

“Dùng Ý Xấu”, “Xung Đột Quyền” Và “Lạm Dụng Thủ Tục Bảo hộ SHTT” Tại Việt Nam: Những Bài Học Giá Trị Nào Từ Vụ Tranh Chấp Nhãn Hiệu “Foellie”?

Ngày 15/9/2025, Cục SHTT đã ban hành Quyết định số 205432/QĐ-SHTT hủy bỏ hiệu lực Giấy chứng nhận Đăng ký Nhãn hiệu (GCN ĐKNH) số 525787 - “FOELLIE” - đứng tên Lưu Ngọc Anh, khép lại 4 năm tranh chấp, chấm dứt chuỗi hành vi lạm dụng quyền SHTT. Với Công ty Laorganic (Hàn Quốc) -

chủ sở hữu đích thực của nhãn hiệu “*Foellie*” (“Foellie”), Quyết định này không đơn thuần là phân định thắng - thua, không chỉ **trả lại cái tên cho họ với tư cách là chủ sở hữu đích thực**, mà **khôi phục toàn bộ mạch chảy thương mại** đã bị bóp nghẹt bởi hành vi lạm dụng quyền SHTT một cách phi đạo đức để triệt hạ kênh phân phối chính hãng, khiến cho tài khoản bán hàng bị đồng loạt gỡ trên các sàn TMĐT, doanh số lao dốc, các nhà phân phối tại Việt Nam liên tục bị cơ quan thực thi triệu tập làm việc.

KENFOX IP & Law Office đã đồng hành cùng Công ty Laorganic (Hàn Quốc) trong toàn bộ tiến trình xử lý vụ việc. Bài viết này sẽ giúp các doanh nghiệp tại Việt Nam hiểu rõ hơn (i) vì sao nguyên tắc “first-to-file” không thể che giấu hành vi x; (ii) cách pháp luật Việt Nam xử lý xung đột giữa nhãn hiệu và quyền tác giả; và (iii) ranh giới hợp pháp giữa thực thi quyền và lạm dụng thủ tục, cũng như hệ quả pháp lý đối với hành vi vượt quá giới hạn bảo hộ.

