

Để biết thêm thông tin, liên hệ

## "World Intellectual Property Organization"

Địa chỉ:  
34, chemin des Colombettes P.O. Box 18  
CH-1211 Geneva 20  
Switzerland

Điện thoại:  
41 22 338 91 11

Fax:  
41 22 733 54 28

e-mail:  
wipo.mail@wipo.int

hoặc Văn phòng điều phối của Tổ chức tại New York

Địa chỉ:  
2, United Nations Plaza Suite 2525  
New York, N.Y. 10017  
United States of America

Điện thoại:  
1 212 963 6813

Fax:  
1 212 963 4801

e-mail:  
wipo@un.org

Vào địa chỉ website của WIPO:  
<http://www.wipo.int>

và đặt mua tại Quầy sách điện tử WIPO tại địa chỉ:  
<http://www.wipo.int/ebookshop>

hoặc Cục Sở hữu trí tuệ Việt Nam

Địa chỉ: 386 Nguyễn Trãi, Hà Nội

Điện thoại: 84-4-8583609

Tài liệu được phát hành bằng nguồn tài trợ của Quỹ Tín thác Nhật Bản

Số xuất bản WIPO: 498 VN (Vietnamese) ISBN: 92-805-1594-2  
Giấy phép xuất bản số 324/GP-CXB của Bộ VHTT cấp ngày 15 tháng 11 năm 2006



# TẠO DÁNG SẢN PHẨM

Tài liệu giới thiệu về kiểu dáng  
công nghiệp dành cho các  
doanh nghiệp vừa và nhỏ.



**Giới hạn trách nhiệm:** Các thông tin trong tài liệu hướng dẫn này không nhằm thay thế dịch vụ tư vấn pháp lý chuyên nghiệp. Mục đích chính của tài liệu này là cung cấp thông tin cơ bản.

*Quyền tác giả thuộc WIPO (2003)*

*Nghiêm cấm nhân bản hoặc chuyển tải bất cứ nội dung nào của ấn phẩm này dưới bất kỳ hình thức hoặc phương tiện nào, bằng phương tiện điện tử hay cơ học, khi không được phép bằng văn bản của chủ Sở hữu quyền tác giả, ngoại trừ các trường hợp pháp luật cho phép.*

*Bản gốc của cuốn sách này do WIPO, chủ sở hữu quyền tác giả của cuốn sách cung cấp. Ban Thư ký WIPO không có nghĩa vụ hay trách nhiệm gì liên quan đến việc chuyển thể hoặc dịch cuốn sách này.*

## Lời nói đầu

Đây là cuốn thứ hai trong bộ sách hướng dẫn về sở hữu trí tuệ dành cho các doanh nghiệp. Cuốn sách này viết về kiểu dáng công nghiệp, một nhân tố quan trọng quyết định thành công của sản phẩm trên thị trường.

Trong luật sở hữu trí tuệ, kiểu dáng công nghiệp liên quan đến dáng vẻ mỹ thuật, hình dáng bên ngoài của sản phẩm. Chính hình dáng bên ngoài đó làm cho sản phẩm thu hút và hấp dẫn hơn đối với người tiêu dùng và sự hấp dẫn trực quan là yếu tố chính mà người tiêu dùng cân nhắc trong việc lựa chọn mua sắm hàng hoá. Kiểu dáng công nghiệp giúp cho các công ty phân biệt sản phẩm của mình với sản phẩm của các đối thủ cạnh tranh trên thị trường và cải thiện, nâng cao hình ảnh sản phẩm của họ. Chính vì lẽ đó, bảo đảm việc bảo hộ thoả đáng kiểu dáng công nghiệp là rất quan trọng.

Cuốn sách này nhằm mục đích giới thiệu và hướng dẫn các doanh nghiệp vừa và nhỏ về việc bảo hộ kiểu dáng công nghiệp, bao gồm cả các câu hỏi và giải đáp, các ví dụ và minh họa về các kiểu dáng công nghiệp được bảo hộ.

Thông qua việc hợp tác với các cơ quan sở hữu trí tuệ quốc gia, cuốn sách này có thể được biên soạn lại để phù hợp với pháp luật và tình hình thực tiễn của mỗi quốc gia. Tổ chức Sở hữu trí tuệ thế giới (WIPO) khuyến khích các cơ quan sở hữu trí tuệ quốc gia liên hệ với WIPO để được cung cấp một số bản in tập sách này phục vụ cho việc biên soạn lại.

Kamil Idris  
Tổng Giám đốc WIPO



## Mục lục

	Trang
1. Kiểu dáng công nghiệp	3
2. Bảo hộ kiểu dáng công nghiệp	6
3. Bảo hộ kiểu dáng ở nước ngoài	16
4. Bảo vệ kiểu dáng công nghiệp	18
5. Các công cụ pháp lý khác để bảo vệ kiểu dáng công nghiệp	19

## 1. Kiểu dáng công nghiệp

### Kiểu dáng công nghiệp là gì?

Trong ngôn ngữ thông dụng hàng ngày, kiểu dáng công nghiệp thường được hiểu là hình thức tổng thể và chức năng của sản phẩm. Một chiếc ghế bành được coi là có một "kiểu dáng đẹp" khi ngồi vào chiếc ghế đó ta cảm thấy rất thoải mái, dễ chịu và kiểu dáng về hình thức cũng đẹp. Đối với các nhà sản xuất, thiết kế sản phẩm có nghĩa là tạo ra các đặc điểm chức năng và mỹ thuật, có tính đến các yếu tố như khả năng thâm nhập thị trường, chi phí sản xuất/giá thành hoặc thuận lợi khi vận chuyển, bảo quản, sửa chữa và tiêu thụ.

