

## Xử lý xâm phạm nhãn hiệu tại Việt Nam: 8 vấn đề cốt lõi cần xem xét để đảm bảo chiến thắng

Có nhãn hiệu đã đăng ký chưa chắc đã chiến thắng trong kiện xâm phạm nhãn hiệu. Ngay cả khi bạn nắm trong tay Kết luận Giám định có lợi từ Viện Khoa học Sở hữu Trí tuệ ("**Viện KHSHTT**"), chưa có gì để đảm bảo rằng bạn sẽ thắng kiện dù rằng phần lớn đều như vậy. Vấn đề ẩn các rủi ro khả năng thất bại dù hầu như mọi thứ đứng về phía bạn. Vậy nguyên nhân là do đâu? Các tranh chấp, xâm phạm Sở hữu Trí tuệ ("**SHTT**") tại Việt Nam ngày một tinh vi và khó lường. Trong các tình huống này, bạn cần xây dựng chiến lược bảo hộ và thực thi quyền SHTT một cách toàn diện, cân nhắc mọi khía cạnh có liên quan, các nguy cơ có thể xảy ra để giảm thiểu rủi ro pháp lý và cuối cùng đảm bảo khả năng trong cuộc chiến chống xâm phạm SHTT.

KENFOX IP & Law Office, với 15 năm kinh nghiệm thực tiễn xử lý các vụ xâm phạm SHTT trên quy mô lớn và phức tạp, sẽ phân tích, cung cấp các đánh giá, nhận định có giá trị, giúp chủ thể quyền SHTT nhận diện đúng đắn từ góc độ pháp luật lẫn thực tiễn, trên cơ sở đó, đưa ra quyết định kịp thời, sáng suốt, đảm bảo quá trình thực thi, chống vi phạm một cách hiệu quả.

### 1. Xác định phạm vi bảo hộ của nhãn hiệu

"Phạm vi bảo hộ của nhãn hiệu" là giới hạn quyền (mức độ bảo hộ) mà một chủ sở hữu nhãn hiệu được hưởng theo cơ chế bảo vệ của pháp luật. Điều này có nghĩa rằng, nhãn hiệu chỉ được bảo hộ trong phạm vi pháp luật cho phép. Xác định liệu hành vi của bên thứ ba có xâm phạm nhãn hiệu đã đăng ký hay không chính là đánh giá liệu hành vi đó nằm trong "phạm vi bảo hộ" của nhãn hiệu đã đăng ký hay không.

Phạm vi bảo hộ của nhãn hiệu được xác định dựa trên (i) mẫu nhãn hiệu và (ii) danh mục hàng hóa/dịch vụ được xác định tại Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu (*Điều 77.2 Nghị định 65/2023*). Như vậy, nhãn hiệu chỉ được bảo hộ đối với các hàng hóa và/hoặc dịch vụ đã được đăng ký. Nếu các sản phẩm gắn nhãn hiệu của bên thứ ba, **mặc dù nhãn hiệu đó trùng lặp**, hoặc **tương tự cao**, nhưng sử dụng cho các hàng hóa có tính chất, công dụng, mục đích sử dụng, đối tượng khách hàng **khác biệt** với các hàng hóa và/hoặc dịch vụ mang nhãn hiệu đã đăng ký, cũng không có hành vi xâm phạm xảy ra. Ngược lại, nếu bên thứ ba sử dụng **nhãn hiệu** hoặc **dấu hiệu tương tự** cho các **hàng hóa** hoặc **dịch vụ cùng loại** hoặc **tương tự**, thì hành vi này có thể bị coi là xâm phạm nếu **có khả năng gây nhầm lẫn** cho người tiêu dùng về nguồn gốc hàng hóa/dịch vụ.