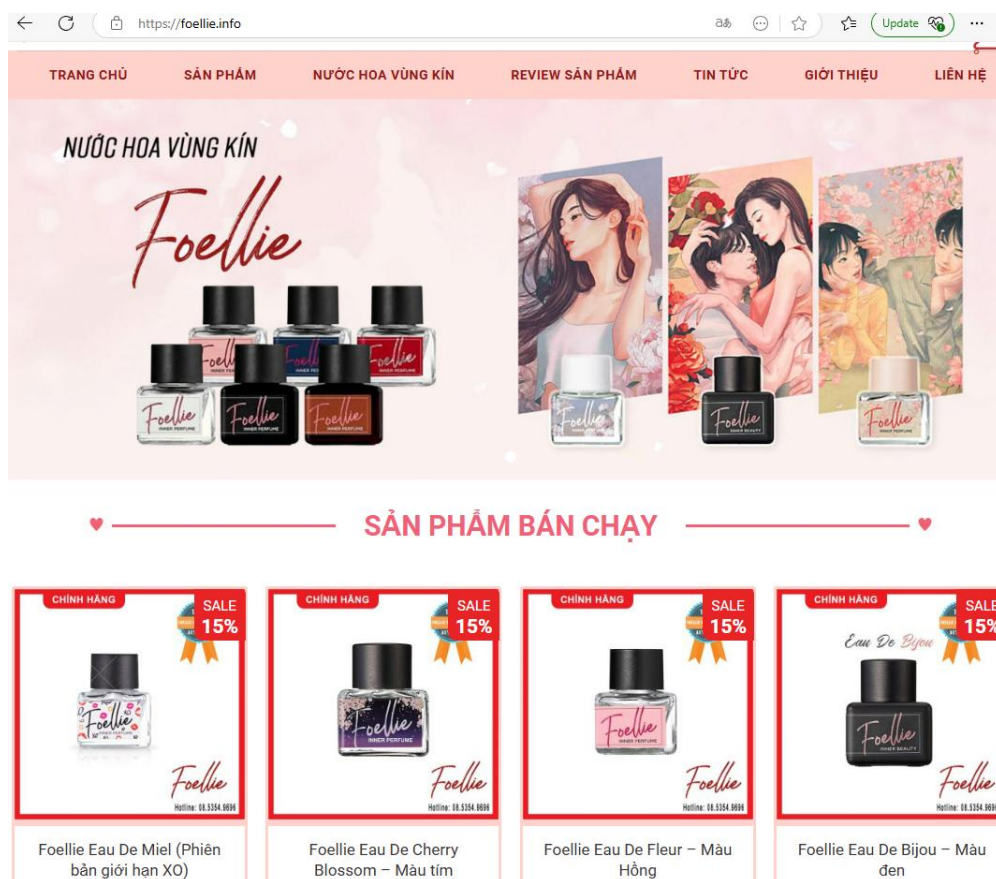
Bối Cảnh

Năm 2022, Công ty Laorganic (Hàn Quốc) – chủ sở hữu hợp pháp và duy nhất của nhãn hiệu “Foellie” - phát hiện một loạt sản phẩm mỹ phẩm và nước hoa vùng kín mang nhãn hiệu “FOELLIE” đang được quảng bá và phân phối trái phép trên các nền tảng thương mại điện tử tại Việt Nam. Đáng chú ý, các sản phẩm này được phát hành bởi Công ty TNHH Dược phẩm La Pharma (“**Công ty La Pharma**”) - một pháp nhân không hề có bất kỳ thỏa thuận phân phối chính thức nào với Laorganic.

Điều tra pháp lý do KENFOX IP & Law Office thực hiện đã làm sáng tỏ một chuỗi hành vi có dấu hiệu xâm phạm nghiêm trọng quyền sở hữu trí tuệ. Theo đó, **Lưu Ngọc Anh** - Giám đốc Công ty La Pharma - không chỉ là người trực tiếp điều hành hoạt động phân phối trái phép, mà còn là cá nhân đã nộp đơn đăng ký nhãn hiệu “FOELLIE” tại Việt Nam từ năm 2020.

Trên website <https://foellie.info>, do Lưu Ngọc Anh kiểm soát, các nội dung quảng bá được trình bày như

thể La Pharma là nhà phân phối chính thức của “*Foellie*” tại Việt Nam. Thậm chí, phần “Giới thiệu về thương hiệu Foellie” còn khẳng định: “Foellie Inner Perfume là thương hiệu nước hoa cao cấp hàng đầu tại **Hàn Quốc**... được xuất khẩu đến nhiều quốc gia... bao gồm cả Việt Nam”, tạo ra sự nhầm lẫn nghiêm trọng về nguồn gốc và quyền phân phối.



Trước hành vi sử dụng trái phép logo “Foellie” - là tác phẩm mỹ thuật ứng dụng đã được Công ty Laorganic (Hàn Quốc) đăng ký bản quyền tại Việt Nam - KENFOX IP & Law Office đã tiến hành thủ tục giám định tại Trung tâm Giám định quyền tác giả và quyền liên quan (ECCR). Kết luận giám định của ECCR xác nhận rõ ràng: **việc sử dụng logo “Foellie” trên các sản phẩm của Công ty La Pharma là hành vi sao chép trắng trợn, cấu thành xâm phạm quyền tác giả theo quy định pháp luật Việt Nam.**

Tháng 9/2023, KENFOX IP & Law Office đã gửi Đơn yêu cầu xử lý vi phạm đến Cơ quan Quản lý Thị trường số 1. Tuy nhiên, do Công ty La Pharma hoạt động chủ yếu qua hình thức bán hàng trực tuyến và không lưu trữ hàng hóa tại địa chỉ đăng ký, cơ quan chức năng không thể thu thập được vật chứng vi phạm.

Bước ngoặt pháp lý xảy ra vào tháng 11/2024, khi Trung tâm Thẩm định Nhãn hiệu thuộc Cục SHTT ra thông báo bác bỏ đơn phản đối của Công ty Laorganic (Hàn Quốc), mở đường cho việc cấp GCN ĐKNH số 525787 cho Lưu Ngọc Anh vào tháng 01/2025.

