TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Từ Asanzo đến Sunhouse: ‘Lỗ hổng’ quy định hàng ‘Made in Việt Nam’?

16:58 26/06/2019

Nghi án bán hàng Trung Quốc “đội lốt” hàng Việt của Asanzo chưa lắng xuống thì dư luận đặt hoài nghi với sản phẩm Tập đoàn Sunhouse, phải chăng đang có lỗ hổng quy định hàng “Made in Việt Nam”?.



Từ Asanzo đến Sunhouse, phải chăng đang có ‘lỗ hổng’ quy định xuất xứ thế nào là hàng ‘Made inViệt Nam’?

Thời gian qua xuất hiện loạt thông tin lùm xùm vụ Asanzo nhập hàng hóa Trung Quốc lột tem và dán tem nhãn "made in Vietnam" vào để bán khiến dư luận bức xúc. Trong khi người đứng đầu Asanzo là ông Phạm Văn Tam giải thích rằng người tiêu dùng đang hiểu lầm.

Vụ việc Asanzo chưa lắng xuống, dư luận xôn xao trước thông tin hình ảnh về sản phẩm nồi cơm điện SHD8602 của Công ty CP Tập đoàn Sunhouse có tem

hàng Việt Nam chất lượng cao nhưng ở dưới kệ bán hàng lại ghi xuất xứ Trung Quốc.

Ngay sau khi tiếp nhận thông tin phản ánh từ người tiêu dùng, Công ty CP Tập đoàn Sunhouse đã có "động thái" lên tiếng về vụ việc này. Theo như giải thích từ phía tập đoàn này cho biết, hình ảnh sản phẩm được đặt tại bảng giá của siêu thị Co.op Mart ghi xuất xứ Trung Quốc dẫn đến hiểu lầm sản phẩm SHD8602 nhập khẩu Trung quốc...



Hình ảnh Nồi cơm điện Sunhouse hàng Việt Nam ghi xuất xứ Trung Quốc gây xôn xao dư luận

‘Lỗ hổng’ quy định xuất xứ hàng Việt Nam

Cái sai lớn nhất của doanh nghiệp không phải là việc nhập khẩu hàng Trung Quốc, nhập liên kiện điện tử từ Trung Quốc về lắp ráp mà ở đây đây là hành vi

lừa dối người tiêu dùng có chủ ý. Cần lên án hành vi này để xây dựng đạo đức kinh doanh trung thực cho các doanh nghiệp khác.

Không nên đánh đồng việc lên án hành vi kinh doanh sai trái ở trên với việc nhập khẩu linh kiện Trung Quốc về để lắp ráp. Khi Trung Quốc là công xưởng của cả thế giới, không chỉ Việt Nam mà tại Mỹ, các nước châu Âu cũng nhập linh kiện từ Trung Quốc.

Vấn đề then chốt trong câu chuyện Asanzo là ghi xuất xứ hàng hóa, thế nào là hàng Việt Nam?

Nghị định số 43/2017/NĐ-CP quy định mọi tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh hàng hóa tại Việt Nam hoặc nhập khẩu hàng hóa đều phải ghi nhãn cho hàng hóa (trừ một số trường hợp đặc biệt).

Điều 10 Nghị định 43 ghi rõ nhãn hàng hóa bắt buộc phải thể hiện các nội dung gồm: tên hàng hóa; tên và địa chỉ của tổ chức, cá nhân chịu trách nhiệm về hàng hóa; xuất xứ hàng hóa và các nội dung khác tùy theo theo tính chất của mỗi loại hàng hóa.



Trong số sản phẩm bày bán tại các siêu thị lớn trên địa bàn TP Hà Nội của Tập đoàn Sunhouse, phần lớn hàng điện máy có xuất xứ từ Trung Quốc (Ảnh chụp tại siêu thị BigC chiều ngày 25/6/2019)

Điều 15 Nghị định 43 yêu cầu tổ chức, cá nhân sản xuất, nhập khẩu tự xác định và tự ghi xuất xứ đối với hàng hóa của mình, bảo đảm trung thực, chính xác, tuân thủ các quy định của pháp luật về xuất xứ hàng hóa hoặc các hiệp định mà Việt Nam đã tham gia hoặc ký kết.

Tuy nhiên, xác định xuất xứ hàng hóa theo nguyên tắc nào, quy tắc nào thì đến nay chưa có hướng dẫn rõ ràng.

Ngay Thông tư 05/2018/TT-BCT quy định thế nào được coi là xuất xứ Việt Nam cũng rất mơ hồ, nói cách khác khó đối chứng kiểm tra. Cụ thể, Bộ Công Thương quy định về xuất xứ hàng hóa, với hàng hóa có phần giá trị nội địa đạt từ 30% trở lên được xem là có xuất xứ tại một nước (nơi diễn ra công đoạn sản xuất, gia công, chế biến cuối cùng).

