Sản phẩm mang tính công năng: Bảo hộ dưới dạng Kiểu dáng Công nghiệp hay Bản quyền tại Việt Nam?

Trong tư duy pháp lý truyền thống, những **sản phẩm mang tính công năng** như dép, túi xách hay lọ nước hoa thường được mặc định là đối tượng của **quyền kiểu dáng công nghiệp**. Tuy nhiên, phán quyết ngày 12/11/2025 của **Tòa án Hà Lan** trong vụ **Birkenstock vs. Scapino** đã mở ra một hướng tiếp cận mới: Thừa nhận khả năng **bảo hộ quyền tác giả** cho các sản phẩm dép xăng-đan, dựa trên tiêu chuẩn "lựa chọn sáng tạo".

Tòa án Hà Lan nhấn mạnh rằng, mặc dù sản phẩm dép xăng-đan phải đảm bảo chức năng đi lại, nhà thiết kế vẫn sở hữu **không gian sáng tạo rộng lớn** - từ hình dáng quai, độ cong của đế cho đến tỷ lệ chất liệu. Việc Birkenstock lựa chọn chính xác những yếu tố này là kết quả của **những quyết định thẩm mỹ chủ quan mang dấu ấn cá nhân**, chứ không hoàn toàn bị áp đặt bởi yêu cầu kỹ thuật. Do đó, các mẫu sandal kinh điển như **Arizona**, **Madrid** và **Florida**, được công nhận là "tác phẩm", xứng đáng hưởng **quyền tác giả** theo tiêu chuẩn đánh giá tính nguyên gốc của pháp luật Hà Lan.



Madrid (1963) *Arizona (1973)* *Boston (1977)* *Florida (1982)* *Gizeh (1983)*

Đây là bước ngoặt quan trọng, bởi nó khẳng định rằng ngay cả những sản phẩm tưởng chừng chỉ thuần túy chức năng vẫn có thể được nhìn nhận như **tác phẩm mỹ thuật ứng dụng**.

Đặt trong bối cảnh pháp luật Việt Nam, vấn đề thực tiễn đặt ra là: Liệu một đôi dép xăng-đan, một chiếc túi xách hay một lọ nước hoa - vốn thường được coi là đối tượng của kiểu dáng công nghiệp - có thể được bảo hộ bản quyền dưới dạng tác phẩm mỹ thuật ứng dụng theo **Luật Sở hữu Trí tuệ** và **Điều 6.8 Thông tư 17/2023/TT-BVHTTDL** hay không? Đây không chỉ là câu hỏi lý thuyết, mà còn là yếu tố mang tính chiến lược sống còn trong bảo hộ tài sản trí tuệ. Bởi lẽ, quyền kiểu dáng công nghiệp có thời hạn bảo hộ hữu hạn (15 năm) và yêu cầu tính mới nghiêm ngặt, trong khi quyền tác giả phát sinh ngay khi tác phẩm được định hình và có thời hạn bảo hộ dài hơn, tạo ra một lớp bảo vệ bền vững hơn cho doanh nghiệp.

Liệu một đồ vật hữu ích có thể được bảo hộ quyền tác giả tại Việt Nam?

Để trả lời câu hỏi này - liệu một đôi sandal, một chiếc túi xách hay một lọ nước hoa có thể trở thành "**tác phẩm mỹ thuật ứng dụng**" được bảo hộ bản quyền tại Việt Nam - cần xuất phát từ định nghĩa pháp lý hiện hành. Điều 6.8 Thông tư 17/2023/TT-BVHTTDL đã thiết lập một hệ tiêu chí cụ thể cho tác phẩm mỹ thuật ứng dụng, bao gồm:

