

Từ Trung Quốc đến Việt Nam: Cạnh tranh không lành mạnh - những lưu ý quan trọng nào cho doanh nghiệp?

Cạnh tranh gay gắt trong môi trường kinh doanh hiện nay đang thôi thúc không ít doanh nghiệp sử dụng những thủ đoạn phi pháp, thiếu đạo đức để trục lợi, điển hình là hành vi "ăn theo" thương hiệu nổi tiếng, "mượn danh" người khác để bán hàng. Nếu những hành vi như vậy không được xử lý, điều gì sẽ xảy ra? Liệu còn doanh nghiệp nào dám đầu tư vào nghiên cứu và phát triển khi thành quả của họ có thể bị đánh cắp một cách dễ dàng? Và các nhà cung cấp dịch vụ mạng có trách nhiệm gì trong việc bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ ("SHTT") trên nền tảng của họ?

Mới đây, Tòa án Nhân dân quận Haidian, Bắc Kinh vừa đưa ra phán quyết vụ kiện [cạnh tranh không lành mạnh](#) giữa Glucox Biotech AB (**Công ty Glucox**) với Công ty Công nghệ sinh học Hàng Châu Guangyuan (**Công ty Guangyuan**) và Công ty Công nghệ mạng Bắc Kinh Xilin Book (**Công ty Xilin**). Theo phán quyết, Công ty Guangyuan và Công ty Xilin đã vi phạm luật pháp và phải đền bù thiệt hại cho Công ty Glucox.

Lợi dụng danh tiếng, cạnh tranh không lành mạnh

Vụ kiện xoay quanh 114 hợp chất do Công ty Glucox phát triển. Tên của các hợp chất này bao gồm "**tên viết tắt**" của Công ty Glucox và "**số Ả Rập**". Sau khi thông tin về 114 hợp chất được công bố, chức năng của chúng đã được đề cập trong nhiều tài liệu y khoa và được trích dẫn rộng rãi, tạo nên danh tiếng cho Công ty Glucox.

Vi phạm tinh vi: Sau khi thông tin về 114 hợp chất được công bố qua các bài báo khoa học, tên gọi của chúng đã trở nên phổ biến trong lĩnh vực y học và được nhiều tài liệu trích dẫn. Tuy nhiên, Công ty Guangyuan đã [lợi dụng danh tiếng](#) này để quảng cáo và bán hợp chất GLX481372 của họ, khiến cho người tiêu dùng tin rằng đó là sản phẩm của Công ty Glucox. Hành vi này vi phạm Điều 6 khoản 1 của Luật Chống cạnh tranh không lành mạnh, cấu thành cạnh tranh không lành mạnh.

Tội tệ hơn: Công ty Xilin, nhà cung cấp dịch vụ mạng điều hành trang web bị kiện, đã không xử lý thông tin vi phạm một cách thỏa đáng. Mặc dù đã thực hiện một số biện pháp sau khi nhận được khiếu nại, nhưng thông tin sai lệch về 114 hợp chất vẫn tiếp tục xuất hiện khi người dùng tìm kiếm. Điều này khiến cho hậu quả thiệt hại cho Công ty Glucox càng thêm nghiêm trọng.

Tòa án đã ra phán quyết buộc Công ty Guangyuan và Công ty Xilin phải [bồi thường thiệt hại](#) cho Công ty Glucox. Đây là bài học đắt giá cho những doanh nghiệp thiếu đạo đức kinh doanh, lợi dụng danh tiếng của người khác để trục lợi.

Cạnh tranh không lành mạnh - Bài học nào cho doanh nghiệp tại Việt Nam?

[1] Vụ kiện nêu trên là ví dụ điển hình cho hành vi cạnh tranh không lành mạnh và hậu quả pháp lý của nó. Vụ kiện này mang đến nhiều bài học kinh nghiệm quý giá cho doanh nghiệp, nhà cung cấp dịch vụ mạng:

Đối với doanh nghiệp: Hành vi sử dụng nhãn hiệu hoặc tên sản phẩm của doanh nghiệp khác quảng cáo cho sản phẩm của mình có thể gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng, khiến họ tin rằng họ đang mua sản phẩm của doanh nghiệp được nhắc đến, gây ra thiệt hại cho danh tiếng và uy tín của doanh nghiệp bị xâm phạm, dẫn đến nguy cơ mất doanh thu, thị phần và khách hàng và do vậy, cấu thành hành vi cạnh tranh không lành mạnh.

Đối với nhà cung cấp dịch vụ mạng: Họ cần có trách nhiệm hợp tác với các bên liên quan, chẳng hạn như chủ sở hữu quyền SHTT và cơ quan chức năng, để xử lý thông tin vi phạm trên nền tảng của mình, giải quyết các vấn đề liên quan đến thông tin vi phạm một cách nhanh chóng và hiệu quả. Nhà cung cấp dịch vụ mạng cần có quy trình rõ ràng và hiệu quả để xác định, gỡ bỏ và ngăn chặn thông tin vi phạm, bao gồm cả việc tuân thủ các yêu cầu pháp lý và tôn trọng quyền SHTT.

[2] Không [bán hàng giả](#) không đồng nghĩa với việc không xâm phạm quyền SHTT của người khác. Thực tế cho thấy, việc "**ăn theo**" **thương hiệu**, **đánh lừa người tiêu dùng** nhằm trục lợi từ danh tiếng và uy tín mà doanh nghiệp khác đã dày công xây dựng là hành vi vi phạm pháp luật và có thể cấu thành hành vi cạnh tranh không lành mạnh. Nhưng góc khuất của hành vi cạnh tranh không lành mạnh,

dù tinh vi đến đâu, cuối cùng cũng sẽ được đưa ra ánh sáng và phải chịu sự trừng trị thích đáng của pháp luật.

