả, hàng xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ, gian lận thương mại, lừa đảo trên không gian mạng, bảo vệ dữ liệu cá nhân hay trách nhiệm của các nền tảng số. Đây là những vấn đề đòi hỏi khuôn khổ pháp lý mới cùng sự phối hợp đồng bộ giữa các cơ quan quản lý và các chủ thể tham gia thị trường.



Ông Bùi Tá Hoàng Vũ, Giám đốc Sở Công Thương TP. HCM phát biểu tại chương trình. (Ảnh: Hoàng Bách)

Một trong những nội dung trọng tâm được giới thiệu tại hội nghị là Luật Thương mại điện tử năm 2025 cùng Nghị định 248/2026/NĐ-CP hướng dẫn thi hành. Luật hướng đến ba mục tiêu cốt lõi gồm bảo vệ người tiêu dùng, tạo môi trường cạnh tranh lành mạnh và thúc đẩy thương mại điện tử phát triển bền vững.

Nhiều quy định mới được đánh giá sẽ tạo chuyển biến mạnh trong công tác quản lý như yêu cầu minh bạch thuật toán hiển thị sản phẩm trên nền tảng, quy định cụ thể đối với hoạt động livestream bán hàng, bắt buộc gỡ bỏ nội dung vi phạm trong vòng 24 giờ sau khi nhận yêu cầu từ cơ quan chức năng, xác thực điện tử người bán và kết nối dữ liệu với các cơ sở dữ liệu quốc gia. Đối với các nền tảng thương mại điện tử xuyên biên giới, pháp luật yêu cầu phải có pháp nhân được ủy quyền tại Việt Nam và thực hiện ký quỹ để bảo đảm trách nhiệm khi hoạt động trên thị trường trong nước.

Nâng cao trách nhiệm của doanh nghiệp, nền tảng và KOL/KOC

Bên cạnh Luật Thương mại điện tử, hội nghị cũng dành nhiều thời lượng phổ biến những quy định mới của Luật Quảng cáo sửa đổi đối với môi trường số.

Theo chuyên đề do Sở Văn hóa và Thể thao TP. HCM trình bày, phạm vi điều chỉnh của pháp luật quảng cáo đã được mở rộng đối với toàn bộ hoạt động quảng cáo trên báo điện tử, mạng xã hội, ứng dụng trực tuyến và các nền tảng số. Một điểm đáng chú ý là yêu cầu mọi nội dung quảng cáo phải được nhận diện rõ ràng, phân biệt với nội dung thông thường nhằm giúp người dùng dễ dàng nhận biết thông tin quảng bá sản phẩm. Đồng thời, mạng xã hội phải cung cấp các công cụ để người dùng phản ánh quảng cáo vi phạm hoặc từ chối

những nội dung không phù hợp.



Đại biểu trình bày chuyên đề tại hội nghị. (Ảnh: Hoàng Bách)

Đặc biệt, Luật lần đầu mở rộng trách nhiệm pháp lý đối với "người chuyển tải quảng cáo", bao gồm KOL, KOC, influencer và những cá nhân trực tiếp giới thiệu, quảng bá sản phẩm trên nền tảng số. Các chủ thể này có nghĩa vụ xác minh nguồn gốc sản phẩm, gắn nhãn quảng cáo hoặc tài trợ, đồng thời phải chịu trách nhiệm nếu quảng cáo sai sự thật hoặc gây hiểu nhầm cho người tiêu dùng.

Đối với doanh nghiệp, các quy định mới yêu cầu tăng cường kiểm soát tính pháp lý của sản phẩm, giám sát nội dung do KOL đăng tải và chủ động phối hợp gỡ bỏ thông tin vi phạm. Thông điệp xuyên suốt của chuyên đề là lấy "minh bạch" làm nền tảng tạo dựng niềm tin và "trách nhiệm xã hội" làm định hướng phát triển lâu dài của quảng cáo số.

Chủ động phòng ngừa rủi ro trên không gian mạng

Một nội dung thu hút sự quan tâm tại hội nghị là chuyên đề của Công an TP. HCM về các nguy cơ mất an toàn trong hoạt động thương mại điện tử.

Theo lực lượng Công an, các hành vi vi phạm hiện không chỉ dừng lại ở hàng giả, hàng cấm hay xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ mà còn mở rộng sang quảng cáo sai sự thật, lừa đảo chiếm đoạt tài sản, thu thập và mua bán trái phép dữ liệu cá nhân. Trong nhiều vụ án, dữ liệu khách hàng bị rò rỉ đã trở thành "nguyên liệu" để các đối tượng xây dựng kịch bản giả mạo doanh nghiệp, sàn thương mại điện tử hoặc đơn vị vận chuyển nhằm chiếm đoạt tài sản.

Công an TP. HCM cũng cảnh báo ba nhóm rủi ro pháp lý mà doanh nghiệp và người kinh doanh trực tuyến cần đặc biệt lưu ý gồm: vi phạm quy định về bảo vệ dữ liệu cá nhân; không thực hiện đầy đủ nghĩa vụ thuế khi kinh doanh trên nền tảng số; và nguy cơ bị các đối tượng giả mạo fanpage, website hoặc thương hiệu để lừa đảo khách hàng. Theo cơ quan chức năng, phần lớn các vi phạm xuất phát từ việc chưa nắm rõ quy định pháp luật hơn là cố ý vi phạm. Vì vậy, việc chủ động cập nhật quy định, rà soát quy trình kinh doanh và tăng cường bảo mật dữ liệu sẽ giúp doanh nghiệp giảm thiểu rủi ro pháp lý cũng như bảo vệ uy tín thương hiệu.

Phát biểu tại hội nghị, lãnh đạo Sở Công Thương TP. HCM nhấn mạnh, xây dựng hệ sinh thái thương mại điện tử an toàn, minh bạch không thể chỉ dựa vào nỗ lực của cơ quan quản lý mà cần sự chung tay của doanh nghiệp, nền tảng số, nhà sáng tạo nội dung và người tiêu dùng.

Thành phố kỳ vọng thông qua việc triển khai đồng bộ Luật Thương mại điện tử cùng các quy định liên quan sẽ nâng cao hiệu quả thực thi pháp luật, tăng cường phối hợp liên ngành, bảo vệ người tiêu dùng và tạo dựng môi trường kinh doanh số minh bạch, cạnh tranh lành mạnh, góp phần thúc đẩy thương mại điện tử phát triển bền vững.

Hoàng Bách