



USAID
TỪ NHÂN DÂN MỸ



TRAFFIC

Bảo vệ Động vật
Hoang dã Nguy cấp

Nguồn: @ Dự án Bảo vệ Động vật Hoang dã Nguy cấp của USAID



BÁO CÁO KHẢO SÁT TÌNH HÌNH BUÔN BÁN ĐỘNG VẬT HOANG DÃ TRÁI PHÁP LUẬT TRÊN CÁC NỀN TẢNG TRỰC TUYẾN

Từ ngày 01/7/2021 đến ngày 30/6/2023

Báo cáo được thực hiện với sự hỗ trợ của Nhân dân Hoa Kỳ thông qua Cơ quan Phát triển Quốc tế Hoa Kỳ (USAID). Nội dung báo cáo này hoàn toàn thuộc trách nhiệm của TRAFFIC và không nhất thiết phản ánh các quan điểm của USAID, Chính phủ Hoa Kỳ hoặc WWF.



MỤC LỤC

MỤC LỤC	2
BẢNG	4
BIỂU ĐỒ	4
DANH SÁCH CÁC TỪ VIẾT TẮT	5
TÓM TẮT BÁO CÁO	6
GIỚI THIỆU	9
PHƯƠNG PHÁP LUẬN	12

CÁC PHÁT HIỆN CHÍNH	15
Các nền tảng trực tuyến	16
Voi	22
Tê giác	24
Tê tê	26
Rùa cạn và Rùa nước ngọt	28
Hổ	30
Vị trí của người bán ĐVHD	32
SỬ DỤNG TIẾNG LÓNG VÀ HÌNH ẢNH/BIỂU TƯỢNG	36
THÁCH THỨC	36
KHUYẾN NGHỊ	38
LỜI CẢM ƠN	41
TÀI LIỆU THAM KHẢO VÀ GHI CHÚ	42

BẢNG

Bảng 1: Số lượng tin/bài quảng cáo và số lượng người bán theo từng nhóm loài	17
Bảng 2: Khoảng giá của các sản phẩm từ ngà voi từ hoạt động giám sát trực tuyến năm 2017 và giai đoạn tháng 07 năm 2021 đến tháng 06 năm 2023	23
Bảng 3: Khoảng giá của các sản phẩm từ vảy tê tê từ hoạt động giám sát trực tuyến từ tháng 07 năm 2021 đến tháng 06 năm 2023	27
Bảng 4: Khoảng giá của các sản phẩm từ rùa cạn và rùa nước ngọt từ hoạt động giám sát trực tuyến từ tháng 07 năm 2021 đến tháng 06 năm 2023	29
Bảng 5: Khoảng giá của các sản phẩm từ hổ từ hoạt động giám sát trực tuyến từ tháng 07 năm 2021 đến tháng 06 năm 2023	31

BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 1: Số lượng tin/bài quảng cáo theo từng nhóm loài, từ tháng 07 năm 2021 đến tháng 06 năm 2023	16
Biểu đồ 2: Tỷ lệ phần trăm các tin/bài quảng cáo trên các nền tảng mạng xã hội và sàn thương mại điện tử	19
Biểu đồ 3: Số lượng tin/bài quảng cáo các sản phẩm từ voi theo nền tảng	20
Biểu đồ 4: Số lượng tin/bài quảng cáo các sản phẩm từ tê giác theo nền tảng	20
Biểu đồ 5: Số lượng tin/bài quảng cáo các sản phẩm từ tê tê theo nền tảng	20
Biểu đồ 6: Số lượng tin/bài quảng cáo các sản phẩm từ rùa cạn và rùa nước ngọt theo nền tảng	20
Biểu đồ 7: Số lượng tin/bài quảng cáo các sản phẩm từ hổ theo nền tảng	20
Biểu đồ 8: Số lượng tin/bài quảng cáo trên Facebook và Zalo theo các giai đoạn khảo sát	21



DANH SÁCH CÁC TỪ VIẾT TẮT

CITES	Công ước về buôn bán quốc tế các loài động, thực vật hoang dã nguy cấp
ĐVHD	Động vật hoang dã
YHCT	Y học cổ truyền
WiTIS	Hệ thống Thông tin về Hoạt động Buôn bán ĐVHD
WWF	Tổ chức Quốc tế về Bảo tồn Thiên nhiên

A close-up photograph of a hand holding a piece of shrimp. The shrimp is light-colored and appears to be peeled. The hand is positioned on the left side of the frame. The background is a white lace tablecloth with intricate patterns. The lighting is soft, and the overall tone is slightly muted. In the bottom left corner, there is an orange rectangular box containing white text.

TÓM TẮT

BÁO CÁO

■ Hoạt động buôn bán không bền vững và trái pháp luật các sản phẩm động vật hoang dã (ĐVHD) như ngà voi, sừng tê giác, vảy tê tê và xương hổ đang gây ra sự suy giảm chưa từng có ở một số loài ĐVHD nổi tiếng nhất thế giới, cũng như một số loài ít được biết đến hơn. Một trong những nguyên nhân chính thúc đẩy hoạt động buôn bán này là nhu cầu về các sản phẩm từ ĐVHD ở Châu Á, đáng chú ý là ở các quốc gia như Việt Nam và Trung Quốc. Mặc dù đã có những nỗ lực phối hợp phòng chống hoạt động buôn bán ĐVHD trong nhiều thập kỷ qua, Việt Nam vẫn là trung tâm của hoạt động buôn bán ĐVHD trái pháp luật với vai trò là một điểm trung chuyển đến Trung Quốc và sau đó có thể là thị trường tiêu thụ cho các sản phẩm trái pháp luật có giá trị cao như ngà voi, sừng tê giác, vảy tê tê và các sản phẩm có nguồn gốc từ hổ. Các yếu tố thúc đẩy hoạt động buôn bán ĐVHD trái pháp luật xuất phát từ lịch sử và sự phục hồi kinh tế của Việt Nam. Theo cơ sở dữ liệu từ Hệ thống Thông tin về Hoạt động Buôn bán ĐVHD (WiTIS¹) của Tổ chức TRAFFIC, đã có 2.179 vụ bắt giữ được ghi nhận từ năm 2020 đến cuối năm 2023. Trong ba năm qua, ngà voi và các sản phẩm từ ngà voi đã bị thu giữ đáng kể tại các cảng biển,

với khối lượng từ hàng trăm đến hàng nghìn cân (kg). Những vụ bắt giữ này đã thu hút được sự chú ý của giới truyền thông trên toàn thế giới và sự chú ý của công chúng. Kể từ sau đại dịch COVID-19, các hoạt động buôn bán ĐVHD trái pháp luật vẫn đang gia tăng trên các nền tảng thương mại điện tử và mạng xã hội. Người bán đã bắt đầu sử dụng những nền tảng này để buôn bán ĐVHD trái pháp luật và tiếp tục hành vi này sau khi các hạn chế đi lại toàn cầu được dỡ bỏ.

■ Việc giám sát thị trường buôn bán trực tuyến các sản phẩm từ ĐVHD trái pháp luật tại Việt Nam là cần thiết, nhằm xác định và theo dõi các xu hướng buôn bán trực tuyến cũng như mối quan hệ giữa thị trường trực tuyến và thị trường thực tế. Báo cáo này tóm tắt thực trạng buôn bán các sản phẩm có nguồn gốc từ ĐVHD trái pháp luật trên thị trường trực tuyến của Việt Nam từ ngày 01 tháng 07 năm 2021 đến ngày 30 tháng 06 năm 2023 thông qua việc khảo sát các sàn thương mại điện tử và mạng xã hội lớn của Việt Nam, tập trung vào các loài ĐVHD nguy cấp mục tiêu bao gồm: voi, tê giác, tê tê, hổⁱⁱ, rùa cạn và rùa nước ngọt.

Hơn **22.497** tin/bài quảng cáo rao bán năm loài mục tiêu đã được ghi nhận, với **8.232** tin/bài đăng quảng cáo các sản phẩm từ ngà voi và **8.327** tin/bài đăng quảng cáo các sản phẩm từ hổ. Điều này cho thấy các sản phẩm từ ĐVHD trái pháp luật vẫn đang được mua bán ở mức báo động. Các sản phẩm từ năm loài ĐVHD mục tiêu được sử dụng cho nhiều mục đích khác nhau, từ trang trí, vật phẩm tâm linh/phong thủy, chữa bệnh và nuôi làm thú cưng.

Sự xuất hiện của các sản phẩm như cao ngà voi, cao hổ cốt và cao sừng tê giác (đôi khi kết hợp sản phẩm của nhiều loài nguy cấp để nấu cao) gây khó khăn cho các cơ quan thực thi pháp luật vì dù có thể áp dụng biện pháp tịch thu, nhưng việc truy tố các trường hợp này đòi hỏi phải thử nghiệm mẫu để xác định nguồn gốc loài có trong các hỗn hợp cao đã qua chế biến. Đây là một quá trình tốn thời gian và đầy thách thức. Những người bán ĐVHD trái pháp luật hoạt động trên nhiều nền tảng trực tuyến khác nhau, đáng chú ý là trên **Facebook (51,3%)** và **Zalo (35%)**. Các cơ quan thực thi pháp luật cần lưu ý nhiều hơn đến các nền tảng này. Việc buôn bán trực tuyến ĐVHD diễn ra liên tục có thể cho thấy nhu cầu về các sản phẩm này là khá thường xuyên. Do đó, việc thay đổi các giá trị xã hội và ngăn chặn việc mua bán trái pháp luật các sản phẩm từ ĐVHD là rất cần thiết.





GIỚI THIỆU



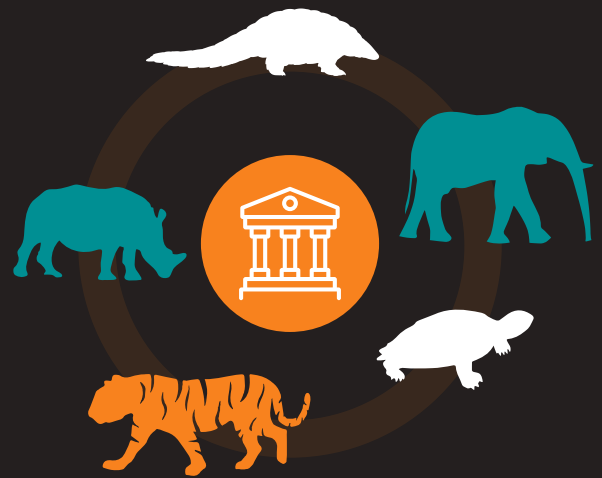
GIỚI THIỆU

- Trong vài thập kỉ qua, Việt Nam đã được xem là một thị trường tiêu thụ ĐVHD lớn và là điểm trung chuyển quan trọng đối với các sản phẩm từ ĐVHD trái pháp luật đến các nước Châu Á khácⁱⁱⁱ. Những quan niệm và các giá trị văn hóa dẫn đến nhu cầu sử dụng các sản phẩm này với niềm tin vào các tác dụng như điều trị bệnh, tăng cường sức khỏe, và nâng cao địa vị xã hội.
- Sự phổ biến của mạng Internet, các sàn thương mại điện tử và các trang mạng xã hội đã tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động buôn bán động, thực vật hoang dã và các sản phẩm từ động, thực vật hoang dã trực tuyến phát triển. Từ năm 2016, Tổ chức TRAFFIC đã giám sát việc buôn bán các sản phẩm từ ĐVHD trái pháp luật hoặc không được kiểm soát trực tuyến tại Việt Nam^{iv}. Việc tìm hiểu về thị trường này giúp đánh giá quy mô thương mại và xác định các hành động cần thiết để giải quyết vấn đề, xác định các xu hướng thị trường và các yếu tố về cầu, đồng thời phát hiện các sản phẩm mới nổi đang thúc đẩy nhu cầu tiêu dùng mới có khả năng làm giảm hiệu quả của các nỗ lực giảm cầu hiện tại.
- Báo cáo này cung cấp thông tin chi tiết về tình hình buôn bán các sản phẩm từ ĐVHD như voi, tê giác, tê tê, hổ, rùa cạn và rùa nước ngọt trên các nền tảng trực tuyến tại Việt Nam (bao gồm các thông tin về giá, khối lượng và địa điểm) trong giai đoạn 2021 - 2023. Các loài và sản phẩm được giám sát trong báo cáo này được liệt kê trong Phụ lục I và II của Công ước về buôn bán quốc tế các loài động, thực vật hoang dã nguy cấp (CITES).



