

Trung tâm Thương mại Co.op mart Hải Phòng xuất hiện hàng không rõ nguồn gốc, không nhãn phụ

10:00 19/01/2022

Khi bạn đọc phản ánh rằng, Trung tâm Thương mại Co.opmart Hải Phòng xuất hiện gian hàng không rõ nguồn gốc, xuất xứ, có dấu hiệu trốn thuế, phát hiện nhiều sản phẩm có nhãn phụ vi phạm Nghị định 43/2017/NĐ-CP của Chính phủ, PV Thương hiệu & Công luận thấy bất ngờ nên phải "mục sở thị".

Trung tâm Thương mại (TTTM) Co.opmart Hải Phòng chính thức đi vào hoạt động từ cuối tháng 06/2012, tại số 1 đường Lê Hồng Phong, phường Lạc Viên, quận Ngô Quyền, TP. Hải Phòng. Đây là trung tâm thứ 58 của hệ thống TTTM Co.opmart với vốn đầu tư xây dựng và hàng hóa lên đến 100 tỷ đồng và diện tích kinh doanh trên gần 10.000 m2. Nằm bên trong tòa nhà Catbi Plaza có vị trí giao thông vô cùng thuận tiện nên Co.op mart là sự lựa chọn của một bộ phận lớn người tiêu dùng Hải Phòng.

Rượu ngoại đóng chai tại Việt Nam



Chai rượu Passion có nhãn phụ ghi xuất xứ Chi Lê dung tích 375ml 13,5% có giá 70.500 đồng.

Tại khu vực bày bán rượu nhập ngoại của siêu thị này có rất nhiều sản phẩm rượu ngoại nhưng được “đóng chai tại Việt Nam”. Cùng với thắc mắc như người tiêu dùng đang mua sắm tại siêu thị về nguồn gốc nhiều loại rượu ngoại, nhân viên bán hàng siêu thị khẳng định: “Đây là nhập khẩu nguyên chai ở nước ngoài” vì có dán tem nhập khẩu trên nắp mỗi chai rượu. Khi được hỏi về việc nhãn phụ ghi rõ thông tin là “nhập khẩu và đóng chai là do 1 công ty của Việt Nam tại Tân Uyên, tỉnh Bình Dương chịu trách nhiệm” thì nhân viên tại khu vực bán rượu cho biết: “Nhãn phụ do nhà cung cấp làm việc với Bộ Công Thương” và nhãn nào cũng “như thế”.



Người tiêu dùng có phản ánh về nguồn gốc của rượu.

Điều đáng nói là các loại rượu ngoại có đầy đủ tem nhập khẩu nhưng nhãn phụ ghi là “nhập khẩu và đóng chai” thì giá rất rẻ so với rượu có tem nhập khẩu nhưng nhãn phụ ghi “nhập

khẩu và phân phối”. Ví dụ như chai Passion có nhãn phụ ghi xuất xứ Chi Lê dung tích 375ml 13,5% có giá 70.500 đồng nhưng bên cạnh chai rượu La fiole 750ml 13,5% có tem ghi nhà nhập khẩu và nhà phân phối lại có giá 495.000 đồng .



Chai rượu La fiole 750ml 13,5% có tem ghi nhà nhập khẩu và nhà phân phối lại có giá 495.000 đồng.

Tại khu bày bán rượu của siêu thị Co.op mart có rất nhiều sản phẩm có tem phụ là “nhập khẩu và đóng chai”. Nhân viên siêu thị khẳng định là rượu “được nhập nguyên chai từ nước ngoài” vì có tem nhập khẩu và mã vạch của nước ngoài.

Vậy nội dung nhãn phụ “nhập khẩu và đóng chai” có ý nghĩa gì đối với việc xác định nguồn gốc sản phẩm. Đã nhập khẩu nguyên chai về thì tại sao lại có chuyện “đóng chai” của công ty tại Việt Nam. Rồi rượu nhập khẩu nhưng lại đóng chai trong nước có được coi là rượu “nhập khẩu” hay không? 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 Co.op mart Hải Phòng. Có khi nào đây là hình thức “bình cũ rượu mới” đối với sản phẩm “ngoại” nhưng lại được đóng chai trong nước này.

