

Bao bì “tương tự”: Xử lý theo luật cạnh tranh không lành mạnh và quyền tác giả tại Việt Nam như thế nào?

Sự bùng nổ của thị trường hàng tiêu dùng tại Việt Nam đang tạo ra bước ngoặt chiến lược cho các doanh nghiệp trong và ngoài nước. Tuy nhiên, đi kèm với tốc độ tăng trưởng là làn sóng “ăn theo” ngày càng tinh vi. Không ít thương hiệu quốc tế ghi nhận hiện tượng: Chỉ trong thời gian ngắn sau khi sản phẩm lên kệ, các đối thủ đã tung ra bao bì với thiết kế “na ná”, gây nhiễu loạn thị trường. Hành vi sao chép này không chỉ làm xói mòn giá trị thương hiệu gốc mà còn tiềm ẩn nguy cơ đánh lạc hướng người tiêu dùng, dẫn đến sự dịch chuyển doanh số một cách bất công. Trong bối cảnh đó, việc bảo vệ bản sắc thương hiệu trở thành ưu tiên chiến lược.

KENFOX IP & Law Office phân tích việc áp dụng pháp luật về cạnh tranh không lành mạnh và pháp luật quyền tác giả của Việt Nam để xử lý bao bì “tương tự”, điểm qua một số vụ việc thực tế cho các doanh nghiệp kinh doanh tại Việt Nam.

Vì sao bao bì quan trọng – và vì sao dễ bị sao chép

Bao bì sản phẩm không chỉ là yếu tố trang trí mà còn là dấu hiệu chỉ dẫn nguồn gốc thương mại của hàng hóa. Khi một doanh nghiệp uy tín giới thiệu bao bì mới, hàng hóa bắt chước thường xuất hiện gần như ngay lập tức. Động cơ của đối thủ là trục lợi bất chính; hơn nữa, khi đơn đăng ký nhãn hiệu hoặc kiểu dáng công nghiệp còn trong giai đoạn thẩm định, các cơ quan thực thi tại Việt Nam thường thận trọng, chưa áp dụng biện pháp mạnh. Sự dễ dàng trong việc sao chép, cùng với quy trình đăng ký có thể kéo dài, dẫn đến tình trạng hàng hóa “mô phỏng/sao chép tổng thể diện mạo thương mại”.

(emulate/imitate the overall trade dress) tràn vào thị trường trước khi các quyền được bảo hộ chính thức. Vì vậy, các doanh nghiệp Trung Quốc thâm nhập thị trường Việt Nam - đặc biệt trong các lĩnh vực hàng tiêu dùng nhanh (FMCG), mỹ phẩm và thực phẩm chức năng - cần hoạch định bảo hộ “diện mạo thương mại” (trade dress) của bao bì ngay từ đầu. Không triển khai biện pháp bảo hộ kịp thời sẽ tạo điều kiện cho hành vi cạnh tranh không lành mạnh, làm suy yếu hiệu quả đầu tư và khiến việc thực thi sau này trở nên khó khăn hơn.

Chế định pháp luật bảo hộ bao bì sản phẩm và diện mạo thương mại

Bao bì sản phẩm có thể được bảo hộ trong các **chế định pháp luật** của Việt Nam: Quyền tác giả (tác phẩm mỹ thuật ứng dụng), **Sở hữu Công nghiệp** (nhãn hiệu, kiểu dáng công nghiệp) và **cạnh tranh không lành mạnh**. Hiểu rõ sự tương tác/đan xen giữa các cơ chế này giúp các doanh nghiệp xây dựng chiến lược thực thi hiệu quả.

