Đăng Ký Nhãn Hiệu Với Dụng Ý Xấu Tại Việt Nam: Luật SHTT 2025 có gì mới?

Hệ thống đăng ký nhãn hiệu theo nguyên tắc nộp đơn đầu tiên (*first-to-file*) của Việt Nam ngày càng bị các đối tượng đầu cơ nhãn hiệu chuyên nghiệp trục lợi. Trên thực tế, một số cá nhân và tổ chức đã nộp đơn đăng ký hàng chục, thậm chí hàng trăm nhãn hiệu có dấu hiệu sao chép, mô phỏng các nhãn hiệu đang được sử dụng bởi các chủ sở hữu nước ngoài, nhà sản xuất quốc tế, chuỗi nhượng quyền, đơn vị kinh doanh trực tuyến hoặc các doanh nghiệp đang chuẩn bị gia nhập thị trường Việt Nam. Mục đích của các đơn đăng ký này thường không nhằm mục đích sử dụng thương mại thực tế, mà là để chờ cơ hội trục lợi.

Sau khi được cấp văn bằng bảo hộ, các nhãn hiệu này không chỉ là rào cản thụ động đối với việc đăng ký của chủ sở hữu đích thực, mà còn trở thành công cụ thương mại chủ động để: Yêu cầu thanh toán chi phí, phong tỏa kênh phân phối, gây áp lực lên đối tác bản địa, khiếu nại trên các sàn thương mại điện tử, hoặc đe dọa thực thi pháp luật đối với chính sản phẩm của chủ sở hữu đích thực.

Do đó, "dụng ý xấu" (*bad faith*) đã trở thành một trong những khái niệm pháp lý quan trọng nhất trong cơ chế bảo hộ nhãn hiệu tại Việt Nam. Các quy định sửa đổi năm 2025 của Luật Sở hữu trí tuệ (**Luật SHTT**), cùng với Thông tư 10/2026/TT-BKHCN có hiệu lực từ ngày 01/04/2026, đánh dấu một bước tiến quan trọng trong công cuộc phòng chống vấn nạn đầu cơ nhãn hiệu. Các quy định này không bãi bỏ nguyên tắc nộp đơn đầu tiên, nhưng cung cấp cho chủ sở hữu nhãn hiệu các công cụ thực tế hơn để phản đối hoặc hủy bỏ các đơn đăng ký và văn bằng bảo hộ có hành vi lạm dụng.

Thay đổi năm 2025: Cơ chế xác định dụng ý xấu phù hợp với thực tiễn thương mại

Thay đổi cốt lõi của đợt cải cách năm 2025 là các quy định về "dụng ý xấu" tại Việt Nam hiện đã được cụ thể hóa và tiệm cận sát hơn với thực tiễn thương mại. Thay vì buộc chủ sở hữu nhãn hiệu phải thực hiện nghĩa vụ chứng minh vốn rất khó khăn về nhận thức chủ quan và dụng ý bất chính của người nộp đơn, khung pháp lý mới đã định hình các tình huống thực tế cụ thể cấu thành dụng ý xấu.

Căn cứ **Điều 112.3 Thông tư số 10/2026/TT-BKHCN**, Giấy chứng nhận đăng ký nhãn hiệu bị chấm dứt hiệu lực nếu đơn đăng ký nhãn hiệu được nộp với "dụng ý xấu" theo quy định tại Điều 96.1(a) Luật SHTT thuộc một trong các trường hợp sau đây:

a) Nộp đơn hàng loạt và đầu cơ nhãn hiệu: Người nộp đơn đăng ký số lượng lớn nhãn hiệu trùng hoặc tương tự đến mức khó phân biệt với các nhãn hiệu đang được người khác sử dụng tại Việt Nam cho hàng hóa, dịch vụ trùng hoặc tương tự mà việc đăng ký này vượt quá năng lực kinh doanh thông thường và không có bằng chứng thể hiện ý định sử dụng thực sự các nhãn hiệu này trong hoạt động sản xuất, kinh doanh; hoặc

b) Trục lợi uy tín và Phong tỏa thị trường: Tại thời điểm nộp đơn, nhãn hiệu đăng ký trùng hoặc tương tự đến mức khó phân biệt với nhãn hiệu đã được **người tiêu dùng có liên quan** tại Việt Nam **thừa nhận** là dấu hiệu chỉ nguồn gốc thương mại của hàng hóa, dịch vụ trùng hoặc tương tự của người khác hoặc nhãn hiệu đăng ký trùng hoặc tương tự đến mức khó phân biệt với nhãn hiệu nổi tiếng tại các nước khác; và việc đăng ký này nhằm lợi dụng danh tiếng, uy tín của nhãn hiệu đó để thu lợi hoặc chủ yếu nhằm mục tiêu bán lại, cấp phép hoặc chuyển giao quyền đăng ký cho người có các nhãn hiệu nêu tại khoản này hoặc nhằm mục tiêu ngăn chặn khả năng gia nhập thị trường của người có các nhãn hiệu nêu tại khoản này để hạn chế cạnh tranh hoặc các hành vi trái với tập quán thương mại lành mạnh khác.

