

Vụ tranh chấp nhãn hiệu “Balizam” – Bài học đắt giá và lời cảnh tỉnh cho doanh nghiệp nội địa trong hợp tác quốc tế

Khi một doanh nghiệp Trung Quốc đầu tư hơn 50 triệu Nhân dân tệ để phát triển một thương hiệu nước ngoài, xây dựng hệ thống phân phối, quảng bá sản phẩm và được chính đối tác Nga cấp Thư ủy quyền hợp pháp để đăng ký nhãn hiệu tại Trung Quốc - liệu họ có thể mất trắng toàn bộ quyền sở hữu chỉ bằng một phán quyết tái thẩm?

Trong một phán quyết mang tính bước ngoặt, Tòa án Nhân dân Tối cao Trung Quốc đã chính thức khước lại vụ tranh chấp quyền sở hữu nhãn hiệu giữa Công ty Chuanfeng (Trung Quốc) và Công ty Barizam (Nga) liên quan đến loạt nhãn hiệu “**Barizam**”. Tòa đã **bác bỏ toàn bộ các phán quyết trước đó** của tòa cấp dưới, khẳng định rằng các nhãn hiệu “Barizam” đã đăng ký tại Trung Quốc thuộc quyền sở hữu hợp pháp của Công ty Barizam (Nga). Đồng thời, Tòa ra lệnh chuyển giao các nhãn hiệu này cho chủ sở hữu thực sự - một cú đảo chiều đầy bất ngờ, khiến giới doanh nghiệp không khỏi sửng sốt.

Vụ việc không chỉ là một cuộc chiến pháp lý kéo dài, mà còn là hồi chuông cảnh tỉnh cho các doanh nghiệp nội địa đang hợp tác với đối tác nước ngoài để phát triển thương hiệu. Từ một mối quan hệ tưởng chừng vững chắc, đến sự đổ vỡ sau tái cấu trúc doanh nghiệp, và cuối cùng là phán quyết đảo ngược toàn bộ - vụ tranh chấp “Barizam” đặt ra câu hỏi nhức nhối: Đây là ranh giới giữa quyền sử dụng và quyền sở hữu nhãn hiệu? Liệu đây có phải là cái kết đáng cho Công ty Chuanfeng, hay là một bài học pháp lý sâu sắc về sự cần thiết của hợp đồng chặt chẽ, minh bạch và có tầm nhìn dài hạn trong các mối quan hệ [hợp tác quốc tế](#)?

Hợp tác ban đầu và chiến lược thâm nhập thị trường Trung Quốc

Vào cuối những năm 1990, trong một chuyến khảo sát kinh tế và thương mại tại Nga, Công ty Chuanfeng (Trung Quốc) - doanh nghiệp chuyên hoạt động trong lĩnh vực xuất nhập khẩu và thương mại biên giới - đã phát hiện ra thương hiệu rượu nổi tiếng “**Balizam**” do Công ty Balizam tại Ussuriysk (gọi tắt là **Công ty Balizam (Nga)**) sản xuất. Với danh tiếng vững chắc và sự tín nhiệm cao từ người tiêu dùng Nga, “**Balizam**” nhanh chóng được Công ty Chuanfeng xác định là cơ hội tiềm năng để khai thác thị trường Trung Quốc.

Sau quá trình đàm phán kéo dài, hai bên đã chính thức ký kết thỏa thuận hợp tác vào đầu năm 2003. Theo đó, Công ty Chuanfeng được trao quyền phân phối độc quyền các sản phẩm đồ uống có cồn mang nhãn hiệu “Balizam” tại thị trường Trung Quốc. Không dừng lại ở hoạt động thương mại, tháng 5/2003, hai bên tiếp tục nâng cấp quan hệ hợp tác bằng việc thành lập một liên doanh sản xuất tại Trung Quốc. Trong mô hình liên doanh này, Công ty Balizam (Nga) đóng vai trò cung cấp thiết bị sản xuất, chuyển giao công nghệ và nguyên liệu đầu vào, tạo nền tảng cho việc nội địa hóa sản phẩm “Balizam” tại Trung Quốc.

“Balizam Đầu Hổ”: Bước đột phá tại thị trường Trung Quốc



Sau khi thiết lập liên doanh, phiên bản “Đầu Hổ” (Tiger Head - ) của sản phẩm Balizam đã chính thức được tung ra [thị trường Trung Quốc](#). Đây là kết quả của chiến lược nội địa hóa thương hiệu, kết hợp giữa chất lượng sản phẩm Nga và sự am hiểu thị trường bản địa của Công ty Chuanfeng.