Pháp luật về Cạnh tranh không lành mạnh (Điều 130 Luật SHTT)

Luật Sở hữu trí tuệ (SHTT) của Việt Nam quy định phạm vi “**cạnh tranh không lành mạnh**” trong lĩnh vực SHTT theo hướng hẹp. Điều 130 của Luật SHTT năm 2005 (đã được sửa đổi, bổ sung) liệt kê các hành vi bị coi là cạnh tranh không lành mạnh. Luật cấm việc sử dụng “**chỉ dẫn thương mại**” gây nhầm lẫn về chủ thể kinh doanh hoặc nguồn gốc thương mại của hàng hóa, cũng như gây nhầm lẫn về xuất xứ hoặc đặc điểm của hàng hóa. “**Chỉ dẫn thương mại**” bao gồm nhãn hiệu, tên thương mại, biểu tượng kinh doanh, khẩu hiệu kinh doanh, chỉ dẫn địa lý, thiết kế bao bì và thiết kế nhãn hàng hóa. Luật đồng thời làm rõ phạm vi hành vi bị cấm, bao gồm gắn các chỉ dẫn này trên hàng hóa hoặc bao bì, quảng cáo, chào bán/bán hoặc nhập khẩu hàng hóa mang các chỉ dẫn đó.

Để thắng kiện về hành vi “cạnh tranh không lành mạnh”, chủ thể quyền phải chứng minh: **(a)** đã sử dụng trước bao bì sản phẩm; **(b)** bao bì sản phẩm đã được sử dụng rộng rãi, ổn định và được người tiêu dùng biết đến; và **(c)** việc sao chép của đối thủ cạnh tranh có khả năng gây nhầm lẫn cho khách hàng về nguồn gốc thương mại của hàng hóa. Đáng lưu ý, cơ quan có thẩm quyền của Việt Nam yêu cầu xuất trình bằng chứng về việc “**sử dụng rộng rãi**” theo Thông tư số 11/2015/TT-BKHCN (Điều 19.1(d)), bao gồm: *chiến dịch quảng cáo, doanh số bán hàng, mạng lưới phân phối, các bài viết/đưa tin trên phương tiện truyền thông, khảo sát người tiêu dùng, v.v.* - về bản chất là chứng cứ chứng minh rằng, thiết kế bao bì đã xây dựng được uy tín tại Việt Nam. Trên thực tế, đây có thể là gánh nặng đáng kể đối với doanh nghiệp mới gia nhập thị trường, vì pháp luật hầu như không đưa ra hướng dẫn cụ thể về ngưỡng số lượng bán ra

hoặc mức độ truyền thông được coi là đủ. Gánh nặng chứng minh này khiến việc khởi sự các biện pháp xử lý cạnh tranh không lành mạnh trở nên khó khăn đối với sản phẩm mới, nhưng sẽ trở thành công cụ mạnh khi nhãn hiệu/bao bì đã thiết lập được vị thế thị trường.

Ví dụ thực tiễn - Thuốc giảm đau châu Âu

Một công ty dược phẩm châu Âu phát hiện tại Việt Nam có sản phẩm thuốc mang tên gọi và màu sắc chủ đạo của bao bì tương tự. Yêu cầu xử lý [xâm phạm nhãn hiệu](#) không thành công do doanh nghiệp Việt Nam đã đăng ký một tên gọi tương tự. Do đó, Công ty châu Âu chuyển sang cơ chế cạnh tranh không lành mạnh. Bằng việc chứng minh bao bì của mình được sử dụng rộng rãi, được biết đến và lựa chọn Thanh tra Bộ Khoa học và Công nghệ làm cơ quan thực thi, công ty đã đạt được kết quả xử lý mong muốn. Trong vòng ba tháng, cơ quan chức năng buộc tiêu hủy hơn 100.000 sản phẩm vi phạm và 400 kg màng nhôm bao bì. Trường hợp này cho thấy biện pháp xử lý hành chính có thể hiệu quả khi bao bì đã tạo lập uy tín/thiện chí (goodwill) trên thị trường.