Việc buôn bán voi, tê giác, tê tê và hổ cùng những sản phẩm từ chúng cũng bị cấm hoặc hạn chế theo pháp luật Việt Nam (Nghị định 84/2021/NĐ-CP ngày 22 tháng 09 năm 2021, sửa đổi bổ sung Nghị định số 06/2019/NĐ-CP), trong khi việc buôn bán các mẫu vật nuôi nhốt của một số loài rùa cạn và rùa nước ngọt là hợp pháp theo Nghị định này. Hoạt động buôn bán trực tuyến ĐVHD trái pháp luật còn được quản lý chặt chẽ hơn bởi Luật Giao dịch Điện tử số 51/2005/QH11 và Nghị định 52/2013/NĐ-CP về thương mại điện tử. Theo đó, việc quảng cáo và buôn bán trực tuyến các sản phẩm từ ĐVHD như ngà voi và sừng tê giác là trái pháp luật. Việt Nam hiện có một hệ thống pháp luật toàn diện, nghiêm khắc để xử lý tội phạm về ĐVHD, bao gồm Bộ luật Hình sự sửa đổi (Số 100/2015/QH13), có hiệu lực từ năm 2018, đã tăng mức hình phạt đối với hành vi buôn bán trái pháp luật các loài nằm trong Nhóm IB Nghị định 84/2021/NĐ-CP hoặc Phụ lục I Công ước CITES lên tối đa

15 năm tù giam.



PHƯƠNG PHÁP LUẬN

- Việc giám sát thị trường buôn bán ĐVHD trái pháp luật trực tuyến được thực hiện trong bốn kỳ khảo sát, với mục đích chính là thu thập các tin/bài quảng cáo được đăng tải trực tuyến từ ngày 01 tháng 07 năm 2021 đến ngày 30 tháng 06 năm 2023.
- Quá trình khảo sát mất tổng cộng 1.106 giờ, bao gồm xác định phạm vi ban đầu, khảo sát

thí điểm, thu thập, và làm sạch dữ liệu của bốn kỳ khảo sát. Các kỳ khảo sát cho từng nhóm loài được tiến hành một cách nhất quán để có thể so sánh về mức độ và khối lượng của các tin/bài quảng cáo được phát hiện. Việc thực hiện khảo sát phạm vi ban đầu và thí điểm là cần thiết, nhằm xác định và khảo sát thử nghiệm trên các nền tảng phù hợp với các loài mục tiêu.

Mỗi khảo sát được chia thành bốn giai đoạn



Xác định phạm vi ban đầu

4 giờ

cho tất cả các nhóm loài

Thí điểm

3 giờ

trong 03 ngày cho tất cả các nhóm loài



Thu thập dữ liệu

3 giờ/ngày

trong 10 ngày cho mỗi nhóm loài

Làm sạch dữ liệu

3 giờ/ngày

trong 10 ngày cho mỗi nhóm loài



Các đợt khảo sát được tiến hành trong hai tháng, thu thập dữ liệu về các tin/bài quảng cáo từ sáu tháng trước đó. Ví dụ, đợt khảo sát từ tháng 11 đến tháng 12 năm 2021 đã thu thập tin/bài quảng cáo từ tháng 07 đến tháng 12 năm 2021.

Đợt khảo sát đầu tiên (tháng 11-12/2021) đã đối chiếu và làm sạch cho bốn nhóm loài. Đợt khảo sát thứ hai (tháng 5-6/2022), đợt thứ ba (tháng 11-12/2022) và đợt thứ tư (tháng 5-6/2023) đã đối chiếu và làm sạch dữ liệu cho năm nhóm loài (bổ sung các sản phẩm từ hổ). Trong quá trình thu thập dữ liệu, nhiều vòng tìm kiếm đã được thực hiện bằng cách sử dụng các “từ khóa tìm kiếm” khác nhau, là các từ khóa được sử dụng để tìm kiếm các tin/bài quảng cáo trong các lần tìm kiếm trước đây của Tổ chức TRAFFIC. Các từ khóa tìm kiếm được sử dụng theo thứ tự sau:

Vòng thứ nhất



Các từ khóa tìm kiếm bao gồm tên chung của loài (ví dụ: tê tê)

Vòng thứ hai



Các từ khóa tìm kiếm thường liên quan đến hoạt động buôn bán (ví dụ: mua/bán tê tê)

Vòng thứ ba



Các từ khóa tìm kiếm liên quan đến các mặt hàng cụ thể (ví dụ: vảy tê tê/trút)

Vòng cuối cùng



Các từ khóa tìm kiếm bao gồm các hashtag (ví dụ: #tete, #tê tê)

Các tin/bài quảng cáo được tìm thấy bằng cách nhập từ khóa vào thanh công cụ tìm kiếm của nền tảng. Trong quá trình làm sạch dữ liệu, cán bộ khảo sát loại bỏ các tin/bài quảng cáo đăng trùng lặp và xóa các trường hợp sử dụng cùng một hình ảnh và nội dung nhưng đăng vào những ngày khác nhau.

Các nền tảng được khảo sát



Các trang mạng xã hội

Facebook, Zalo, TikTok,
YouTube



Các sàn thương mại điện tử

Tiki, Shopee, Sendo, Lazada và các trang web khác của những người bán độc lập được tìm thấy qua công cụ tìm kiếm Google

Việc thu thập dữ liệu cũng tập trung vào nhiều nội dung khác nhau từ các tin/bài quảng cáo chào bán sản phẩm của các loài mục tiêu (nếu có thể), bao gồm: phân loại loài và mặt hàng được bán, số lượng, kích thước, trọng lượng, giá, hồ sơ của người bán, phương thức liên lạc, phương thức thanh toán, vận chuyển, các bình luận, nội dung quảng cáo, ngày đăng (dấu thời gian). Chỉ có dữ liệu xuất hiện trong các tin/bài quảng cáo mới được ghi nhận, và cán bộ

khảo sát không tương tác với người bán để tránh việc người bán hiểu nhầm là nhu cầu đối với các loài mục tiêu đang tăng lên.

Giá các sản phẩm từ ĐVHD được ghi bằng Việt Nam Đồng (đ) và được chuyển đổi sang đô la Mỹ (USD) trong báo cáo này. Giá USD dựa trên tỷ giá hối đoái là 24.275,8 vào ngày 02 tháng 01 năm 2024 theo <https://www.oanda.com/>.





CÁC PHÁT HIỆN CHÍNH



CÁC PHÁT HIỆN CHÍNH

TRONG BÁO CÁO NÀY, “TIN/BÀI QUẢNG CÁO” LÀ NHỮNG QUẢNG CÁO MÀ CÁC CÁ NHÂN ĐĂNG TẢI ĐỂ BÁN TRỰC TUYẾN CÁC SẢN PHẨM ĐVHD TRÁI PHÁP LUẬT. VÍ DỤ, ‘TIN/BÀI QUẢNG CÁO VỀ VOI’ CÓ NGHĨA LÀ TIN/BÀI ĐÓ CHỨA THÔNG TIN QUẢNG CÁO CÁC SẢN PHẨM TỪ VOI HOẶC CÁC BỘ PHẬN CỦA VOI. THUẬT NGỮ TƯƠNG TỰ CŨNG ĐƯỢC ÁP DỤNG CHO CÁC TIN/BÀI ĐĂNG LIÊN QUAN ĐẾN CÁC LOÀI ĐỘNG VẬT KHÁC.



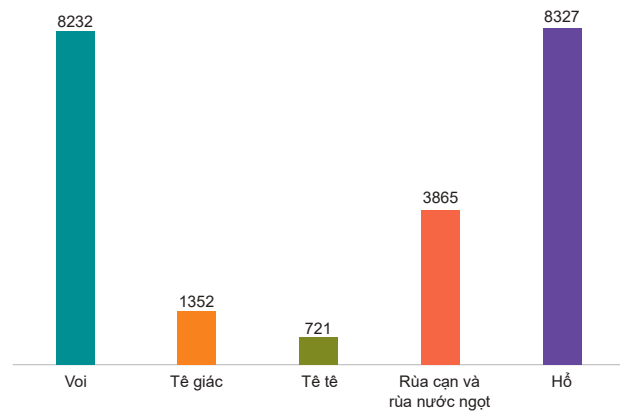
CÁC NỀN TẢNG TRỰC TUYẾN

Số lượng các tin/bài quảng cáo và số lượng người bán theo từng nhóm loài

Số lượng tin/bài quảng cáo các sản phẩm từ hổ và ngà voi là phổ biến nhất trên các nền tảng trực tuyến được khảo sát (Hình 1; xem phần phân tích cụ thể của từng loài bên dưới để biết thêm chi tiết).

Mặc dù khảo sát không thu thập được các thông tin rõ ràng về số lượng sản phẩm, vì người bán thường không công khai thông tin này, nhưng các tin/bài quảng cáo có nêu số lượng cho thấy sự khác biệt về số lượng sản phẩm được chào bán. Rùa cạn và rùa nước ngọt có số lượng cá thể được rao bán nhiều nhất (còn sống và dưới dạng xác), do sự phổ biến của việc nuôi và buôn bán ba ba tại Việt Nam, trong khi tin/bài quảng cáo về các loài mục tiêu khác chủ yếu là rao bán các bộ phận của cơ thể.

Nhìn chung, tin/bài quảng cáo về cả năm loài đều tăng cao đỉnh điểm từ tháng 01 đến tháng 06 năm 2022. Sau đó, số lượng tin/bài quảng cáo về tê tê trở lại mức trước đó, số lượng tin/bài quảng cáo về hổ không thay đổi, trong khi tin/bài quảng cáo về voi, tê giác, rùa cạn và rùa nước ngọt giảm thấp hơn số lượng được ghi nhận trước đó. Tin/bài quảng cáo về tê tê có sự biến động ít nhất, tiếp theo là tê giác, hổ, rùa cạn, rùa nước ngọt và voi, như được trình bày trong Bảng 1.

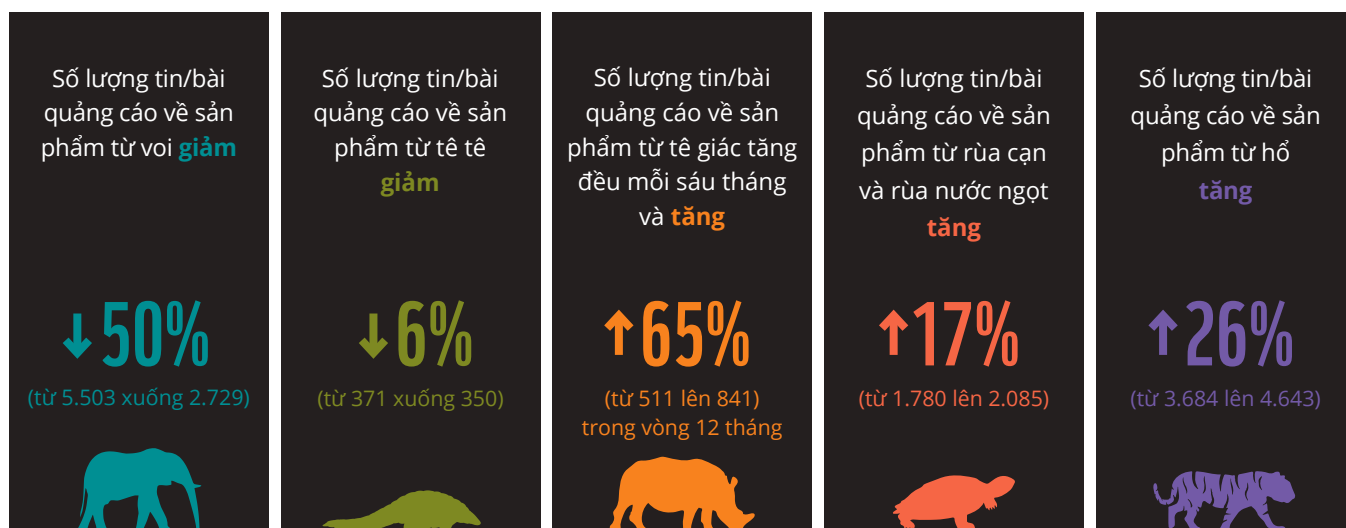


Biểu đồ 1: Số lượng tin/bài quảng cáo theo từng nhóm loài, từ tháng 07 năm 2021 đến tháng 06 năm 2023.