Chuỗi động thái “trả đũa” và lạm dụng thủ tục SHTT

Ngay sau khi được cấp văn bằng, Lưu Ngọc Anh đã phát động một chiến dịch pháp lý mang tính trả đũa và lạm dụng thủ tục bảo vệ quyền SHTT, mục tiêu là tạo sức ép tối đa lên Laorganic (Hàn Quốc) và mạng lưới phân phối hợp pháp tại Việt Nam.

- **Thư Khuyến Cáo mang tính đe dọa:** Các nhà phân phối chính hãng của Laorganic (Hàn Quốc) liên tiếp nhận được Thư Khuyến Cáo từ Lưu Ngọc Anh, với nội dung cảnh báo về hậu quả pháp lý nếu tiếp tục kinh doanh sản phẩm “Foellie”.
- **Đánh chặn truyền thông - yêu cầu gỡ quảng cáo trên nền tảng:** Báo cáo gửi YouTube đề nghị gỡ các nội dung KOL/creator về “Foellie”, tạo khoảng trống thông tin, bóp méo nhận thức người tiêu dùng, khiến thị phần truyền thông của Laorganic bị tê liệt.
- **Siết kênh bán - yêu cầu hạ tài khoản trên TikTok, Shopee, Lazada:** Đơn phương yêu cầu các sàn gỡ bỏ tài khoản đã vận hành gần một thập kỷ, qua đó cắt đứt hạ tầng thương mại số của hệ thống phân phối: mất kênh giao tiếp - xử lý đơn - chăm sóc khách hàng, đẩy người mua sang nguồn hàng không chính thống.

- **Kích hoạt cơ quan quản lý - khiếu nại hành chính có chủ đích:** Nộp Đơn Yêu Cầu đến Cục [Thương mại điện tử](#) và Kinh tế số, kéo theo Thông báo số 892/TMĐT-QL gửi Chi cục QLTT TP.HCM, nhằm huy động công cụ công quyền để hợp thức hóa sức ép và gây gián đoạn hoạt động kinh doanh của đối thủ.
- **Chiếm dụng nhận diện - dựng kênh “chính chủ” giả định:** Để chiếm đoạt lợi thế thương mại và gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng, Lưu Ngọc Anh đã tự đăng ký kênh TikTok và tài khoản Shopee/Lazada dưới danh nghĩa của mình, sau đó, ngang nhiên sử dụng logo “Foellie”, và toàn bộ hệ nhận diện của Laorganic (Hàn Quốc), quảng bá như kênh chính thức, tạo nguy cơ nhầm lẫn nghiêm trọng về nguồn gốc thương mại.
- **Leo thang đàm phán - đồng ý “bán” nhãn hiệu với giá cắt cổ:** Trước sức ép pháp lý và áp lực tâm lý quá lớn (*tài khoản bán hàng bị gỡ bỏ hàng loạt, hoạt động kinh doanh bị đình trệ, và các đại diện bán hàng liên tục bị triệu tập làm việc bởi cơ quan QLTT*), Laorganic (Hàn Quốc) đã buộc phải ngồi vào bàn đàm phán với hy vọng thuyết phục bên kia bán lại nhãn hiệu đã đăng ký “FOELLIE”. Tuy nhiên, lợi dụng thế bất cân xứng do chính mình tạo ra và thế yếu của Công ty Laorganic, Lưu Ngọc Anh đưa ra đề nghị chuyển nhượng nhãn hiệu với mức giá phi lý, nhằm tận dụng thế bất cân xứng do chính mình tạo ra. Vòng đàm phán thứ nhất đổ vỡ; Ngay sau đó, để gia tăng áp lực, phía Lưu Ngọc Anh leo thang các động thái pháp lý nêu trên, hòng buộc đối thủ phải quay lại bàn thương lượng lần thứ hai.