Pháp luật quyền tác giả - công cụ nhanh nhưng có giới hạn

Ngoài cơ chế về cạnh tranh không lành mạnh, pháp luật quyền tác giả của Việt Nam có thể bảo hộ bao bì sản phẩm nếu bao bì đáp ứng tiêu chí của “**tác phẩm mỹ thuật ứng dụng**”. Việt Nam công nhận “tác phẩm mỹ thuật ứng dụng” là đối tượng được bảo hộ quyền tác giả. Theo đó, các thiết kế bao bì thể hiện tính nguyên gốc về màu sắc, họa tiết hoặc đồ họa có thể được đăng ký với tư cách là “tác phẩm mỹ thuật ứng dụng”. Ngưỡng sáng tạo được yêu cầu là ở mức khiêm tốn: Thiết kế bao bì sẽ được bảo hộ miễn là “không dễ dàng được tạo ra bởi người có hiểu biết trung bình trong lĩnh vực tương ứng”, tức là không thông thường hoặc thuần túy chức năng.

Việc đăng ký chi phí thấp, thủ tục nhanh; Giấy chứng nhận [Đăng ký Quyền tác giả](#) có thể được cấp trong khoảng 2-2.5 tháng. Việc nắm giữ Giấy chứng nhận mang lại một số lợi thế:

- **Gánh nặng chứng minh:** Giấy chứng nhận Đăng ký Quyền tác giả tạo ra giá trị chứng cứ ban đầu về quyền sở hữu; chủ thể quyền không cần chứng minh quá trình sáng tạo.
- **Căn cứ yêu cầu giám định xâm phạm:** Giấy chứng nhận Đăng ký Quyền tác giả là điều kiện tiên quyết để yêu cầu Kết luận Giám định từ Trung tâm Giám định Quyền tác giả, Quyền liên quan (ECCR). Kết luận giám định này có thể hỗ trợ xử lý hành chính hoặc khởi kiện dân sự. Giấy chứng nhận do các quốc gia thành viên Công ước Berne cấp cũng được thừa nhận cho mục đích giám định.
- **Cơ sở pháp lý cho thực thi:** Cơ quan có thẩm quyền tại Việt Nam thường tỏ ra thận trọng khi xem xét hành vi bị cho là xâm phạm quyền tác giả trong trường hợp chủ thể quyền không xuất trình **Giấy chứng nhận đăng ký quyền tác giả**. Vì vậy, mặc dù đăng ký **không phải** điều kiện bắt buộc để phát sinh bảo hộ, việc đăng ký **rất nên thực hiện** nhằm củng cố căn cứ pháp lý và giá trị chứng minh. Khi thiết kế bao bì được bảo hộ quyền tác giả, mọi hành vi sao chép hoặc tái tạo trái phép có thể cấu thành xâm phạm theo **Điều 28 Luật SHTT**. Chẳng hạn, việc in ấn bao bì cạnh tranh sử dụng về cơ bản cùng bố cục, đồ họa hoặc phần chữ mà không có sự cho phép của chủ sở hữu là xâm phạm **quyền sao chép** và **quyền phân phối**. Chủ sở hữu có thể yêu cầu **biện pháp dân sự** (buộc chấm dứt hành vi, áp dụng biện pháp khẩn cấp tạm thời, bồi thường thiệt hại, tiêu hủy hàng hóa vi phạm) và áp dụng **xử phạt hành chính** tương tự như trong lĩnh vực sở hữu công nghiệp. Trường hợp nghiêm trọng có thể bị truy cứu **trách nhiệm hình sự** theo các **Điều 225–228 Bộ luật Hình sự**.
- **Ngăn chặn chiếm đoạt:** Đăng ký quyền tác giả sớm giúp ngăn ngừa bên thứ ba đăng ký “trùng/tương tự” bao bì như quyền tác giả của họ nhằm cản trở thực thi.

Tuy nhiên, quyền tác giả chỉ bảo hộ hình thức thể hiện cụ thể của thiết kế, các hình khối, màu sắc và bố cục được thể hiện. Quyền tác giả không bảo hộ chức năng chỉ dẫn nguồn gốc thương mại của bao bì. Nếu đối thủ thực hiện điều chỉnh nhỏ để né tránh sao chép nhưng vẫn gây nhầm lẫn trên thị trường, hành vi đó có thể không xâm phạm quyền tác giả nhưng vẫn cấu thành cạnh tranh không lành mạnh. Do đó, đăng ký quyền tác giả nên được coi là bổ trợ, không thay thế cho đăng ký nhãn hiệu hoặc đăng ký kiểu dáng công nghiệp.