Loài	Tổng số tin/bài quảng cáo trên tất cả nền tảng được khảo sát				Tổng số người bán trên tất cả nền tảng được khảo sát			
	T7 - T12/ 2021	T1 - T6/ 2022	T7 - T12/ 2022	T1 - T6/ 2023	T7 - T12/ 2021	T1 - T6/ 2022	T7 - T12/ 2022	T1 - T6/ 2023
Voi	2.458	3.045	1.424	1.305	449	183	107	127
Tê giác	118	393	406	435	55	38	40	18
Tê tê	111	260	178	172	55	101	55	59
Rùa cạn và rùa nước ngọt	853	927	1.089	996	153	146	148	239
Hổ	1.106	2.578	2.500	2.143	258	91	123	162
TỔNG	4.646	7.203	5.597	5.051	970	559	473	605
TỔNG (12 tháng)	11.849		10.648		1.529		1.078	

Bảng 1: Số lượng tin/bài quảng cáo và số lượng người bán theo từng nhóm loài cho từng đợt khảo sát.

So sánh giữa các kết quả khảo sát được thực hiện trong hai giai đoạn (tháng 07/2021 - tháng 06/2022) và (tháng 07/2022 - tháng 06/2023), như được thể hiện trong Bảng 1, cho thấy tổng số lượng tin/bài quảng cáo giảm nhẹ **10%** (từ 11.849 xuống 10.648). Sự thay đổi này chủ yếu là do:



Số lượng người bán cũng giảm **29,4%** (từ 1.529 xuống 1.078 người bán).

Từ tháng 07 năm 2022 đến tháng 06 năm 2023, việc số lượng tin/bài quảng cáo (giảm 9,8%) và số lượng người bán (giảm 28%) giảm có thể có mối liên hệ đến nhau, vì tài khoản của một số người bán bán số lượng lớn sản phẩm ĐVHD trên Zalo đã bị tạm khóa do vi phạm các quy định về Tiêu chuẩn Cộng đồng của nền tảng. Zalo không cho phép người dùng đăng, lưu trữ hoặc truyền tải thông tin về ĐVHD có nguy cơ tuyệt chủng.

Ngoài ra, số lượng tin/bài quảng cáo về voi đã giảm đáng kể từ tháng 01 năm 2022 đến tháng 06 năm 2023, từ 5.503 xuống còn 2.729 tin/bài quảng cáo. Quan sát cho thấy số lượng tin/bài quảng cáo giảm có thể là sự phản ứng trước một số vụ bắt giữ một số lượng đáng kể ngà voi trong nửa cuối năm 2022 và đầu năm 2023.

Các sản phẩm mới, tức là các sản phẩm trước đây chưa từng được quảng cáo trực tuyến, cũng đã được phát hiện trong các kỳ khảo sát, bao gồm túi và ví da voi, cao sừng tê giác, và cao ngà voi.

Người bán sử dụng “Giấy giám định” để chứng minh chất lượng và nguồn gốc của sản phẩm là hàng thật. Theo thông tin từ các tin/bài quảng cáo này, các giấy giám định này được cấp với chữ ký và con dấu chưa được xác minh từ các trung tâm kiểm định chất lượng trang sức của Việt Nam và công ty chứng nhận chất lượng thực phẩm Việt Nam trực thuộc Bộ Y tế.

Từ tháng 11 đến tháng 12 năm 2021, trước Tết Nguyên đán năm 2022, số lượng quảng cáo các sản phẩm ĐVHD trái pháp luật tăng cao đỉnh điểm. Trong giai đoạn này, tính cả các quảng cáo từ tháng 07 đến tháng 12 năm 2021, các bộ quà tặng sản phẩm từ hổ là mặt hàng được rao bán thường xuyên nhất trong tất cả các loài được khảo sát. Để so sánh, trước kỳ nghỉ Tết Nguyên đán năm 2023, số lượng tin/bài quảng cáo không thay đổi so với sáu tháng trước đó. Tuy nhiên, số lượng tin/bài quảng cáo này cao hơn đáng kể so với trước Tết Nguyên đán 2022, và chỉ giảm nhẹ sau kỳ nghỉ Tết Nguyên đán (tức là tháng 01 - tháng 02 năm 2023).



PHIẾU KẾT QUẢ KIỂM NGHIỆM
TEST REPORT

1. Tên mẫu: Cao Hổ Gai
2. Mã số mẫu: Mẫu dùng thử
3. Mã lô mẫu: Mẫu dùng thử
4. Số lượng mẫu: Không có
5. Thời gian lưu mẫu: Không có
6. Ngày nhận mẫu: 08/09/2021
7. Thời gian thử nghiệm: 08/09/2021 - 24/09/2021
8. Nhà gửi mẫu: Địa chỉ: Quận Văn, Quận Lưu, Nghệ An
9. Kết quả thử nghiệm: Các chỉ tiêu hóa lý

STT	Tên chỉ tiêu	Đơn vị	Phương pháp thử	Kết quả
9.1	Hàm lượng Vitamin D (cholecalciferol, ergocalciferol)	µg/100g	NPC.03.M.19 (LC-MS/MS)	<LOD (LOD: 0.1 µg/100g)
9.2	Hàm lượng Cadmi	mg/100g	NPC.03.M.19 (ICP-OES)	145
9.3	Hàm lượng Magne	mg/100g	NPC.03.M.19 (ICP-OES)	10,0
9.4	Hàm lượng Phosphor	mg/100g	NPC.03.M.19 (ICP-OES)	74,0
9.5	Hàm lượng Sodium	mg/100g	NPC.03.M.19 (ICP-OES)	548
9.6	Hàm lượng Đồng	mg/kg	NPC.03.M.46 (ICP-MS)	2,90
9.7	Hàm lượng Acid aspartic	g/100g	NPC.05.M.101 (HPLC)	4,48
9.8	Hàm lượng Acid glutamic	g/100g	NPC.05.M.101 (HPLC)	7,50
9.9	Hàm lượng Alanine	g/100g	NPC.05.M.101 (HPLC)	6,52
9.10	Hàm lượng Arginine	g/100g	NPC.05.M.101 (HPLC)	17,5
9.11	Hàm lượng Cystine	g/100g	NPC.05.M.101 (HPLC)	0,88
9.12	Hàm lượng Glycine	g/100g	NPC.05.M.101 (HPLC)	6,66
9.13	Hàm lượng Histidine	g/100g	NPC.05.M.101 (HPLC)	0,78
9.14	Hàm lượng Isoleucine	g/100g	NPC.05.M.101 (HPLC)	1,12
9.15	Hàm lượng Leucine	g/100g	NPC.05.M.101 (HPLC)	2,91
9.16	Hàm lượng Methionine	g/100g	NPC.05.M.101 (HPLC)	0,67
9.17	Hàm lượng Phenylalanine	g/100g	NPC.05.M.101 (HPLC)	2,15
9.18	Hàm lượng Proline	g/100g	NPC.05.M.101 (HPLC)	10,4

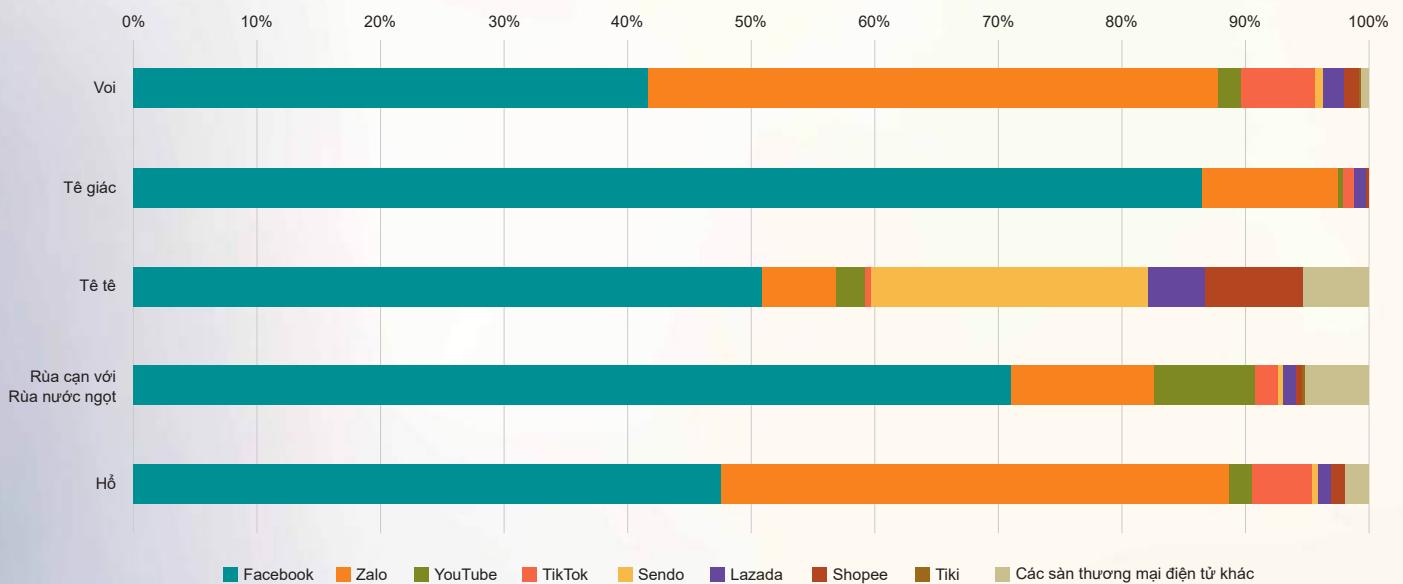
Ảnh 1: Người bán sử dụng “Giấy giám định” để chứng minh chất lượng và nguồn gốc của sản phẩm là hàng thật.

Số lượng tin/bài quảng cáo theo nền tảng cho từng nhóm loài

Facebook và Zalo là hai nền tảng có nhiều tin/bài quảng cáo các sản phẩm từ các loài mục tiêu hơn so với các nền tảng khác, chiếm lần lượt 51,3% và 35,5% tổng số tin/bài quảng cáo được phát hiện (Biểu đồ 2). Tuy nhiên, điều này cũng phản ánh sự phổ biến vượt trội của Facebook và Zalo trên thị trường mạng xã hội Việt Nam với lần lượt 91,6% và 90,1% người dùng Internet trong độ tuổi từ 16-64 sử dụng hai nền tảng này mỗi tháng^v. Hệ sinh thái

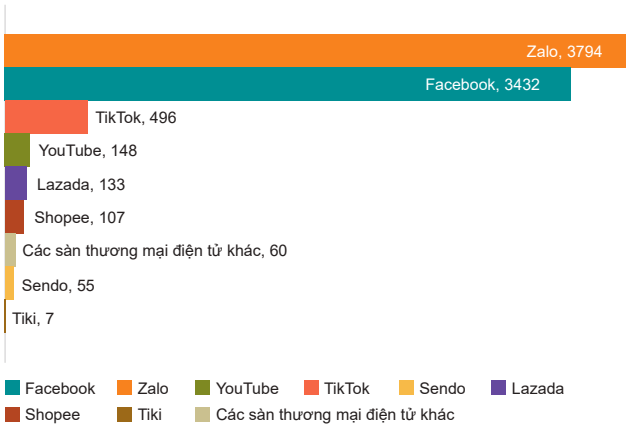
khép kín và sự phổ biến của các nhóm trò chuyện riêng tư trên mạng xã hội hạn chế việc giám sát và truy cập công khai các sản phẩm từ ĐVHD được rao bán, từ đó hạn chế khả năng giám sát tất cả các tin/bài quảng cáo và giao dịch mua bán có liên quan. Do đó, số lượng các mặt hàng ĐVHD được quảng cáo có thể cao hơn con số được ghi nhận rất nhiều.

