

Đã có nhãn hiệu tiếng Trung Quốc, có nên đăng ký thêm nhãn hiệu tiếng Việt tại Việt Nam?

Trong bối cảnh hội nhập kinh tế quốc tế sâu rộng, các doanh nghiệp nước ngoài, đặc biệt là các doanh nghiệp đến từ các quốc gia sử dụng chữ tượng hình như Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, khi thâm nhập thị trường Việt Nam thường đặt ra một câu hỏi quan trọng: "Liệu việc đã đăng ký nhãn hiệu bằng chữ Hán (hoặc các ký tự tượng hình khác) có đủ để bảo hộ toàn diện cho thương hiệu của tôi tại Việt Nam, hay có cần thiết phải đăng ký thêm nhãn hiệu bằng chữ tiếng Việt (phiên âm hoặc dịch nghĩa)?"

KENFOX IP & Law Office cung cấp các phân tích chuyên sâu về vấn đề nêu trên, giúp chủ nhãn hiệu nhận diện các rủi ro và định hình chiến lược đăng ký bảo hộ nhãn hiệu tối ưu tại Việt Nam.

Sự khác biệt cốt lõi trong bảo hộ nhãn hiệu tại Việt Nam

Giả sử một thương hiệu trà sữa nổi tiếng có tên "天籁" (Thiên Lại), trong đó "天" (tiên) có nghĩa là "trời, thiên" và "籁" (lại) có nghĩa là "âm thanh, tiếng nhạc tự nhiên". Khi thương hiệu này vào Việt Nam, tên thường được dịch hoặc phiên âm là "Thiên Lại". Câu hỏi đặt ra là, nếu thương hiệu này đã đăng ký nhãn hiệu có chứa các ký tự "天籁" (có thể là trong một logo hoặc kiểu chữ đặc trưng) tại Việt Nam, liệu có cần phải đăng ký riêng nhãn hiệu chữ "Thiên Lại" bằng tiếng Việt nữa hay không?

Câu trả lời ngắn gọn là: Ngay cả khi đã có đăng ký [nhãn hiệu chứa ký tự tiếng Trung](#), việc đăng ký nhãn hiệu tiếng Việt vẫn **rất cần thiết và không thể thiếu**.

Tính phân biệt và nguy cơ bị từ chối bảo hộ đối với các ngôn ngữ không thông dụng

- Theo quy định hiện hành của pháp luật Việt Nam về sở hữu trí tuệ, nhãn hiệu chỉ bao gồm các ký tự không thuộc hệ chữ Latinh – chẳng hạn như chữ Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Ả Rập... được xếp vào hệ ngôn ngữ "**không thông dụng**". Căn cứ Điều 74.2(a) Luật Sở hữu trí tuệ 2005 (sửa đổi, bổ sung năm 2022), dấu hiệu bị xem là không có khả năng phân biệt nếu đó là "**chữ cái, chữ thuộc ngôn ngữ không thông dụng**". Điều này có nghĩa là, các nhãn hiệu chỉ gồm các ký tự không phải Latinh có nguy cơ cao bị từ chối bảo hộ nếu nộp đơn dưới dạng độc lập mà không kèm theo yếu tố chữ Latinh hoặc hình ảnh có khả năng phân biệt.
- Hơn nữa, khi các ký tự không phải Latinh này được đăng ký như một phần của một nhãn hiệu tổng thể (ví dụ: một logo bao gồm cả hình ảnh và chữ), thì **thường các ký tự này và ý nghĩa của chúng sẽ "không được bảo hộ riêng" (disclaimed)**. Điều này có nghĩa là chủ sở hữu nhãn hiệu không thể được hưởng quyền độc quyền đối với riêng các ký tự đó hoặc ý nghĩa nội tại của chúng một cách biệt lập. Quyền bảo hộ chỉ mở rộng đến sự kết hợp cụ thể của các yếu tố như được thể hiện trong mẫu nhãn hiệu đã đăng ký.
- Trong ví dụ "天籁" và "Thiên Lại", mặc dù về mặt ngôn ngữ, "Thiên Lại" là bản dịch trực tiếp của "天籁", nhưng việc bảo hộ nhãn hiệu ở Việt Nam không tự động mở rộng từ ký tự gốc sang bản dịch nghĩa hoặc phiên âm tiếng Việt nếu không có đăng ký riêng.

