

Từ Trung Quốc đến Việt Nam: Có thể sử dụng Luật cạnh tranh không lành mạnh để xử lý vấn đề đầu cơ nhãn hiệu?

Liệu Việt Nam có thể tham khảo Trung Quốc trong việc sử dụng Luật cạnh tranh không lành mạnh để xử lý nạn "đầu cơ nhãn hiệu"? Tình trạng "đầu cơ nhãn hiệu" - hành vi đăng ký trái phép các nhãn hiệu của người khác để trục lợi – đã và đang là một vấn nạn nhức nhối, gây thiệt hại nghiêm trọng cho các doanh nghiệp tại cả Việt Nam và Trung Quốc. Tuy nhiên, những diễn biến pháp lý gần đây tại Trung Quốc đã mang tạo ra bước ngoặt quan trọng, mang lại tia hi vọng mới cho các chủ sở hữu nhãn hiệu.

Các tòa án Trung Quốc, thông qua việc áp dụng và mở rộng Luật cạnh tranh không lành mạnh, đã tạo ra một tiền lệ quan trọng trong việc xử lý các vụ việc "đầu cơ nhãn hiệu" như Bayer kiện Li Qing và Emerson kiện Hemeiquan. Liệu những thay đổi này có thể mở ra một hướng đi mới cho Việt Nam trong việc bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ (SHTT)?

KENFOX IP & Law Office sẽ phân tích những diễn biến pháp lý mới nhất tại Trung Quốc, đồng thời đánh giá tiềm năng áp dụng pháp luật về cạnh tranh và SHTT của Việt Nam để giải quyết vấn đề nhức nhối này.

TẠI TRUNG QUỐC

"Đầu cơ nhãn hiệu" - Khi nào là cạnh tranh không lành mạnh?

"Đầu cơ nhãn hiệu" là việc đăng ký nhãn hiệu một cách bất chính (với dụng ý xấu), nhằm trục lợi từ giá trị thương hiệu mà không có ý định sử dụng thực sự. Tại Trung Quốc, hành vi này có thể diễn ra dưới nhiều hình thức, bao gồm cả việc tích trữ thương hiệu hoặc đăng ký với dụng ý xấu. Các tòa án Trung Quốc ngày càng nhìn nhận những hành vi này là các hình thức cạnh tranh không lành mạnh theo Điều 2 của Luật Chống Cạnh tranh Không lành mạnh, vốn nhấn mạnh sự công bằng và trung thực.

Cách giải thích về "cạnh tranh không lành mạnh" theo Điều 2 đã phát triển theo thời gian. Trước đây, các tòa án Trung Quốc thường yêu cầu bằng chứng về việc "sử dụng thực tế" hoặc "ý đồ xấu" để xác định hành vi cạnh tranh không lành mạnh. Tuy nhiên, các phán quyết gần đây như vụ Bayer và Emerson cho thấy một cách hiểu rộng hơn, tập trung vào "*khả năng*" gây thiệt hại cho chủ sở hữu nhãn hiệu, ngay cả khi người đầu cơ chưa sử dụng thương hiệu đó.

Trong vụ án **Bayer kiện Li Qing**, tòa án đã kết luận rằng

- Bị đơn, Li Qing, đã thực hiện hành vi cạnh tranh không lành mạnh bằng cách cố ý đăng ký các tác phẩm có bản quyền của Bayer làm nhãn hiệu của riêng mình và đưa ra các khiếu nại hành chính ác ý dựa trên các nhãn hiệu này.
- Quyết định mang tính tiền lệ này đã xác định rằng việc chiếm đoạt nhãn hiệu kết hợp với việc sử dụng nhãn hiệu ác ý có thể được coi là hành vi cạnh tranh không lành mạnh và bị yêu cầu bồi thường thiệt hại cho chủ sở hữu quyền chính đáng.

Trong vụ **Emerson kiện Hemeiquan**, tòa án đã phán quyết rằng:

- Hành vi đầu cơ nhãn hiệu, ngay cả khi không có ý định sử dụng nhãn hiệu bị chiếm dụng hoặc can thiệp vào hoạt động kinh doanh của nguyên đơn, hay việc sử dụng thực tế nhãn hiệu đó, đều cấu thành hành vi cạnh tranh không lành mạnh.
- Phán quyết này mang đến một con đường mới cho các chủ sở hữu quyền để giải quyết những chi phí đáng kể liên quan đến việc đối phó với những người đầu cơ và tích trữ nhãn hiệu.