Tỷ lệ quảng cáo trên các nền tảng mạng xã hội và thương mại điện tử (tháng 7/2021 - tháng 6/2023)

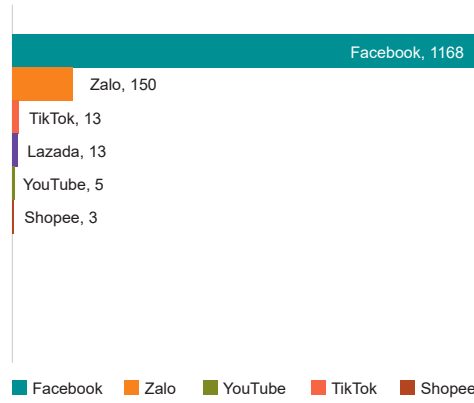


Biểu đồ 2: Tỷ lệ phần trăm các tin/bài quảng cáo trên các nền tảng mạng xã hội và thương mại điện tử từ 01/07/2021 - 30/6/2023.

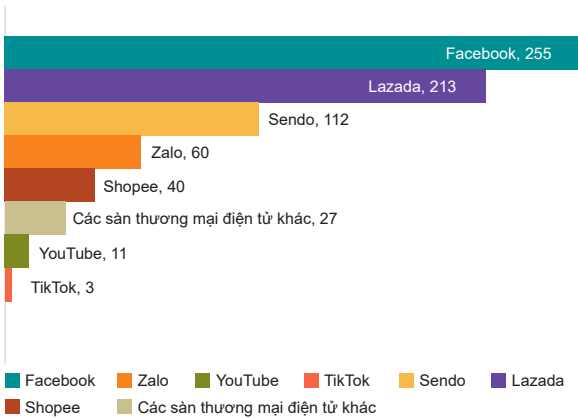




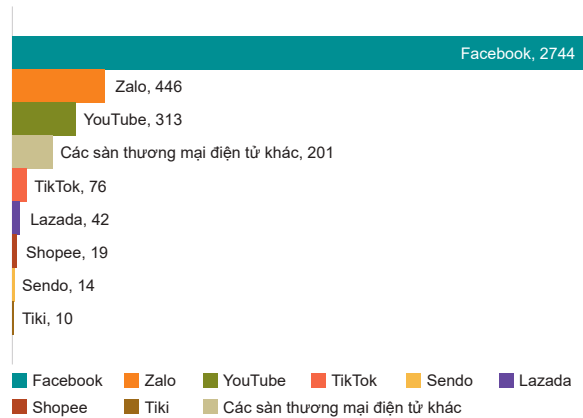
Biểu đồ 3: Số lượng tin/bài quảng cáo các sản phẩm từ voi theo nền tảng (N = 8.232).



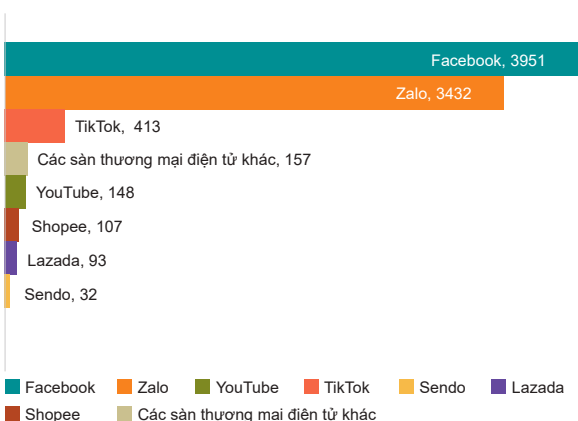
Biểu đồ 4: Số lượng tin/bài quảng cáo các sản phẩm từ tê giác theo nền tảng (N = 1.352).



Biểu đồ 5: Số lượng tin/bài quảng cáo các sản phẩm từ tê tê theo nền tảng (N = 721).

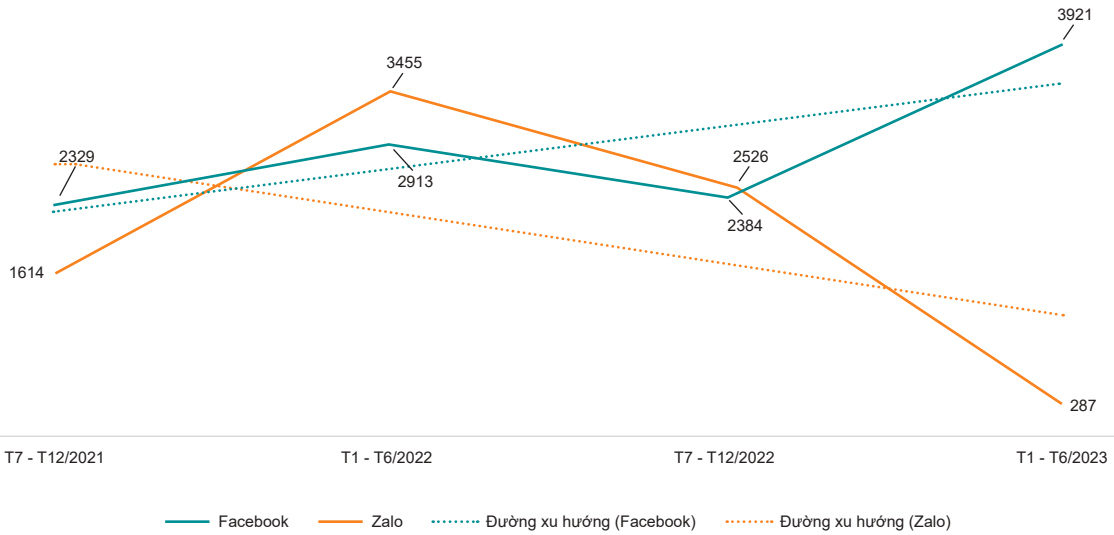


Biểu đồ 6: Số lượng tin/bài quảng cáo các sản phẩm từ rùa cạn và rùa nước ngọt theo nền tảng (N = 3.865).



Biểu đồ 7: Số lượng tin/bài quảng cáo các sản phẩm từ hổ theo nền tảng (N = 8.327).

Như được thể hiện trong các Biểu đồ 3, 4, 5, 6 và 7, Facebook và Zalo tiếp tục là hai nền tảng có số lượng giao dịch nhiều nhất trong tất cả các nền tảng.



Biểu đồ 8: Số lượng tin/bài quảng cáo trên Facebook và Zalo theo các giai đoạn khảo sát.

Số lượng tin/bài quảng cáo trên Zalo đã **giảm đáng kể** từ

3.455 > **287**

trong giai đoạn tháng 01 - 06 năm 2022

trong giai đoạn tháng 01 - 06 năm 2023



Trong khi đó số lượng tin/bài quảng cáo trên Facebook **tăng mạnh** từ

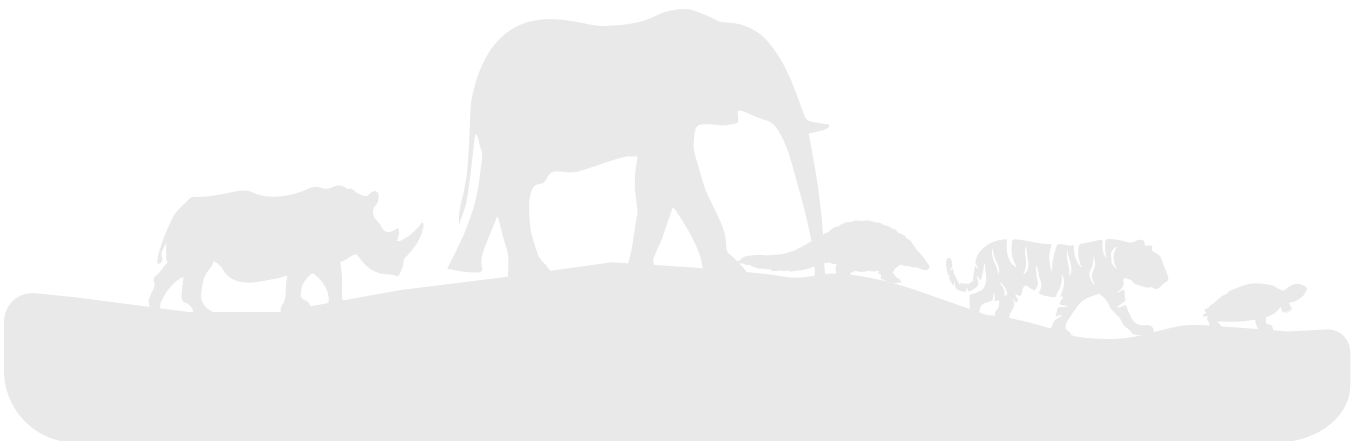
2.526 > **3.921**

trong giai đoạn tháng 07 - 12 năm 2022

trong giai đoạn tháng 01 - 06 năm 2023



Điều này có thể là do sau khi Zalo thực thi áp dụng quy định về Chính sách Cộng đồng nghiêm cấm rao bán ĐVHD nguy cấp, người bán đã chuyển sang các nền tảng khác, đặc biệt là Facebook, để đăng quảng cáo.





VOI

Loại hình Sản phẩm

- Đồ trang sức và vật phẩm tâm linh/phong thủy như vòng tay, mặt dây chuyền, bùa hộ mệnh và nhẫn là những mặt hàng được rao bán phổ biến nhất, với 88% tin/bài quảng cáo (trên tổng số 8.232 tin/bài quảng cáo) chứa các mặt hàng thuộc danh mục này trong giai đoạn tháng 07 năm 2021 đến tháng 06 năm 2023. Điều này đồng nhất với kết quả từ kỳ khảo sát trước đây, năm 2017^{vii}, các tin/bài quảng cáo trực tuyến các sản phẩm từ voi chủ yếu là đồ trang sức (97%) (trên tổng số 184 quảng cáo).
- Các sản phẩm chế tác từ ngà voi được quảng cáo nhiều nhất, chiếm 94% trong tổng số tin/bài quảng cáo các sản phẩm từ voi, tương tự kết quả khảo sát năm 2017 cho thấy tất cả các sản phẩm từ voi được phát hiện đều được làm từ ngà voi. Tuy nhiên, trong giai đoạn 2021-2023, các sản phẩm từ voi được phát hiện đa dạng hơn, bao gồm các sản phẩm chế tác từ lông đuôi, xương, răng và da voi. Sự xuất hiện của xương và răng voi (6%) là một hiện tượng tương đối mới, và các mặt hàng được chạm khắc theo phong cách tương tự như các sản phẩm khác được chạm khắc từ ngà voi. Trong giai đoạn khảo sát này, đồ trang sức bằng ngà voi cũng được rao bán kèm theo Giấy giám định để chứng minh sản phẩm rao bán là hàng thật.
- Từ tháng 01 đến tháng 06 năm 2022, nhóm khảo sát ghi nhận được những tin/bài quảng cáo đầu tiên về cao ngà voi, được làm từ các mảnh vụn ngà voi (một sản phẩm phụ của quá trình chạm khắc ngà voi) trộn với các thành phần khác. Những lợi ích được quảng cáo của sản phẩm này bao gồm ngăn ngừa và điều trị bệnh xương khớp, cung cấp canxi cho xương và răng, giải độc, tăng cường thị lực, hoặc làm mát gan^{vi}. Công dụng của các sản phẩm từ voi được quảng bá vì mục đích sức khỏe là mới xuất hiện và khác biệt so với các công dụng làm đồ trang trí khác của sản phẩm từ voi (chẳng hạn như ngà).





Bài đăng quảng cáo lông đuôi voi

Bài đăng quảng cáo găng tay voi

Bài đăng quảng cáo sản phẩm từ ngà voi có giấy giám định

Bài đăng quảng cáo cao ngà voi

Ảnh 2: Các sản phẩm từ voi được quảng cáo trên các nền tảng trực tuyến.

Các mức giá của sản phẩm từ voi

- Giá của các sản phẩm từ voi rất đa dạng (Bảng 2). Các kỳ khảo sát trực tuyến trước đó vào năm 2017^{vii} cũng đã phát hiện sự chênh lệch lớn trong khoảng giá của cùng một loại sản phẩm, tương ứng với kích thước và trọng lượng của từng mặt hàng. So với năm 2017, giá sản phẩm trong giai đoạn 2021 - 2023 đã tăng cao hơn.
- Giá các sản phẩm từ voi đã tăng đáng kể từ năm 2017 đến năm 2023, do tác động của nhiều yếu

tố. Thứ nhất, nhu cầu về các sản phẩm từ voi có thể ảnh hưởng đáng kể đến giá của chúng. Trong năm 2017, những nỗ lực giảm nhu cầu sử dụng ngà voi ở Trung Quốc đã làm tăng nhu cầu mua ngà voi tại Lào, Việt Nam và Myanmar^{viii}, do đó tạo áp lực tăng giá bởi nguồn cung hạn chế và nhu cầu cao. Thứ hai, biến động tỷ giá hối đoái chắc chắn có thể đã ảnh hưởng đến giá của các mặt hàng này.

