

Nhãn Hiệu Âm Thanh Tại Việt Nam: Bước Tiến Pháp Lý và Cơ Hội Xây Dựng Thương Hiệu

Trong bối cảnh cạnh tranh thương hiệu ngày càng gay gắt, việc tạo dựng dấu ấn độc đáo trong tâm trí khách hàng là yếu tố sống còn. Bên cạnh những dấu hiệu truyền thống như logo hay tên gọi, âm thanh đang nổi lên như một "sức mạnh mới", một công cụ xây dựng thương hiệu đầy tiềm năng cho doanh nghiệp Việt Nam. Bước ngoặt pháp lý quan trọng đến từ Luật Sở hữu trí tuệ sửa đổi, bổ sung năm 2022 (có hiệu lực từ ngày 01/01/2023), nhằm thực thi cam kết quốc tế trong nhằm thực thi cam kết quốc tế trong Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP). Lần đầu tiên, pháp luật Việt Nam đã chính thức mở rộng định nghĩa nhãn hiệu, công nhận và bảo hộ "dấu hiệu âm thanh thể hiện được dưới dạng đồ họa". Sự thay đổi này không chỉ đánh dấu một bước tiến phù hợp với xu hướng quốc tế mà còn mở ra một chương mới cho các doanh nghiệp Việt trong việc xác lập quyền và khai thác giá trị từ loại tài sản trí tuệ phi truyền thống này, đồng thời cũng đặt ra những yêu cầu và thách thức mới cần được tìm hiểu kỹ lưỡng.

1. Nhãn hiệu âm thanh là gì và cơ sở pháp lý tại Việt Nam?

Theo quy định tại Điều 72.1 Luật SHTT sửa đổi 2022, nhãn hiệu được bảo hộ tại Việt Nam đã được mở rộng định nghĩa, không chỉ giới hạn ở các dấu hiệu nhìn thấy được mà còn bao gồm cả "dấu hiệu âm thanh thể hiện được dưới dạng đồ họa". Đây là sự công nhận chính thức đối với nhãn hiệu âm thanh như một loại [nhãn hiệu phi truyền thống](#).

Sự thay đổi này bắt nguồn từ việc Việt Nam thực thi các cam kết quốc tế trong Hiệp định CPTPP, được thể hiện qua Luật số 07/2022/QH15 sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật SHTT, có hiệu lực thi hành từ ngày 01 tháng 01 năm 2023. Bên cạnh đó, các văn bản hướng dẫn như Nghị định 65/2023/NĐ-CP cũng quy định cụ thể hơn, ví dụ tại Điều 77.3(a) nêu rõ việc sử dụng dấu hiệu âm thanh tương tự gây nhầm lẫn sẽ bị coi là yếu tố xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu âm thanh đã được bảo hộ.

2. Điều kiện tiên quyết để nhãn hiệu âm thanh được bảo hộ

Để một dấu hiệu âm thanh được bảo hộ dưới danh nghĩa nhãn hiệu tại Việt Nam, nó phải đáp ứng hai điều kiện tiên quyết sau:

Khả năng thể hiện dưới dạng đồ họa: Đây là yêu cầu then chốt và không dễ đáp ứng. Do âm thanh tự nó không nhìn thấy được, Luật yêu cầu nó phải được thể hiện dưới dạng đồ họa trong đơn đăng ký. Điều này có nghĩa là người nộp đơn phải cung cấp đồng thời:

- Một tệp âm thanh ghi lại dấu hiệu đó.
- Một bản thể hiện dưới dạng đồ họa của âm thanh, ví dụ như khuông nhạc (nếu là giai điệu), biểu đồ sóng âm (spectrogram), hoặc bản mô tả chi tiết bằng lời về các đặc tính của âm thanh.

Khả năng phân biệt: Giống như nhãn hiệu truyền thống, nhãn hiệu âm thanh phải có khả năng tự phân biệt, giúp người tiêu dùng nhận biết và phân biệt hàng hóa, dịch vụ của chủ sở hữu nhãn hiệu với hàng hóa, dịch vụ của chủ thể khác. Do đó, những âm thanh sau đây thường sẽ không được bảo hộ vì thiếu khả năng phân biệt:

- Âm thanh thông thường, phổ biến trong lĩnh vực kinh doanh (ví dụ: tiếng "ting ting" của máy tính tiền cho dịch vụ bán lẻ).
- Âm thanh mô tả bản chất, chức năng của sản phẩm/dịch vụ (ví dụ: tiếng "meo meo" cho thức ăn mèo).
- Âm thanh bắt nguồn từ chức năng kỹ thuật vốn có của sản phẩm (ví dụ: tiếng ồn tự nhiên của động cơ).

3. Những thách thức chính trong quá trình đăng ký

Mặc dù việc bảo hộ nhãn hiệu âm thanh đã được pháp luật cho phép, quá trình đăng ký thành công vẫn tiềm ẩn những thách thức không nhỏ đối với doanh nghiệp:

- **Chứng minh khả năng phân biệt:** Làm thế nào để chứng minh một đoạn âm thanh ngắn là đủ độc đáo và không [mang tính mô tả](#)? Đây là câu hỏi khó, đặc biệt đối với các âm thanh đơn giản hoặc không phải là giai điệu phức tạp.
- **Tính mới mẻ của quy định và quy trình thẩm định:** Do đây là loại nhãn hiệu mới tại Việt Nam, Cục Sở hữu trí tuệ và các thẩm định viên cần thời gian để xây dựng kinh nghiệm và tiêu chí thẩm định cụ thể. Điều này có thể tạo ra sự không chắc chắn nhất định cho doanh nghiệp trong quá trình nộp đơn và theo đuổi việc đăng ký.