Tuy nhiên, từ góc độ luật sở hữu trí tuệ, **kiểu dáng công nghiệp chỉ liên quan đến các khía cạnh trang trí, mỹ thuật của sản phẩm**. Nói cách khác, nó chỉ liên quan đến hình dáng bên ngoài của ghế bành. Mặc dù kiểu dáng sản phẩm có thể có các đặc điểm kỹ thuật hoặc chức năng, kiểu dáng công nghiệp với tư cách là một đối tượng sở hữu trí tuệ, chỉ liên quan đến bản chất mỹ thuật của một sản phẩm hoàn chỉnh và khác biệt với các đặc điểm kỹ thuật và chức năng.

Kiểu dáng công nghiệp liên quan đến rất nhiều sản phẩm công nghiệp, một quần áo và thủ công mỹ nghệ, từ dụng cụ, thiết bị kỹ thuật, y tế đến đồng hồ, đồ trang sức và các đồ dùng đất tiền khác, từ đồ gia dụng, đồ chơi, đồ gỗ và đồ điện đến ô tô và công trình kiến trúc, từ các sản phẩm may mặc đến các thiết bị, dụng cụ thể thao. Kiểu dáng công nghiệp cũng quan trọng đối với bao bì, vật dụng và kiểu cách của sản phẩm.

Theo quy tắc chung, kiểu dáng công nghiệp bao gồm:

- các đặc điểm dấu hiệu ba chiều, như **hình dáng** của sản phẩm
- các đặc điểm hai chiều như **bản vẽ họa tiết, đường nét hoặc màu sắc** của sản phẩm
- sự kết hợp của một hoặc nhiều đặc điểm đó.

**Ví dụ kiểu dáng công nghiệp ba chiều:**



*Được phép của: Villeroy + Boch A.G.*

**Ví dụ kiểu dáng công nghiệp hai chiều:**



## Các kiểu dáng sáng tạo trong kinh doanh

Các doanh nghiệp thường đầu tư một lượng thời gian và nguồn lực đáng kể nhằm mục đích tăng sự hấp dẫn về hình thức sản phẩm của họ. Các kiểu dáng mới và độc đáo thường được tạo ra nhằm:

### 1. Điều chỉnh để sản phẩm của mình hấp dẫn với một bộ phận người tiêu dùng cụ thể:

**Một số thay đổi nhỏ đối với kiểu dáng sản phẩm (ví dụ đồng hồ) có thể làm cho chúng thích hợp với các nhóm khách hàng với độ tuổi, tập tục văn hoá hoặc xã hội khác nhau. Trong khi chức năng chính của đồng hồ vẫn giữ nguyên, trẻ em và người lớn nói chung có sở thích hoàn toàn khác nhau về kiểu dáng.**

### 2. Thiết lập một thị trường cạnh tranh mới:

Trong môi trường cạnh tranh, nhiều công ty tìm cách tạo ra một thị trường cạnh tranh bằng cách giới thiệu các kiểu dáng sáng tạo đối với các sản phẩm của họ nhằm phân biệt với các sản phẩm cùng loại của các đối thủ cạnh tranh. Đó có thể là các sản phẩm thông dụng như khoá, giày dép, cốc, tách đến các sản phẩm đắt tiền như đồ trang sức, máy tính hoặc ô tô.

**3. Củng cố nhãn hiệu:** các kiểu dáng sáng tạo thường được kết hợp với các nhãn hiệu hàng hoá khác biệt nhằm nâng cao khả năng phân biệt của (các) nhãn hiệu. Nhiều công ty đã rất thành công trong việc tạo ra và xác định hình ảnh nhãn hiệu bằng cách chú trọng nhiều vào kiểu dáng sản phẩm.

## Tại sao cần phải bảo hộ kiểu dáng công nghiệp?

Kiểu dáng công nghiệp làm gia tăng giá trị của sản phẩm. Nó làm cho sản phẩm thu hút và hấp dẫn đối với khách hàng và thậm chí có thể là yếu tố duy nhất làm cho sản phẩm bán chạy. Vì vậy việc bảo hộ các kiểu dáng có giá trị phải chiếm một vị trí quan trọng trong chiến lược kinh doanh của bất cứ nhà thiết kế hay nhà sản xuất nào.

Thông qua việc nộp đơn đăng ký bảo hộ kiểu dáng công nghiệp tại các cơ quan sở hữu trí tuệ quốc gia hoặc khu vực, chủ kiểu dáng được độc quyền **ngăn cấm các hành vi sao chép hoặc bắt chước của người khác**. Điều này có ý nghĩa đối với hoạt động kinh doanh vì qua đó doanh nghiệp nâng cao được khả năng cạnh tranh và thường mang lại doanh thu bổ sung theo các cách sau:

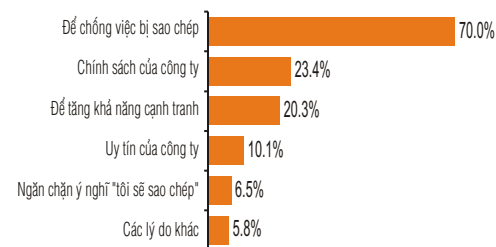


Được phép của: Victorinox Ltd

- Bằng cách đăng ký bảo hộ kiểu dáng, bạn có thể ngăn cấm việc sao chép hoặc bắt chước bởi các đối thủ cạnh tranh và nhờ đó nâng cao vị thế cạnh tranh của bạn trên thị trường.