KHOẢNG GIÁ (USD)	2017	2021 - 2023
Vòng tay	22 - 242 USD/chiếc	4 - 1.278 USD/chiếc
Nhẫn	9 - 176 USD/chiếc	1 - 341 USD/chiếc
Bùa hộ mệnh hoặc Bùa chú	12 - 285 USD/chiếc	4 - 1.662 USD/chiếc
Ngà	-	250 USD/chiếc
Nhẫn lông đuôi	-	2 - 5 USD/chiếc
Túi/ví da	-	13 - 27 USD/chiếc
Tượng	-	73 USD cho một tượng nhỏ
Khuyên tai	-	10 USD/chiếc
Tẩu	-	35 USD/chiếc
Lược	-	37 USD/chiếc

Bảng 2: Khoảng giá của các sản phẩm từ voi từ hoạt động giám sát trực tuyến năm 2017 và giai đoạn tháng 07 năm 2021 đến tháng 06 năm 2023.

Giá của các sản phẩm trong các tin/bài quảng cáo đều được niêm yết bằng tiền đồng Việt Nam và sau đó được chuyển đổi sang đô la Mỹ.

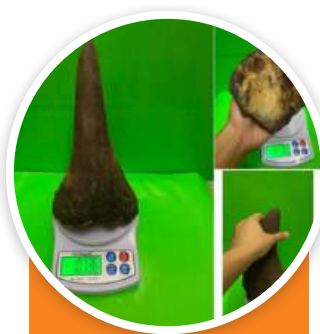


TÊ GIÁC

Loại hình Sản phẩm

■ Việc phân tích dữ liệu đã xác định một số loại sản phẩm từ tê giác được rao bán trực tuyến. Sừng tê giác thô là phổ biến nhất (65%), bất kể là nguyên chiếc hay cắt thành miếng. Ở dạng thô, sừng tê giác có thể được xử lý kỹ hơn bằng cách chạm khắc thành đồ trang trí hoặc mài thành bột, phục vụ cho các hoạt động giải trí, thể hiện đẳng cấp, hoặc làm thuốc. Các sản phẩm được chạm khắc từ sừng tê giác như vòng đeo tay, bùa hộ mệnh và cốc được rao bán nhiều thứ hai (30,3%). Các sản phẩm từ da tê giác cũng

đang được rao bán, mặc dù có tỷ lệ nhỏ hơn nhiều (0,6%). Cao sừng tê giác (6,4%), một loại sản phẩm mới chưa từng thấy trong các kỳ khảo sát trước đây cũng được bán với thành phần từ da tê giác, vảy tê tê, cá ngựa và tắc kè. Loại cao này được quảng cáo là có những lợi ích sau: Tăng cường sinh lực nam giới, tốt cho thận, gan và mắt, giúp ăn ngon miệng, chắc khỏe xương khớp, giải độc, phòng ngừa ung thư và giảm mất ngủ.



Bài đăng quảng cáo sừng tê giác



Bài đăng quảng cáo sừng tê giác đã được chạm khắc



Bài đăng quảng cáo các sản phẩm từ tê giác với thương hiệu "HVC"



Bài đăng quảng cáo cao sừng tê giác

Ảnh 3: Các sản phẩm từ sừng tê giác được quảng cáo trên các nền tảng trực tuyến.

Các mức giá của sản phẩm từ tê giác

Các mức giá của các sản phẩm từ tê giác hiếm khi được đề cập rõ ràng trong các tin/bài quảng cáo. Chỉ có hai mức giá đã được ghi nhận:

- Một sản phẩm sừng tê giác **62g** được rao bán với giá **53 triệu đồng**
 - Và một sản phẩm sừng tê giác **100g** được rao bán với giá **29 triệu đồng**
- tương đương với **11.191 - 35.212 USD/kg.**



Trong khoảng thời gian từ năm 2016 đến năm 2021, giá trung bình của sừng tê giác dao động từ

10.694 USD/kg đến **22.257 USD/kg**

Mức giá trung bình thấp nhất được ghi nhận vào năm 2019 và 2020 và mức giá tăng lên

13.445 USD/kg được ghi nhận vào năm 2021^{ix}.

Hai mức giá được rao bán này tương đồng với xu thế tăng giá của sản phẩm này tại Việt Nam và các quốc gia khác trong chuỗi cung ứng sừng tê giác trái pháp luật.



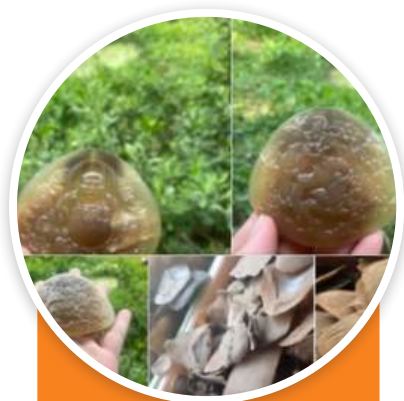


TÊ TÊ

Loại hình Sản phẩm

- Vảy tê tê và các sản phẩm thuốc chứa vảy tê tê chiếm phần lớn các sản phẩm từ tê tê được bán trực tuyến (96%), trong khi tê tê nguyên con, dù còn sống hay đã chết, chiếm một số lượng nhỏ hơn nhiều (3%). Vảy tê tê chủ yếu được sử dụng trong YHCT để điều trị các bệnh ngoài da và các bệnh khác, bao gồm ghẻ, mụn nhọt, nổi mề đay, mụn trứng cá, cũng như rụng tóc ở phụ nữ sau sinh. Tê tê nguyên con có thể được rao bán trong thị trường mua bán thịt ĐVHD.
- Có sự khác biệt trong việc buôn bán vảy tê tê giữa các sàn thương mại điện tử và mạng xã hội. Những người bán là các cửa hàng thuốc YHCT có xu hướng công khai chào bán các sản phẩm thuốc có chứa vảy tê tê trên các sàn thương

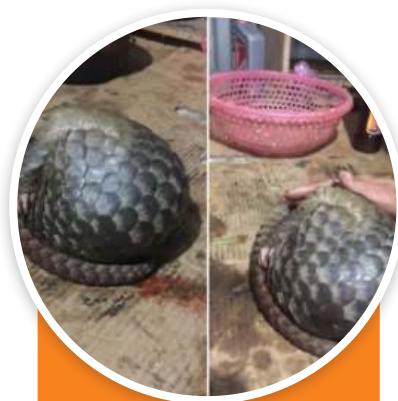
mại điện tử nếu vảy tê tê chỉ là một thành phần trong cả đơn thuốc. Chúng thường được bán ở dạng đã qua chế biến như một sản phẩm thuốc, được quảng cáo là “đã đăng ký”, và có thể đi kèm với giấy kiểm định. Những người bán hoạt động trên các nền tảng này với nhiều cửa hàng trực tuyến và bán các mặt hàng giống nhau. Trong khi đó, những người bán là cá nhân kín đáo hơn trên các trang mạng xã hội, cung cấp ít hình ảnh hoặc thông tin và thường yêu cầu người mua liên hệ qua điện thoại để hỏi thêm chi tiết. Những người bán này thường bán vảy tê tê ở dạng thô và sẽ có nguy cơ bị xử lý hành chính hoặc hình sự cao hơn nếu họ quảng cáo công khai.



Bài đăng quảng cáo vảy tê tê đã được chạm khắc



Bài đăng quảng cáo móng vuốt tê tê



Bài đăng quảng cáo cá thể tê tê




Ảnh 4: Các sản phẩm từ tê tê được quảng cáo trên các nền tảng trực tuyến

- Các sản phẩm mới cũng đã được phát hiện, bao gồm vảy tê tê chạm khắc (0,22%) và móng vuốt tê tê (0,86%), thường được sử dụng làm đồ trang trí hoặc trang sức.

Giá của sản phẩm từ tê tê

Các mức giá của vảy tê tê trong tin/bài quảng cáo dao động từ 130 USD đến 680 USD/kg bán buôn (nhắm vào các doanh nghiệp, có nhu cầu mua số lượng lớn với giá chiết khấu và có thể bán lại) và từ 190 USD đến 1.020 USD/kg bán lẻ (nhắm vào người tiêu dùng cá nhân) (Bảng 3). Điều này đồng nhất với những phát hiện trước đây về giá trị của vảy tê tê ở Việt Nam, vào khoảng 250 USD/kg^x. Khảo sát tháng 01 đến tháng 06/2023 cho thấy mức giá bán lẻ vảy tê tê là khoảng 400 USD/kg, tăng 114% so với mức giá của kỳ khảo sát tháng 07/2021 - tháng 06/2022.



VẢY TÊ TÊ	
 Vảy tê tê (bán buôn)	130 - 680 USD/kg
 Vảy tê tê (bán lẻ)	190 - 1.020 USD/kg
 Thuốc từ vảy tê tê (5% thành phần là vảy)	79 - 340 USD/kg

Bảng 3: Khoảng giá của các sản phẩm từ vảy tê tê từ hoạt động giám sát trực tuyến từ tháng 07 năm 2021 đến tháng 06 năm 2023.

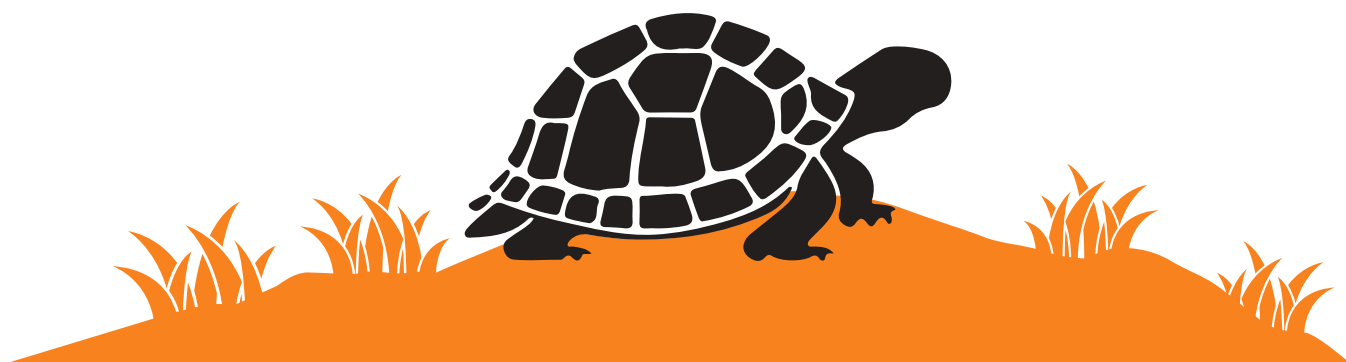
Tất cả mức giá của các sản phẩm trong tin/bài quảng cáo đều được niêm yết bằng đồng Việt Nam và sau đó được chuyển đổi sang đô la Mỹ.