Tất cả các hành động trả đũa nêu trên của Lưu Ngọc Anh diễn ra trong bối cảnh sau khi bị Đội Quản lý Thị trường Hà Nội tiến hành kiểm tra đột xuất, bị triệu tập để làm việc về vấn đề xâm phạm quyền tác giả khi sử dụng logo “Foellie” theo yêu cầu của Laorganic (Hàn Quốc); biết rõ mình không phải là chủ sở hữu thực sự của nhãn hiệu, và nhãn hiệu này đang bị Cục SHTT [xem xét hủy bỏ hiệu lực](#). Đây không phải là bảo vệ quyền một cách thiện chí, mà là khai thác thủ tục để gây nhầm lẫn thị trường, lợi dụng cơ chế gỡ nội dung trên nền tảng số và đòn bẫy hành chính nhằm trục lợi từ vị thế ép buộc. Hệ quả là xáo trộn cạnh tranh, xâm hại quyền tác giả/nhận diện của Laorganic, và đe dọa nghiêm trọng tính toàn vẹn của môi trường thương mại số.

Hành động sửa sai từ Tiktok Việt Nam

Sau quá trình khiếu nại kiên trì, cùng với các lập luận pháp lý chặt chẽ của KENFOX IP & Law Office, ngày 25/8/2025 TikTok Việt Nam đã phản hồi chính thức: do “tính chất tranh chấp” của vụ việc, nền tảng tạm dừng mọi biện pháp gỡ bỏ theo yêu cầu trước đó và khôi phục toàn bộ nội dung cùng tài khoản liên quan của hệ thống phân phối của Công ty Laorganic. Quyết định này, được đưa ra sau khi nghiên cứu kỹ Đơn khiếu nại, đánh dấu sự điều chỉnh cần thiết về mặt thủ tục, ghi nhận nguyên tắc đánh giá độc lập giữa quyền nhãn hiệu và quyền tác giả, đồng thời khắc phục hậu quả thực tế khi các tài khoản bán hàng bị treo gần nửa năm. Về mặt pháp lý, đây là tín hiệu tích cực cho thấy nền tảng đã quay về đúng chuẩn mực xử lý tranh chấp SHTT: tôn trọng tính song hành của các chế định, bảo đảm quyền tiếp cận thị trường của chủ thể quyền hợp pháp, và tránh việc lạm dụng cơ chế gỡ nội dung làm công cụ gây sức ép trong kinh doanh.

Quyết định hủy bỏ hiệu lực Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu số 525787 (FOELLIE)

Ngày 15/9/2025, Cục SHTT ban hành quyết định hủy bỏ hiệu lực [Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu](#) số 525787 “FOELLIE” đứng tên Lưu Ngọc Anh, trên các căn cứ pháp lý trọng yếu: Điều 74.2(g), Điều 87.2, và Điều 96. Quyết định này không chỉ chấm dứt hiệu lực pháp lý của văn bằng đã bị lạm dụng làm công cụ gây sức ép thương mại, mà còn tái khẳng định chuẩn mực: quyền đối với nhãn hiệu phải xuất phát từ quyền hợp pháp và sự trung thực trong nộp đơn; mọi đăng ký mang dụng ý xấu đều sẽ bị loại bỏ khỏi hệ thống bảo hộ.

Những điều quan trọng rút ra từ vụ việc

1. Lạm dụng thủ tục thực thi quyền SHTT

Điều 198.5 Luật SHTT đã thiết lập một nguyên tắc quan trọng nhằm ngăn chặn việc sử dụng quyền SHTT như một công cụ gây tổn hại cho người khác: “*Tổ chức, cá nhân lạm dụng thủ tục bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ mà gây thiệt hại cho tổ chức, cá nhân khác thì phải bồi thường*”. Quy định này không chỉ mang tính phòng ngừa mà còn là cơ sở pháp lý để xử lý những hành vi cố ý vượt quá phạm vi bảo vệ quyền, nhằm phục vụ cho mục tiêu cạnh tranh phi đạo đức.

Trong vụ “Foellie”, hành vi của Lưu Ngọc Anh là một minh chứng điển hình cho sự lạm dụng thủ tục pháp lý để thao túng thị trường. Bất chấp việc đã bị xác định xâm phạm quyền tác giả, với kết luận giám

định rõ ràng từ Trung tâm Giám định quyền tác giả, quyền liên quan, cá nhân này vẫn tiến hành đăng ký nhãn hiệu “FOELLIE” với mục đích không phải để bảo vệ quyền lợi chính đáng, mà để trả đũa và gây áp lực lên Laorganic (Hàn Quốc) và hệ thống phân phối chính thức của họ tại Việt Nam.