- Việc đăng ký kiểu dáng góp phần thu hồi vốn đã đầu tư cho việc tạo ra và quảng cáo, tiếp thị sản phẩm liên quan và nhờ đó tăng lợi nhuận của bạn.
- Kiểu dáng công nghiệp là tài sản kinh doanh làm tăng giá trị thương mại và sản phẩm của công ty. Kiểu dáng thành công bao nhiêu thì giá trị của công ty càng cao bấy nhiêu.
- Kiểu dáng công nghiệp đang được bảo hộ có thể được cấp li xăng (hoặc bán) cho người khác để thu tiền. Bằng cách cấp li xăng, bạn có thể thâm nhập vào các thị trường mà trước đó bạn không thể.
- Việc đăng ký kiểu dáng công nghiệp khuyến khích cạnh tranh lành mạnh và thương mại trung thực và nhờ đó tạo ra các chủng loại sản phẩm phong phú, hấp dẫn về thẩm mỹ.

## Lý do bảo hộ kiểu dáng công nghiệp tại Liên minh châu Âu:



Nguồn: OHIM, Nghiên cứu triển vọng về nhu cầu đăng ký kiểu dáng trong phạm vi Liên minh châu Âu

## Chiếu một ít ánh sáng lên kiểu dáng

Mặc dù các yếu tố chức năng của một chiếc đèn thường không khác biệt đáng kể giữa các sản phẩm, hình dáng bên ngoài của nó lại là yếu tố quyết định cho sự thành công trên thị trường. Chính vì vậy, đăng bạ kiểu dáng công nghiệp tại các nước thường có một danh mục dài về các kiểu dáng đồ gia dụng như các loại đèn.



Được phép của: Nemo S.p.A.

## 2. Bảo hộ kiểu dáng công nghiệp

### Bằng cách nào để đạt được sự bảo hộ kiểu dáng công nghiệp?

Tại hầu hết các nước, để được bảo hộ kiểu dáng công nghiệp phải được đăng ký theo quy định của luật kiểu dáng công nghiệp.

Để đăng ký kiểu dáng công nghiệp bạn phải nộp đơn tại **cơ quan sở hữu công nghiệp quốc gia** của nước mà bạn muốn kiểu dáng công nghiệp của mình được bảo hộ (danh mục các trang web của các cơ quan sở hữu trí tuệ được nêu ở Phụ lục 1). Đối với việc bảo hộ kiểu dáng ở nước ngoài, đề nghị xem Mục 3.

Cần lưu ý đối với một số nước hoặc các khu vực kinh tế chung như Liên minh châu Âu. Gần đây, pháp luật của họ có quy định về khả năng bảo hộ hạn chế đối với các **kiểu dáng không đăng ký** với thời hạn là ba năm tính từ ngày kiểu dáng đó được công bố tại Liên minh châu Âu.

Kiểu dáng không đăng ký tạo cơ hội cho các công ty kiểm nghiệm sản phẩm của họ trên thị trường trước khi quyết định đăng ký tất cả các kiểu dáng công nghiệp, trong đó có nhiều kiểu dáng có thể sẽ không thành công trên thị trường. Ngoài ra, một số kiểu dáng có thể tồn tại trên thị trường với thời gian rất ngắn, đặc biệt là trong ngành công nghiệp tạo mốt. Đối với các sản phẩm đó, kiểu dáng không đăng ký là một lựa chọn thay thế có ý nghĩa. Tuy

nhiên, mỗi khi một sản phẩm được chế tạo, các nhà thiết kế có 12 tháng để đăng ký kiểu dáng. Việc bảo hộ kiểu dáng không đăng ký bị hạn chế bởi lẽ việc bảo vệ quyền đối với chúng khó hơn nhiều so với kiểu dáng đăng ký và thời hạn bảo hộ chúng cũng ngắn hơn nhiều, chỉ có 3 năm thay vì 25 năm đối với kiểu dáng đăng ký tại Liên minh châu Âu.

Trong khi tài liệu hướng dẫn này chỉ đề cập chủ yếu đến kiểu dáng đăng ký, cũng cần phải chỉ ra rằng tại một số nước, có thể có các phương thức bảo hộ thay thế khác đối với kiểu dáng công nghiệp:

- Phụ thuộc vào luật quốc gia cụ thể và loại hình kiểu dáng, một phương thức thay thế đó là bảo hộ kiểu dáng theo **luật quyền tác giả**. Nói chung quyền tác giả xác định độc quyền đối với các tác phẩm văn học và nghệ thuật. Vì một số kiểu dáng, tại một số nước, có thể được coi là tác phẩm nghệ thuật hoặc kỹ thuật ứng dụng, vì vậy có thể áp dụng hình thức bảo hộ quyền tác giả đối với các kiểu dáng đó và đây cũng là một phương án lựa chọn thay thế đối với các doanh nghiệp vừa và nhỏ.
- Ngoài ra, tại một số nước, nếu một kiểu dáng công nghiệp thực hiện chức năng của một nhãn hiệu trên thị trường, thì kiểu dáng đó có thể được bảo hộ như một **nhãn hiệu ba chiều**. Đây là trường hợp khi hình dáng hoặc bao bì của sản phẩm được xem là có khả năng phân biệt.