Ví dụ, trong vụ tranh chấp nhãn hiệu "HOA SEN," mặc dù Công ty IDEA sử dụng dấu hiệu trùng với nhãn hiệu đã đăng ký của Công ty HOA SEN, nhưng sản phẩm "**lich in**" được xác định là khác biệt với các "**Dịch vụ quảng cáo, dịch vụ giới thiệu sản phẩm trên các phương tiện truyền thông để bán hàng**" của Công ty HOA SEN. Do đó, Viện Khoa học SHTT đã kết luận rằng: "**Không đủ cơ sở để khẳng định dấu hiệu "HOA SEN" sử dụng bởi Công ty IDEA là yếu tố xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu đã đăng ký của Công ty HOA SEN**".

Không hiểu rõ phạm vi bảo hộ của nhãn hiệu sẽ rất dễ dẫn đến kết luận mang tính định kiến rằng, nhãn hiệu do bên thứ ba sử dụng đã cấu thành hành vi xâm phạm nhãn hiệu. Một số nhãn hiệu có "khả năng phân biệt yếu" hoặc "yếu tố bị loại trừ", khiến việc xác định vi phạm trở nên khó khăn hơn. Để xác định được phạm vi bảo hộ của nhãn hiệu trong những trường hợp này, rõ ràng, bạn cần đánh giá xem sự kết hợp của các dấu hiệu "yếu" đó khi kết hợp với nhau đã tạo ra "**án tượng thương mại**" như thế nào, và tổng thể các dấu hiệu đó có nguy cơ đẩy người tiêu dùng rơi vào tình trạng bị nhầm lẫn về nguồn gốc thương mại của hàng hóa hay không.

Dù về mặt nguyên tắc, các dấu hiệu mang tính mô tả hay thiếu khả năng phân biệt sẽ không được bảo hộ độc quyền dưới danh nghĩa nhãn hiệu, nhưng bạn vẫn phải thực hiện **các bước tiếp cận thận trọng nếu có ý định sử dụng dấu hiệu đó**. Không ít người nghĩ rằng, "**NHÀ AN TOÀN**" sử dụng cho dịch vụ "**Lắp đặt các thiết bị, dụng cụ cảnh báo và báo hiệu sử dụng ánh sáng, âm thanh, hình ảnh; lắp đặt thiết bị chống trộm, báo cháy, chữa cháy, chuông cửa, khóa cửa**" thuộc nhóm 37 có thể bị coi là **mang tính mô tả** vì các sản phẩm "thiết bị chống trộm, báo cháy, chữa cháy, chuông cửa, khóa cửa" là các sản phẩm gắn liền với ngôi nhà và được dùng để thực hiện chức năng bảo vệ an toàn cho ngôi nhà, nên khả năng cao sẽ không được bảo hộ. Nhưng nhãn hiệu "**NHÀ AN TOÀN**" vẫn được bảo hộ tại Việt Nam.

Phạm vi bảo hộ của nhãn hiệu đóng vai trò như một "ranh giới" bảo vệ. Nếu hành vi của bên thứ ba nằm trong ranh giới này (*tức là có sự tương đồng về nhãn hiệu, hàng hóa/dịch vụ, và có khả năng gây nhầm lẫn*), thì hành vi đó có thể bị coi là **xâm phạm nhãn hiệu**. Do đó, trước khi khởi kiện xâm phạm nhãn hiệu, bạn cần xác định rõ phạm vi, mức độ mà nhãn hiệu của mình được bảo hộ đến đâu, trên cơ sở đó, đánh giá liệu hành vi của bên thứ ba có rơi vào phạm vi bảo hộ của nhãn hiệu đã đăng ký hay không. Cần lưu ý đặc biệt rằng,

phạm vi bảo hộ của nhãn hiệu có thể khác nhau tùy thuộc vào loại nhãn hiệu (*nhãn hiệu thông thường, nhãn hiệu nổi tiếng*) và các yếu tố cụ thể của từng trường hợp.

## 2. Xác định yếu tố xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu

**Yếu tố xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu là gì?**

Các dấu hiệu (yếu tố) gắn với hàng hóa, bao bì hàng hóa, phương tiện dịch vụ, giấy tờ giao dịch, biển hiệu, phương tiện quảng cáo và các phương tiện kinh doanh khác, trùng hoặc tương tự tới mức gây nhầm lẫn với nhãn hiệu được bảo hộ thì được gọi chung là “yếu tố xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu”. [Điều 77.1, Nghị định 65/2023/NĐ-CP].