Đăng ký nhãn hiệu và kiểu dáng công nghiệp

Việc đăng ký bao bì (hoặc các yếu tố chủ đạo của bao bì) dưới dạng nhãn hiệu trao cho chủ sở hữu quyền độc quyền ngăn cấm bên khác sử dụng dấu hiệu tương tự cho [hàng hóa/dịch vụ](#) trùng hoặc tương tự. Bao bì thực hiện chức năng chỉ dẫn nguồn gốc thương mại cần được đăng ký nhãn hiệu; quyền tác giả tự thân không bảo hộ chức năng này. Ngược lại, đăng ký kiểu dáng công nghiệp bảo hộ hình thức thể hiện bên ngoài của sản phẩm (hình khối, đường nét, màu sắc) với điều kiện có tính mới và khả năng áp dụng công nghiệp.

Đăng ký mang lại cơ chế bảo hộ mạnh, nhưng tại Việt Nam thời gian thẩm định kéo dài. Việc đăng ký nhãn hiệu thường mất 16–18 tháng hoặc lâu hơn; trong giai đoạn này, đối thủ có thể đưa ra bao bì trùng/tương tự. Đăng ký kiểu dáng công nghiệp cũng mất khoảng 8–10 tháng. Dù có độ trễ, việc hoàn tất đăng ký bảo hộ vẫn rất cần thiết, vì đây là cơ sở pháp lý vững chắc nhất cho hoạt động thực thi sau khi được cấp văn bằng.

Chiến lược thực thi đối với bao bì “tương tự/nhái”

[1] Xây dựng danh mục quyền mạnh trước khi thâm nhập thị trường

Nộp đơn sớm và rộng. Doanh nghiệp kinh doanh tại Việt Nam không nên chỉ dựa vào nhãn hiệu. Trước khi tung sản phẩm ra thị trường, cần:

- Đăng ký tên sản phẩm và các yếu tố nhận diện nổi bật của bao bì dưới dạng **nhãn hiệu** và, khi phù hợp, dưới dạng **kiểu dáng công nghiệp**. Cách làm này tạo lập quyền độc quyền đối với diện mạo thương mại (trade dress) ngay khi văn bằng được cấp.
- Đăng ký bao bì sản phẩm [dưới dạng quyền tác giả](#) (**tác phẩm mỹ thuật ứng dụng**). Chi phí thấp và thời gian cấp nhanh giúp xác lập chứng cứ sở hữu gần như ngay lập tức và tạo thuận lợi cho hoạt động thực thi.
- Cân nhắc đăng ký các biến thể thiết kế (ví dụ: phương án phối màu khác) để bao quát những điều chỉnh nhỏ do bên bắt chước thực hiện.

Việc sở hữu nhiều lớp quyền tạo nên hệ phòng thủ nhiều tầng: Quyền tác giả để phản ứng nhanh, kiểu dáng công nghiệp để bảo hộ phạm vi thiết kế rộng, và nhãn hiệu để bảo vệ chức năng chỉ dẫn nguồn gốc thương mại.

[2] Lưu giữ bằng chứng về tính nguyên gốc và quá trình sử dụng

Để thành công trong các khiếu nại về cạnh tranh không lành mạnh (*unfair competition claims*), các công ty phải chứng minh rằng bao bì của họ đóng vai trò là chỉ dẫn thương mại (*commercial indication*) và đã được sử dụng rộng rãi và ổn định (*widely and stably used*). Do đó, các doanh nghiệp cần:

- **Lưu giữ tài liệu tạo lập:** Giữ lại bản phác thảo, bản nháp, thư từ trao đổi với nhà thiết kế và các hồ sơ có ghi ngày tháng chứng minh quy trình sáng tạo.
- **Ghi nhận việc sử dụng:** Lưu trữ các chiến dịch tiếp thị, hóa đơn, thỏa thuận phân phối và thông tin báo chí. Bằng chứng cho thấy bao bì đã có mặt trên thị trường Việt Nam trước khi hàng nhái/sản phẩm tương tự (*the copycat/look alikes*) xuất hiện là rất quan trọng.
- **Giám sát thị trường:** Hợp tác với các nhà phân phối và người tiêu dùng tại địa phương để báo cáo về các sản phẩm tương tự/hàng nhái (*alikes*). Phát hiện sớm cho phép thực thi quyền nhanh chóng hơn.