- Luật về **cạnh tranh không lành mạnh** cũng có thể là một chọn lựa thay thế để các công ty bảo vệ kiểu dáng công nghiệp chống việc bắt chước bởi các đối thủ cạnh tranh.

Để có thông tin chi tiết về bảo hộ kiểu dáng theo luật quyền tác giả, nhãn hiệu hoặc cạnh tranh không lành mạnh hãy xem Mục 5.

### Chủ kiểu dáng công nghiệp được bảo hộ được hưởng những quyền gì?

Khi một kiểu dáng công nghiệp được bảo hộ, chủ kiểu dáng có **quyền ngăn cấm mọi hành vi sao chép hoặc bắt chước trái phép** bởi các bên thứ ba. Nội dung của quyền này là ngăn

cấm người khác **sản xuất, chào bán, nhập khẩu, xuất khẩu hoặc bán** bất kỳ sản phẩm nào có chứa hoặc sử dụng kiểu dáng. Pháp luật và thực tiễn của một nước hoặc khu vực xác định phạm vi bảo hộ kiểu dáng đăng ký.

### Cái gì có thể được đăng ký kiểu dáng công nghiệp?

Theo quy tắc chung, để có thể được đăng ký, kiểu dáng công nghiệp phải đáp ứng một hoặc một số yêu cầu cơ bản sau đây, phụ thuộc vào luật quốc gia của từng nước:

- Kiểu dáng đó nhất thiết phải "**mới**". Một kiểu dáng được coi là mới nếu không có một kiểu dáng nào trùng với kiểu dáng đó đã được công bố cho công chúng trước ngày nộp đơn.

### Độc quyền

Chúng ta giả định rằng công ty của bạn đã thiết kế một chiếc ô với một kiểu dáng sáng tạo, và đăng ký kiểu dáng đó tại Cơ quan Sở hữu trí tuệ quốc gia và nhờ đó có được độc quyền đối với loại ô mang kiểu dáng đó. Điều đó có nghĩa là nếu bạn phát hiện một đối thủ cạnh tranh đang sản xuất, bán hoặc nhập khẩu loại ô mang kiểu dáng y hệt hoặc gần giống kiểu dáng của bạn, khi đó bạn có thể ngăn cấm người đó sử dụng kiểu dáng của bạn, và có thể đòi bồi thường thiệt hại và tổn thất mà việc sử dụng trái phép kiểu dáng đó gây ra cho công ty bạn.

Do vậy, trong khi bạn không thể ngăn chặn các đối thủ cạnh tranh sản xuất các sản phẩm cạnh tranh, bạn có thể ngăn cấm họ sản xuất các sản phẩm có kiểu dáng giống sản phẩm của bạn và tự do sử dụng thành quả sáng tạo của bạn. Để có thông tin chi tiết về cách thức bảo vệ quyền của bạn, bạn nên sử dụng dịch vụ tư vấn của một luật sư sở hữu trí tuệ.



happy rain™

- Kiểu dáng đó nhất thiết phải "**nguyên gốc**". Một kiểu dáng được coi là nguyên gốc nếu nó được nhà thiết kế tạo ra một cách độc lập và không sao chép hoặc bắt chước các kiểu dáng đang được bảo hộ.
- Kiểu dáng đó nhất thiết phải có "**đặc điểm riêng**". Yêu cầu này phải được coi là thoả mãn nếu ấn tượng chung của một người sử dụng về kiểu dáng đó khác với ấn tượng chung của người đó về bất kỳ một kiểu dáng nào đã được công bố cho công chúng trước đó.

Theo thông lệ, các kiểu dáng có khả năng bảo hộ là các sản phẩm như hình dáng của đôi giày, kiểu dáng của khuôn tai hoặc trang trí của ấm trà. Tuy nhiên, trong **thời đại kỹ thuật số**, tại một số nước, việc bảo hộ dần dần được mở rộng sang một số sản phẩm khác và một số loại kiểu dáng khác. Các sản phẩm đó bao gồm các hình tượng trên màn hình máy tính, kiểu chữ đánh máy, biểu diễn đồ thị trên màn hình máy tính và điện thoại di động, v.v.

### Cái gì không thể được bảo hộ kiểu dáng công nghiệp?

Các kiểu dáng không được đăng ký tại nhiều nước thường bao gồm:

- Các kiểu dáng không đáp ứng yêu cầu về tính mới, tính nguyên gốc và/hoặc đặc điểm

riêng (như đã giải thích trên đây).

- Kiểu dáng được coi là được quyết định hoàn toàn bởi **chức năng kỹ thuật** của sản phẩm; các đặc điểm kỹ thuật hoặc chức năng của kiểu dáng cũng có thể được bảo hộ theo các đối tượng sở hữu trí tuệ khác tùy thuộc vào từng trường hợp cụ thể (ví dụ như sáng chế, mẫu hữu ích hoặc bí mật thương mại).
- Các kiểu dáng chứa các **biểu tượng hoặc ký hiệu chính thức** đang được bảo hộ (chẳng hạn như quốc kỳ).
- Các kiểu dáng được xem là **trái với trật tự hoặc đạo đức xã hội**.

Ngoài ra, cần lưu ý rằng một số nước không bảo hộ kiểu dáng công nghiệp đối với các **sản phẩm thủ công mỹ nghệ** bởi vì pháp luật của các nước đó quy định rằng sản phẩm mang kiểu dáng phải là sản phẩm công nghiệp hoặc có thể được thay thế bằng "phương tiện công nghiệp".