**Khi nào một dấu hiệu có thể bị coi là yếu tố xâm phạm nhãn hiệu đã đăng ký?**

- **Tương tự hoặc trùng với nhãn hiệu được bảo hộ:** Dấu hiệu của bên thứ ba phải trùng hoặc tương tự đến mức gây nhầm lẫn với nhãn hiệu đã được đăng ký bảo hộ. Điều này có nghĩa là dấu hiệu phải có sự tương đồng về hình thức, cấu trúc, âm tiết, ý nghĩa, hoặc có thể là cách phát âm, khiến người tiêu dùng bình thường dễ dàng nhầm lẫn với nhãn hiệu được bảo hộ.
- **Sử dụng cho hàng hóa/dịch vụ trùng hoặc tương tự:** Dấu hiệu của bên thứ ba được sử dụng cho các hàng hóa hoặc dịch vụ trùng hoặc tương tự với hàng hóa/dịch vụ đã được đăng ký bảo hộ nhãn hiệu. Nếu dấu hiệu này được sử dụng cho các sản phẩm hoặc dịch vụ hoàn toàn khác biệt, có thể sẽ không bị coi là yếu tố xâm phạm.
- **Khả năng gây nhầm lẫn:** Khả năng gây nhầm lẫn là yếu tố quan trọng trong việc xác định xâm phạm. Nếu người tiêu dùng có thể nhầm lẫn về nguồn gốc của sản phẩm hoặc dịch vụ khi thấy dấu hiệu của bên thứ ba, thì dấu hiệu đó có thể bị coi là yếu tố xâm phạm.

**Có phải cứ tương tự về nhãn hiệu là có hành vi xâm phạm xảy ra?**

- **Không phải sự tương tự nào cũng dẫn đến xâm phạm:** Việc một dấu hiệu tương tự với nhãn hiệu đã đăng ký không đồng nghĩa với việc chắc chắn có hành vi xâm phạm. Dù cho nhãn hiệu do bên thứ ba sử dụng là trùng lặp hoặc tương tự cao với nhãn hiệu đã đăng ký, nhưng được sử dụng cho các hàng hóa khác loại có chức năng, mục đích sử dụng, đối tượng tiêu dùng khác biệt, thì không có hành vi xâm phạm nhãn hiệu xảy ra. Do đó, cần phải đánh giá trong bối cảnh cụ thể, bao gồm việc xem xét toàn diện các yếu tố như mức độ tương tự, loại hàng hóa/dịch vụ liên quan, thị trường mục tiêu, và đối tượng người tiêu dùng.
- **Các trường hợp ngoại lệ:** Có những trường hợp mà sự tương tự có thể được chấp nhận, chẳng hạn như khi **tên thương mại**, tên công ty của bên thứ ba đã đăng ký trước và sử dụng trước khi nhãn hiệu được bảo hộ được đăng ký.

## 3. Xác định thời hiệu

Đa số các vụ xâm phạm nhãn hiệu đều được xử lý mà không gặp vấn đề về thời hiệu. Tuy nhiên, thời hiệu vẫn là quy định quan trọng cần tuân thủ để đảm bảo yêu cầu xử lý xâm phạm nhãn hiệu thành công. Khi phát hiện hành vi xâm phạm, chủ nhãn hiệu chỉ khuyến cáo, sau đó, không tiến hành bất kỳ hành động nào khác để xử lý vi phạm, có thể dẫn đến việc hết thời hiệu yêu cầu xử lý bằng biện pháp hành chính hoặc dân sự.

Khi chọn biện pháp “**hành chính**” để xử lý xâm phạm, bạn cần phải nộp Đơn yêu cầu cơ quan nhà nước có thẩm quyền của Việt Nam xử lý hành vi đó **trong vòng 02 năm** tính từ thời điểm chấm dứt hành vi vi phạm đối với hành vi xâm phạm nhãn hiệu đã kết thúc, hoặc tính từ thời điểm phát hiện hành vi vi phạm đối với vi phạm nhãn hiệu đang được thực hiện.