Bằng việc chuyển hóa "dụng ý xấu" từ một khái niệm trừu tượng thành một cơ chế đánh giá pháp lý mang tính thực tiễn, quy định này tạo ra hai đòn bẩy chiến lược quan trọng cho các chủ sở hữu nhãn hiệu trong việc chứng minh dụng ý xấu để phản đối hoặc hủy bỏ hiệu lực đăng ký nhãn hiệu.

Tình huống 1: Nộp đơn hàng loạt và đầu cơ nhãn hiệu

Quy định này trực tiếp nhắm vào các đối tượng đầu cơ nhãn hiệu chuyên nghiệp có hành vi gom tích lũy các thương hiệu nước ngoài một cách hệ thống. Trước đây, chủ sở hữu đích thực thường phải đối mặt với rào cản chứng minh người nộp đơn có nhận thức chủ quan và dụng ý bất chính đối với nhãn hiệu cụ thể của mình.

Theo quy định mới, chính hành vi nộp đơn mang tính hệ thống sẽ đóng vai trò là chứng cứ trọng yếu. Cục SHTT hiện có thẩm quyền đánh giá trực tiếp dựa trên thực tiễn thương mại: Liệu quy mô nộp đơn của người nộp đơn có phù hợp với năng lực kinh doanh hợp pháp hay là biểu hiện của hành vi đầu cơ nhãn hiệu có hệ thống.

Tình huống 2: Trục lợi uy tín, Gây áp lực chuyển nhượng và Phong tỏa thị trường

Tình huống thứ hai điều chỉnh các đơn đăng ký nhắm vào danh tiếng của thương hiệu khác. Quy định này áp dụng khi có sự trùng lặp/tương tự cấu trúc kết hợp với mục đích thương mại bất chính (ví dụ: ý đồ cưỡng đoạt để bán lại hoặc phong tỏa nhằm hạn chế cạnh tranh).

Đặc biệt đối với các nhà đầu tư nước ngoài, quy định này bảo hộ các thương hiệu tuy chưa nổi tiếng diện rộng đối với công chúng Việt Nam nhưng đã được biết đến trong một ngành nghề, kênh thương mại, nhóm khách hàng chuyên nghiệp, phân khúc người tiêu dùng, cộng đồng trực tuyến, hệ thống nhượng quyền hoặc mạng lưới phân phối cụ thể. Thay đổi mang tính quyết định nằm ở chỗ: luật thiết lập tiêu chí dựa trên "người tiêu dùng liên quan" thay vì đòi hỏi sự nhận biết từ "người tiêu dùng đại chúng" một cách chung chung. Quy định này tạo ra một cơ chế vận hành rõ ràng nhằm ưu tiên bảo vệ chủ thể quyền đích thực, đặc biệt hiệu quả đối với các thương hiệu đang định vị trong một thị trường ngách. Quy định này cho phép các chủ thể quyền tập trung chứng minh trên phân khúc thị trường thực tế liên quan, thay vì bắt buộc phải chứng minh nhãn hiệu được công nhận rộng rãi trên phạm vi toàn quốc.

Chiến lược tiếp cận trong việc xử lý đăng ký nhãn hiệu có dụng ý xấu tại Việt Nam

Luật Sở hữu trí tuệ năm 2025 của Việt Nam gửi đi một thông điệp rõ ràng: Hệ thống pháp luật đang hướng tới việc bảo vệ mạnh mẽ hơn trước các đơn đăng ký nhãn hiệu với dụng ý xấu. Các quy định mới phản ánh sát thực tế thương mại hơn và cung cấp cho chủ sở hữu nhãn hiệu các công cụ tốt hơn để phản đối tình trạng đầu cơ nhãn hiệu và hành vi chiếm đoạt danh tiếng.

Tuy nhiên, căn cứ "thiện chí" hoặc "dụng ý xấu" vẫn đòi hỏi phải có chứng cứ cụ thể. Việc chỉ nói rằng một đơn đăng ký là không công bằng, đáng ngờ hoặc mang tính trục lợi thương mại là chưa đủ. Chủ sở hữu nhãn hiệu phải chứng minh các yếu tố liên quan: Nhãn hiệu có trước, hành vi của người nộp đơn, bối cảnh thương mại, mô hình nộp đơn, mức độ nổi tiếng hoặc nhận biết của nhãn hiệu hợp pháp và mục đích bất chính đằng sau việc nộp đơn.