Phụ thuộc vào pháp luật quốc gia, có thể còn có nhiều đối tượng khác không được bảo hộ kiểu dáng công nghiệp. Một lời khuyên ở đây là bạn nên hỏi tư vấn từ một công ty đại diện sở hữu trí tuệ hoặc cơ quan sở hữu trí tuệ quốc gia liên quan.

### Bạn đăng ký kiểu dáng bằng cách nào?

Để đăng ký một kiểu dáng tại nước mình, bạn phải tiến hành các bước sau:

- Khai **mẫu đơn đăng ký** do cơ quan sở hữu trí tuệ quốc gia của bạn cung cấp (xem phụ lục 1 với danh mục các trang web của các cơ quan sở hữu trí tuệ mà bạn có thể đăng ký kiểu dáng) bao gồm tên của bạn, các thông tin chi tiết để liên hệ và các **bản vẽ, và/hoặc ảnh chụp của (các) kiểu dáng** đó (các mẫu chuẩn thường được xác định rõ).
- Tại một số nước, có thể bạn phải nộp, hoặc tùy chọn để nộp bản **mô tả kiểu dáng hoặc tài liệu xác định tính mới** của (các) kiểu dáng. Bản mô tả thường phải là bản mô tả sản phẩm sử dụng kiểu dáng đó. Cần phải phân biệt kiểu dáng với các kiểu dáng tương tự trước đó một cách chính xác và đầy đủ. Phải bao quát tất cả các đặc điểm kỹ thuật khác biệt của kiểu dáng và nêu rõ (các) đặc điểm nào là quan trọng nhất. Tại một số nước, xét nghiệm viên có thể yêu cầu cung cấp mẫu kiểu dáng để hiểu rõ hơn về nó hoặc để nhận biết về kết cấu hoặc vật liệu.
- Bạn cũng sẽ phải nộp khoản **lệ phí nộp đơn theo quy định**.

- Bạn có thể chọn một công ty đại diện sở hữu trí tuệ giúp bạn trong việc nộp đơn và hoàn tất các thủ tục đăng ký. Trong trường hợp này, bạn phải nộp **giấy uỷ quyền của bạn cho người đại diện**.

Một số cơ quan sở hữu trí tuệ tiến hành đăng bạ kiểu dáng chỉ sau khi kiểm tra các thủ tục hình thức. Các cơ quan khác có thể tiến hành xét nghiệm nội dung kiểu dáng bằng cách tra cứu các kiểu dáng đã có trong cơ sở dữ liệu của họ để xác định tính mới của kiểu dáng và/hoặc tính nguyên gốc. Ngày càng nhiều cơ quan chấp nhận đăng ký kiểu dáng mà không cần xét nghiệm tính mới và/hoặc tính nguyên gốc.

Mỗi khi được đăng ký, kiểu dáng được ghi nhận vào đăng bạ quốc gia, được công bố trong công báo kiểu dáng và được cấp một **giấy chứng nhận đăng ký kiểu dáng công nghiệp**. Tại một số nước/khu vực có thể yêu cầu **hoãn công bố**, trong trường hợp đó kiểu dáng được giữ bí mật trong một thời hạn nhất định theo quy định của nước tương ứng. Việc hoãn công bố thường phục vụ cho chiến lược kinh doanh.

Thông tin chi tiết về bảo hộ kiểu dáng ở nước ngoài được trình bày tại Mục 3.

### Mất bao nhiêu thời gian để đăng ký một kiểu dáng?

Phụ thuộc vào từng cơ quan sở hữu trí tuệ quốc gia, quá trình đăng ký một kiểu dáng thường kéo dài từ 6 đến 12 tháng hoặc lâu hơn nữa nếu có sự phản đối của xét nghiệm viên hoặc có sự phản đối trước khi đăng ký kiểu dáng.

### Giữ bí mật kiểu dáng trước khi đăng ký có ý nghĩa quan trọng như thế nào?

Nếu bạn muốn bảo vệ kiểu dáng của bạn theo một hệ thống đăng ký, việc giữ bí mật kiểu dáng đó là cực kỳ quan trọng. Lý do là ở chỗ yêu cầu trọng

tâm để kiểu dáng được bảo hộ là kiểu dáng đó nhất thiết phải "mới". Nếu bạn bộc lộ kiểu dáng của bạn cho người khác, bạn nên có điều khoản thoả thuận bằng văn bản với người đó về việc giữ bí mật kiểu dáng đó.

Một kiểu dáng đã được bộc lộ cho công chúng biết thông qua việc quảng cáo trong catalogue hoặc tập sách giới thiệu sản phẩm của công ty bạn, sẽ không còn được coi là "mới". Kiểu dáng đó đã trở thành tài sản của công chúng và vì thế không được bảo hộ, trừ khi pháp luật quy định "thời hạn được hưởng quyền ưu tiên" hoặc trừ khi có yêu cầu về quyền ưu tiên (hãy xem phần "Bảng cách nào bạn bảo hộ kiểu dáng của bạn ở nước ngoài" tại trang 16).

hoặc bằng cách cấp li-xăng đối với kiểu dáng đó. Thành công của sản phẩm đó là rất đáng kể. Loại vớng đó đã trở thành một trong các sản phẩm hàng đầu của BABY AND CHILDREN và công ty này, nhờ độc quyền có được từ việc bảo hộ kiểu dáng công nghiệp, đang tiêu thụ sản phẩm của họ trên khắp thế giới.