Như vậy, những phán quyết này có ý nghĩa quan trọng vì chúng cho phép chủ sở hữu nhãn hiệu yêu cầu biện pháp khắc phục chống lại hành vi "đầu cơ nhãn hiệu" mà không cần phải chứng minh việc sử dụng thực tế nhãn hiệu đó hoặc sự tồn tại của ý đồ xấu từ phía người vi phạm, qua đó mở rộng đáng kể phạm vi bảo hộ pháp lý cho các chủ sở hữu nhãn hiệu.

Các vụ án này đã mở rộng phạm vi áp dụng của quy định về cạnh tranh không lành mạnh, bao gồm cả hành vi đăng ký nhãn hiệu không trung thực ("đầu cơ nhãn hiệu"), ngay cả khi không có bằng chứng về việc sử dụng thực tế hoặc ý đồ xấu. Đây là sự thay đổi đáng kể so với các quan điểm giải thích trước đây, đồng thời cung cấp công cụ pháp lý hiệu quả hơn cho các chủ sở hữu nhãn hiệu. Việc loại bỏ yêu cầu chứng minh việc sử dụng thực tế hoặc ý đồ xấu giúp các chủ sở hữu nhãn hiệu dễ dàng hơn trong việc thực hiện các biện pháp pháp lý chống lại hành vi "đầu cơ nhãn hiệu". Điều này đặc biệt có lợi cho các công ty nước ngoài, vốn thường gặp khó khăn trong việc thu thập bằng chứng tại Trung Quốc.

Các biện pháp khắc phục và chiến lược pháp lý nào?

Các chủ sở hữu nhãn hiệu đang phải đối mặt với tình trạng đầu cơ nhãn hiệu tại Trung Quốc có thể tận dụng một số biện pháp pháp lý sau đây:

- **Các biện pháp khẩn cấp:** Tòa án có thể ban hành các biện pháp khẩn cấp để ngăn chặn các hành vi đầu cơ cũng như sử dụng trái phép nhãn hiệu. Các lệnh này ngăn chặn những người đầu cơ tiếp tục xâm phạm quyền của chủ sở hữu nhãn hiệu.
- **Bồi thường thiệt hại bằng tiền:** Nạn nhân của hành vi đầu cơ nhãn hiệu có thể yêu cầu bồi thường về tổn thất tài chính hoặc thiệt hại do hành vi của người đầu cơ gây ra. Khoản bồi thường này có thể bao gồm thiệt hại thực tế mà chủ sở hữu phải chịu hoặc lợi nhuận bất hợp pháp mà người đầu cơ thu được.
- **Phán quyết tuyên bố:** Các phán quyết này có thể xác lập quyền sở hữu hợp pháp của một nhãn hiệu, giúp làm rõ địa vị pháp lý cho chủ sở hữu nhãn hiệu.
- **Giải quyết tranh chấp bằng các phương thức khác:** Hòa giải hoặc trọng tài có thể là những lựa chọn thay thế khả thi cho tố tụng tại tòa án, cung cấp một giải pháp tiềm năng nhanh chóng hơn và ít tranh chấp hơn.

Những hạn chế và thách thức nào còn tồn tại?

Mặc dù các khiếu nại về [cạnh tranh không lành mạnh](#) là một công cụ hữu ích chống lại hành vi “đầu cơ nhãn hiệu”, chúng vẫn tồn tại những hạn chế nhất định. Các vụ kiện này không giải quyết các tranh chấp về quyền sở hữu nhãn hiệu, mà đòi hỏi phải có các thủ tục hành chính riêng biệt như chấm dứt hoặc hủy bỏ hiệu lực đăng ký nhãn hiệu. Thêm vào đó, tòa án có thể tách riêng các khiếu nại về cạnh tranh không lành mạnh và vi phạm nhãn hiệu, có khả năng dẫn đến việc hợp nhất hoặc đình chỉ vụ án. Việc xin áp dụng các biện pháp khẩn cấp trước khi xét xử có thể là một thách thức, và việc giải quyết các khía cạnh cạnh tranh thương mại của hành vi không trung thực, chẳng hạn như phát tán thông tin sai lệch gây ảnh hưởng xấu đến doanh nghiệp khác (vu khống, bôi nhọ doanh nghiệp), thường đòi hỏi các hành động pháp lý riêng biệt.