Hàng hóa nhập khẩu không có đơn vị nhập khẩu và phân phối

Tại khoản 3, Điều 7, Nghị định 43/2017/NĐ-CP quy định: Hàng hóa nhập khẩu vào Việt Nam mà trên nhãn chưa thể hiện hoặc thể hiện chưa đủ những nội dung bắt buộc bằng tiếng Việt thì phải có nhãn phụ thể hiện những nội dung bắt buộc bằng tiếng Việt và giữ nguyên nhãn gốc của hàng hóa. Nội dung ghi bằng tiếng Việt phải tương ứng với nội dung ghi trên nhãn gốc.



Ba chỉ bò nhập khẩu không có thông tin đơn vị nhập khẩu và phân phối.

Tại khu vực đồ đông lạnh, sản phẩm ba chỉ bò nhập khẩu không có thông tin đơn vị nhập khẩu, không có đơn vị phân phối, chỉ có đơn vị chế biến của Việt Nam. Vậy khay thịt đóng gói sẵn ghi xuất xứ nguyên liệu từ châu Úc, châu Mỹ được sản xuất bởi Công ty TNHH chế biến thực phẩm Đông Đô là do đơn vị nào mang nguyên liệu về? Phải chăng Việt Nam nuôi “bò nước ngoài” để sản xuất thịt bò nhập khẩu trong nước cho người tiêu dùng?



Bình pha trà bày tại Co.op mart.

Tại khu vực đồ gia dụng như bình pha trà, có xuất xứ Trung Quốc nhưng bên ngoài vỏ hộp bị dán che đi mã vạch của Trung Quốc thay vào đó sản phẩm được in mã vạch Việt Nam, có thông tin nhà nhập khẩu nhưng lại không có nhà phân phối. Sản phẩm cọ bếp cũng vậy, nhãn phụ thiếu thông tin về nguồn gốc sản phẩm. Rồi sản phẩm túi giặt là sản phẩm của Việt Nam sản xuất nhưng lại phải dùng nhãn phụ và ghi thông tin gốc bằng chữ Nhật bản, mã vạch sản xuất cũng của Nhật Bản. Thật sự nhãn mác sản phẩm ở đây làm cho người tiêu dùng như “mê cung”, không biết đường nào.



Mút rửa mặt SB1489.

Một số sản phẩm chăm sóc sắc đẹp như mút rửa mặt SB1489 có xuất xứ Trung Quốc nhưng lại không có đơn vị nhập khẩu, chỉ có nhà sản xuất và đơn vị phân phối. Dụng cụ mài kéo có xuất xứ Trung Quốc có dán nhãn phụ nhưng nhãn phụ không thể hiện thông tin do quá mờ.

Thông tin nhãn phụ không đúng với nhãn gốc

Hay như sản phẩm túi lưới giặt đồ hình vuông cỡ lớn có mã vạch thể hiện xuất xứ Nhật Bản nhưng nhãn phụ lại ghi xuất xứ tại Việt Nam.



Bông tẩy trang.

Tại tầng 1 siêu thị Co.opmart ngay cửa ra vào là gian hàng Marvel x Miniso với nhiều sản phẩm có xuất xứ Trung Quốc, Nhật Bản được “đeo” nhãn phụ sai với nhãn gốc. Cụ thể, sản phẩm bông tẩy trang 180 miếng có mã vạch 4542302064312 nhưng nhãn phụ lại ghi xuất xứ Trung Quốc.



Sản phẩm kính râm có mã vạch 4505607460418 nhưng nhãn phụ lại ghi xuất xứ Trung Quốc.

Sản phẩm cây massage có mã vạch 4516212331116 của Nhật Bản lại có xuất xứ Trung Quốc trên nhãn phụ. Bình khuyếch tán tinh dầu xe hơi, sáp thơm xe hơi,.. cũng tương tự.



Dụng cụ mài kéo, có nhãn phụ như không.

Mục sở thị tại gian hàng mỹ phẩm nhóm PV **Thương hiệu & Công luận** phát hiện nhãn phụ được in hàng loạt và dán cho có. Hai sản phẩm khác nhau về nguồn gốc nhưng có xuất xứ ghi trên nhãn phụ giống nhau như đúc nhằm che mắt người tiêu dùng và cơ quan hữu quan.



