

Bảo hộ sở hữu trí tuệ cho các sản phẩm sắp ra mắt: Làm thế nào để tối ưu?

Trong 10 quốc gia thuộc khối ASEAN, Việt Nam được xem là thị trường trọng điểm cho nhiều doanh nghiệp nước ngoài, với tiềm năng phát triển to lớn. Chinh phục thị trường Việt Nam với sản phẩm mới là hành trình đầy tiềm năng, nhưng cũng không ít thách thức. Trong bối cảnh kinh doanh hiện nay, quyền sở hữu trí tuệ (SHTT) đóng vai trò cực kỳ quan trọng trong việc bảo vệ sáng tạo và thành quả nghiên cứu của doanh nghiệp. Tuy nhiên, thực tế cho thấy nhiều doanh nghiệp thường chỉ quan tâm đến việc bảo hộ SHTT khi phát hiện ra sản phẩm của mình bị bên thứ ba sao chép hoặc làm nhái. Điều này dẫn đến tình trạng doanh nghiệp mất đi lợi thế cạnh tranh và khó khăn trong việc xử lý xâm phạm quyền SHTT.

KENFOX IP & Law Office, với 15 năm kinh nghiệm tư vấn và xử lý các vụ tranh chấp SHTT phức tạp, cung cấp một số lời khuyên hữu ích giúp doanh nghiệp bảo vệ quyền SHTT một cách hiệu quả, đồng thời thiết lập các công cụ pháp lý để xử lý xâm phạm quyền SHTT đối với các sản phẩm sắp ra mắt.

1. Bảo hộ kiểu dáng công nghiệp trước khi ra mắt sản phẩm

Kiểu dáng công nghiệp là thành phần quan trọng của sản phẩm, tạo ấn tượng đầu tiên, định hình bản sắc và sự khác biệt của sản phẩm trên thị trường, giúp tăng cường nhận diện, thu hút sự chú ý của khách hàng và góp phần định vị sản phẩm trong tâm trí họ. Do vậy, kiểu dáng công nghiệp là tài sản trí tuệ quan trọng, góp phần tạo nên thành công cho doanh nghiệp. Mặc dù đều là các đối tượng thuộc quyền SHTT, điều kiện bảo hộ kiểu dáng công nghiệp khác biệt hoàn toàn với nhãn hiệu. Trong khi doanh nghiệp có thể chào bán sản phẩm ra thị trường, rồi sau đó mới đăng ký nhãn hiệu, thì cách tiếp cận như vậy sẽ hủy hoại mọi nỗ lực [đăng ký độc quyền kiểu dáng công nghiệp](#).

Nhiều doanh nghiệp lầm tưởng rằng có thể áp dụng tư duy "*chào bán sản phẩm trước, đăng ký sau*" như với nhãn hiệu cho kiểu dáng công nghiệp. Một trong những sai lầm phổ biến của doanh nghiệp là chỉ tiến hành bảo hộ kiểu dáng công nghiệp sau khi sản phẩm đã được bán ra thị trường. Đây là sai lầm "chết người" khi áp dụng tư duy nhãn hiệu cho kiểu dáng công nghiệp. Thực tế, khi sản phẩm đã được bán ra thị trường, kiểu dáng công nghiệp của sản phẩm đó sẽ bị coi là mất "tính mới" và không thể bảo hộ được. Để được bảo hộ, KDCN phải đáp ứng 3 tiêu chí: (i) tính mới, (ii) tính sáng tạo và (iii) khả năng áp dụng công nghiệp.

Kiểu dáng công nghiệp yêu cầu "tính mới tuyệt đối", nghĩa là chưa được công bố trước ngày nộp đơn đăng ký. Việc chào bán sản phẩm ra thị trường trước khi đăng ký sẽ khiến kiểu dáng công nghiệp mất đi tính mới và không được bảo hộ. Đưa sản phẩm ra thị trường dưới bất kỳ hình thức nào trước khi nộp đơn đăng ký bảo hộ kiểu dáng, bao bì sản phẩm sẽ khiến cho kiểu dáng tiếp cận được với công chúng và như vậy, không còn "tính mới" để được bảo hộ. Thiết kế bao bì, kiểu dáng sản phẩm "không khác biệt cơ bản" với các sản phẩm đang có trên thị trường cũng khiến cho sản phẩm bị coi là không có "tính mới". Để tránh tình trạng này, doanh nghiệp nên "tra cứu khả năng bảo hộ" của kiểu dáng sản phẩm do mình thiết kế ra, tiến hành "[nộp đơn đăng ký bảo hộ kiểu dáng công nghiệp](#)" trước khi sản phẩm được công bố hoặc bán ra thị trường. Việc này đảm bảo rằng kiểu dáng công nghiệp vẫn duy trì tính mới và được pháp luật bảo vệ.