Được phép của: BABY AND CHILDREN

### "Thời hạn được hưởng quyền ưu tiên" là gì?

Tại một số nước pháp luật quy định thời hạn được hưởng quyền ưu tiên đối với việc đăng ký thường là 6 tháng hoặc 1 năm tính từ ngày kiểu dáng được công khai, bộc lộ hoặc công bố.

Đó là trường hợp khi các sản phẩm mang kiểu dáng đó được bán, trưng bày tại phòng trưng bày, triển lãm hoặc hội chợ, hoặc được công bố trong catalogue, sách giới thiệu hoặc quảng cáo trước khi nộp đơn. Trong thời hạn đó, bạn vẫn có thể tiêu thụ kiểu dáng đó trên thị trường mà không bị mất tính mới và bạn vẫn có thể nộp đơn đăng ký.

Tuy nhiên, vì đây không phải là trường hợp xảy ra đối với tất cả các nước và thường bị giới hạn về thời gian, nên cần phải giữ bí mật kiểu dáng cho đến khi bạn nộp đơn đăng ký kiểu dáng đó. Hơn nữa, bạn sẽ không được độc quyền đối với kiểu dáng đó trong thời hạn được hưởng quyền ưu tiên (mặc dù kiểu dáng của bạn có thể được bảo hộ tự động theo luật quyền tác giả hoặc luật chống cạnh tranh không lành mạnh, tùy thuộc vào các quy định của luật quốc gia; hãy xem thêm phần quyền tác giả trong Mục 5).

### Thời hạn bảo hộ kiểu dáng công nghiệp là bao lâu?

Thời hạn bảo hộ kiểu dáng công nghiệp khác nhau giữa các nước, nhưng thường ít nhất là

**10 năm** (mặc dù thường là dài hơn; chẳng hạn, 14 năm đối với bằng độc quyền tại Hoa Kỳ, và tối đa là 25 năm đối với kiểu dáng cộng đồng tại Liên minh châu Âu). Tại nhiều nước, chủ kiểu dáng phải gia hạn hiệu lực kiểu dáng của họ sau 5 năm.

### Chi phí cho việc bảo hộ kiểu dáng công nghiệp là bao nhiêu?

Chi phí thực tế sẽ rất khác nhau giữa nước này với nước khác. Tuy nhiên, điều quan trọng là phải nắm được các chi phí có thể phát sinh trong quá trình đó:

1. Bạn sẽ phải nộp **các khoản lệ phí đăng ký** cho cơ quan sở hữu trí tuệ quốc gia hoặc khu vực. Các khoản lệ phí này thường khác nhau phụ thuộc vào số lượng kiểu dáng đăng ký và số lượng các nước mà kiểu dáng được đăng ký bảo hộ. Ví dụ, đơn đăng ký một kiểu dáng cộng đồng tại 15 nước của Liên minh châu Âu, sẽ phải trả 350 Euro. Khoản lệ phí này có thể có thể tăng lên tới mức 1.925 Euro nếu đơn đó bao gồm 10 kiểu dáng. Bạn có thể yêu cầu công ty đại diện của bạn hoặc các cơ quan sở hữu trí tuệ liên quan cung cấp các thông tin chi tiết về các khoản phí và lệ phí.
2. Còn có các **chi phí khác liên quan đến việc sử dụng dịch vụ của công ty đại diện sở hữu trí tuệ** trong quá trình đăng ký nếu bạn muốn nhờ tư vấn chuyên gia để nộp đơn của bạn.

- Hầu hết các nước đều có quy định rằng chủ kiểu dáng phải trả **lệ phí gia hạn hiệu lực**, thường là cho thời hạn 5 năm, để duy trì độc quyền của họ đối với kiểu dáng đó.
- Cũng có thể phải chịu chi phí **dịch** đơn đăng ký kiểu dáng khi đăng ký kiểu dáng ra nước ngoài.

### Bạn phải làm gì nếu kiểu dáng của bạn kết hợp cải tiến về chức năng với các đặc điểm mỹ thuật?

Để có độc quyền đối với các **cải tiến về chức năng** của sản phẩm, nói chung bạn nên đăng ký bảo hộ **sáng chế** hoặc **mẫu hữu ích** hoặc khi chức năng đó không hiển nhiên đối với sản phẩm, bạn nên bảo hộ dưới dạng **bí mật kinh doanh**. Tuy nhiên, thông thường, một sản phẩm mới

thường kết hợp các cải tiến về chức năng với các đặc điểm mỹ thuật sáng tạo. Giả sử bạn có một kiểu dáng mới của điện thoại di động. Trong khi điện thoại di động là kết quả của cả một chuỗi các cải tiến đối với các linh kiện điện tử và có thể được bảo hộ dưới dạng sáng chế và kiểu dáng độc đáo của bạn có thể được đăng ký bảo hộ kiểu dáng công nghiệp. Liệu bạn có thể nộp đơn đăng ký cả hai đối tượng không? Câu trả lời là có.