[3] Sử dụng quyền tác giả để phản ứng nhanh khi đối thủ cạnh tranh sao chép trực diện

Khi đối thủ cạnh tranh **sao chép thiết kế bao bì một cách đáng kể**, quyền tác giả là một **công cụ mạnh mẽ**. Chủ sở hữu quyền có thể nộp Giấy chứng nhận Đăng ký Quyền tác giả và yêu cầu **Trung tâm Giám định Quyền tác giả, Quyền liên quan (ECCR) giám định hành vi xâm phạm**. Nếu Kết luận Giám định xác nhận có hành vi sao chép, cơ quan thực thi tại Việt Nam có thể tạm giữ/thu giữ hàng hóa vi phạm và xử phạt hành chính. Nhiều chủ thể quyền đã thành công theo lộ trình này nhờ tốc độ và hiệu quả. Ngay cả lực lượng Quản lý thị trường địa phương cũng sẵn sàng xử lý vụ việc [xâm phạm quyền tác giả](#) khi có kèm theo kết luận giám định của ECCR.

Doanh nghiệp cần lưu ý khả năng chủ động trong thực thi quyền tác giả: Nếu đối thủ đăng ký quyền tác giả cho bao bì của bạn, bạn có thể yêu cầu hủy bỏ hiệu lực dựa trên căn cứ sáng tạo trước. Tuy nhiên, do thủ tục đăng ký quyền tác giả chủ yếu dựa vào tuyên bố của người nộp đơn, giải pháp tốt hơn hết là nộp đơn sớm để ngăn chặn hành vi lạm dụng này.

[4] Vận dụng cơ chế cạnh tranh không lành mạnh khi đối thủ gây nhầm lẫn thay vì sao chép trực diện

Các bên “ăn theo” thường chỉnh sửa một vài chi tiết để né tránh trách nhiệm xâm phạm quyền tác giả nhưng vẫn giữ **ấn tượng tổng thể** tương tự. Đây là phạm vi áp dụng của **pháp luật về cạnh tranh không lành mạnh**. Chủ thể quyền có thể kiến nghị Thanh tra Bộ Khoa học và Công nghệ (MOST) hoặc cơ quan có thẩm quyền khác xử lý vụ việc. Để nâng cao khả năng thành công, doanh nghiệp nên:

- Lựa chọn cơ quan thực thi có kinh nghiệm trong các vụ việc cạnh tranh không lành mạnh (ví dụ: Thanh tra Bộ KH&CN). Trong vụ được phẩm châu Âu, việc lựa chọn cơ quan này đã góp phần mang lại kết quả nhanh chóng.
- Đưa ra bằng chứng cho thấy bao bì đã **có được uy tín/thiện chí thương mại** và thiết kế của đối thủ cạnh tranh gây nhầm lẫn cho người tiêu dùng.
- **Đề nghị Cục Sở hữu trí tuệ** cung cấp **ý kiến chuyên môn** về **khả năng gây nhầm lẫn**; dù không có tính ràng buộc, các ý kiến này thường tác động đáng kể đến quyết định của cơ quan thực thi.
- **Chuẩn bị cho quy trình kéo dài hơn**; vụ việc cạnh tranh không lành mạnh đòi hỏi chứng minh mức độ nhận biết của người tiêu dùng và có thể kéo dài trong vài tháng.