Đối với biện pháp “**dân sự**”, vấn đề thời hiệu để yêu cầu xử lý hành vi xâm phạm nhãn hiệu được quy định khá khác biệt. Cụ thể:

- **03 năm:** Thời hiệu khởi kiện yêu cầu “**bồi thường thiệt hại**” theo Điều 588 Bộ luật Dân sự là 03 năm, kể từ ngày chủ sở hữu quyền sở hữu trí tuệ biết hoặc phải biết về hành vi xâm phạm.
- **Không áp dụng thời hiệu:** Thời hiệu khởi kiện vụ án dân sự không được áp dụng trong trường hợp yêu cầu bảo vệ “quyền sở hữu” theo Điều 155.2 Bộ luật Dân sự.

Do đó, bạn cần lưu ý đặc biệt về vấn đề thời hiệu để thực thi hiệu quả quyền nhãn hiệu của mình. Việc gửi Thư khuyến cáo hay lập vi bằng tại Văn phòng thừa phát lại sẽ trở lên vô nghĩa, nếu không kịp thời tiến hành

các biện pháp pháp lý trong thời hiệu quy định. Vượt quá thời hiệu quy định của pháp luật, bạn sẽ không còn quyền yêu cầu xử lý hoặc khởi kiện hành vi xâm phạm nhãn hiệu.

#### 4. Các tranh chấp có thể khiến vụ kiện xâm phạm SHTT bị đình trệ

Trong nhiều trường hợp, bạn tiến hành khởi kiện hoặc yêu cầu xử lý hành vi xâm phạm mà không biết rằng nhãn hiệu của bên bị cáo buộc xâm phạm đã được nộp đơn, hoặc thậm chí đã được cấp Văn bằng bảo hộ dưới dạng Kiểu dáng Công nghiệp. Tình trạng này thường được phát hiện khi bên bị cáo buộc xâm phạm thực hiện quyền giải trình, cung cấp bằng chứng liên quan theo Điều 25.3(a) Nghị định 99/2013/NĐ-CP.

Trong những tình huống như vậy, cơ quan thực thi hành chính thường "**tạm dừng**" hoặc "**từ chối**" xử lý vi phạm theo quy định tại Điều 27 và 28 Nghị định 99/2013/NĐ-CP. Tương tự, [Tòa án](#) cũng có thể "**tạm đình chỉ**" giải quyết vụ án theo Điều 214.1(d) Bộ luật Tố tụng Dân sự để chờ kết quả giải quyết tranh chấp về quyền SHTT giữa các bên.

Các tranh chấp này sẽ khiến cho vụ kiện hay yêu cầu xử lý vi phạm nhãn hiệu rơi vào tình trạng đóng băng. Cơ quan thực thi cũng thường rất ngại xử lý những vụ việc này dù cho chủ sở hữu nhãn hiệu có cam kết theo Điều 27.1(b) Nghị định 99/2013/NĐ-CP. Theo đó, Cơ quan thực thi sẽ tạm dừng xử lý vi phạm để chờ xem liệu dấu hiệu của bên bị cáo buộc xâm phạm có được cấp Văn bằng bảo hộ hay không, hay liệu có khả năng nhãn hiệu của chủ nhãn hiệu sẽ bị hủy bỏ hoặc chấm dứt hiệu lực sau quá trình xử lý tranh chấp.