Nokia

### Bảo hộ kiểu dáng và chiến lược kinh doanh

Quyết định về việc đăng ký bảo hộ kiểu dáng công nghiệp bằng cách nào, khi nào và ở đâu có thể sẽ ảnh hưởng rất lớn đến các lĩnh vực quản lý khác đối với kiểu dáng. Vì vậy, điều cực kỳ quan trọng là phải lồng ghép, kết hợp vấn đề bảo hộ kiểu dáng công nghiệp với chiến lược kinh doanh tổng thể của doanh nghiệp. Ví dụ, hình thức bảo hộ, chi phí, hiệu quả của việc bảo hộ và vấn đề quyền sử hữu đối với kiểu dáng có thể là các yếu tố cần cân nhắc, xem xét khi quyết định:

- Tự thực hiện việc thiết kế kiểu dáng hoặc thuê một cơ quan bên ngoài;
- Thời điểm bắt đầu sử dụng kiểu dáng mới trong việc quảng cáo, tiếp thị hoặc trưng bày tại triển lãm;
- Thị trường xuất khẩu chính;
- Khi nào thì cấp li-xăng hoặc chuyển nhượng kiểu dáng cho các công ty khác khai thác thương mại để đổi lấy khoản thu nhập kinh tế.

Nhiều nhà thiết kế bảo hộ các khía cạnh khác nhau của sản phẩm của họ với các đối tượng sở hữu trí tuệ khác nhau. Tuy nhiên điều quan trọng là phải ghi nhớ sự khác biệt cơ bản giữa sáng chế/mẫu hữu ích và kiểu dáng công nghiệp.

**Sáng chế và mẫu hữu ích là những sáng chế mang lại sự cải tiến chức năng đối với một sản phẩm và việc bảo hộ kiểu dáng công nghiệp chỉ liên quan đến hình dáng bên ngoài của sản phẩm.**

### Ai có thể nộp đơn đăng ký bảo hộ kiểu dáng công nghiệp?

Nói chung, người tạo ra kiểu dáng hoặc, nếu làm việc theo hợp đồng thì là cơ quan chủ quản, có quyền nộp đơn đăng ký kiểu dáng. Người nộp đơn có thể là một cá nhân (chẳng hạn, nhà

thiết kế) hoặc một pháp nhân (chẳng hạn một công ty). Trong cả hai trường hợp, đơn đăng ký kiểu dáng có thể làm trực tiếp hoặc thông qua một công ty đại diện được cơ quan sở hữu trí tuệ của nước đó cấp phép hoạt động.

### Ai là người sở hữu quyền đối với một kiểu dáng công nghiệp?

Người tạo ra kiểu dáng, tức là nhà thiết kế, thường là chủ sở hữu đầu tiên của kiểu dáng, trừ một số tình huống đặc biệt. Ví dụ, tại hầu hết các nước, nếu một **người làm công** tạo ra một kiểu dáng trong thời hạn hợp đồng lao động, tức là trong giờ làm việc của họ tại doanh nghiệp đó và là một nhiệm vụ được giao tại xí nghiệp, kiểu dáng đó (và cả các quyền liên quan) sẽ thuộc về doanh nghiệp chủ quản hoặc có thể phải chuyển nhượng bằng một hợp đồng chuyển nhượng.

### Ví dụ: DURACELL

Cho đến những năm thập kỷ 1980 Duracell là công ty chỉ đơn thuần sản xuất một loại sản phẩm đó là pin kiềm. Năm 1981, Duracell thuê các nhà thiết kế tư vấn để sản xuất đèn nháy bỏ túi, loại đèn đó được đưa ra thị trường năm 1982. Hai năm sau, kiểu dáng đèn nháy này đã đoạt giải của Hội đồng Thiết kế Vương quốc Anh. Trong những năm đó, Duracell đã tung ra thị trường một số phương án thể hiện của đèn nháy bỏ túi với các kiểu dáng khác nhau nhằm vào các thị trường trọng điểm khác nhau. Đèn nháy bỏ túi dành cho người tiêu

dùng là thanh thiếu niên được thiết kế theo một với nhiều màu sắc. Các đặc điểm chức năng sáng tạo của sản phẩm được bảo hộ dưới dạng sáng chế, trong khi đó kiểu dáng được bảo hộ tại các nước lớn là thị trường tiêu thụ sản phẩm của Duracell.



Duracell



Nếu kiểu dáng được thuê thiết kế bởi một **nhà thiết kế bên ngoài trên cơ sở hợp đồng**, các quyền liên quan đến kiểu dáng đó thuộc về công ty thuê thiết kế. Trong các trường hợp đó, kiểu dáng được xem là sáng tạo để phục vụ nhu cầu sử dụng của người đặt thiết kế kiểu dáng, và vì vậy người đó là chủ kiểu dáng. Để tránh việc hiểu lầm gây tranh cãi sau này, trong hợp đồng ban đầu cần làm rõ vấn đề chủ sở hữu đối với kiểu dáng. Bạn cũng cần lưu ý rằng, theo luật quyền tác giả, nhà thiết kế sản phẩm đó có thể được hưởng quyền tác giả đối với bản vẽ thiết kế kiểu dáng một cách tự động, và vì

#### Ví dụ: TRAX

TRAX là một bộ ghế ngồi công cộng được Rodney Kinsman thiết kế và được bán và tiếp thị bởi Công ty OMK Design. Bộ ghế ngồi công cộng TRAX ban đầu được thiết kế để đáp ứng yêu cầu của Ngành đường sắt Vương quốc Anh, với các tiêu chí là hệ thống ghế ngồi công cộng phải có kiểu dáng đẹp, tiện nghi, không bị tác động của thời tiết và ít phải bảo dưỡng. Trong nhiều năm, TRAX đã trở thành một sản phẩm rất thành công, một phần nhờ thiết kế độc đáo và tiện dụng của nó và TRAX đã được lắp đặt tại trên 60 sân bay trên khắp thế giới.