(i) **Hình thức thể hiện:** Được thể hiện bởi đường nét, màu sắc, hình khối, bố cục;
(ii) **Tính hữu ích:** Có tính năng hữu ích, có thể gắn với một đồ vật hữu ích, sản xuất thủ công hoặc công nghiệp;
(iii) **Phạm vi:** Thuộc các dạng như thiết kế đồ họa (bao bì, bộ nhận diện, nhân vật), thiết kế mang tính mỹ thuật gắn liền với tạo dáng sản phẩm, thiết kế thời trang, nội - ngoại thất…;
(iv) **Tiêu chuẩn sáng tạo:** *"Được thể hiện dưới dạng tạo dáng sản phẩm mang tính mỹ thuật, không thể được tạo ra một cách dễ dàng đối với người có hiểu biết trung bình trong lĩnh vực tương ứng"*;
(v) **Điều kiện loại trừ:** *"Không bao gồm phần tạo dáng bên ngoài của sản phẩm bắt buộc phải có để thực hiện chức năng."*

Từ án lệ Birkenstock đến pháp luật Việt Nam: Sự tương đồng trong tư duy bảo hộ - Từ "tính nguyên gốc" (Hà Lan) đến "không dễ dàng tạo ra" (Việt Nam)

Khi đối chiếu các nguyên tắc mà Tòa án Hà Lan áp dụng trong vụ Birkenstock với quy định tại Việt Nam, có thể nhận thấy một sự tương đồng đáng chú ý trong cách tiếp cận pháp lý:

- **Về đối tượng bảo hộ:** Cả hai hệ thống đều thừa nhận rằng các sản phẩm mang tính công năng /đồ vật hữu ích (như dép sandal, túi xách, chai lọ…) có thể được bảo hộ quyền tác giả, với điều kiện hình thức thể hiện - đường nét, khối, bố cục - vượt lên trên phần tối thiểu do công năng áp đặt. Trong pháp

Bảo hộ dưới dạng Kiểu dáng Công nghiệp hay Bản quyền tại Việt Nam?

luật Hà Lan/EU, điều này được diễn đạt bằng yêu cầu phải có **"sáng tạo trí tuệ riêng"** và **"lựa chọn tự do, sáng tạo"**; còn trong pháp luật Việt Nam, được thể hiện qua tiêu chí **"tạo dáng sản phẩm mang tính mỹ thuật, không thể được tạo ra một cách dễ dàng đối với người có hiểu biết trung bình"**.

- **Về nguyên tắc loại trừ:** Cả hai cùng loại trừ những yếu tố hình dạng bị chức năng kỹ thuật chi phối hoàn toàn. Tòa Hà Lan mô tả đó là phần "bị chi phối quá nhiều bởi chức năng kỹ thuật đến mức ý tưởng hòa tan vào hình thức", trong khi Thông tư 17/2023 quy định rõ "không bao gồm tạo dáng bên ngoài… bắt buộc phải có để thực hiện chức năng".
- **Về phương pháp đánh giá:** Cả hai hệ thống đều nhấn mạnh rằng tính nguyên gốc hay tính sáng tạo phải được xem xét ở **tổng thể tạo hình**, chứ không đòi hỏi từng chi tiết riêng lẻ phải hoàn toàn mới. Giá trị bảo hộ nằm ở cách nhà thiết kế phối hợp các yếu tố để tạo nên một diện mạo riêng biệt - một **Gestalt** - khác biệt với "di sản thiết kế" đã tồn tại.

Nói cách khác, dù cách diễn đạt khác nhau, cả Hà Lan và Việt Nam đều cùng chia sẻ một tư duy pháp lý: bảo hộ quyền tác giả cho sản phẩm mang tính công năng/đồ vật hữu ích chỉ phát sinh khi thiết kế vượt khỏi ràng buộc kỹ thuật và thể hiện dấu ấn sáng tạo riêng trong tổng thể tạo hình.

Bảo hộ hộ "bản quyền" cho đồ vật hữu ích dựa trên tiêu chí nào?