RÙA CẠN VÀ RÙA NƯỚC NGỌT

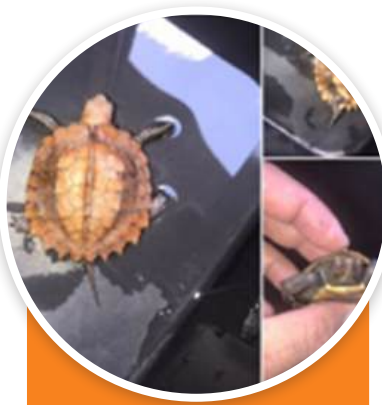
Loại hình Sản phẩm

- Các tin/bài quảng cáo về rùa cạn và rùa nước ngọt chủ yếu là cá thể sống (92,8%) để làm vật cảnh và lấy thịt, trong khi các cá thể đã chết (3%) được bán chỉ để lấy thịt. Mai rùa, bột mai rùa và cao mai rùa là loại sản phẩm phổ biến thứ ba (2%), được sử dụng cho mục đích chữa bệnh, thực phẩm và tâm linh (Bói Kinh dịch bằng mai rùa - một hình thức bói toán truyền thống của Trung Quốc).
- Mặc dù có nhiều loài rùa bản địa được chào bán, các loài nhập khẩu ví dụ như Rùa đớp (*Chelydra serpentina*) và Rùa sao đêm (*Geoclemys hamiltonii*) là những loài được quảng cáo phổ biến nhất với mục đích buôn bán làm vật cảnh.
- Khảo sát đã phát hiện rất nhiều loài rùa cạn và rùa nước ngọt khác nhau trong các tin/bài quảng cáo, bao gồm 23 loài bản địa (trong tổng số 26 loài rùa cạn và rùa nước ngọt ở Việt Nam).
- Rùa núi vàng (*Indotestudo elongata*) là loài bản địa được quảng cáo thường xuyên nhất, mặc dù được bảo vệ theo pháp luật của Việt Nam^{xi} và thuộc Phụ lục II của CITES. Các loài khác có thể kể đến Rùa hộp trán vàng (*Cuora galbinifrons*), thuộc nhóm IB của Nghị định 84/2021/NĐ-CP và Phụ lục I của CITES và Rùa Răng (*Heosemys annandalii*), thuộc nhóm IIB của Nghị định 84/2021/NĐ-CP và Phụ lục II của CITES. Các sản phẩm từ 11 loài rùa cạn và rùa nước ngọt cũng được quảng cáo là từ các loài được gây nuôi^{xii}, mặc dù việc bán các cá thể trưởng thành và cận trưởng thành với số lượng nhỏ chứng minh rằng chúng không thể được gây nuôi tại trang trại, mà thực tế là chúng đang bị buôn bán trái pháp luật. Đồng thời, có ít nhất ba loài chủ yếu được bán để làm thực phẩm đặc biệt là ba ba^{xiv}.





Bài đăng quảng cáo bán Rùa Núi Vàng (*Indotestudo elongata*) làm vật cảnh



Bài đăng quảng cáo bán Rùa Sa Nhân (*Cuora mouhotii*) làm vật cảnh



Bài đăng quảng cáo bán Ba ba Nam bộ (*Amyda cartilaginea*) để làm thực phẩm

Ảnh 5: Các sản phẩm từ rùa cạn và rùa nước ngọt được quảng cáo trên các nền tảng trực tuyến.

Giá của các sản phẩm từ rùa cạn và rùa nước ngọt

- Giá bán các cá thể rùa cạn và rùa nước ngọt bị buôn bán làm vật cảnh rất khác nhau do sự khác biệt về kích thước, tuổi và ngoại hình. Rùa cổ sọc (*Mauremys sinensis*) có mức giá trung bình thấp nhất, với 7,54 USD/con, trong khi Rùa hộp trắn vàng (*Cuora galbinifrons*) có mức giá trung bình cao nhất, với 75 USD/con.
- Mai ba ba cũng được sử dụng trong YHCT và có mức giá trung bình từ 2,75 USD - 5,63 USD/100g, trong khi mai của bốn loài khác được sử dụng để sản xuất và bán cao mai rùa (mức giá trung bình là 20,19 USD/100g)^{xv}. Đồng thời, mai của bốn loài được sử dụng trong bói Kinh Dịch được

đề cập trong các tin/bài quảng cáo có giá trị cao nhất trong tất cả các sản phẩm từ rùa cạn và rùa nước ngọt (trung bình là 28,55 USD^{xvi}). Trong khi giá trung bình của rùa cạn và rùa nước ngọt, cũng nằm trong khoảng giá được phát hiện trong một nghiên cứu trên Facebook tại Việt Nam trước đó vào năm 2017 - 2018^{xvii}, chỉ có một loài, đó là Ba ba Nam bộ (*Amyda cartilaginea*) được rao bán làm thực phẩm, giá của loài này tăng trung bình từ 22,73 USD trong giai đoạn 2017 - 2018 lên 64,60 USD trong năm 2022. Vào năm 2023, trứng ba ba được rao bán với mức giá từ 10,24 USD/kg, dùng làm thực phẩm.

Mai ba ba (để làm thuốc YHCT)	2,75 - 5,63 USD/100g
Mai rùa (để sản xuất cao mai rùa)	20,19 USD/100g
Mai rùa (để bói Kinh Dịch)	28,55 USD/mai rùa
Ba ba Nam bộ	64,60 USD/kg (2022) <small>Để tham khảo, giá vào năm 2017 và 2018 là 22,73 USD/kg</small>
Trứng ba ba	9 - 12,3 USD/kg (2023)

Bảng 4: Khoảng giá của các sản phẩm từ rùa cạn và rùa nước ngọt từ hoạt động giám sát trực tuyến từ tháng 07 năm 2021 đến tháng 06 năm 2023.

Tất cả mức giá của các sản phẩm trong tin/bài quảng cáo đều được niêm yết bằng đồng Việt Nam và sau đó được chuyển đổi sang đô la Mỹ.



HỔ

Loại hình Sản phẩm

- Rất nhiều bộ phận khác nhau của loài mèo lớn, như là hổ và sư tử, được rao bán trực tuyến. Tuy nhiên, trong giai đoạn khảo sát này, người bán xác nhận tất cả các sản phẩm được quảng cáo đều là các sản phẩm từ hổ. Móng vuốt và răng (đặc biệt là răng nanh) là các sản phẩm được quảng cáo nhiều nhất (81%), chủ yếu được bán dưới dạng mặt dây chuyền hoặc nhẫn. Sự xuất hiện của các loại răng khác (răng hàm) ngoài răng nanh là một hiện tượng tương đối mới.
- Da hổ là mặt hàng phổ biến thứ hai (7,8%), được sử dụng làm thảm hoặc được nhồi bông để trang trí nhà cửa. Các sản phẩm từ xương cũng được rao bán (4,5%), nhưng ít hơn so với móng vuốt, răng và da. Cao hổ cốt, được sử

dụng trong YHCT, và rượu ngâm cao hổ cốt là những sản phẩm từ xương phổ biến nhất được quảng cáo với mục đích làm thuốc. Các loại sản phẩm khác ít được quảng cáo hơn là râu, đầu, dương vật, chân, miệng, bộ phận sinh dục và thịt (1,3%). Hổ nguyên con cũng được chào bán (0,6%).

- Một thông lệ mới của những người bán là chào bán các mặt hàng ở dạng thô, với các sản phẩm được bán vẫn gắn liền với bộ phận cơ thể để chứng minh nguồn gốc và chất lượng của sản phẩm. Răng sẽ được bán đính kèm hộp sọ, móng vuốt từ bàn chân đã lọc thịt, hoặc móng vuốt vẫn còn thịt và lông.



Bài đăng quảng cáo xương hổ



Bài đăng quảng cáo ví da hổ



Bài đăng quảng cáo răng nanh hổ

Ảnh 7: Các sản phẩm từ hổ được quảng cáo trên các nền tảng trực tuyến.

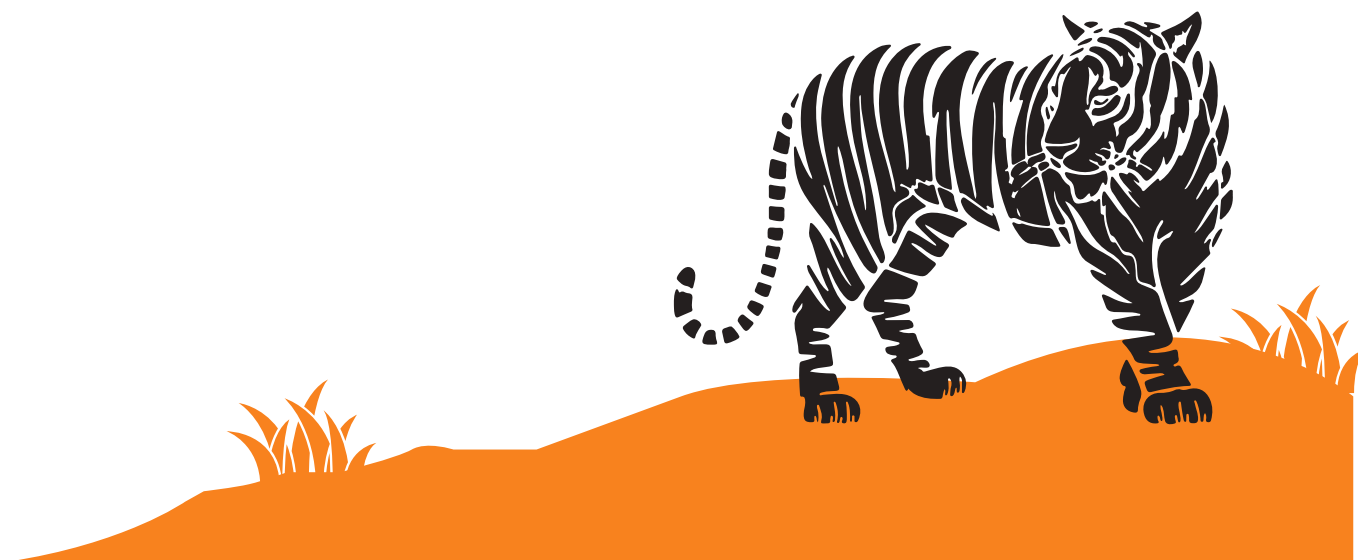
Giá các sản phẩm từ hổ

Móng vuốt thô	8,52 - 1.831 USD/móng
Móng vuốt bọc vàng/bạc	41 - 410 USD/móng
Răng nanh	25,55 - 4.259 USD/răng
Cao hổ cốt	362 - 511 USD/100g
Ví da hổ	24,65 - 65,72 USD/ví
Ria	14,38 USD cho 05 ria
Hổ con	1.009 - 1.513 USD/cá thể

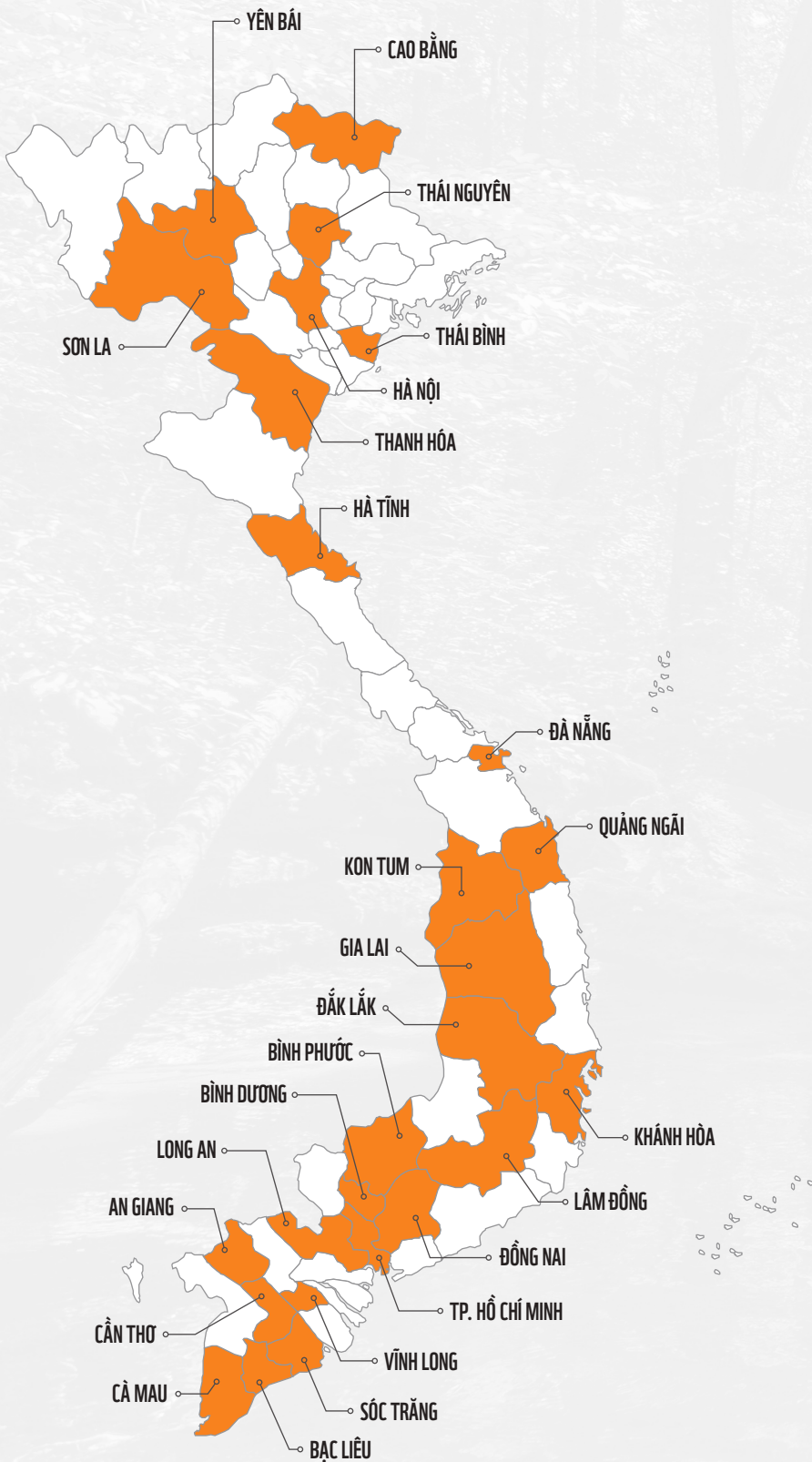
Bảng 5: Khoảng giá của các sản phẩm từ hổ từ hoạt động giám sát trực tuyến từ tháng 07 năm 2021 đến tháng 06 năm 2023.