TẠI VIỆT NAM

Điều 3.6 Luật Cạnh tranh của Việt Nam năm 2018 quy định: “*Hành vi cạnh tranh không lành mạnh là hành vi của doanh nghiệp trái với nguyên tắc thiện chí, trung thực, tập quán thương mại và các chuẩn mực khác trong kinh doanh, gây thiệt hại hoặc có thể gây thiệt hại đến quyền và lợi ích hợp pháp của doanh nghiệp khác*”.

Như vậy, Luật Cạnh tranh năm 2018 của Việt Nam (thay thế Luật Cạnh tranh 2004) có những điểm tương đồng nhất định với Luật Chống Cạnh tranh Không lành mạnh của Trung Quốc, đặc biệt trong việc quy định về hành vi cạnh tranh không lành mạnh. Cụ thể, cả luật của Trung Quốc và Việt Nam đều (i) dựa trên nguyên tắc chung về cạnh tranh lành mạnh, trung thực, thiện chí và tuân thủ tập quán thương mại, (ii) nhằm bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của các doanh nghiệp trong cạnh tranh, chống lại các hành vi gây thiệt hại hoặc có khả năng gây thiệt hại và (iii) có phạm vi điều chỉnh rộng, bao gồm nhiều loại hành vi cạnh tranh không lành mạnh khác nhau, không chỉ giới hạn trong việc đầu cơ nhãn hiệu.

Tuy nhiên, việc áp dụng pháp luật về cạnh tranh không lành mạnh của Việt Nam để chống lại hành vi đầu cơ nhãn hiệu có thể gặp phải những thách thức đáng kể.

Luật Cạnh tranh năm 2018 của Việt Nam không quy định cụ thể về hành vi đầu cơ nhãn hiệu như một hành vi cạnh tranh không lành mạnh. Điều này có thể gây khó khăn trong việc áp dụng trực tiếp Luật này để xử lý các vụ việc liên quan đến đầu cơ nhãn hiệu.

Theo Điều 3.6 Luật Cạnh tranh 2018, cần chứng minh hành vi cạnh tranh không lành mạnh đã gây thiệt hại hoặc có khả năng gây thiệt hại đến quyền và lợi ích hợp pháp của doanh nghiệp khác. Trong trường hợp đầu cơ nhãn hiệu, việc chứng minh thiệt hại có thể gặp khó khăn, đặc biệt khi nhãn hiệu chưa được sử dụng. Dưới góc độ các quy định về SHTT, Điều 130.1 Luật SHTT của Việt Nam quy định chỉ khi “**sử dụng**” trong thương mại mới thỏa mãn điều kiện cấu thành hành vi cạnh tranh không lành mạnh.

Luật SHTT của Việt Nam đã được sửa đổi lần ba vào năm 2022, theo đó, lần đầu tiên, quy định về “**dùng ý xấu**” được đưa vào luật. Đây là một bước tiến đáng kể, thể hiện nỗ lực của pháp luật Việt Nam trong việc giải quyết vấn nạn đầu cơ nhãn hiệu. Điều này giúp tạo ra cơ sở pháp lý rõ ràng hơn để xử lý những trường hợp [đăng ký nhãn hiệu](#) với mục đích không lành mạnh. Thông tư 23/2023/TT-BKHCHN đã cụ thể hóa các tiêu chí để xác định “dùng ý xấu”, giúp các cơ quan chức năng có căn cứ để đánh giá và xử lý các vụ việc liên quan.

Tuy nhiên, không ít thách thức còn tồn tại. Yêu cầu chứng minh "động cơ đăng ký nhãn hiệu không đúng đắn" (như bán lại, cấp phép hoặc chuyển giao quyền đăng ký; ngăn chặn khả năng gia nhập thị trường để hạn chế cạnh tranh) đặt ra một gánh nặng lớn cho chủ sở hữu nhãn hiệu đích thực. Việc thu thập bằng chứng về ý định chủ quan của người đăng ký nhãn hiệu có thể rất khó khăn và tốn kém.