- **Chiến lược pháp lý mang tính trả đũa, không phải bảo vệ quyền:** Ngay sau khi được cấp văn bằng bảo hộ, Lưu Ngọc Anh đã phát động một loạt hành động pháp lý mang tính đe dọa, nhắm vào các nhà phân phối của Laorganic – những đơn vị đã đầu tư bài bản vào thị trường Việt Nam. Việc sử dụng quyền SHTT như một công cụ tấn công, thay vì bảo vệ lợi ích hợp pháp, đã vượt quá mục tiêu của thủ tục [bảo vệ quyền SHTT](#). Đây là hành vi có chủ đích, được tính toán kỹ lưỡng nhằm chiếm đoạt thành quả đầu tư của doanh nghiệp nước ngoài.
- **Đăng ký không trung thực - Biến nhãn hiệu thành vũ khí pháp lý:** Việc Lưu Ngọc Anh đăng ký nhãn hiệu “FOELLIE” - trong khi biết rõ đây không phải là tài sản trí tuệ của mình - đã biến thủ tục đăng ký thành một vỏ bọc pháp lý cho hành vi chiếm đoạt. Trong bối cảnh Việt Nam áp dụng nguyên tắc “nộp đơn trước” một cách nghiêm ngặt, hành vi đăng ký không trung thực này đã tạo ra một rào cản pháp lý giả tạo, khiến các bên bị hại phải đối mặt với nguy cơ bị xử lý hành chính, bị đình chỉ hoạt động kinh doanh, hoặc bị mất thị phần một cách phi lý.
- **Xu hướng lạm dụng quyền SHTT để triệt tiêu cạnh tranh:** Vụ “Foellie” không chỉ là một tranh chấp thương hiệu đơn thuần, mà là sự cảnh báo về xu hướng lạm dụng quyền SHTT như một công cụ để đàn áp, triệt hạ chủ sở hữu nhãn hiệu đích thực và các nhà phân phối của họ tại Việt Nam. Khi quyền SHTT bị sử dụng sai mục đích - không phải để bảo vệ sáng tạo, mà để triệt tiêu đối thủ - thì chính hệ thống pháp luật trở thành nạn nhân bị thao túng. Nếu không được nhận diện và xử lý nghiêm minh, những hành vi như vậy sẽ làm xói mòn niềm tin vào môi trường đầu tư, đặc biệt là đối với các doanh nghiệp nước ngoài đang hoạt động tại Việt Nam.

2. Nhận thức sai lệch và cách xử lý máy móc của các sàn TMĐT (Shopee, Lazada, TikTok) gây thiệt hại nghiêm trọng

Theo yêu cầu đơn phương của Lưu Ngọc Anh, các sàn Shopee, Lazada, TikTok đã đồng loạt gỡ bỏ và vô hiệu hóa tài khoản của các nhà phân phối chính thức sản phẩm nước hoa vùng kín “Foellie” tại Việt Nam. Hành vi này diễn ra mặc cho Công ty Laorganic (Hàn Quốc) đã nhiều lần cung cấp hồ sơ pháp lý và KENFOX IP & Law Office đã gửi Đơn Khiếu Nại đến các nền tảng nói trên.