Việc "tạm đình chỉ" giải quyết vụ kiện hoặc "tạm dừng" hay "từ chối" xử lý vi phạm nhãn hiệu cũng có thể xảy ra khi nhãn hiệu đăng ký bị cáo buộc là đã được thực hiện trên cơ sở "**dụng ý xấu**" và bên bị cáo buộc xâm phạm nộp Đơn yêu cầu Cục SHTT hủy bỏ nhãn hiệu đó theo Điều 96 Luật SHTT. Cần lưu ý rằng, Luật SHTT của Việt Nam thiết lập các biện pháp để ngăn chặn tình trạng "**lạm dụng quyền sở hữu trí tuệ**". Điều 198.4 cho phép **bị đơn** yêu cầu Tòa án buộc nguyên đơn thanh toán chi phí hợp lý (để thuê luật sư hoặc các chi phí khác) nếu Tòa án kết luận rằng bị đơn không vi phạm. Điều 198.5 còn cho phép yêu cầu bồi thường (*bao gồm cả chi phí thuê luật sư*) nếu lạm dụng thủ tục gây thiệt hại.

Những tranh chấp nêu trên khiến cơ quan thực thi cảm thấy không an toàn khi xử lý các vụ việc do lo ngại về trách nhiệm bồi thường nhà nước nếu vội vàng tịch thu hàng hóa bị cho là vi phạm, ra quyết định xử phạt và tiêu hủy hàng hóa đó.

#### 5. Có nên khuyến cáo hay cần phải áp dụng biện pháp pháp lý quyết liệt ngay từ khi phát hiện vi phạm?

Không ít doanh nghiệp, vì cho rằng, do vi phạm diễn ra quy mô nhỏ, không đáng kể, chỉ có vài dấu hiệu trên các phương tiện kinh doanh, nên không cần phải áp dụng biện pháp cứng rắn. Chỉ cần gửi một lá thư khuyến cáo, [cảnh báo vi phạm](#) là đủ. Trong một số trường hợp, điều này có thể đúng, nhưng đa phần họ không đánh giá hết nguy cơ tiềm ẩn. Tình trạng xâm phạm quyền SHTT tại Việt Nam ngày càng biến đổi tinh vi và liên tục. Tất cả những gì được nhìn thấy có thể chỉ là bề nổi của tảng băng chìm. Việc chỉ dựa vào những dấu hiệu bề ngoài có thể **không đánh giá hết mức độ nghiêm trọng** của vi phạm. Bên vi phạm có thể đang sử dụng nhãn hiệu trái phép trên **hiều nền tảng** khác nhau, từ **website** đến **các sàn thương mại điện tử**, hay sử dụng nhãn hiệu để cấu thành **tên doanh nghiệp, tên miền**...

Gửi Thư khuyến cáo trong những trường hợp này là không hiệu quả, thậm chí còn có tác dụng ngược vì bên vi phạm sẽ tìm cách **củng cố vị thế của họ** hay, nghiêm trọng hơn, **tìm cách đăng ký thành công các nhãn hiệu mà chủ nhãn hiệu cho là vi phạm**. Điều này hoàn toàn có khả năng xảy ra. Thực tế cho thấy, ngay cả khi có Đơn phản đối và kết luận giám định từ Viện Khoa học Sở hữu Trí tuệ, Cục Sở hữu Trí tuệ vẫn có thể cấp văn bằng bảo hộ cho nhãn hiệu bị cho là vi phạm.

Do đó, gửi [Thư khuyến cáo](#) bên vi phạm, trong hầu hết các trường hợp, cần phải xem xét hết sức thận trọng.

Áp dụng biện pháp pháp lý quyết liệt để xử lý xâm phạm nhãn hiệu **ngay từ đầu** có thể là một lựa chọn tốt hơn, **mang lại nhiều lợi ích**. Điều này giúp bạn thu thập các bằng chứng rất hữu ích để bảo vệ tính toàn vẹn của nhãn hiệu đã đăng ký. Khi bạn thực thi thành công nhãn hiệu của mình chống lại các nhãn hiệu của bên thứ ba, bạn có thể sử dụng như tiền lệ thuận lợi cho việc xử lý các trường hợp xâm phạm sau này và như vậy, việc xử lý vi phạm sau này càng dễ dàng hơn. Một khi nhãn hiệu của bạn có uy tín, danh tiếng, thì nó càng trở lên dễ tổn thương, dễ bị ăn theo bởi đối thủ cạnh tranh. Hãy tạo ra càng nhiều chiến thắng trong thực thi quyền SHTT càng tốt, vì các quyết định xử phạt sẽ là tài liệu quan trọng và quả để bạn phản đối thành công đơn đăng ký nhãn hiệu của bên thứ ba tại Cục SHTT.