Từ sự đối chiếu trên, có thể khẳng định: Về mặt lý luận, một đôi dép, một chiếc túi xách, một lọ nước hoa **hoàn toàn có thể được xem xét bảo hộ như "Tác phẩm mỹ thuật ứng dụng" tại Việt Nam**, nếu (và chỉ nếu) thỏa mãn 03 tiêu chí quan trọng sau:

Tiêu chí 1: Tạo dáng sản phẩm mang tính mỹ thuật - Thoát ly khỏi đáp án duy nhất của chức năng

Điều kiện tiên quyết để một đồ vật hữu ích được xem xét bảo hộ quyền tác giả dưới dạng **tác phẩm mỹ thuật ứng dụng** là hình dáng của nó phải vượt ra khỏi "đáp án duy nhất" do chức năng kỹ thuật áp đặt. Nói cách khác, doanh nghiệp cần tự hỏi: Hình thức sản phẩm mà mình muốn bảo hộ có phải là lựa chọn duy nhất để sản phẩm thực hiện chức năng, hay chỉ là một trong nhiều phương án tạo hình có thể có?

- **Trường hợp khó bảo hộ:** Nếu đó chỉ là một đôi dép cơ bản, mọi đường nét đều nhằm đáp ứng tối thiểu yêu cầu "đi được, ôm chân được, rẻ nhất có thể", thì rất khó chứng minh rằng sản phẩm có yếu tố tạo dáng mang tính mỹ thuật.
- **Trường hợp có khả năng bảo hộ:** như Birkenstock, nhà thiết kế đã chủ động đi ngược chuẩn mực ngành thời điểm đó: Chọn đế phẳng thay vì cong, mũi rộng thay vì thon, cạnh thẳng, để lộ vật liệu cork thô mộc, thành đế lượn sóng. Những lựa chọn này không còn là hệ quả tất yếu của chức năng "đi lại", mà là quyết định thẩm mỹ có chủ đích.

Trong bối cảnh pháp luật Việt Nam, cụm từ **"không thể được tạo ra một cách dễ dàng đối với người có hiểu biết trung bình"** chính là thước đo cho tiêu chí này. Nếu một người làm nghề thiết kế trung bình không thể ngẫu nhiên nghĩ ra cách tạo dáng đó - bởi nó thể hiện một ý tưởng thẩm mỹ riêng, khác biệt với số đông - thì thiết kế đã tiệm cận vùng bảo hộ của tác phẩm mỹ thuật ứng dụng.

Tuy nhiên, đây cũng chính là **vùng xám pháp lý** rủi ro nhất. Cần thẳng thắn nhìn nhận rằng, quy định tại Điều 6.8 này dường như đã "vay mượn" tiêu chuẩn **"Tính sáng tạo" (Inventive Step)** của Luật Sáng chế để áp dụng cho Quyền tác giả. Trong khi chuẩn mực quốc tế về quyền tác giả chỉ yêu cầu **tính nguyên gốc (originality)** - tức là tác phẩm do chính tác giả tạo ra, không sao chép - thì Việt Nam lại đặt thêm yêu cầu "**không dễ dàng tạo ra**".

Sự vênh lệch về tiêu chuẩn này tạo ra rủi ro lớn cho các trường phái thiết kế hiện đại. Với thiết kế tối giản của Birkenstock (ví dụ mẫu sandal Madrid: chỉ 1 quai ngang, đế bằng), một thẩm định viên hoặc Tòa án tại Việt Nam rất dễ đưa ra nhận định cảm tính rằng: "Một người thợ đóng giày trung bình (người có hiểu biết trung bình) hoàn toàn có thể dễ dàng cắt một miếng da chữ nhật và dán lên cái đế".

Hệ quả là, nếu áp dụng cứng nhắc Điều 6.8 Thông tư 17/2023/TT-BVHTTDL, thiết kế tối giản của Birkenstock có nguy cơ bị từ chối bảo hộ tại Việt Nam vì bị coi là "được tạo ra một cách dễ dàng", mặc dù Tòa án Hà Lan coi đó là **"lựa chọn nghệ thuật"** xứng đáng được bảo hộ.

Tiêu chí 2: Có "ngôn ngữ thiết kế" thể hiện qua tổ hợp các yếu tố hình khối, đường nét, màu sắc

Tiêu chí này nhấn mạnh rằng việc đánh giá không dừng lại ở từng chi tiết rời rạc, mà phải xem xét **tổng thể tạo hình** - tức là cách các yếu tố hình khối, đường nét, màu sắc được phối hợp để tạo nên một diện mạo riêng biệt.