Mặc dù những sửa đổi trong Luật SHTT năm 2025 giúp cải thiện môi trường pháp lý, nhưng không thay thế nhu cầu bảo vệ thương hiệu một cách chủ động. Các chủ thể quyền sở hữu trí tuệ nên thực hiện các bước sau trước khi gia nhập thị trường Việt Nam:

1. **Nộp đơn sớm.** Đơn đăng ký nhãn hiệu nên được nộp tại Việt Nam trước khi ra mắt sản phẩm, chỉ định nhà phân phối, đàm phán nhượng quyền, triển khai chiến dịch tiếp thị, tham gia hội chợ thương mại hoặc thử nghiệm thị trường trực tuyến. Nộp đơn sớm vẫn là biện pháp bảo vệ tiết kiệm chi phí nhất trước nạn "kẻ chộp giật" nhãn hiệu.
2. **Thực hiện tra cứu và giám sát nhãn hiệu.** Nhà đầu tư cần tra cứu các nhãn hiệu trùng hoặc tương tự đã được nộp hoặc đăng ký tại Việt Nam. Đồng thời, phải theo dõi các đơn đăng ký mới được công bố để kịp thời thực hiện quyền phản đối trong thời hạn luật định.
3. **Giữ gìn bằng chứng về việc tạo lập, sở hữu và danh tiếng quốc tế của nhãn hiệu.** Các bằng chứng này bao gồm: Đăng ký tại quốc gia gốc, đăng ký theo Hệ thống Madrid, sử dụng ở nước ngoài, tài liệu quảng cáo, giải thưởng, bài báo, số liệu bán hàng, tên miền, tài khoản mạng xã hội và hồ sơ công ty thể hiện lịch sử hình thành nhãn hiệu.
4. **Tạo lập sớm chứng cứ gắn liền với thị trường Việt Nam.** Ngay cả trước khi chính thức gia nhập thị trường, chủ nhãn hiệu cần ghi lại các hoạt động hướng tới Việt Nam: Quảng bá, yêu cầu từ khách hàng Việt Nam, liên lạc với nhà phân phối, tham gia hội chợ thương mại, trang web hoặc mạng xã hội bằng tiếng Việt, danh mục thương mại điện tử, hồ sơ nhập khẩu, mẫu hàng, tài liệu marketing và bằng chứng về mức độ nhận biết trong nhóm người tiêu dùng liên quan.
5. **Lưu giữ hồ sơ giao dịch với đối tác địa phương.** Nhiều tranh chấp về dụng ý xấu xuất phát từ mối quan hệ đổ vỡ với nhà phân phối, đại lý, nhà sản xuất theo OEM, đối tác cũ hoặc cộng tác viên. Các hợp đồng, email, báo giá, biên bản cuộc họp, yêu cầu mẫu và cam kết bảo mật có thể trở thành chứng cứ quan trọng chứng minh đối tác biết về quyền của chủ nhãn hiệu.
6. **Không chỉ dựa vào lý do "dụng ý xấu".** Đơn yêu cầu hủy bỏ hiệu lực hoặc phản đối nên kết hợp tất cả các căn cứ pháp lý có thể có, chẳng hạn như khả năng gây nhầm lẫn với nhãn hiệu trước đó, thiếu tính phân biệt, xung đột với quyền đối với tên thương mại, quyền tác giả đối với logo hoặc tác phẩm mỹ thuật ứng dụng, bảo hộ nhãn hiệu nổi tiếng, quyền ưu tiên sử dụng, căn cứ không đủ điều kiện đăng ký hoặc yêu cầu hủy bỏ vì không sử dụng (nếu có).

Kết luận

Việt Nam nên được coi là một thị trường ưu tiên trong việc đăng ký nhãn hiệu, chứ không phải chỉ thực hiện biện pháp bảo vệ sau khi sản phẩm được ra mắt. Chiến lược chống lại tình trạng đầu cơ nhãn hiệu hiệu quả nhất vẫn là phòng ngừa. Tuy nhiên, trong trường hợp hành vi đăng ký có dụng ý xấu xảy ra, những sửa đổi trong Luật SHTT năm 2025 sẽ tạo hành lang pháp lý mạnh mẽ hơn giúp chủ nhãn hiệu đích thực dành lại quyền của mình, đặc biệt là đối với những chủ thể quyền biết cách thu thập và lưu giữ chứng cứ phù hợp ngay từ đầu:

Nguyễn Vũ Quân | Partner, IP Attorney
Đỗ Thị Phấn |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