

Chấm dứt hiệu lực nhãn hiệu do “không sử dụng” tại Việt Nam: Những bài học giá trị nào có thể rút ra?

Yêu cầu [chấm hiệu lực nhãn hiệu](#) “DD DANTI, hình” theo Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu (GCN ĐKNH) số 103943, do KENFOX IP & Law Office thực hiện, đã kéo dài suốt 10 năm và trở thành một vụ việc điển hình trong lĩnh vực sở hữu trí tuệ (SHTT) tại Việt Nam. Tương như đây chỉ là một vụ việc đơn giản về việc **chấm dứt hiệu lực nhãn hiệu** vì lý do không sử dụng, nhưng những tranh chấp phía sau là cuộc đối đầu pháp lý phức tạp giữa các doanh nghiệp nhằm bảo vệ và giành quyền SHTT.

Vụ việc đã giúp định hình rõ ràng hơn các quy định về “**sử dụng nhãn hiệu**” theo Điều 124.5 Luật SHTT, hạn chế tình trạng diễn giải mơ hồ và ngăn chặn việc lợi dụng quy định này để duy trì quyền nhãn hiệu không chính đáng tại Việt Nam.

Bối cảnh

Năm 2015, Công ty Guangzhou City Baiyun Lianjia Fine Chemical Factory (Trung Quốc), thông qua công ty chúng tôi, KENFOX IP & Law Office, đã nộp đơn yêu cầu Cục SHTT chấm dứt hiệu lực GCN ĐKNH số



103943 cho nhãn hiệu “**DANTI**” (“**DD DANTI, hình**”) cho các sản phẩm mỹ phẩm, nước hoa thuộc Nhóm 03.

Bên yêu cầu cho rằng nhãn hiệu này đã không được Công ty TNHH DAN TI sử dụng liên tục trong 5 năm tại Việt Nam. Để củng cố lập luận, họ đã cung cấp công văn của Tập chí Thị trường giá cả (Bộ Tài chính), xác nhận rằng nhãn hiệu không được sử dụng từ năm 2010 đến 2015.

Phản bác lại, chủ nhãn hiệu Công ty TNHH DANTI đã cho rằng họ vẫn đang sử dụng nhãn hiệu cho phần lớn sản phẩm đã đăng ký và đang “*chuẩn bị các điều kiện cần thiết cho việc sử dụng*” phần còn lại tại nhiều trung tâm thương mại trên khắp cả nước. Chủ nhãn hiệu cũng đã nộp *yêu cầu gia hạn văn bằng bảo hộ*.

Ngày 08/08/2025, Cục SHTT đã ban hành [Quyết định chấm dứt hiệu lực](#) nhãn hiệu “DD DANTI, hình”, bác bỏ toàn bộ lập luận của Công ty TNHH DANTI.

Những lưu ý quan trọng

Quyết định chấm dứt hiệu lực nhãn hiệu “DD DANTI, hình” không chỉ là một phán quyết hành chính thông thường mà còn mang lại nhiều lưu ý quan trọng, làm rõ cách Cục SHTT diễn giải và áp dụng các quy định về “sử dụng nhãn hiệu” theo Điều 124.5 Luật SHTT.

1. Việc “chuẩn bị kinh doanh” không đồng nghĩa với “sử dụng nhãn hiệu” theo luật định

Công ty TNHH Danti, chủ nhãn hiệu “DD DANTI, hình” đã phản bác yêu cầu chấm dứt hiệu lực nhãn hiệu “DD DANTI, hình” với lý do Công ty này vẫn đang liên tục sử dụng nhãn hiệu “DD DANTI & hình” cho phần lớn các sản phẩm đã đăng ký, và đã và đang “chuẩn bị các điều kiện cần thiết cho việc sử dụng phần sản phẩm còn lại tại các địa chỉ sau đây: (i) 160 Lý Tự Trọng, Quận 1, Tp HCM; (ii) 176 Lý Tự Trọng, Quận 1, Tp HCM; (iii) TTTM Diamond 34 Lê Duẩn, Quận 1, Tp HCM; (iv) TTTM VINCOM 72 Lê Thánh Tôn, Quận 1, Tp HCM; (v) TTTM RIVERSIDE TOWER 74 Bạch Đằng, Quận Hải Châu, Tp Đà Nẵng và (vi) TTTM IMPERIAL PLAZA 159-163 Thùy Vân, Tp Vũng Tàu. Ngoài ra, chủ nhãn hiệu “DD DANTI, hình” đã nộp yêu cầu gia hạn văn bằng bảo hộ.

Tuy nhiên, Cục SHTT đã diễn giải quy định về “sử dụng nhãn hiệu” theo Điều 124(5) Luật SHTT. Theo đó, chỉ những hành vi như [gắn nhãn hiệu lên sản phẩm/bao bì](#), **lưu thông – chào bán – quảng cáo để bán, tàng trữ để bán, nhập khẩu hàng hóa/dịch vụ mang nhãn hiệu** mới được coi là sử dụng. Việc chuẩn bị, dự kiến kinh doanh, hoặc thủ tục hành chính (gia hạn văn bằng) **không được coi là sử dụng** theo quy định của pháp luật.