## 6. Thực trạng lợi dụng đăng ký SHTT tại Việt Nam gây khó khăn cho việc thực thi chống vi phạm nhãn hiệu

Do chi phí đăng ký nhãn hiệu tại Việt Nam tương đối thấp, không ít bên thứ ba đã và đang tìm cách đăng ký "xung quanh" nhãn hiệu có danh tiếng trên thị trường nhằm lợi dụng uy tín sẵn có để thúc đẩy bán hàng mà không cần đầu tư tài chính xây dựng và quảng bá thương hiệu. Các chủ đơn này thiết kế, tạo ra các nhãn hiệu gần giống với nhãn hiệu có danh tiếng, sau đó, tìm cách để nhãn hiệu được chấp nhận bảo hộ.

Hành vi đăng ký nhãn hiệu "ăn theo" không chỉ làm suy yếu khả năng phân biệt của nhãn hiệu gốc mà còn tạo ra rào cản đáng kể cho chủ sở hữu nhãn hiệu đích thực trong việc thực thi quyền của mình. Mặc dù Luật SHTT quy định quyền yêu cầu hủy bỏ nhãn hiệu, nhưng một khi bên bị cáo buộc xâm phạm đã được cấp văn bằng bảo hộ, việc thực hiện quyền này thường gặp nhiều trở ngại và ít có khả năng thành công.

Thông thường, nhãn hiệu đã trải qua quá trình thẩm định nội dung cả 12-18 tháng, và được hiểu rằng, đã thẩm định rất kỹ. Nếu Cục SHTT ra quyết định hủy bỏ nhãn hiệu đó theo yêu cầu của bên thứ ba, việc [hủy bỏ nhãn hiệu](#) có thể được coi là **sự thừa nhận sai sót trong quá trình thẩm định trước đó**. Nếu bên bị cáo buộc xâm phạm đã thương mại hóa sản phẩm dựa trên nhãn hiệu đã đăng ký, việc hủy bỏ nhãn hiệu có thể dẫn đến trách nhiệm bồi thường nhà nước từ phía Cục SHTT.

Trong thực tiễn, thẩm phán xét xử các vụ việc SHTT thường không phải là chuyên gia trong lĩnh vực này, dẫn đến hạn chế về năng lực đánh giá các vấn đề chuyên sâu. Có thể thấy rằng các phán quyết của tòa án thường thiếu các phân tích, diễn giải mang đặc trưng pháp lý, thay vào đó có xu hướng dựa nhiều vào ý kiến chuyên môn của các cơ quan hành chính như Cục SHTT, hay Viện KHSHTT. Do vậy, rất ít các phán quyết của Tòa án đi ngược lại quyết định của Cục SHTT. Thực tế này cho thấy, việc hủy bỏ một nhãn hiệu đã được cấp văn bằng bảo hộ, ngay cả khi có sai sót, luôn là một thách thức lớn.

## 7. Mâu thuẫn trong đánh giá khả năng gây nhầm lẫn: Khi Viện KHSHTT và Cục SHTT "bất đồng quan điểm"

Thực tế cho thấy, trong một số trường hợp, có sự khác biệt trong kết luận về vấn đề nhãn hiệu giữa Viện KHSHTT và Cục SHTT.

Chủ sở hữu nhãn hiệu thường nộp đơn yêu cầu [VKHSHTT giám định](#) để hỗ trợ cho cáo buộc xâm phạm. Tuy nhiên, ngay cả khi Viện KHSHTT kết luận có yếu tố xâm phạm, Cục SHTT vẫn có thể đưa ra quyết định trái ngược, cấp văn bằng bảo hộ cho nhãn hiệu bị cáo buộc xâm phạm.