[3] Không gắn nhãn hiệu của người khác trực tiếp lên sản phẩm của mình, mà chỉ dùng để quảng cáo liệu có xâm phạm? Nhiều hành vi tưởng chừng như vô hại này có thể vi phạm quyền SHTT và cấu thành cạnh tranh không lành mạnh, dẫn đến hậu quả nghiêm trọng cho doanh nghiệp. Dưới đây là một số hành vi phổ biến có thể cấu thành hành vi xâm phạm quyền SHTT.

(a) Sử dụng trực tiếp tên sản phẩm, nhãn hiệu:

- **Sử dụng tên sản phẩm/nhãn hiệu trong tiêu đề quảng cáo:** Ví dụ: "Sản phẩm mới tốt hơn X nhiều lần" (so sánh trực tiếp với sản phẩm X).
- **Sử dụng tên sản phẩm, nhãn hiệu trong nội dung, hình ảnh quảng cáo:** Hiện thị hình ảnh/video sản phẩm của đối thủ cạnh tranh trong quảng cáo của mình, có thể kèm theo so sánh trực tiếp hoặc chỉ đơn giản là để tạo sự liên tưởng.
Ví dụ: "Sản phẩm của chúng tôi tương thích hoàn hảo với tất cả các thiết bị X" (nhắc đến sản phẩm X để thu hút người dùng đang sử dụng X). Hay hình ảnh quảng cáo hiển thị sản phẩm của bạn bên cạnh sản phẩm X nổi tiếng.
- **Sử dụng trong "tên miền", "thương hiệu phụ":** Đăng ký tên miền hoặc tạo thương hiệu phụ có chứa tên sản phẩm/nhãn hiệu của đối thủ cạnh tranh nhằm thu hút khách hàng tiềm năng, thu hút người dùng truy cập vào trang web của họ khi họ tìm kiếm sản phẩm đó.

(b) Gợi ý, so sánh tiềm ẩn:

- **Sử dụng những từ ngữ gợi ý về sản phẩm/nhãn hiệu khác:** Ví dụ: "Sản phẩm số 1 cho những ai yêu thích sự mượt mà" (gợi ý đến sản phẩm X nổi tiếng với sự mượt mà).
- **So sánh gián tiếp với sản phẩm, nhãn hiệu khác:** Ví dụ: "Sản phẩm của chúng tôi đã đánh bại tất cả các đối thủ cạnh tranh trong các bài kiểm tra chất lượng" (gợi ý sản phẩm X là một trong những đối thủ cạnh tranh).
- **Sử dụng hình ảnh/video so sánh sản phẩm:** Ví dụ: Video quảng cáo hiển thị hiệu suất của sản phẩm bạn so với sản phẩm X.

(c) Lợi dụng danh tiếng, thương hiệu:

- **Sử dụng đánh giá/bình luận tích cực về sản phẩm/nhãn hiệu khác:** Ví dụ: Trích dẫn lời khen ngợi từ người dùng về sản phẩm X của công ty khác trong quảng cáo cho sản phẩm của bạn.
- **Tạo ra sự nhầm lẫn về mối liên hệ với sản phẩm, nhãn hiệu khác:** Ví dụ: Sử dụng logo, thiết kế [tương tự](#) như sản phẩm X để đánh lừa người tiêu dùng.
- **Gắn sản phẩm của bạn với các sự kiện/hoạt động liên quan đến sản phẩm/nhãn hiệu khác:** Ví dụ: Tài trợ cho một sự kiện mà sản phẩm X là nhà tài trợ chính.

(d) Các hoạt động tiếp thị khác:

- **Sử dụng từ khóa trong quảng cáo trực tuyến:** Sử dụng tên sản phẩm hoặc nhãn hiệu của người khác làm từ khóa để tăng cường khả năng xuất hiện của quảng cáo trên các công cụ tìm kiếm hoặc nền tảng trực tuyến.
- **Sử dụng trong các chương trình khuyến mãi:** Sử dụng tên sản phẩm hoặc nhãn hiệu của đối thủ để tạo ra các chương trình khuyến mãi, chẳng hạn như "Mua sản phẩm X, nhận ngay sản phẩm Y miễn phí" với sản phẩm Y là của đối thủ.
- **Sử dụng bao bì hoặc thiết kế sản phẩm tương tự như sản phẩm của đối thủ cạnh tranh:** Ví dụ, một công ty sử dụng bao bì hoặc thiết kế sản phẩm tương tự như sản phẩm của một công ty nổi tiếng khác để khiến người tiêu dùng tin rằng sản phẩm của họ là sản phẩm của công ty nổi tiếng.

Lời kết

Muốn phát triển bền vững, doanh nghiệp phải tự đứng trên đôi chân của mình, chứ không phải phải đứng trên vai của người khác. Trên thực tế, đầy rẫy những hành vi cạnh tranh đan xen, nhưng đâu là hành vi được phép và đâu là hành vi cạnh tranh không lành mạnh, ranh giới dường như rất mong manh. Rõ ràng, am hiểu pháp luật và tôn trọng quyền SHTT của các chủ thể khác để ngăn ngừa sa lầy vào các tranh chấp pháp lý trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng gay gắt như hiện nay là yêu cầu hàng

đầu với mỗi doanh nghiệp. Nuôi dưỡng ý định "ăn theo" hay "mượn danh" để trục lợi là con đường ngắn nhất phá hủy nỗ lực sáng tạo và phát triển của doanh nghiệp.

Nguyễn Vũ Quân | Partner, IP Attorney

Đỗ Thị Phần | Special Counsel

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