Theo quy định này thì dù hàng Sunhouse gần 70% linh kiện từ Trung Quốc, 30% linh kiện tử Việt Nam trở lên, được sản xuất tại Việt Nam thì vẫn được ghi nhãn “Made in Viet Nam”. Tuy nhiên, Thông tư này chỉ áp dụng cho hàng hóa xuất khẩu ra khỏi Việt Nam. Chưa có một quy định nào lấy các tiêu chí của Thông tư 05 để coi đó là "hàng Việt Nam" hay hàng "sản xuất tại Việt Nam" cả.

Sản phẩm bán trong nước, chúng ta chưa có một thước đo rõ ràng để xác định quá trình sản xuất thế nào, hàm lượng giá trị bao nhiêu thì doanh nghiệp dán nhãn "made in Vietnam" lên sản phẩm.

Việc ghi xuất xứ hàng hóa hoàn toàn phụ thuộc vào đạo đức kinh doanh của doanh nghiệp.

Hàng Trung Quốc khoác thương hiệu Sunhouse

Trước xôn xao trước thông tin hình ảnh về sản phẩm của Công ty CP Tập đoàn Sunhouse có tem hàng Việt Nam chất lượng cao nhưng ở dưới kệ bán hàng lại ghi xuất xứ Trung Quốc.

Theo quan sát của chúng tôi tại website của Tập đoàn Sunhouse có địa chỉ miền là http://sunhouse.com.vn có rất nhiều sản phẩm mang thương hiệu Sunhouse nhưng lại được ghi xuất xứ từ Trung Quốc như: Máy làm mát không khí SUNHOUSE SHD7738; nồi cơm điện 1.8L SUNHOUSE SHD8665G; Quạt tích điện Sunhouse SHD7112;...



Vì sao hàng xuất xứ Trung Quốc lại khoác thương hiệu Sunhouse?

Tiếp tục tìm hiểu sản phẩm của Tập đoàn Sunhouse tại các siêu thị lớn Hà Nội như BigC Thăng Long, Mediamart, Pico… các sản phẩm bày bán tại đây của Tập đoàn Sunhouse có điểm chung là phần lớn xuất xứ từ Trung Quốc.

Cụ thể, những sản phẩm điện máy giá trị lớn như máy làm mát, nồi cơm điện, quạt tích điện, bếp từ… đều ghi xuất xứ Trung Quốc. Chỉ có sản phẩm như chảo chống dính, nồi inox được ghi sản xuất Việt Nam, kèm theo đó là logo danh hiệu hàng Việt Nam chất lượng cao.

Việc phần lớn sản phẩm của Tập đoàn Sunhouse bán tại siêu thị xuất xứ Trung Quốc nhưng lại được khoác mác Sunhouse. Điều này sẽ khiến người tiêu dùng hiểu rằng doanh nghiệp này chuyên kinh doanh hàng Trung quốc. Về mặt thương hiệu là điều không tốt.



Chủ tịch HĐQT Tập đoàn Sunhouse Nguyễn Xuân Phú

Vậy Tập đoàn Sunhouse sẽ được gì khi gắn tên thương hiệu mình bán sản phẩm xuất xứ từ Trung Quốc?

Chia sẻ báo giới về câu chuyện nhập khẩu linh kiện, thiết bị từ Trung Quốc về Việt Nam lắp ráp và gắn mác hàng Việt. Chủ tịch HĐQT Tập đoàn Sunhouse Nguyễn Xuân Phú cho rằng, thương hiệu đăng ký bảo hộ ở quốc gia nào sẽ thuộc về quốc gia đó. Như Electrolux lập doanh nghiệp và đăng ký bảo hộ thương hiệu ở Thụy Điển nên gọi là thương hiệu của quốc gia này dù doanh số bán hàng ở Mỹ lớn gấp 10 lần Thụy Điển. Hay sản phẩm Panasonic, Sony dù doanh số ở Nhật rất nhỏ vẫn là hàng Nhật.

“Với xu hướng toàn cầu hóa, chuỗi giá trị toàn cầu, việc một sản phẩm sử dụng linh kiện từ nhiều quốc gia rất phổ biến. Điều quan trọng, trong chuỗi sản xuất, ai sở hữu thương hiệu sẽ hưởng phần giá trị lớn nhất, còn giá trị sản xuất chỉ chiếm từ 10-30% giá trị. Chẳng hạn, một đôi giày Adidas, giá trị sản xuất chỉ 10 USD, nhưng bán 100 USD, chủ thương hiệu sẽ hưởng 80% giá trị, điều này tương tự với iPhone... Người sở hữu thương hiệu cũng là người chịu trách nhiệm sau cùng với khách hàng sử dụng sản phẩm”, ông Phú nói.

Như vậy dù hàng Trung Quốc nhưng khoác trên đó thương hiệu Sunhouse nên đương nhiên Tập đoàn Sunhouse sẽ người hưởng phần giá trị lớn nhất.

Theo Hoàng Lâm/Sức Khỏe Cộng Đồng