Sự khác biệt này, dù được lý giải là do "quan điểm đánh giá khác nhau", lại đặt ra câu hỏi lớn về tính thống nhất và khách quan trong áp dụng pháp luật SHTT. Điều này đồng nghĩa với việc ngay cả khi có Kết luận giám định thuận lợi từ Viện KHSHTT, bạn cũng không thể hoàn toàn yên tâm về khả năng bảo vệ quyền lợi của mình.

## 8. Điều tra: Cần bức tranh toàn diện để đầu tư nguồn lực xử lý hiệu quả hành vi vi phạm

Nhiều chủ nhãn hiệu, vì tiếc chi phí điều tra, đã coi nhẹ hay đánh giá thấp việc điều tra vi phạm. Hậu quả là, chủ nhãn hiệu chỉ có được thông tin rất hạn chế từ nhân viên điều tra không chuyên của họ. Theo đó, chủ nhãn hiệu thường nhận định rằng, vi phạm không đáng kể, không có khả năng gây ảnh hưởng tiêu cực đến thương hiệu của họ.

Trong khi đó, thực chất, phạm vi và mức độ vi phạm của đối phương là thực sự nghiêm trọng, lan rộng, cả hệ thống, với nguồn hàng, kho bãi, chuỗi phân phối hoạt động ngầm. Sản phẩm vi phạm, nhiều khi chỉ cần bán trong một mùa vụ, cũng đủ để đối tượng vi phạm hưởng lợi cả năm, thậm chí nhiều năm. Vậy nên, khi đã phát hiện sản phẩm nghi ngờ xâm phạm, bạn cần đánh giá mối nguy hại, rủi ro ở mức cao, chứ không bao giờ được coi nhẹ hay đánh giá thấp. Kinh nghiệm thực tiễn của chúng tôi cho thấy, dù là một hành vi vi phạm nhỏ, bạn cũng cần [điều tra toàn diện](#), từ điều tra thực địa đến điều tra trực tuyến, từ phương tiện kinh doanh đến sản phẩm, từ nguồn gốc sản phẩm (sản xuất hay nhập khẩu) đến khâu phân phối. Chỉ khi có một cuộc điều tra chuyên sâu, bức tranh về tình trạng xâm phạm mới được vẽ lên toàn diện. Điều này sẽ giúp bạn đưa ra quyết định nhanh, sáng suốt và giảm thiểu mối nguy hại cho tài sản trí tuệ của bạn.

### Lời kết

Không thể phủ nhận rằng, việc xử lý các vụ xâm phạm quyền SHTT, đặc biệt là nhãn hiệu, tại Việt Nam có thể gặp nhiều trở ngại, từ việc xác định phạm vi bảo hộ, yếu tố xâm phạm, đến các vấn đề về thời hiệu và

tranh chấp, tất cả đều đòi hỏi sự hiểu biết sâu sắc về luật pháp và chiến lược thực thi hiệu quả. Tình trạng lợi dụng đăng ký SHTT và sự không thống nhất trong đánh giá giữa các cơ quan chức năng đã tạo ra những khó khăn không nhỏ cho chủ sở hữu nhãn hiệu. Nhưng điều này không có nghĩa là không thể đạt được kết quả tích cực.

Chống xâm phạm nhãn hiệu không phải là một cuộc chiến đơn lẻ, mà là một hành trình dài hơi đòi hỏi chủ sở hữu nhãn hiệu phải xây dựng một **chiến lược thực thi toàn diện**, hiểu biết sâu rộng về luật pháp và khả năng nhận diện, xử lý rủi ro pháp lý. Đây chính là những yếu tố then chốt để thực thi, chống vi phạm quyền SHTT thành công tại Việt Nam.

**Nguyễn Vũ Quân | Partner, IP Attorney**  
**Hoàng Thị Tuyết Hồng | Senior Trademark Attorney**  
**Đinh Trang Ly | 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](mailto:info@kenfoxlaw.com) / [kenfox@kenfoxlaw.com](mailto:kenfox@kenfoxlaw.com)