

Phản đối nhãn hiệu “7 DAYZ” / “7 DAYS PREMIUM MENWEAR, hình”: 5 Bài học trong việc bảo vệ nhãn hiệu tại Việt Nam

Trong quản trị tài sản trí tuệ, việc đối đầu với một nhãn hiệu nộp sau có sự “vay mượn” ý tưởng nhưng được nguy trang bằng các chi tiết cách điệu luôn là một bài toán hóc búa. Vì vậy, việc bảo vệ bản sắc thương hiệu không chỉ dừng lại ở việc đăng ký một cái tên, mà là một cuộc chiến chiến lược để bảo vệ “vùng nhận diện” trong tâm trí khách hàng. Trong bối cảnh đó, việc ngăn chặn thành công đơn đăng ký số 4-2023-36026 cho thấy một nguyên tắc quan trọng: một hồ sơ phản đối hiệu quả phải được xây dựng trên sự kết hợp chặt chẽ giữa phân tích pháp lý về sự tương tự của dấu hiệu, hàng hóa/dịch vụ và đánh giá thực tiễn về cách thương hiệu được nhận diện, ghi nhớ và cạnh tranh trên thị trường.

Bối cảnh

PARKSON PRIVATE LABEL SDN BHD (PARKSON) là công ty con thuộc Tập đoàn Lion (Malaysia), hoạt động trong lĩnh vực phân phối và bán lẻ hàng thời trang, đồng thời cung cấp dịch vụ thiết kế chuyên biệt



Năm 2018, PARKSON nộp đơn đăng ký nhãn hiệu số **4-2018-35908** () , bảo hộ cho hàng hóa và dịch vụ thuộc các Nhóm 03, 14, 20, 25 và 35 - bao gồm sản phẩm liên quan đến may mặc thuộc Nhóm 25 và các dịch vụ bán lẻ, quảng cáo, kinh doanh liên quan thuộc Nhóm 35.

Bên thứ ba là **Dương Thanh Quang** đã nộp đơn đăng ký nhãn hiệu số **4-2023-36026** (



), bao gồm hình ảnh chữ số “7” cách điệu kết hợp với phần chữ “DAYZ” và cụm từ bổ sung “PREMIUM MENWEAR” đặt phía dưới, xin đăng ký cho các hàng hóa và dịch vụ thuộc **Nhóm 25 và 35** bao gồm quần áo, giày dép, mũ, thắt lưng, cà vạt, tất và các dịch vụ xúc tiến bán lẻ, quảng cáo trực tuyến. Việc một dấu hiệu nộp sau xuất hiện trong cùng lĩnh vực kinh doanh, lại bao phủ các hàng hóa và dịch vụ trùng hoặc liên quan chặt chẽ với đơn nộp trước, đã làm phát sinh một xung đột pháp lý rõ rệt: không chỉ về **thời điểm xác lập quyền ưu tiên**, mà còn về **khả năng gây nhầm lẫn trong nhận thức của người tiêu dùng**.

Trước nguy cơ đó, ngày **27/03/2024**, đơn phản đối số **PD4-2024-00266** đã được nộp tới Cục Sở hữu trí tuệ, yêu cầu từ chối bảo hộ đối với đơn số **4-2023-36026**. Lập luận phản đối được xây dựng trên hai căn cứ pháp lý then chốt.

- Thứ nhất, dấu hiệu nộp sau bị cho là tương tự gây nhầm lẫn với nhãn hiệu nộp trước khi xét trên tổng thể cấu trúc, cách phát âm, hình thức thể hiện và phạm vi hàng hóa, dịch vụ mang nhãn hiệu; từ đó, không đáp ứng điều kiện bảo hộ theo quy định của pháp luật sở hữu trí tuệ Việt Nam.
- Thứ hai, nhãn hiệu theo đơn số 4-2018-35908 được nộp từ năm 2018, sớm hơn đáng kể so với đơn số 4-2023-36026 nộp năm 2023; vì vậy, xét theo **nguyên tắc nộp đơn đầu tiên** tại **Điều 90.2 Luật Sở hữu trí tuệ**, dấu hiệu nộp sau không đáp ứng điều kiện bảo hộ do xung đột với quyền ưu tiên phát sinh từ đơn nộp trước.

Kết quả

Ngày 04/3/2026, Cục Sở hữu trí tuệ ban hành Thông báo số 29094/SHTT-NH - chấp nhận phản đối của KENFOX thay mặt PARKSON PRIVATE LABEL SDN BHD và dự định từ chối bảo hộ đơn số 4-2023-36026.

Bài học pháp lý then chốt

Vụ việc này mang lại những nhận định thực tiễn quan trọng cho các chủ sở hữu quyền đang xây dựng và bảo vệ thương hiệu tại Việt Nam.

1. Ngày nộp đơn là lợi thế pháp lý - hãy bảo vệ nó ngay từ đầu:

Tại Việt Nam, hệ thống đăng ký nhãn hiệu vận hành theo nguyên tắc “nộp đơn trước được ưu tiên trước” (*first-to-file*). Một đơn đăng ký nộp trước - dù chưa được cấp văn bằng bảo hộ - đã có thể tạo thành trở ngại pháp lý có hiệu lực đối với nhãn hiệu xung đột nộp sau. Điều này đặt ra yêu cầu: Doanh nghiệp cần nộp đơn đăng ký ngay khi xác định được chiến lược thương hiệu, thay vì chờ đến khi sản phẩm ra thị trường.

2. Chỉnh sửa hình thức không tạo ra sự khác biệt pháp lý đủ lớn:

Việc thêm yếu tố đồ họa cách điệu, thay đổi font chữ hay bổ sung cụm từ mô tả như "premium menswear" sẽ không giúp nhãn hiệu nộm sau thoát khỏi nguy cơ bị từ chối nếu yếu tố nhận diện cốt lõi - phần tạo nên bản sắc thương mại của nhãn hiệu - vẫn được giữ nguyên. Cục SHTT Việt Nam đánh giá sự tương tự dựa trên **ấn tượng tổng thể**, không phải so sánh từng chi tiết riêng lẻ.

3. Phản đối đơn đăng ký là công cụ chủ động, không chỉ là biện pháp phòng thủ:

Can thiệp sớm thông qua thủ tục phản đối giúp ngăn chặn nhãn hiệu có vấn đề được cấp văn bằng bảo hộ - tránh phát sinh các tranh chấp phức tạp và tốn kém hơn về sau. Thủ tục hủy bỏ hiệu lực một văn bằng đã cấp thường khó khăn và mất thời gian hơn nhiều so với phản đối trong giai đoạn thẩm định.

4. Sự trùng lặp về hàng hóa/dịch vụ cần được phân tích cả về pháp lý lẫn thực tiễn thương mại:

Không chỉ so sánh theo phân loại Nice, cơ quan thẩm định còn xem xét mối liên hệ thực tế giữa các hàng hóa và dịch vụ - bao gồm kênh phân phối, nhóm người tiêu dùng và chuỗi cung ứng.

5. Hệ thống giám sát nhãn hiệu là thành phần không thể thiếu trong chiến lược bảo hộ:

Vụ việc này chỉ được xử lý kịp thời vì chủ sở hữu đã phát hiện đơn xung đột trong thời hạn phản đối. Doanh nghiệp cần thiết lập cơ chế theo dõi các đơn đăng ký nhãn hiệu mới một cách thường xuyên - đặc biệt trong các nhóm hàng hóa/dịch vụ liên quan trực tiếp đến lĩnh vực kinh doanh cốt lõi của mình.

By 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