- **Yêu cầu kỹ thuật về hồ sơ:** Việc chuẩn bị bản thể hiện đồ họa chính xác, phù hợp và tương ứng hoàn toàn với tệp âm thanh đòi hỏi sự cẩn trọng và đôi khi cần đến chuyên môn kỹ thuật.

4. Doanh nghiệp cần lưu ý những gì khi xác lập quyền?

Để tăng cơ hội đăng ký thành công và bảo vệ hiệu quả nhãn hiệu âm thanh, doanh nghiệp cần đặc biệt lưu tâm các vấn đề sau:

Chuẩn bị kỹ lưỡng hồ sơ đăng ký:

Doanh nghiệp cần cung cấp file ghi âm chất lượng tốt, không lẫn tạp âm, thể hiện chính xác âm thanh muốn bảo hộ. Ngoài ra, việc thể hiện âm thanh dưới dạng đồ họa cần chính xác và phù hợp. Đây là yêu cầu *bắt buộc và then chốt*. Doanh nghiệp cần:

- Chọn hình thức thể hiện phù hợp nhất: Khuông nhạc (nếu là giai điệu), biểu đồ sóng âm (spectrogram), hoặc mô tả chi tiết bằng lời. Có thể kết hợp các hình thức này.
- Đảm bảo bản thể hiện đồ họa *tương ứng chính xác* với tệp âm thanh nộp kèm. Bất kỳ sự khác biệt nào cũng có thể dẫn đến từ chối.
- Bản mô tả bằng lời cần chi tiết, rõ ràng về các đặc tính của âm thanh (cao độ, trường độ, âm sắc, nhịp điệu...).

Phân loại hàng hóa/dịch vụ chính xác: Xác định rõ ràng và chính xác danh mục sản phẩm, dịch vụ mà nhãn hiệu âm thanh sẽ được sử dụng. Phạm vi bảo hộ sẽ phụ thuộc vào danh mục này.

Chứng minh khả năng phân biệt (nếu cần):

Nếu âm thanh ban đầu bị Cục Sở hữu trí tuệ đánh giá là chưa đủ khả năng phân biệt, doanh nghiệp cần chuẩn bị lập luận và bằng chứng để chứng minh điều ngược lại. Trong một số trường hợp, có thể cần chứng minh khả năng phân biệt có được thông qua [quá trình sử dụng rộng rãi](#), liên tục trước ngày nộp đơn. Do đó, doanh nghiệp cần đặc biệt lưu tâm đến quá trình sáng tạo, sử dụng các nhãn hiệu âm thanh này trong các hoạt động thương mại để chứng minh khả năng phân biệt của mình sau này.

Hiểu rõ quy trình và thời gian thẩm định:

Quy trình [đăng ký nhãn hiệu](#) âm thanh – một loại nhãn hiệu phi truyền thống, cũng tương tự nhãn hiệu thông thường (thẩm định hình thức, công bố đơn, thẩm định nội dung) nhưng có thể phức tạp hơn ở khâu thẩm định nội dung do tính mới lạ. Doanh nghiệp cần chuẩn bị tinh thần rằng thời gian thẩm định có thể kéo dài và có thể có yêu cầu bổ sung thông tin từ Cục SHTT.

Sử dụng dịch vụ đại diện chuyên nghiệp:

Do tính phức tạp và mới mẻ của nhãn hiệu âm thanh (đặc biệt là yêu cầu về thể hiện đồ họa và chứng minh khả năng phân biệt), việc sử dụng dịch vụ của các luật sư, tổ chức đại diện sở hữu công nghiệp có kinh nghiệm là rất quan trọng để hạn chế các sai sót, ảnh hưởng tiêu cực đến quá trình xây dựng thương hiệu dựa trên nhãn hiệu âm thanh. Các luật sư sở hữu trí tuệ với kiến thức và chuyên môn chuyên sâu, có thể tư vấn chiến lược, chuẩn bị hồ sơ chính xác và hỗ trợ xử lý hiệu quả các vấn đề phát sinh trong quá trình thẩm định.

Lời kết

Nhãn hiệu âm thanh, dù là một loại nhãn hiệu phi truyền thống, nhưng sở hữu năng lực và ưu thế đáng kể trong việc xây dựng và phát triển thương hiệu. Những âm thanh đặc trưng như đoạn nhạc jingle quảng cáo hay âm thanh khởi động thiết bị có khả năng khắc sâu vào tâm trí khách hàng, tạo ra sự gắn kết cảm xúc mạnh mẽ mà các dấu hiệu tĩnh khó có thể làm được. Khi được bảo hộ, nhãn hiệu âm thanh trở thành một tài sản vô hình có giá trị, góp phần nâng cao vị thế cạnh tranh của doanh nghiệp.

Việc Việt Nam chính thức chấp nhận bảo hộ nhãn hiệu âm thanh là một bước tiến quan trọng, phù hợp với thông lệ quốc tế, mở ra nhiều cơ hội nhưng cũng đi kèm thách thức. Nếu doanh nghiệp đang sở hữu hoặc có ý định xây dựng những âm thanh đặc trưng gắn liền với sản phẩm, dịch vụ của mình, đây chính là thời điểm thích hợp để tìm hiểu kỹ lưỡng và cân nhắc nghiêm túc việc đăng ký bảo hộ loại tài sản trí tuệ độc đáo này.

By 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