- **Đối với dép:** Tổng thể thiết kế có thể được hình thành từ sự kết hợp giữa form đế, cách xử lý phần mũi và cạnh, cấu trúc dây quai, việc để lộ hay che giấu vật liệu, cùng phong cách trang trí - dù tối giản hay cầu kỳ- nhưng phải nhất quán.
- **Đối với túi xách:** Ngôn ngữ thiết kế thể hiện qua sự phối hợp giữa dáng túi (hộp, trụ, baguette…), cách xử lý quai, nắp, đường may, chi tiết kim loại, đường gân và cách chia mảng màu.
- **Đối với lọ nước hoa:** Thường là sự tương tác giữa hình khối chai, độ dày thủy tinh, hình dáng nắp, cách đặt logo, màu sắc chất lỏng và hiệu ứng ánh sáng khúc xạ qua thân chai.

Nếu sự kết hợp các yếu tố này, khi đặt cạnh "di sản thiết kế" cùng phân khúc (tức những mẫu phổ biến trên thị trường tại thời điểm đó), tạo nên một tổng thể có diện mạo riêng, khó bị nhầm lẫn với số đông, thì thiết kế đó có cơ sở để được công nhận là **tác phẩm mỹ thuật ứng dụng**. Nói cách khác, chính **tổ hợp sáng tạo** - chứ không phải từng chi tiết đơn lẻ - mới là thước đo quyết định cho tính nguyên gốc và khả năng bảo hộ bản quyền.

Tiêu chí 3: Không rơi vào "phần bắt buộc vì chức năng" theo Điều 6.8

Một trong những rào cản quan trọng mà doanh nghiệp cần đặc biệt lưu ý nằm ở đoạn cuối của Điều 6.8 Thông tư 17/2023/TT-BVHTTDL: **"không bao gồm tạo dáng bên ngoài của sản phẩm bắt buộc phải có để thực hiện chức năng của sản phẩm."** Nói cách khác, quyền tác giả chỉ bảo hộ phần tạo dáng mang tính thẩm mỹ, không bảo hộ những yếu tố hình thức vốn là hệ quả tất yếu của chức năng kỹ thuật.

- **Đối với dép:** Phần đế, mũi, gót phải đáp ứng yêu cầu tối thiểu để đảm bảo việc đi lại - đó là lớp kỹ thuật bắt buộc. Tuy nhiên, cách xử lý cạnh, đường viền, độ dày mỏng, việc để lộ hay che vật liệu, cấu trúc dây quai, phong cách trang trí (hoặc lựa chọn tối giản không trang trí) chính là không gian sáng tạo, nơi quyền tác giả có thể phát sinh.
- **Đối với túi xách:** Chức năng cơ bản là chứa và mang. Nhưng hình thức có thể đa dạng - hộp, trụ, nửa vầng trăng, baguette…; cùng với cách thiết kế quai, nắp, khóa, đường gân, logo - tất cả đều là vùng tự do sáng tạo, không bị chức năng chi phối.
- **Đối với lọ nước hoa:** Cổ chai phải vừa với vòi xịt - đó là yêu cầu kỹ thuật. Song việc lựa chọn hình khối vuông, trụ, xoắn, tạo "vai chai", bo góc hay tạo hình điêu khắc cho thân chai lại là quyết định thẩm mỹ, có thể được bảo hộ.

Chìa khóa pháp lý là phải tách bạch rõ ràng hai lớp:

- Lớp **kỹ thuật bắt buộc** - những yếu tố không thể thay đổi nếu muốn sản phẩm thực hiện chức năng.
- Lớp **thẩm mỹ tự do** - những lựa chọn tạo hình phản ánh cá tính và ý chí sáng tạo của nhà thiết kế.

Quyền tác giả dưới dạng **tác phẩm mỹ thuật ứng dụng** chỉ có thể tồn tại và được bảo hộ trên lớp thứ hai này.

Cần làm gì để bảo hộ hiệu quả đồ vật hữu ích?

Từ những phân tích ở trên, có thể rút ra một số định hướng hành động thiết thực cho doanh nghiệp tại thị trường Việt Nam.