- **Nhận thức sai lệch về “nhãn hiệu” và “bản quyền”:** Trong hệ thống pháp luật SHTT, “nhãn hiệu” và “bản quyền” là hai chế định pháp lý khác biệt, điều chỉnh các khía cạnh khác nhau của quyền SHTT. Việc một cá nhân có quyền đối với nhãn hiệu không đồng nghĩa người đó có quyền sử dụng logo hay tác phẩm mỹ thuật ứng dụng được bảo hộ bản quyền tại Việt Nam bởi chủ thể khác (Laorganic). Việc nhầm lẫn giữa hai chế định này không chỉ dẫn đến sai lệch trong việc xác định chủ sở hữu của hai loại quyền đều được pháp luật Việt Nam bảo vệ, mà còn tạo ra nguy cơ nghiêm trọng trong việc xử lý tranh chấp - đặc biệt khi một bên cố tình đăng ký “nhãn hiệu” để chiếm đoạt tác phẩm đã được bảo hộ bản quyền. Do đó, mọi hành vi xử lý yêu cầu gỡ bỏ hoặc xác lập quyền trên nền tảng thương mại điện tử cần được đánh giá cẩn trọng, dựa trên sự phân biệt rạch ròi giữa hai loại quyền này để tránh tiếp tay cho [hành vi xâm phạm](#) quyền SHTT của người khác và cạnh tranh không lành mạnh dưới vỏ bọc pháp lý.
- **Vi phạm chính quy chế của mình:** Các sàn thương mại điện tử như Shopee, Lazada, Tiktok đều tuyên bố công khai và rõ ràng rằng họ “**tôn trọng và bảo vệ mọi quyền Sở hữu trí tuệ**”. Bất chấp nghĩa vụ pháp lý này, các sàn đã không thực hiện tối thiểu nghĩa vụ thẩm định tính hợp pháp của yêu cầu gỡ bỏ và các Đơn Khiếu Nại của KENFOX IP & Law Office trong vụ tranh chấp này trước khi áp dụng biện pháp chế tài với các tài khoản hợp pháp.

Hậu quả nghiêm trọng từ hành vi của Lưu Ngọc Anh và các sàn Shopee, Lazada, Tiktok gây ra cho Công ty Laorganic (Hàn Quốc) và các nhà phân phối của họ tại Việt Nam

Trong vụ việc này, Lưu Ngọc Anh đã biến các sàn thương mại điện tử trở thành công cụ để lợi dụng nhằm thực hiện các hành động trả đũa của mình. Shopee, Lazada và TikTok đã mắc sai lầm nghiêm trọng và gây hậu quả không thể khắc phục khi đồng loạt gỡ bỏ tài khoản bán hàng của các nhà phân phối chính thức sản phẩm “Foellie” tại Việt Nam - theo yêu cầu đơn phương từ Lưu Ngọc Anh.

Trong môi trường kinh doanh số, tài khoản bán hàng trên các sàn thương mại điện tử không đơn thuần là công cụ giao dịch, mà là **hạ tầng thương mại cốt lõi trong môi trường số** để duy trì sự hiện diện thương hiệu, kết nối với khách hàng, triển khai chiến dịch quảng bá và thực hiện các hoạt động hậu mãi. Việc gỡ bỏ tài khoản đồng nghĩa với:

- **Cắt đứt kênh liên lạc trực tiếp với khách hàng**, khiến doanh nghiệp mất khả năng phản hồi, chăm sóc và bảo mồn niềm tin người tiêu dùng.
- **Xóa bỏ toàn bộ tài sản số bao gồm nội dung quảng bá, hình ảnh sản phẩm, đánh giá tích cực**, gây tổn hại nghiêm trọng đến uy tín thương hiệu đã được xây dựng qua thời gian.
- **Đứt gãy chuỗi cung ứng**, khiến các nhà phân phối không thể thực hiện đơn hàng, dẫn đến mất doanh thu và đẩy khách hàng chuyển hướng sang nguồn hàng không chính thống.

Trách nhiệm pháp lý bị bỏ ngỏ: Khi nền tảng số trở thành công cụ tiếp tay cho hành vi xâm phạm quyền SHTT

Mặc dù đã được thông báo và cung cấp đầy đủ các tài liệu chứng minh rằng logo “Foellie” đã được [đăng ký bản quyền](#) bởi Công ty Laorganic (Hàn Quốc), Shopee, Lazada, Tiktok vẫn cho phép Lưu Ngọc Anh lập kênh và sử dụng logo “Foellie”, đồng thời gỡ nội dung/tài khoản của nhà phân phối chính hãng.

Cách xử lý này không chỉ thiếu trách nhiệm, mà còn tạo ra sự thiên lệch trong xử lý tranh chấp, vô hình trung tiếp tay cho hành vi xâm phạm quyền tác giả và cạnh tranh không lành mạnh.