Hai sản phẩm khác nhau về nguồn gốc nhưng có cùng xuất xứ ghi trên nhãn phụ.

Gian hàng bán hàng không rõ nguồn gốc ngay tại tầng 1

Ngay tại khu vực quầy tính tiền tầng 1 các sản phẩm mang tên KHALIFA là các loại máy xông tinh dầu, đèn trang trí có 100% chữ nước ngoài nhưng không có nhãn phụ và bất cứ thông tin nào bằng tiếng Việt. Thậm chí, nhân viên bán hàng tại đây không hề biết về đơn vị hay thương hiệu KHALIFA này là sản phẩm của nước nào sản xuất.



Gian hàng bán hàng không rõ nguồn gốc xuất xứ.

Tại khoản 4, Điều 8, Nghị định 43/2017/NĐ-CP quy định: Nội dung ghi trên nhãn phụ là nội dung dịch nguyên ra tiếng Việt từ các nội dung bắt buộc ghi trên nhãn gốc và bổ sung các nội dung bắt buộc khác còn thiếu theo tính chất của hàng hóa theo quy định tại Nghị định này. Tổ chức, cá nhân ghi nhãn phải chịu trách nhiệm về tính chính xác, trung thực của nội dung ghi. Nội dung ghi trên nhãn phụ gồm cả nội dung được ghi bổ sung không làm hiểu sai nội dung trên nhãn gốc và phải phản ánh đúng bản chất và nguồn gốc của hàng hóa.



Sáp thơm xe hơi có mã vạch Nhật Bản nhưng nhãn phụ lại ghi xuất xứ Trung Quốc.

Tại kệ hàng các loại hóa mỹ phẩm tầng 2 của Co.opmart Hải Phòng nhóm PV **Thương hiệu & Công luận** còn tìm thấy rất nhiều sản phẩm có thông tin ít ỏi với vài chữ tiếng Việt như “trắng da, lặn khử mùi hay tự tin sống chất” trên thân vỏ sản phẩm chứa đến 90% chữ nước ngoài mà không hề có thông tin về nguồn gốc hay đơn vị sản xuất. Các sản phẩm này đều có dòng chữ “Made in Thailand”. Ngoài ra còn có hiện tượng một số sản phẩm có xen kẽ chữ nước ngoài và chữ tiếng Việt nhưng để ý kỹ thì thông tin sản phẩm không đủ theo

đúng yêu cầu nhãn mác dành cho sản phẩm nhập khẩu, đa số chỉ thấy có tên đơn vị chịu trách nhiệm mà không có đơn vị nhập khẩu về Việt Nam.

Thật khó hiểu cho nhiều sản phẩm này là không có đơn vị nhập khẩu, không có đơn vị phân phối lại có đơn vị ghi là “chịu trách nhiệm” về sản phẩm nhập khẩu. Người tiêu dùng chờ câu trả lời từ diện lãnh đạo Trung tâm Thương mại Co.opmart Hải Phòng làm rõ việc các gian hàng không rõ nguồn gốc, các sản phẩm dán nhãn phụ chống đối vi phạm ND 43/2017/ND-CP. Làm thế nào mà sản phẩm nước ngoài lại có mặt tại Co.op Mart với thông tin mập mờ khó hiểu về nguồn gốc nhiều như vậy?

Công cuộc đấu tranh chống hàng giả, hàng nhái, không có nguồn gốc, xuất xứ, hàng kém chất lượng, trốn thuế,...gây ảnh hưởng sức khỏe người tiêu dùng là trách nhiệm của toàn dân. Vì sức khỏe bản thân và cộng đồng, mỗi người tiêu dùng hãy chiến sĩ trên mặt trận chống hàng giả. Mọi thông tin phản ánh về hàng giả, hàng nhái, không có nguồn gốc, xuất xứ, hàng kém chất lượng, xâm phạm luật sở hữu trí tuệ, trốn thuế bạn đọc có thể liên hệ đến tòa soạn **Thương hiệu & Công luận**.

Nhóm PV