[1] Áp dụng cơ chế "bảo hộ kép" (Dual Protection Strategy).

Doanh nghiệp không nên chỉ dựa vào cơ chế bảo hộ kiểu dáng công nghiệp. Với những sản phẩm chủ lực có tạo dáng đặc biệt, mang tính biểu tượng (iconic designs), cần triển khai đồng thời hai bước:

- **Đăng ký kiểu dáng công nghiệp** ngay khi sản phẩm được đưa ra thị trường, nhằm bảo đảm "tính mới" và chốt quyền ưu tiên.
- **Xây dựng hồ sơ bảo hộ song song dưới dạng tác phẩm mỹ thuật ứng dụng**, để tạo thêm một lớp bảo vệ pháp lý.

Lý do: Quyền kiểu dáng công nghiệp có thời hạn hữu hạn (tối đa 15 năm) và có thể bị hủy bỏ nếu mất tính mới. Trong khi đó, quyền tác giả có thời hạn bảo hộ dài hơn, phát sinh ngay khi tác phẩm được định hình, và không phụ thuộc hoàn toàn vào thủ tục đăng ký (dù việc đăng ký vẫn được khuyến khích để tăng giá trị chứng

cứ). Nói cách khác, quyền tác giả chính là lớp bảo hộ thứ hai giúp doanh nghiệp duy trì lợi thế cạnh tranh và bảo vệ giá trị sáng tạo của mình một cách bền vững hơn.

[2] Lưu trữ "Hồ sơ sáng tạo" (Evidence of Creativity)

Để vượt qua rào cản pháp lý về tiêu chí **"không thể được tạo ra một cách dễ dàng"** theo Thông tư 17/2023/TT-BVHTTDL, doanh nghiệp cần chủ động xây dựng và lưu trữ **hồ sơ sáng tạo** nhằm chứng minh quá trình lao động trí tuệ trong thiết kế. Những tài liệu này có thể bao gồm:

- **Phác thảo tay** hoặc **bản vẽ 3D sơ khởi**, thể hiện giai đoạn hình thành ý tưởng ban đầu.
- **Moodboard tham chiếu**, biên bản các buổi họp ý tưởng, cho thấy nguồn cảm hứng và định hướng sáng tạo.
- **Các phương án thiết kế bị loại bỏ**, nhằm chứng minh rằng tác giả đã cân nhắc nhiều lựa chọn và đưa ra quyết định thẩm mỹ có chủ đích.

Việc lưu trữ đầy đủ các bằng chứng này giúp chứng minh rằng sản phẩm không phải là một biến thể tầm thường, mà là **kết quả của quá trình sáng tạo thực sự**, đáp ứng tiêu chí bảo hộ của tác phẩm mỹ thuật ứng dụng. Đây cũng là cơ sở quan trọng để doanh nghiệp bảo vệ quyền lợi của mình khi xảy ra tranh chấp hoặc thẩm định pháp lý.

[3] Chiến lược chứng minh quá trình xác lập quyền và thực thi

Bài học từ Tòa án Hà Lan cho thấy, chìa khóa để thắng kiện không nằm ở việc phủ nhận tính năng sử dụng của sản phẩm, mà nằm ở việc **chứng minh "không gian sáng tạo tự do"**. Luật sư hoặc doanh nghiệp cần làm rõ rằng: *Để đạt được cùng một chức năng đó, có hàng nghìn cách thiết kế khác nhau, và thiết kế hiện tại là sự lựa chọn mang tính thẩm mỹ cá nhân của tác giả, không phải là kết quả bắt buộc của kỹ thuật.*

Trong quá trình tranh tụng, doanh nghiệp không nên chỉ dừng lại ở lập luận chung chung rằng "hàng nhái giống hàng thật". Thay vào đó, cần xây dựng một **câu chuyện tạo hình** thuyết phục, tương tự cách Birkenstock đã triển khai trong vụ kiện Scapino. Cách tiếp cận này bao gồm:

- **Xác định và gọi tên các yếu tố tạo hình cốt lõi (Design DNA):** chỉ rõ đâu là những đặc điểm nhận diện quan trọng nhất của sản phẩm, ví dụ như form dáng, cấu trúc, chi tiết đặc thù.
- **Chứng minh tính độc đáo của tổ hợp yếu tố:** giải thích vì sao sự kết hợp các yếu tố này tạo nên một diện mạo riêng biệt, khác biệt với "di sản thiết kế" phổ biến trên thị trường tại thời điểm đó.
- **Phân tích hành vi sao chép:** chỉ ra rằng bên vi phạm không chỉ trùng lặp ngẫu nhiên một vài chi tiết, mà đã sao chép toàn bộ **ngôn ngữ thiết kế** – tức là cách các yếu tố được phối hợp để tạo nên bản sắc thẩm mỹ của sản phẩm.

Bằng việc kể câu chuyện tạo hình một cách có hệ thống, doanh nghiệp sẽ củng cố lập luận rằng sản phẩm của mình là kết quả của quá trình sáng tạo thực sự, và hành vi vi phạm là sự chiếm dụng trái phép giá trị thẩm mỹ đã được bảo hộ.

[4] "Bản địa hóa" chiến lược cho Nhà đầu tư nước ngoài: Các nhà đầu tư quốc tế khi triển khai hoạt động tại Việt Nam không nên áp dụng nguyên xi tư duy bảo hộ vốn quen thuộc tại châu Âu hay Hoa Kỳ. Thay vào đó, cần có sự **bản địa hóa chiến lược** để phù hợp với khung pháp lý và thực tiễn trong nước. Cần tham vấn sớm về khả năng viện dẫn Điều 6.8 Thông tư 17/2023/TT-BVHTTDL trong các tranh chấp, và chuẩn bị sẵn hồ sơ so sánh với khối lượng lớn các sản phẩm tương tự tại Việt Nam để làm nổi bật tính nguyên gốc trong các sản phẩm sáng tạo của mình.

Kết luận

Từ vụ Birkenstock kiện Scapino tại Hà Lan, **cũng như việc Tòa án Tư pháp Paris (Pháp) đã công nhận hai mẫu túi xách "Kelly" và "Birkin" của Hermès là "tác phẩm"** theo nghĩa của luật quyền tác giả, khi nhìn sang bối cảnh Việt Nam, có thể khẳng định rằng những vật dụng hữu ích như dép, túi xách hay lọ nước hoa **hoàn toàn có khả năng được công nhận là "tác phẩm mỹ thuật ứng dụng"** theo pháp luật sở hữu trí tuệ Việt Nam

Tuy nhiên, ranh giới bảo hộ không nằm ở bản thân chức năng, mà ở chỗ thiết kế phải là kết quả của những lựa chọn thẩm mỹ tự do, mang dấu ấn sáng tạo riêng, vượt lên trên phần tối thiểu do công năng áp đặt - và đặc biệt, không thể dễ dàng tạo ra bởi người có hiểu biết trung bình trong lĩnh vực tương ứng. Doanh nghiệp

nào sớm nhận diện và khai thác được "lớp bản quyền" tiềm ẩn trong các sản phẩm hữu ích của mình sẽ nắm giữ lợi thế độc quyền mạnh mẽ trên thị trường.

Với 15 năm hoạt động và vị thế đã được khẳng định trong lĩnh vực Sở hữu Trí tuệ, **KENFOX IP & Law Office** thấu hiểu sâu sắc những thách thức pháp lý liên quan đến bảo hộ và thực thi quyền đối với các thiết kế ứng dụng. Chúng tôi không chỉ hỗ trợ doanh nghiệp trong việc xác lập và đăng ký quyền đối với Kiểu dáng Công nghiệp và Quyền tác giả, mà còn xây dựng các **chiến lược tư vấn và tranh tụng chuyên sâu**, tập trung vào việc nhận diện và chứng minh các **"yếu tố sáng tạo cốt lõi"** - yếu tố then chốt để bảo vệ hiệu quả tài sản thiết kế và tối ưu hóa khả năng thành công trong các vụ tranh chấp xâm phạm phức tạp.

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