Lẽ ra, khi nhận được Đơn Khiếu Nại của Công ty Laorganic, với hệ thống các tài liệu pháp lý đã cung cấp, Shopee, Lazada, Tiktok cần phải tạm dừng biện pháp chế tài (gỡ tài khoản/nội dung) đối với nhà phân phối chính thức cho đến khi xác minh đầy đủ; thẩm định pháp lý tối thiểu để phân định giữa quyền nhãn hiệu và quyền tác giả, xử lý tranh chấp quyền SHTT; khôi phục tài khoản/nội dung khi chưa có căn cứ rõ ràng về hành vi xâm phạm; áp dụng cơ chế kháng nghị nội bộ minh bạch, thời hạn xử lý nhanh, có đầu mỗi pháp lý chịu trách nhiệm.

Lời kết

Quyết định của Cục SHTT hủy bỏ hiệu lực GCN ĐKNH số 525787 đánh dấu chiến thắng toàn diện của Công ty Laorganic trong việc giành lại [thương hiệu](#) của mình, đồng thời gửi đi một thông điệp mạnh mẽ về tính nghiêm minh của pháp luật Việt Nam đối với các hành vi đầu cơ, chiếm đoạt nhãn hiệu.

Quyết định hủy bỏ thể hiện việc thực thi thẩm quyền sửa sai của cơ quan đăng ký: Dù trước đó Đơn phản đối bị bác, Cục SHTT đã đánh giá lại toàn diện hệ thống chứng cứ và hủy bỏ một nhãn hiệu đã được xác lập với động cơ không trung thực. Đây là thông điệp răn đe rõ ràng: nguyên tắc “first-to-file” không che chắn cho hành vi ác ý, và lạm dụng thủ tục để chiếm đoạt lợi thế thị trường sẽ không được dung dưỡng.

Xét trên phương diện đạo đức và trách nhiệm, hành vi của Lưu Ngọc Anh trong vụ “Foellie” là đáng bị lên án nghiêm khắc. Việc cố tình lợi dụng thủ tục pháp lý để chiếm đoạt thương hiệu không chỉ gây tổn thất nghiêm trọng về kinh tế và uy tín cho Công ty Laorganic và hệ thống phân phối của họ, mà còn làm suy giảm niềm tin vào sự công bằng trong môi trường kinh doanh. Chiến thắng pháp lý vừa qua đã khép lại chuỗi ngày bị áp chế vô lý, nhưng không thể tự động xóa bỏ hậu quả mà Laorganic phải gánh chịu. Theo quy định tại Điều 198 Luật SHTT, Laorganic có đầy đủ cơ sở pháp lý để yêu cầu bồi thường thiệt hại do hành vi lạm dụng thủ tục bảo vệ quyền SHTT của Lưu Ngọc Anh.

Vượt lên trên nghĩa vụ pháp lý, một lời xin lỗi **công khai** và **chân thành** là điều tối thiểu mà Lưu Ngọc Anh phải thực hiện để thể hiện trách nhiệm đối với hậu quả mình gây ra. Vụ “Foellie” khép lại với công lý được thực thi - một thắng lợi xứng đáng cho doanh nghiệp chân chính và đội ngũ pháp lý của họ.

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

Đọc thêm:

- Xử lý hiệu quả xung đột giữa nhãn hiệu và bản quyền tại Việt Nam theo Điều 73.7 Luật SHTT như thế nào?
- Bản quyền tại Việt Nam: Cơ chế thực thi và các khuyến nghị hữu ích
- Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu tại Việt Nam có miễn trừ trách nhiệm vi phạm bản quyền?
- Trên Cả Nguyên Tắc “Nộp đơn đầu tiên”: Bản Quyền Đã Thắng Trong Cuộc Chiến Nhãn Hiệu Tại Việt Nam Như Thế Nào?
- Bồi thường gần 5 tỷ đồng do xâm phạm quyền tác giả tại Việt Nam: Những bài học cần rút ra?
- Bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ cho các doanh nghiệp Hàn Quốc tại Việt Nam – chiến lược ứng phó vấn nạn xâm phạm quyền
- Quyền tác giả – vũ khí công hiệu trong ngăn chặn xâm phạm nhãn hiệu và kiểu dáng công nghiệp tại Việt Nam