Quyết định này của Cục SHTT đã đưa ra một tiền lệ rõ ràng: **mục đích sử dụng** (intent to use) không có giá trị pháp lý, chỉ có **hành vi sử dụng thực tế** (actual use) mới được công nhận. Một nhãn hiệu dù có tiềm năng kinh doanh đến đâu nhưng không được đưa vào sử dụng trong hoạt động thương mại sẽ vẫn có nguy cơ bị chấm dứt hiệu lực.

2. Nộp Đơn gia hạn hiệu lực nhãn hiệu không phải là bằng chứng cho việc sử dụng

Chủ nhãn hiệu, Công ty TNHH Danti, ngoài việc đưa ra các lập luận về việc đã và đang “chuẩn bị các điều kiện cần thiết cho việc sử dụng phần sản phẩm còn lại tại Việt Nam, còn nêu rằng, họ **đã nộp đơn yêu cầu gia hạn hiệu lực nhãn hiệu “DD DANTI, hình”,** từ đó, yêu cầu Cục SHTT bác bỏ Đơn yêu cầu của KENFOX IP & Law Office. Tuy nhiên, Cục SHTT đã bác bỏ lập luận này.

Việc chủ sở hữu tiến hành gia hạn văn bằng bảo hộ chỉ phản ánh **mong muốn duy trì quyền pháp lý** đối với nhãn hiệu, chứ không chứng minh được sự hiện diện của nhãn hiệu trên thị trường. Trong bối cảnh pháp lý hiện hành, Cục SHTT đã xác lập ranh giới rõ ràng giữa **ý chí duy trì quyền sở hữu** và **hành vi sử dụng thực tế**. Hành động gia hạn, về bản chất, chỉ là một thủ tục hành chính, **hoàn toàn tách biệt với hoạt động thương mại thực tế**, không thể thay thế cho bằng chứng về hoạt động khai thác thương mại của nhãn hiệu.

Theo Luật SHTT, hiệu lực của nhãn hiệu không được bảo đảm chỉ bằng việc thực hiện các thủ tục hành chính định kỳ. Thay vào đó, chủ sở hữu phải chứng minh rằng nhãn hiệu đã được sử dụng một cách **liên tục và thực chất** trong vòng 5 năm gần nhất, thông qua các hoạt động như quảng bá, phân phối, và lưu thông [hàng hóa/dịch vụ](#) mang nhãn hiệu đó.

Quyết định của Cục SHTT trong vụ việc này **đã bác bỏ** quan điểm cho rằng “Đơn gia hạn hiệu lực nhãn hiệu” có thể được xem là “bằng chứng sử dụng”, bởi lẽ điều này đi ngược lại nguyên tắc cốt lõi của chế độ bảo hộ nhãn hiệu: **bảo vệ những dấu hiệu thực sự được khai thác trong thương mại, chứ không phải những quyền bị “đóng băng” trên giấy tờ.**

3. Chứng cứ chứng minh “không sử dụng nhãn hiệu” để nộp Đơn yêu cầu chấm dứt hiệu lực nhãn hiệu tại Việt Nam

Bên yêu cầu phải cung cấp chứng cứ đủ sức thuyết phục rằng nhãn hiệu không được sử dụng trong suốt 5 năm liên tục. Tại Việt Nam, báo cáo về tình trạng sử dụng/không sử dụng nhãn hiệu của một cơ quan nhà nước tại Việt Nam được Cục SHTT coi là chứng cứ ban đầu có giá trị khách quan và độc lập để xem xét đơn yêu cầu. Các bằng chứng, tài liệu tự thu thập trên mạng Internet do bên yêu cầu cung cấp sẽ không được chấp nhận làm bằng chứng để nộp đơn yêu cầu chấm dứt hiệu lực tại Việt Nam.

Lời kết

Quyền SHTT không phải là một đặc quyền tuyệt đối hay vĩnh viễn. Nhãn hiệu, dù đã được cấp văn bằng bảo hộ, vẫn có thể bị thu hồi nếu không được sử dụng một cách thực sự và liên tục trong thương mại. Vụ việc “DD DANTI, hình” là minh chứng rõ ràng cho nguyên tắc này: Chỉ khi nhãn hiệu được khai thác thực sự trong [thương mại tại Việt Nam](#), thì quyền nhãn hiệu mới được duy trì.

Quyết định của Cục SHTT không chỉ khẳng định tính nghiêm ngặt trong việc áp dụng Điều 124.5 và Điều 95.1(d) Luật SHTT, mà còn đặt ra một tiền lệ quan trọng: Ý định sử dụng, thủ tục hành chính hay sự chuẩn bị kinh doanh không thể thay thế cho hành vi sử dụng thực tế. Đây là thông điệp rõ ràng dành cho các chủ sở hữu nhãn hiệu rằng quyền nhãn hiệu gắn liền với **“nghĩa vụ”** khai thác [thương mại](#) một cách chủ động và liên tục.

Cơ chế chấm dứt hiệu lực nhãn hiệu do không sử dụng không chỉ bảo vệ tính minh bạch của hệ thống pháp luật, mà còn mở ra cơ hội cho các doanh nghiệp khác được tiếp cận và phát triển những nhãn hiệu thực sự có giá trị. Đó là cách pháp luật thúc đẩy cạnh tranh lành mạnh, loại bỏ sự chiếm giữ quyền sở hữu mang tính hình thức, và đảm bảo rằng thị trường chỉ bảo hộ những nhãn hiệu đang sống, chứ không phải những nhãn hiệu đã **“ngủ quên”** trên giấy tờ.

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