2. "Giấu bài" cho đến ngày ra mắt

Doanh nghiệp luôn muốn tạo sự bất ngờ cho thị trường với sản phẩm đột phá của mình. Tuy nhiên, sản phẩm của các công ty có uy tín, danh tiếng luôn là nạn nhân của tình trạng sao chép, bắt chước. Chiến lược "**ẩn mình**", hay "**lên sóng**" muộn cho kiểu dáng công nghiệp để bảo vệ bí mật sản phẩm đến phút chót chính là chìa khóa.

Để ngăn chặn các đối thủ cạnh tranh sao chép thiết kế sản phẩm quá sớm, doanh nghiệp có thể yêu cầu "công bố muộn" hay "hoãn công bố" đối với đơn đăng ký kiểu dáng công nghiệp tại thời điểm nộp đơn. Luật SHTT 2022 cho phép trì hoãn công bố đơn đăng ký kiểu dáng công nghiệp lên tới 7 tháng với điều kiện người nộp đơn phải nộp yêu cầu trì hoãn tại thời điểm nộp đơn. Việc này sẽ trì hoãn việc công khai thông tin về kiểu dáng công nghiệp của sản phẩm, thiết kế độc đáo của doanh nghiệp sẽ được giữ kín cho đến ngày ra mắt chính thức, tạo hiệu ứng bất ngờ và thu hút sự chú ý của thị trường, gia tăng giá trị cho sản phẩm, tối ưu hóa lợi nhuận đồng thời bảo vệ thiết kế khỏi các hành vi sao chép trước khi sản phẩm chính thức được tung ra thị trường.

3. Nhãn hiệu - Nền tảng cho sự thành công lâu dài

Bảo vệ "đứa con tinh thần" của doanh nghiệp không chỉ dừng lại ở việc đăng ký kiểu dáng công nghiệp. Việc đăng ký nhãn hiệu cũng đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng thương hiệu và khẳng định vị thế trên thị

trường. Logo, khẩu hiệu, hay thậm chí cả bao bì sản phẩm đều có thể được bảo hộ dưới dạng nhãn hiệu, giúp doanh nghiệp:

- **Tạo sự khác biệt:** Giữa vô số sản phẩm trên thị trường, nhãn hiệu là một trong những yếu tố giúp doanh nghiệp khẳng định bản sắc riêng và dễ dàng nhận diện trong tâm trí khách hàng.
- **Bảo vệ danh tiếng:** Nhãn hiệu uy tín giúp doanh nghiệp xây dựng niềm tin với khách hàng, tạo dựng lòng trung thành và thúc đẩy doanh số bán hàng.
- **Mở rộng thị trường:** Nhãn hiệu mạnh là chìa khóa để doanh nghiệp tiếp cận thị trường quốc tế và gặt hái thành công.

4. Kết hợp nhiều hình thức bảo hộ sở hữu trí tuệ

Việc đăng ký nhãn hiệu, kiểu dáng công nghiệp và thậm chí [bản quyền](#) đồng thời không chỉ giúp bảo vệ các yếu tố hình ảnh và thiết kế của sản phẩm mà còn giúp doanh nghiệp xây dựng một bộ công cụ pháp lý mạnh mẽ để xử lý các hành vi xâm phạm quyền SHTT. Việc kết hợp đăng ký cả ba loại tài sản trí tuệ này sẽ tạo ra lá chắn thép bảo vệ toàn diện cho "đứa con tinh thần" của doanh nghiệp. Trong trường hợp sản phẩm bị sao chép hoặc làm nhái, doanh nghiệp có thể sử dụng cả ba loại bảo hộ này để yêu cầu các cơ quan thực thi của Việt Nam [xử lý hành vi xâm phạm](#) thông qua biện pháp hành chính (*tịch thu sản phẩm vi phạm, tiêu hủy, xử phạt vi phạm hành chính*), dân sự (*yêu cầu bên vi phạm chấm dứt hành vi vi phạm, xin lỗi, cải chính công khai, bồi thường thiệt hại*) hoặc hình sự. Lưu ý rằng, chế tài hình sự không áp dụng đối với xâm phạm kiểu dáng công nghiệp.