[5] Cảnh nhắc khởi kiện dân sự và áp dụng chế tài hình sự trong các trường hợp nghiêm trọng

Nếu hành vi vi phạm gây thiệt hại đáng kể hoặc có dấu hiệu làm giả có chủ ý, có thể khởi kiện dân sự để yêu cầu bồi thường thiệt hại hoặc truy cứu trách nhiệm hình sự theo Nghị định 99/2013/NĐ-CP (và các văn bản sửa đổi, bổ sung). Chẳng hạn, hành vi làm giả nhãn hiệu đã đăng ký - bao gồm cả bao bì - có thể bị phạt tiền đến 500.000.000 VND (khoảng 20.000 USD) và đình chỉ hoạt động sản xuất đến 03 tháng.

Trong **vụ Bia Sài Gòn**, một cựu nhân viên đã tạo bao bì “Bia Saigon Vietnam” và đặt hàng sản xuất trước khi nhãn hiệu được đăng ký. Sau điều tra, cơ quan có thẩm quyền **từ chối đơn đăng ký nhãn hiệu** của người này, khởi tố công ty và tòa án phạt 3,7 tỷ VND. Vụ việc cho thấy tác dụng răn đe của chế tài hình sự và nhu cầu phải có cơ chế kiểm soát nội bộ chặt chẽ nhằm ngăn chặn nguy cơ chiếm đoạt tài sản thương hiệu từ nội bộ doanh nghiệp.

Các vụ việc thực tiễn và bài học kinh nghiệm

Vụ việc	Sự kiện chính	Bài học
European pain-relief drug case (2015)	Một loại thuốc Việt Nam đã sử dụng màu sắc và thiết kế bao bì tương tự với một loại thuốc giảm đau nổi tiếng của Châu Âu. Khiếu nại xâm phạm nhãn hiệu đã thất bại vì đối thủ cạnh tranh trong nước đã đăng ký nhãn hiệu riêng của họ; Chủ sở hữu quyền đã viện dẫn luật cạnh tranh không lành mạnh . Thanh tra Bộ Khoa học và Công nghệ đã ra quyết định có lợi cho chủ sở hữu quyền và tiêu hủy hàng hóa vi phạm .	Ngay cả khi chưa có quyền đã đăng ký , luật cạnh tranh không lành mạnh vẫn có thể ngăn chặn bao bì tương tự/hàng nhái nếu chủ sở hữu quyền chứng minh được bao bì của họ đã được biết đến rộng rãi . Việc lựa chọn cơ quan thực thi và cung cấp bằng là yếu tố quan trọng.

Vụ việc Công ty chăm sóc răng miệng Thâm Quyền kiện đối thủ Quảng Châu (Trung Quốc)	Một công ty Thâm Quyền đã đăng ký thiết kế bao bì kem đánh răng của mình dưới dạng quyền tác giả . Họ đã kiện nhà sản xuất và nhà phân phối Quảng Châu vì sử dụng bao bì tương tự. Tòa án Đông Quân đã phán quyết có xâm phạm quyền tác giả , ra lệnh chấm dứt bán hàng, bồi thường thiệt hại 6 triệu NDT và phạt bị đơn vì cản trở chứng cứ.	Dù xét xử tại Trung Quốc , vụ việc này minh họa cách thức quyền tác giả có thể được sử dụng để bảo hộ bao bì và đạt được mức bồi thường đáng kể. Các tòa án và cơ quan thực thi của Việt Nam có thể tham chiếu các tiền lệ này khi các doanh nghiệp Việt Nam và Trung Quốc kiện tụng các tranh chấp tương tự.
Vụ việc làm giả “Bia Saigon”	Một cựu nhân viên SABECO nộp đơn đăng ký “Saigon Vietnam Beer” và tổ chức sản xuất bia với tên gọi và bao bì tương tự. Cơ quan có thẩm quyền từ chối đăng ký và khởi tố. Tòa án phạt công ty 3,7 tỷ VNĐ.	Đăng ký nhãn hiệu sớm và giám sát nội bộ chặt chẽ. Cơ quan chức năng có thể xử phạt nghiêm khắc khi có hành vi làm giả/chiếm đoạt nhãn hiệu và bao bì.

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