Tất cả mức giá của các sản phẩm trong tin/bài quảng cáo đều được niêm yết bằng đồng Việt Nam và sau đó được chuyển đổi sang đô la Mỹ.

Răng nanh có khoảng giá rộng nhất và có giá trung bình cao nhất (2.142,28 USD) so với các sản phẩm phổ biến khác từ hổ (Bảng 5). Mức giá này cũng cao hơn so với mức giá trong một nghiên cứu trong năm 2022^{xviii}, ghi nhận mức giá trung bình 1.450 USD cho một răng nanh. Tương tự, giá trung bình của cao hổ cốt được phát hiện trong báo cáo này (436,5 USD cho 100g) cũng cao hơn so với mức giá trong nghiên cứu năm 2022 (800 USD/100g).



VỊ TRÍ CỦA NGƯỜI BÁN ĐVHD



• HÀ NỘI, TP. HỒ CHÍ MINH



• YÊN BÁI



• ĐẮK LẮK



• HÀ TĨNH, KON TUM



• GIA LAI



• KHÁNH HÒA



• BẠC LIÊU



• CÀ MAU, BÌNH DƯƠNG, BÌNH PHƯỚC, ĐÀ NẴNG, LÂM ĐỒNG, QUẢNG NGÃI, THANH HÓA, VĨNH LONG



• AN GIANG, LONG AN, SÓC TRĂNG, THÁI BÌNH, CẦN THƠ



• CAO BẰNG, SƠN LA, THÁI NGUYÊN



• ĐỒNG NAI



NGƯỜI BÁN VÀ QUẢNG CÁO

Hình ảnh đồ họa thể hiện sự phân bố về mặt địa lý của những người bán ĐVHD trên khắp cả nước, tập trung chủ yếu tại 26 tỉnh và thành phố được đánh dấu trên bản đồ. Đáng chú ý, Hà Nội và Thành phố Hồ Chí Minh là 2 thành phố lớn tập trung nhóm người buôn bán các sản phẩm từ tất cả năm loài được khảo sát.

Cuộc khảo sát từ tháng 07 năm 2021 đến tháng 06 năm 2023 đã xác định được 2.607 người bán ĐVHD dựa trên thông tin về hồ sơ người bán được công khai. Dữ liệu dự báo một xu hướng đáng lo ngại trong hoạt động buôn bán ĐVHD trái pháp luật, với các sản phẩm từ voi là phổ biến nhất (866 người bán), tiếp theo là các sản phẩm từ rùa cạn và rùa nước ngọt (686 người bán) và các sản phẩm từ hổ (634 người bán). Các sản phẩm từ tê tê và tê giác, mặc dù ít phổ biến hơn, nhưng vẫn cho thấy số lượng đáng kể, với lần lượt là 270 và 151 người bán.



SẢN PHẨM TỪ TÊ GIÁC

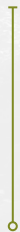


151

NGƯỜI BÁN



SẢN PHẨM TỪ TÊ TÊ



270

NGƯỜI BÁN



SẢN PHẨM TỪ HỔ

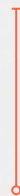


634

NGƯỜI BÁN



SẢN PHẨM TỪ
RÙA CẠN VÀ RÙA
NƯỚC NGỌT



686

NGƯỜI BÁN



SẢN PHẨM TỪ VOI



866

NGƯỜI BÁN

Kết quả chỉ bao gồm các vị trí từ hồ sơ công khai của người bán, nơi thông tin về vị trí có sẵn trong thời gian khảo sát.



SỬ DỤNG TIẾNG LÓNG VÀ HÌNH ẢNH/BIỂU TƯỢNG



SỬ DỤNG TIẾNG LÓNG VÀ HÌNH ẢNH/BIỂU TƯỢNG

Việc sử dụng tiếng lóng và hình ảnh/biểu tượng để quảng cáo các mặt hàng ĐVHD trực tuyến đang là một xu hướng ngày càng phổ biến, với hơn 5% tổng số tin/bài quảng cáo sử dụng các phương pháp như vậy. Ví dụ, từ lóng “Ông Ba Mười” được sử dụng để ám chỉ hổ, trong khi “Sô cô la” ám chỉ cho “Cao hổ cốt” và “Lúa” được sử dụng thay cho “Tiền”. Cách tiếp cận này thu hút nhóm khách hàng trẻ tuổi, bằng cách sử dụng các phong

cách giao tiếp quen thuộc và nội dung có hình ảnh hấp dẫn phù hợp với xu thế hiện đại. Xu hướng này phản ánh người bán đã biết cách điều chỉnh chiến lược bán hàng của mình đối với mặt hàng là các sản phẩm ĐVHD, nhằm tăng tương tác và mở rộng phạm vi tiếp cận sản phẩm thông qua các định dạng nội dung dễ hiểu và hấp dẫn về mặt hình ảnh.

THÁCH THỨC

Hạn chế của các nền tảng trực tuyến

Nhóm khảo sát đã gặp phải nhiều khó khăn trong quá trình thực hiện khảo sát, một phần do sự khác biệt giữa các nền tảng và thông tin được che giấu trên các tin/bài quảng cáo.

- Sự biến mất của các tin/bài/nhóm/trang/hồ sơ (do người dùng báo cáo hoặc người bán tự xóa) làm gián đoạn việc theo dõi các hồ sơ và các nhóm liên quan đến người bán.
- Các hình ảnh trùng lặp trong các tin/bài quảng cáo khác nhau không được nền tảng lọc ra, khiến việc xác định các mặt hàng được chào bán trở nên khó khăn.
- Một số tin/bài quảng cáo không có từ khóa tìm kiếm (không có chú thích, hoặc chú thích được viết bên trong ảnh/video), gây khó khăn cho việc tìm kiếm theo từ khóa.
- Các cán bộ khảo sát quan sát thấy một số tin/bài quảng cáo tiềm ẩn những trò lừa đảo và tài khoản giả mạo, nhưng nền tảng trực tuyến không chủ động lọc ra.
- Đặc biệt khó giám sát các tài khoản trên Zalo bởi chỉ có thể xem các bài đăng trên Nhật kí cá nhân nếu chủ tài khoản chấp nhận lời mời “Yêu cầu kết bạn”. Điều này dẫn đến việc chỉ khảo sát được các tài khoản đã được kết bạn.
- Zalo và TikTok là hai nền tảng khó giám sát. Cán bộ khảo sát không thể thực hiện việc tìm kiếm các bài đăng bằng từ khóa trên Zalo và cả hai nền tảng đều có những hạn chế về việc sao chép dữ liệu khiến thời gian phân tích dữ liệu bị kéo dài.



Thách thức trong việc thực thi chính sách của nền tảng trực tuyến và việc thực thi pháp luật của các cơ quan quản lý nhà nước

- Tài khoản giả mạo, lừa đảo, tài khoản sao chép và việc biến mất của các tin/bài/nhóm/trang/hồ sơ của người bán dẫn đến mất dữ liệu, gây khó khăn cho các cơ quan thực thi pháp luật trong việc theo dõi người bán và điều tra sâu hơn.
- Truy cập vào các nhóm kín/riêng tư là một vấn đề mà các cơ quan thực thi pháp luật sẽ gặp khó khăn khi việc cho phép tạo các nhóm riêng tư trên các nền tảng trực tuyến góp phần bảo vệ quyền riêng tư của người dùng. Các cơ quan thực thi pháp luật và các nền tảng trực tuyến cần phối hợp tạo điều kiện để các cơ quan thực thi pháp luật có thể điều tra thông qua biện pháp truy cập thích hợp.
- Những phát hiện về các thông tin, hồ sơ và hoạt động của người bán còn hạn chế (bao gồm các thông tin về giá, địa điểm, v.v.) – Cơ quan thực thi pháp luật cần phải áp dụng các biện pháp khác để thu thập bằng chứng phục vụ việc truy tố, chẳng hạn như phương pháp “thực thi giao hàng có kiểm soát”, một kỹ thuật thực thi pháp luật được sử dụng để ngăn chặn và kiểm soát việc buôn bán các mặt hàng trái pháp luật, thường là ma túy hoặc hàng hóa trốn thuế, nhằm thu thập bằng chứng và bắt giữ những kẻ tình nghi liên quan đến hoạt động tội phạm.
- Quảng cáo chỉ có hình ảnh (không có nội dung) – cần phải điều tra thêm trong trường hợp này, bao gồm cả việc tương tác với người bán, đặc biệt là đối với những người bán lớn.

KHUYẾN NGHỊ

Các nhà hoạch định chính sách

Các đại biểu Quốc hội cần xem xét tăng mức hình phạt đối với hành vi tiêu thụ ĐVHD trái pháp luật, qua đó đảm bảo tính răn đe trên toàn bộ chuỗi cung ứng, tương tự như tăng mức hình phạt đối với các đối tượng buôn bán ĐVHD trái pháp luật quy định tại Bộ luật Hình sự sửa đổi (Số 100/2015/QH13).

Các nền tảng trực tuyến: Các sàn thương mại điện tử và mạng xã hội

Các sàn thương mại điện tử và mạng xã hội nên chủ động thực thi các can thiệp cần thiết trên nền tảng của họ khi phát hiện ra hoạt động buôn bán ĐVHD trái pháp luật, đây là nghĩa vụ của các đơn vị này theo Luật Giao dịch Điện tử số 51/2005/QH11 và Nghị định 52/2013/NĐ-CP. Các sàn thương mại điện tử và mạng xã hội được khuyến khích thực hiện các biện pháp sau:

A

Tăng cường giám sát và nhận diện hoạt động buôn bán ĐVHD trái pháp luật bằng cách:

- Nâng cao nhận thức của nhân viên.
- Đảm bảo đội ngũ/nhân viên an ninh của mình hoàn thành các khóa đào tạo về nhận diện hoạt động buôn bán ĐVHD trái pháp luật trực tuyến.
- Tích hợp các từ khóa hoặc hình ảnh quan trọng vào cơ chế sàng lọc để phát hiện các tin/bài quảng cáo ĐVHD trái pháp luật.
- Tìm hiểu bài học kinh nghiệm từ việc hợp tác Doanh nghiệp với Doanh nghiệp (B2B) và các mạng lưới như Liên minh chấm dứt buôn bán ĐVHD trái pháp luật trực tuyến^{xix} để áp dụng các thông lệ tốt nhất trong việc giải quyết vấn nạn này và nội địa hóa các nguồn lực để giám sát và răn đe cá nhân/tổ chức vi phạm một cách hiệu quả.
- Lồng ghép quy định về việc cấm buôn bán các sản phẩm từ ĐVHD trái pháp luật vào chính sách của công ty.

B

Xây dựng, chia sẻ và cập nhật danh mục các từ khóa, biểu tượng cảm xúc và hình ảnh mã hóa mà các cá nhân/tổ chức vi phạm sử dụng trong hoạt động buôn bán ĐVHD trái pháp luật. Chia sẻ danh sách này với các công ty cung cấp dịch vụ Internet và các tổ chức phi chính phủ/viện nghiên cứu.