5. Lựa chọn “vũ khí” sở hữu trí tuệ phù hợp cho từng quốc gia

Việt Nam là thị trường trọng điểm, nhưng nếu áp ủ tham vọng chinh phục thị trường quốc tế, doanh nghiệp cần nhắc kỹ lưỡng phương án đăng ký bảo hộ quyền SHTT phù hợp với từng quốc gia. Quy định và [cơ chế bảo hộ nhãn hiệu](#), đặc biệt là kiểu dáng công nghiệp, có thể khác biệt đáng kể giữa các quốc gia. Do đó, việc áp dụng chiến lược SHTT "một phương án cho tất cả" có thể tiềm ẩn nhiều rủi ro. Doanh nghiệp nên tham khảo ý kiến của luật sư SHTT có kinh nghiệm quốc tế để xây dựng chiến lược SHTT phù hợp cho từng quốc gia mục tiêu để lựa chọn phương án tối ưu, tiết kiệm chi phí và thời gian.

6. Lời khuyên cho hành trình chinh phục thị trường Việt Nam

- **Lên kế hoạch chiến lược:** Doanh nghiệp nên lập kế hoạch bảo vệ SHTT ngay từ giai đoạn đầu của quá trình phát triển sản phẩm. Cần xác định rõ mục tiêu, đối tượng khách hàng tiềm năng và các sản phẩm cạnh tranh để xây dựng chiến lược SHTT phù hợp.
- **Hành động nhanh chóng và quyết đoán:** Tại Việt Nam, nguyên tắc "ai nộp đơn trước được ưu tiên" cho các đơn đăng ký nhãn hiệu và kiểu dáng công nghiệp. Điều này có nghĩa là, **nộp đơn đăng ký sớm** đóng vai trò vô cùng quan trọng, chính là "vũ khí" lợi hại nhất trong việc bảo vệ thương hiệu thiết kế độc đáo của sản phẩm.
- **Loại bỏ điểm yếu:** Nhận diện các chi tiết không được bảo hộ trong kiểu dáng công nghiệp và nhãn hiệu, xác cũng như xác định rõ ràng thời điểm đăng ký bảo hộ và thời điểm tung sản phẩm ra thị trường để tránh "sập bẫy" pháp lý.
- **Kiểm soát nội bộ:** Doanh nghiệp cũng cần xây dựng các biện pháp kiểm soát nội bộ để bảo vệ bí mật kinh doanh và ngăn chặn việc rò rỉ thông tin trước khi nộp đơn đăng ký bảo hộ chính thức.
- **Chống vi phạm:** Có kế hoạch đối phó với [các hành vi sao chép](#) có thể xảy ra sau khi sản phẩm ra mắt.
- **Tìm kiếm sự hỗ trợ chuyên nghiệp:** Tham khảo ý kiến của luật sư SHTT để được tư vấn cụ thể về đề xác định các yếu tố cần bảo hộ, tiến hành tra cứu khả năng bảo hộ và nộp đơn đăng ký kịp thời.

Lời kết

Tung ra thị trường một sản phẩm mới với kiểu dáng bao bì độc đáo, thương hiệu nổi bật là bước ngoặt quan trọng trong hành trình kinh doanh của bất kỳ doanh nghiệp nào. Bảo vệ quyền SHTT là một phần không thể thiếu trong chiến lược kinh doanh của mỗi doanh nghiệp. Đăng ký bảo hộ tài sản trí tuệ cũng cần được xem là "chiến lược", để doanh nghiệp không còn canh cánh nỗi lo rằng sản phẩm của mình bị "bắt chước" mà không có công cụ, cơ chế nào để xử lý hiệu quả.

Việc thực hiện các biện pháp bảo hộ kịp thời và hiệu quả không chỉ giúp bảo vệ sáng tạo của doanh nghiệp mà còn tạo ra lợi thế cạnh tranh vững chắc trên thị trường. Nếu doanh nghiệp của bạn đang chuẩn bị tung ra sản phẩm mới, hãy đảm bảo rằng các quyền SHTT được bảo hộ một cách toàn diện để ngăn chặn các [hành vi xâm phạm](#) và bảo vệ thương hiệu của mình.

Nguyễn Vũ Quân | Partner, IP Attorney
Đào Thị Thúy Nga | Senior Patent Attorney
Hoàng Thị Tuyết Hồng | Senior Trademark Attorney

Contact

KENFOX IP & Law Office

Building No. 6, Lane 12/93, Chinh Kinh Street, Nhan Chinh Ward, Thanh Xuan District, Hanoi, Vietnam

Tel: +84 24 3724 5656

Email: info@kenfoxlaw.com / kenfox@kenfoxlaw.com