Với cam kết mạnh mẽ trong việc phát triển thương hiệu, Công ty Chuanfeng (Trung Quốc) đã đầu tư nguồn lực đáng kể vào hoạt động tiếp thị, xây dựng hệ thống phân phối và mở rộng độ phủ thị trường. Nhờ chiến lược quảng bá bài bản và hiệu quả, “Balizam Đầu Hổ” nhanh chóng đạt được mức độ nhận diện cao từ người tiêu dùng Trung Quốc, đồng thời ghi nhận mức tăng trưởng doanh số ổn định qua từng năm.

Tính đến thời điểm cao trào của chiến dịch phát triển, Công ty Chuanfeng (Trung Quốc) đã đầu tư hơn 50 triệu Nhân dân tệ vào việc quảng bá thương hiệu và mở rộng mạng lưới phân phối. Tuy nhiên, thành công nhanh chóng cũng kéo theo thách thức: Nhu cầu thị trường vượt xa khả năng cung ứng, khiến doanh nghiệp rơi vào tình trạng thiếu hụt nguồn hàng nghiêm trọng.



Đổ vỡ quan hệ hợp tác: Từ ủy quyền hợp pháp đến tranh chấp quyền sở hữu

Năm 2004, trong nỗ lực mở rộng thị trường và củng cố vị thế thương hiệu, Công ty Chuanfeng (Trung Quốc) đã chủ động nộp đơn đăng ký bảo hộ nhãn hiệu hình học “Đầu Hổ” tại Trung Quốc. Đáng chú ý, việc đăng ký này được thực hiện trên cơ sở pháp lý rõ ràng: Công ty Balizam (Nga) đã ban hành **Thư ủy quyền** song ngữ chính thức, **cho phép Công ty Chuanfeng đăng ký và sử dụng các nhãn hiệu liên quan tại Trung Quốc**.

Trên cơ sở ủy quyền đó, Công ty Chuanfeng tiếp tục nộp đơn đăng ký bảo hộ các nhãn hiệu chữ “**Balizam**” bằng tiếng Trung và tiếng Nga, cùng với nhãn hiệu hình “Đầu Hổ”. Trong giai đoạn này, toàn bộ hoạt động kinh doanh, phân phối và quảng bá sản phẩm đều được thực hiện dưới danh nghĩa pháp nhân của Công ty Chuanfeng, phản ánh mối quan hệ hợp tác chặt chẽ và sự tin tưởng lẫn nhau giữa hai bên.

Tuy nhiên, bước ngoặt xảy ra khi Công ty Balizam (Nga) tiến hành tái cấu trúc doanh nghiệp, chuyển đổi từ mô hình doanh nghiệp nhà nước sang công ty cổ phần đại chúng. Sau quá trình tái cấu trúc, Công ty Balizam (Nga) bất ngờ tìm cách đơn phương chấm dứt quan hệ hợp tác với Công ty Chuanfeng (Trung Quốc). Động thái này đã bị phía Công ty Chuanfeng (Trung Quốc) kiên quyết bác bỏ, dẫn đến căng thẳng leo thang và phát sinh tranh chấp pháp lý. Việc Công ty Balizam (Nga) ngừng cung cấp hàng hóa càng làm trầm trọng thêm tình hình, đặt dấu chấm hết cho mối quan hệ hợp tác từng được kỳ vọng là chiến lược dài hạn.

Quá trình tố tụng: Tranh chấp quyền sở hữu và hiệu lực ủy quyền

Năm 2013, Công ty Balizam (Nga) chính thức khởi kiện tại Trung Quốc, yêu cầu Tòa án **tuyên vô hiệu** Thư ủy quyền đã cấp cho Công ty Chuanfeng (Trung Quốc), đồng thời đề nghị chuyển giao quyền sở hữu các nhãn hiệu liên quan và xác định hành vi sử dụng nhãn hiệu của Công ty Chuanfeng (Trung Quốc) là hành vi xâm phạm quyền sở hữu trí tuệ.

Công ty Balizam (Nga) lập luận rằng một thỏa thuận hủy bỏ giữa hai bên đã làm mất hiệu lực của Thư ủy quyền trước đó. Ngoài ra, phía nguyên đơn cho rằng do có sự khác biệt về nội dung giữa hai phiên bản ngôn ngữ (tiếng Trung và tiếng Nga) của Thư ủy quyền, nên phiên bản tiếng Nga - ngôn ngữ gốc của bên cấp quyền - phải được ưu tiên áp dụng.

Tuy nhiên, **Tòa án Trung cấp** thành phố Cáp Nhĩ Tân đã bác bỏ toàn bộ yêu cầu khởi kiện của Công ty Balizam (Nga). Phán quyết này sau đó được **Tòa án Cấp cao** tỉnh Hắc Long Giang giữ nguyên vào năm 2017, với lập luận rõ ràng: Thỏa thuận hủy bỏ không ảnh hưởng đến hiệu lực pháp lý của **Thư ủy quyền**, và cả hai phiên bản ngôn ngữ đều thống nhất về nội dung ủy quyền cho Công ty Chuanfeng đăng ký và sử dụng các nhãn hiệu tại Trung Quốc.