Quyền độc quyền và ngăn chặn hành vi xâm phạm

- Việc sở hữu đồng thời cả hai phiên bản nhãn hiệu (chữ tiếng Trung và chữ tiếng Việt) giúp tăng cường phạm vi bảo hộ, bao phủ cả yếu tố hình thức và ngữ nghĩa, ngăn ngừa hành vi "đầu cơ nhãn hiệu" (trademark squatting) từ các đối thủ hoặc nhà phân phối địa phương, giúp chủ nhãn hiệu dễ dàng thực hiện các biện pháp pháp lý, bao gồm khiếu nại, phản đối đơn đăng ký tương tự, hoặc xử lý hành vi xâm phạm.
- Để có quyền độc quyền sử dụng "Thiên Lại" tại Việt Nam cho các sản phẩm/dịch vụ cụ thể, việc đăng ký nhãn hiệu chữ "Thiên Lại" là **bắt buộc**. Nếu không có đăng ký này, bất kỳ bên thứ ba nào cũng có thể tự do sử dụng "Thiên Lại" cho các sản phẩm tương tự, dẫn đến sự nhầm lẫn nghiêm trọng và làm lu mờ khả năng phân biệt của nhãn hiệu.
- Nếu chủ nhãn hiệu chỉ dựa vào việc đăng ký các ký tự Hán tự (vốn không được bảo hộ riêng), khả năng thực thi chống lại bên thứ ba sử dụng nhãn hiệu chữ tiếng Việt "Thiên Lại" sẽ rất hạn chế.
- Các hành động thực thi quyền (ví dụ: chống hàng giả, hàng xâm phạm quyền hoặc các bên sử dụng trái phép) sẽ mạnh mẽ và dễ dàng hơn rất nhiều khi nhãn hiệu thực tế được người tiêu dùng sử dụng ("Thiên Lại") đã được đăng ký trực tiếp. Điều này giúp cơ quan chức năng dễ dàng nhận diện và xử lý các hành vi vi phạm.

Lời kết

Các hình thức cạnh tranh, bao gồm cả những thủ đoạn "ăn theo" hoặc gây nhầm lẫn với các thương hiệu đã có uy tín ngày càng biến đổi tinh vi và phức tạp. Việc chỉ dựa vào các [đăng ký nhãn hiệu](#) bằng ngôn ngữ gốc, đặc biệt là các ngôn ngữ "không thông dụng" (như tiếng Trung Quốc, tiếng Hàn Quốc, tiếng Nhật Bản) theo quy định của pháp luật Việt Nam, có thể tạo ra những kẽ hở lớn, tiềm ẩn nguy cơ mất quyền kiểm soát đối với tên tuổi mà bạn đã dày công xây dựng.

Do đó, việc chủ động tiến hành đăng ký nhãn hiệu bằng ngôn ngữ tiếng Việt không chỉ là một khuyến nghị pháp lý mà còn là một **chiến lược kinh doanh then chốt**. Đây chính là công cụ pháp lý quan trọng, tạo thêm một lớp bảo hộ vững chắc, giúp thương hiệu của bạn được công nhận, được bảo vệ và có thể thực thi quyền một cách hiệu quả nhất trong tâm trí và ngôn ngữ của người tiêu dùng bản địa.

Khoản chi đăng ký phí ban đầu cho việc đăng ký bổ sung nhãn hiệu này nên được nhìn nhận như một khoản đầu tư thông minh và cần thiết. Bởi lẽ, sự tốn kém này xem ra còn đáng giá hơn rất nhiều so với những thiệt hại khôn lường và các tranh chấp pháp lý dai dẳng, hao tổn thời gian, tiền bạc nếu bạn không kịp thời thiết lập quyền của mình một cách rộng rãi và hữu hiệu nhất ngay từ đầu.

By Nguyễn Vũ Quân | Partner, IP Attorney

Đỗ Thị Phấn | 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