C

Khuyến khích phát triển phần mềm sàng lọc nội bộ hoặc phân công nhân viên thực hiện để xác định các nội dung và hình ảnh mã hóa mới trong các tin/bài quảng cáo ĐVHD trái pháp luật.

Các cơ quan thực thi pháp luật

Các cơ quan thực thi pháp luật cần áp dụng các quy định của Bộ luật Hình sự 2015 (sửa đổi bổ sung 2017) để điều tra, truy tố các cá nhân/tổ chức vi phạm đặc biệt là tội phạm có tổ chức. Các cơ quan này cần:

- A** Tăng cường sử dụng phương pháp “thực thi giao hàng có kiểm soát”, và thực hiện điều tra thu thập bằng chứng nhằm truy tố những đối tượng buôn bán ĐVHD trực tuyến lớn;
- B** Phối hợp và xây dựng cơ chế báo cáo giữa các công ty cung cấp dịch vụ Internet và các cơ quan thực thi pháp luật, có thể thông qua các Biên bản Ghi nhớ hoặc các nhóm công tác giữa các bên liên quan, và tăng cường kiểm duyệt các nội dung về buôn bán ĐVHD trái pháp luật trên mạng Internet;
- C** Hợp tác với các cơ quan quản lý nhà nước khác, bao gồm cả Cơ quan Quản lý CITES Việt Nam/Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn để phòng chống buôn bán ĐVHD trái pháp luật.

Các hiệp hội và thầy thuốc/những người hành nghề YHCT cần

- A** Hợp tác với các cơ quan quản lý nhà nước có liên quan và các đơn vị khám chữa bệnh chuyên nghiệp để đánh giá và phát triển các phương pháp điều trị khác bền vững, hợp pháp và hiệu quả mà không cần sử dụng các thành phần ĐVHD trái pháp luật.
- B** Phối hợp với Bộ Y tế để thực hiện kiểm tra tất cả các sản phẩm đang được chào bán để đảm bảo loại bỏ các thành phần từ ĐVHD trái pháp luật khỏi thực hành YHCT và tất cả các loại thuốc YHCT có chứa thành phần từ ĐVHD đều đến từ các nguồn hợp pháp.
- C** Hợp tác với các đơn vị có liên quan thuộc Bộ Y tế (như Cục Quản lý Y dược Cổ truyền) để đánh giá và loại bỏ các sản phẩm từ ĐVHD trái pháp luật khỏi Dược điển Việt Nam.

Các tổ chức phi chính phủ cần

- A** Duy trì việc giám sát thường xuyên và liên tục các nền tảng trực tuyến để xác định các xu hướng mới, các sản phẩm mới và các hình thức giao dịch buôn bán ngầm liên quan đến ĐVHD trái pháp luật, đồng thời phát triển và cải tiến các công cụ và phương pháp thực hành tốt nhất để phát hiện các mảnh khóc giao dịch trực tuyến tinh vi và mới nổi.
- B** Phân tích và tổng hợp dữ liệu từ nhiều nguồn khác nhau để hiểu biết toàn diện về các động lực buôn bán ĐVHD; ví dụ, đối chiếu thông tin về các sản phẩm mới thu thập qua khảo sát trực tuyến với các thông tin thu thập từ khảo sát người tiêu dùng và thông tin từ báo cáo về các vụ bắt giữ.
- C** Trao đổi với Ban Tuyên giáo Trung ương, Bộ Thông tin và Truyền thông và các kênh truyền thông chính thống khác để truyền tải thông điệp và cảnh báo người tiêu dùng về tính trái phép, hàng giả và hoạt động lừa đảo của việc buôn bán các sản phẩm từ ĐVHD trực tuyến trái pháp luật.





LỜI CẢM ƠN

Các tác giả xin bày tỏ sự cảm ơn sâu sắc đối với những đóng góp quý báu của các bên liên quan thuộc Dự án Bảo vệ Động vật Hoang dã Nguy cấp, bao gồm Ban Quản lý các Dự án Lâm nghiệp thuộc Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Văn phòng Dự án Bảo vệ Động vật Hoang dã Nguy cấp và các đồng nghiệp tại Tổ chức TRAFFIC về những đóng góp chuyên môn và đánh giá quý báu.



TÀI LIỆU THAM KHẢO VÀ GHI CHÚ

- ⁱ *Chào mừng đến với WiTISphere (campaign-archive.com)*. Dữ liệu WiTIS chủ yếu được lấy từ các nguồn mở bao gồm các báo cáo truyền thông nên có thể bị lệch về phía các loài thu hút sự quan tâm của công chúng và các địa điểm theo thời gian. Cần lưu ý khi giải thích các kết quả từ cơ sở dữ liệu này.
- ⁱⁱ Dữ liệu về hổ trong giai đoạn tháng 07 đến tháng 12 năm 2021 có sử dụng dữ liệu từ Dự án Mèo lớn của CITES (tháng 07 - tháng 10) và bộ sưu tập dữ liệu cũ của TRAFFIC (tháng 11 - 12).
- ⁱⁱⁱ Luong, T.H. (2021). Tại sao Việt Nam Vẫn Được coi là Điểm nóng về Buôn bán Động vật Hoang dã? Tội phạm và An ninh châu Á. Ngày 07 tháng 08. Trích dẫn từ: <https://theiacs.org/publications/why-is-vietnam-still-considered-a-hot-spot-location-in-the-illegal-wildlife-trade/?print-posts=pdf>
- ^{iv} Nguyen, M. và Willemsen, M. (2016). Đánh giá nhanh về Buôn bán Động vật Hoang dã trên Nền tảng Thương mại Điện tử tại Việt Nam. Bản tin của TRAFFIC, 28(2): 53-55.
- ^v Kemp, S. (2023). Digital 2023: Vietnam. Datareportal. Ngày 13 tháng 02. Trích dẫn từ: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-vietnam>
- ^{vi} *Sức khỏe của gan trong y học cổ truyền | Fusion Health*
- ^{vii} Minh. D. T. Nguyen, Rosa A. Indenbaum, và Madelon Willemsen. (2018). Bẫy để lấy ngà và làm thành đồ trang sức. Trích dẫn từ: <https://www.traffic.org/site/assets/files/11494/traps-tusk-to-trinket.pdf>
- ^{viii} https://elephantcrisisfund.org/wp-content/uploads/sites/5/2022/11/ECF-2017-Special-Report_final.pdf
- ^{ix} Ủy ban Tư pháp về Động vật Hoang dã (2022). Buôn bán sừng tê giác dưới dạng tội phạm có tổ chức xuyên quốc gia giai đoạn 2012 - 2021. Đánh giá Mối đe dọa Toàn cầu năm 2022. Trích dẫn từ: <https://wildlifejustice.org/wp-content/uploads/2022/11/Rhino-Horn-Trafficking-Report-2022-V21-Spreads.pdf>
- ^x Bui, T. (2019). Giải thích về Buôn bán Tê tê: Thực trạng tại Việt Nam. Báo cáo về Tê tê. Ngày 02 tháng 05. Trích dẫn từ : <https://www.pangolinreports.com/vietnam/>.
- ^{xi} Các loài khác (>1% trên tổng số) bao gồm: Rùa Sa Nhân (*Cuora mouhotii*), Rùa thuộc chi Heosemys, Rùa Ao Vàng (*Mauremys mutica*), Rùa thuộc chi Cyclemys, Rùa Hộp Lưng Đen (*Cuora amboinensis*), Rùa Hộp Trán Vàng (*Cuora galbinifrons*), Rùa Cổ Sọc (*Mauremys sinensis*).
- ^{xii} Quảng cáo đề cập đến việc nuôi trồng các loài sau: Rùa Núi Vàng (*Indotestudo elongata*), Rùa Sa Nhân (*Cuora mouhotii*), Rùa Ba Gờ (*Malayemys subtrijuga*), Rùa Đất Lớn (*Heosemys grandis*), Rùa Răng (*Heosemys annandalii*), Rùa Ao Vàng (*Mauremys mutica*), Rùa Cổ Sọc (*Mauremys sinensis*), Rùa Hộp Ba Vạch (*Cuora trifasciata*), Ba ba Nam Bộ (*Amyda cartilaginea*), Ba ba Gai (*Palea steindachneri*), Ba ba (*Pelodiscus sinensis*).
- ^{xiii} Van, T. P., Luu, V. Q., Tien, T. V., Leprince, B., Khanh, L. T. T., & Luiselli, L. (2019). Giám sát dọc theo chuỗi buôn bán rùa qua Facebook tại Việt Nam. Tạp chí về Bò sát-Lưỡng cư học, 29(1).

- ^{xiv} Các loài rùa được buôn bán để làm thực phẩm bao gồm: Ba ba Nam Bộ (*Amyda cartilaginea/Amyda ornata*), Ba ba Gai (*Palea steindachneri*), Ba ba (*Pelodiscus sinensis*), và có thể là Rùa Ba Gờ (*Malayemys subtrijuga*) và Rùa thuộc chi *Heosemys*, mặc dù không thể xác nhận được từ các quảng cáo.
- ^{xv} Các loài và chi sau đây được quảng cáo là được sử dụng làm cao mai rùa: Rùa Hộp Đông Dương (*Cuora galbinifrons*), Rùa thuộc chi *Heosemys*, Rùa thuộc chi *Mauremys*, Ba ba Gai (*Palea steindachneri*), Rùa Sa Nhân (*Cuora mouhotii*).
- ^{xvi} Bói Kinh dịch dùng mai rùa có nguồn gốc từ: Rùa Ba Gờ (*Malayemys subtrijuga*), Rùa Núi Vàng (*Indotestudo elongata*), Rùa Sa Nhân (*Cuora mouhotii*), Rùa thuộc chi *Mauremys*.
- ^{xvii} Van, T. P., Luu, V. Q., Tien, T. V., Leprince, B., Khanh, L. T. T., & Luiselli, L. (2019). Giám sát dọc theo chuỗi buôn bán rùa qua Facebook tại Việt Nam. Tạp chí về Bò sát-Lưỡng cư, 29(1).
- ^{xviii} <https://wildlifejustice.org/wp-content/uploads/2022/11/To-Skin-A-Cat-Report-SPREADS-V06.pdf>
- ^{xix} Liên minh Chấm dứt Buôn lậu Động vật Hoang dã Trực tuyến.

Dự án Bảo vệ Động vật Hoang dã Nguy cấp

CHỦ DỰ ÁN: BAN QUẢN LÝ CÁC DỰ ÁN LÂM NGHIỆP

Tòa nhà 2, Khu Liên cơ,
16 Thụy Khuê, Tây Hồ, Hà Nội

Tel: +84 243 728 6189
Email: daln@mard.gov.vn

VĂN PHÒNG DỰ ÁN

WWF-Việt Nam, Số 6, Ngõ 18
Nguyễn Cơ Thạch,
Nam Từ Liêm, Hà Nội

Tel: +84 243 719 3049
Fax: +84 243 719 3048



Savingthreatenedwildlife.org
Baovedongvathoangdanguycap.org



[Saving Threatened Wildlife](#)



[Saving Threatened Wildlife](#)

NHÀ XUẤT BẢN GIAO THÔNG VẬN TẢI

Địa chỉ: Số 8 Phố Tăng Bạt Hổ, P. Phạm Đình Hồ, Q. Hai
Bà Trưng, TP. Hà Nội

ĐT: 024.39424620 - 024.39423346 * Fax: 024.38224784

Website: www.nxbgtvt.vn * Email: nxbgtvt@fpt.vn

CHỊU TRÁCH NHIỆM XUẤT BẢN, NỘI DUNG:

Giám đốc - Tổng Biên tập: **Nguyễn Minh Nhật**

Biên tập: **Phạm Quang Huân**

Thiết kế: **HTECOM**

In 75 cuốn khổ 21 x 29,7 cm tại Công ty TNHH In Hồ Gươm.

Địa chỉ: Số 9 Giải Phóng, Phương Mai, Hà Nội.

Số xác nhận đăng ký xuất bản: 4611-2024/CXBIPH/1-104/GTVT.

Mã số sách tiêu chuẩn quốc tế - ISBN: 978-604-76-3043-1.

Quyết định xuất bản số: 84 NB/QĐ-XBGT ngày 28 tháng 11 năm 2024.

In xong và nộp lưu chiểu năm 2024.