Tòa án cấp cao cũng xác nhận rằng, mặc dù Công ty Balizam (Nga) là chủ sở hữu các nhãn hiệu tại Nga, việc Công ty Chuanfeng đăng ký các nhãn hiệu này tại Trung Quốc đã được thực hiện một cách hợp pháp, dựa trên sự ủy quyền rõ ràng và có hiệu lực pháp lý. Phán quyết này củng cố nguyên tắc tôn trọng quyền sở hữu trí tuệ theo lãnh thổ, đồng thời làm rõ giá trị pháp lý của văn bản ủy quyền song ngữ trong các giao dịch quốc tế.

Tái thẩm tại Tòa án Nhân dân Tối cao: Làm rõ bản chất pháp lý của Thư ủy quyền

Trong bản án tái thẩm năm 2020, Tòa án Nhân dân Tối cao Trung Quốc (SPC) đã tập trung phân tích và làm rõ hiệu lực pháp lý của Thư ủy quyền bằng tiếng Trung do Công ty Balizam (Nga) ban hành, từ đó đưa ra nhận định có tính định hướng đối với các tranh chấp tương tự.

Tòa án khẳng định rằng **Thư ủy quyền** là một hành vi pháp lý dân sự đơn phương, được thực hiện bởi Công ty Balizam (Nga), **không phải là Hợp đồng song phương**. Theo đó, hành vi ủy quyền này thiết lập, sửa đổi hoặc chấm dứt quan hệ pháp lý thông qua việc một bên đưa ra tuyên bố ý chí, và phát sinh hiệu lực ngay tại thời điểm tuyên bố được đưa ra - không phụ thuộc vào việc bên được ủy quyền có chấp nhận hay không.

Ngay cả trong trường hợp văn bản được ký bởi cả hai bên, Tòa án vẫn nhấn mạnh rằng **bản chất pháp lý của Thư ủy quyền không thay đổi**: Đó vẫn là một hành vi đơn phương. Việc có chữ ký của bên được ủy quyền chỉ mang tính **xác nhận tiếp nhận**, không làm phát sinh nghĩa vụ tương hỗ như trong một hợp đồng dân sự.

Phán quyết này của Tòa án Nhân dân Tối cao không chỉ giải quyết dứt điểm tranh chấp cụ thể mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc định hình cách hiểu về hành vi pháp lý đơn phương trong bối cảnh giao dịch quốc tế, đặc biệt là các văn bản ủy quyền liên quan đến quyền sở hữu trí tuệ.

Xác nhận hiệu lực: Nhận định của Tòa án Nhân dân Tối cao về giá trị pháp lý của Thư ủy quyền

Trong quá trình tái thẩm, Tòa án Nhân dân Tối cao đã đưa ra những nhận định cụ thể nhằm xác lập rõ hiệu lực và bản chất pháp lý của Thư ủy quyền do Công ty Balizam (Nga) ban hành. Các điểm mấu chốt được Tòa ghi nhận bao gồm:

1. **Chữ ký và con dấu:** Thư ủy quyền chỉ mang chữ ký và con dấu của Công ty Balizam (Nga), qua đó thể hiện rõ đây là một hành vi pháp lý đơn phương, không mang tính thỏa thuận giữa hai bên.
2. **Tiêu đề và nội dung:** Văn bản thể hiện rõ ý chí đơn phương của Công ty Balizam (Nga) trong việc trao quyền cho Công ty Chuanfeng (Trung Quốc) được đăng ký các nhãn hiệu tại Trung Quốc, không kèm theo điều kiện ràng buộc hay cam kết từ phía bên nhận quyền.
3. **Hiệu lực pháp lý:** Việc ủy quyền phát sinh hiệu lực hoàn toàn dựa trên ý chí của bên cấp quyền - tức Công ty Balizam (Nga). Tuy nhiên, nếu có sự thay đổi hoặc thu hồi ủy quyền, bên cấp quyền có nghĩa vụ thông báo cho bên được ủy quyền, nhằm đảm bảo tính minh bạch và tránh gây thiệt hại pháp lý.

Tòa án Nhân dân Tối cao cũng bác bỏ cách hiểu sai lệch của tòa cấp dưới khi xác định Thư ủy quyền là một hợp đồng song phương. Đồng thời, Tòa chấp nhận quan điểm của Công ty Balizam (Nga) về tính chất đơn phương của văn bản, nhưng không đồng tình với hệ quả pháp lý mà phía nguyên đơn đưa ra - đặc biệt là yêu cầu tuyên vô hiệu và chuyển giao nhãn hiệu.