Rõ ràng rằng, để xử lý nạn đầu cơ nhãn hiệu một cách hiệu quả hơn, vẫn cần thêm các sửa đổi luật theo hướng giảm bớt gánh nặng chứng minh "dụng ý xấu" cho chủ sở hữu nhãn hiệu đích thực hoặc đưa ra các chế tài mạnh mẽ hơn đối với hành vi đầu cơ nhãn hiệu, hoặc ít nhất là quan điểm, cách tiếp cận cởi mở hơn và sẵn sàng bảo vệ chủ sở hữu nhãn hiệu đích thực từ các cơ quan chức năng của Việt Nam. Chỉ có như vậy, Việt Nam mới có thể "xoá sổ" hiệu quả nạn đầu cơ nhãn hiệu.

Làm thế nào để bảo vệ thương hiệu khỏi bẫy đầu cơ tại Trung Quốc và Việt Nam?

Để bảo vệ thương hiệu một cách hiệu quả, các doanh nghiệp nên:

- **Đăng ký bảo hộ nhãn hiệu sớm:** Việc đăng ký bảo hộ nhãn hiệu tại Cục SHTT ngay từ giai đoạn đầu phát triển thương hiệu có ý nghĩa quan trọng trong việc ngăn chặn các hành vi xâm phạm nhãn hiệu tiềm ẩn, đặc biệt là hành vi đăng ký nhãn hiệu không trung thực (đầu cơ nhãn hiệu).
- **Thường xuyên giám sát và phát hiện sớm các hành vi xâm phạm:** Chủ động theo dõi thị trường, đặc biệt là các nền tảng trực tuyến và mạng xã hội, để phát hiện kịp thời các hành vi xâm phạm nhãn hiệu.
- **Cân nhắc việc thương lượng với đối tượng đầu cơ:** Trong một số trường hợp, việc thương lượng với đối tượng đầu cơ có thể là một giải pháp nhanh chóng và tiết kiệm chi phí để giải quyết tranh chấp. Tuy nhiên, cần thận trọng đánh giá kỹ lưỡng ý định của đối tượng đầu cơ, cũng như giá trị thương mại và tầm quan trọng của nhãn hiệu bị xâm phạm trước khi quyết định tham gia đàm phán.
- **Sử dụng chiến lược hòa giải:** Hòa giải có thể là một cách hiệu quả để giải quyết tranh chấp, với điều kiện các thỏa thuận được xây dựng tốt. Các yếu tố quan trọng bao gồm chuyển giao các nhãn hiệu đang tranh chấp, bồi thường, thỏa thuận không tiết lộ thông tin và các cơ chế để ngăn chặn hành vi đầu cơ trong tương lai.

Lời kết

Đầu cơ nhãn hiệu vẫn là một thách thức đáng kể đối với các doanh nghiệp tại Trung Quốc và tại các nền kinh tế mới nổi như Việt Nam, gây ra thiệt hại về tài chính và tổn hại đến [uy tín thương hiệu](#). Tuy nhiên, việc mở rộng áp dụng luật cạnh tranh không lành mạnh đang tạo ra một bước ngoặt quan trọng, cung cấp cho chủ sở hữu nhãn hiệu các công cụ pháp lý mới để chống lại vấn đề này. Bằng cách chủ động đăng ký và giám sát nhãn hiệu, hiểu rõ bối cảnh pháp lý đang phát triển và tìm kiếm sự tư vấn từ các luật sư SHTT có kinh nghiệm quốc tế sâu rộng, các doanh nghiệp có thể bảo vệ hiệu quả lợi ích của mình. Khi khuôn khổ pháp lý của Trung Quốc và Việt Nam tiếp tục phát triển, việc cập nhật thông tin về những thay đổi này sẽ là rất quan trọng đối để xử lý các tranh chấp, xâm phạm về SHTT ngày càng phức tạp, đa dạng và biến đổi không ngừng.

Nguyễn Vũ Quân | Partner, IP Attorney
Hoàng Thị Tuyết Hồng | Senior Trademark Attorney
Nguyễn Thị Kim Anh | Associate

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