Phán quyết này không chỉ làm rõ nguyên tắc pháp lý về hành vi đơn phương trong giao dịch dân sự, mà còn củng cố tính ổn định và dự đoán được của các văn bản ủy quyền trong môi trường pháp lý quốc tế.

Phán quyết cuối cùng: Khẳng định quyền sở hữu nhãn hiệu thuộc về Balizam Nga

Tòa án Nhân dân Tối cao Trung Quốc đã hủy bỏ toàn bộ các phán quyết trước đó của tòa cấp dưới và tuyên bố rõ ràng: Toàn bộ các đơn đăng ký và quyền sở hữu đối với nhãn hiệu **"Balizam"** tại Trung Quốc thuộc về Công ty Balizam (Nga). Phán quyết này đánh dấu sự kết thúc của một tranh chấp kéo dài, đồng thời thiết lập nguyên tắc pháp lý quan trọng về quyền sở hữu nhãn hiệu trong bối cảnh hợp tác quốc tế.

Bài học thực tiễn cho doanh nghiệp Việt Nam

Vụ [tranh chấp nhãn hiệu](#) “Balizam” là minh chứng rõ nét cho sự phức tạp và rủi ro tiềm ẩn trong các mối quan hệ hợp tác xuyên biên giới. Công ty Chuanfeng đã đầu tư hơn 50 triệu Nhân dân tệ vào việc phát triển thương hiệu, xây dựng hệ thống phân phối và quảng bá sản phẩm tại Trung Quốc. Họ cũng nhận được Thư ủy quyền hợp lệ từ phía Russia Barizam, tạo cơ sở pháp lý cho việc đăng ký nhãn hiệu tại Trung Quốc. Trong suốt quá trình tố tụng, các tòa án cấp dưới đều công nhận tính hợp pháp của việc đăng ký này.

Tuy nhiên, Tòa án Nhân dân Tối cao đã đảo ngược toàn bộ phán quyết trước đó, tuyên rằng quyền sở hữu nhãn hiệu thuộc về Công ty Balizam (Nga). Lý do cốt lõi nằm ở bản chất pháp lý của Thư ủy quyền: Dù là hành vi đơn phương, nhưng quyền sở hữu nhãn hiệu vẫn thuộc về bên cấp quyền, và việc đăng ký không đồng nghĩa với việc chuyển giao quyền sở hữu. Tòa án tối cao đã đặt trọng tâm vào nguyên tắc bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ gốc, đặc biệt trong bối cảnh có dấu hiệu đầu cơ hoặc chiếm đoạt nhãn hiệu sau khi quan hệ hợp tác chấm dứt.

Vụ việc này, dù xảy ra tại Trung Quốc, nhưng là lời cảnh tỉnh mạnh mẽ cho các doanh nghiệp Việt Nam, khi tham gia hợp tác với đối tác nước ngoài để phát triển thương hiệu:

- **Không chỉ dựa vào văn bản ủy quyền:** Văn bản ủy quyền, dù có hiệu lực pháp lý, không thể thay thế cho một Hợp đồng toàn diện về quyền sở hữu trí tuệ. Doanh nghiệp cần đảm bảo rằng quyền sở hữu, quyền sử dụng, quyền chuyển nhượng và các điều khoản hậu hợp tác được quy định rõ ràng trong Hợp đồng.
- **Xây dựng Hợp đồng chặt chẽ, song ngữ, có giá trị pháp lý quốc tế:** Các điều khoản cần được soạn thảo cẩn trọng, có sự tham gia của chuyên gia pháp lý, và đảm bảo tính thống nhất giữa các phiên bản ngôn ngữ để tránh tranh chấp về cách hiểu.
- **Lường trước rủi ro khi quan hệ hợp tác chấm dứt:** Doanh nghiệp cần có phương án pháp lý rõ ràng cho việc xử lý tài sản trí tuệ, đặc biệt là nhãn hiệu, khi đối tác tái cấu trúc, thay đổi chiến lược hoặc chấm dứt hợp tác.

Trong thời đại toàn cầu hóa, việc phát triển thương hiệu thông qua hợp tác quốc tế là xu hướng tất yếu. Tuy nhiên, để tránh những “cái giá đắt” như vụ Balizam, doanh nghiệp Việt Nam cần trang bị đầy đủ kiến thức pháp lý, xây dựng nền tảng hợp tác vững chắc và luôn đặt quyền sở hữu trí tuệ vào vị trí trung tâm trong mọi thỏa thuận. Đây không chỉ là bài học pháp lý, mà là chiến lược sống còn trong hành trình vươn ra thế giới.

Ngô Thu Hương | Partner
Đỗ Văn Sự | 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