Kiểu dáng của TRAX được đăng ký bảo hộ tại Vương quốc Anh, Australia, các nước thuộc khối Benelux, Đức, Italy, Nhật Bản và Hoa Kỳ.

thể vấn đề này cũng phải được đưa vào hợp đồng.

#### **Bạn có thể nộp một đơn đăng ký cho nhiều kiểu dáng khác nhau được không?**

Câu trả lời là rất khác nhau, tùy thuộc vào quy định của từng nước. Tại nhiều nước bạn có thể nộp một đơn đăng ký nhiều kiểu dáng (10, 20 hoặc thậm chí 50 kiểu dáng) chung nào các kiểu dáng đó liên quan đến một sản phẩm hoặc "nhóm" sản phẩm (xem phần giải thích về "nhóm sản phẩm tại trang 15).

Nhờ việc đăng ký bảo hộ, Công ty OMK Design đã có được độc quyền trong việc khai thác thương mại kiểu dáng đó tại các nước này. Trong một số trường hợp, Công ty OMK Design đã cấp li-xăng cho các công ty nước ngoài sản xuất hệ thống ghế ngồi công cộng TRAX để có được một khoản thu đáng kể.



Được phép của: TRAX

Điều này có nghĩa là nếu bạn thiết kế kiểu dáng của một bộ gồm bàn, ghế, chén bát và muỗng bảo hộ chúng, nhiều nước sẽ cho phép bạn chỉ nộp một đơn duy nhất cho tất cả các vật dụng này, bạn sẽ chỉ phải nộp lệ phí cho một đơn bởi chúng cùng thuộc một nhóm sản phẩm. Tuy nhiên, nếu bạn định bảo hộ cả chiếc đèn kèm theo, có khả năng bạn sẽ bị yêu cầu phải nộp một đơn riêng biệt. Trong thực tế, đèn không cùng một nhóm sản phẩm với bàn, ghế và chén bát. Nhìn chung, cho dù mỗi kiểu dáng bổ sung đều phải nộp thêm phí, khoản phí này về cơ bản vẫn ít hơn chi phí nộp đơn riêng biệt cho từng kiểu dáng.

Tuy vậy, ở một số nước, có thể bạn phải nộp một đơn riêng biệt cho mỗi kiểu dáng. Trong khi giới hạn chỉ có thể nộp một đơn cho một kiểu dáng duy nhất, nhiều nước trong số này lại cho phép một vài phương án đối với kiểu dáng đó; một số nước khác lại cho phép các ngoại lệ đối với quy tắc "kiểu dáng duy nhất" nếu tất cả các kiểu dáng đều liên quan đến một "bộ vật dụng".

- Ví dụ, hai chiếc khay tai sẽ được coi là **các phương án** của một kiểu dáng nếu chúng chỉ khác nhau ở chỗ một chiếc là khay kẹp và chiếc kia là khay xô lỗ. Để được coi là các phương án của cùng một kiểu dáng, các phương án phải được áp dụng đối với cùng một vật dụng và phải không khác biệt cơ bản với nhau.

- Mặt khác, "**bộ**" được định nghĩa là gồm các vật dụng có đặc điểm chung thường được bán hoặc được sử dụng cùng nhau, có các đặc điểm chung về kiểu dáng. Ví dụ, bộ dao gồm có thìa, đĩa và dao; bộ đồ gia dụng có thể gồm máy sấy tóc, đầu sấy và lược.

Như bạn thấy, có sự khác biệt rất lớn trong các quy định đối với đơn; để biết được những chi tiết chính xác về các yêu cầu và khả năng bảo hộ theo cách tiết kiệm chi phí nhất, bạn nên liên hệ với một đại diện sở hữu trí tuệ hoặc các cơ quan sở hữu trí tuệ có liên quan.

#### **Hệ thống Phân loại Quốc tế**

Nhìn chung, các kiểu dáng công nghiệp được phân thành các nhóm để dễ tra cứu. Có thể bạn sẽ được yêu cầu phải nêu rõ nhóm sản phẩm bạn định sử dụng kiểu dáng có liên quan trong đơn của mình. Nhiều nước sử dụng bảng phân loại trong **Hiệp ước Locarno Thiết lập phân loại quốc tế kiểu dáng công nghiệp** (xem danh mục Nhóm tại Phụ lục II). Xem thêm tại:

[www.wipo.int/classifications/en/locarno/about](http://www.wipo.int/classifications/en/locarno/about)

### Bạn có thể chuyển giao quyền sử dụng kiểu dáng công nghiệp của mình được không?

Kiểu dáng công nghiệp được chuyển giao quyền sử dụng khi chủ sở hữu kiểu dáng (người chuyển giao) cho phép người khác (người nhận chuyển giao) sử dụng kiểu dáng vì bất cứ mục đích nào theo thoả thuận giữa hai bên. Trong những trường hợp này, thường hai bên sẽ ký một **hợp đồng chuyển giao quyền sử dụng** (hợp đồng li-xăng) trong đó nêu rõ các điều kiện và phạm vi của thoả thuận.

Hợp đồng li-xăng thường có các điều khoản giới hạn các quốc gia nơi người nhận chuyển giao có thể sử dụng kiểu dáng, thời hạn chuyển giao và loại sản phẩm có thể sử dụng kiểu dáng. Để chuyển giao quyền sử dụng kiểu dáng ở nước ngoài, trước hết kiểu dáng của bạn phải được bảo hộ, hoặc đã nộp đơn xin bảo hộ, tại các nước liên quan.

Cho phép người khác sử dụng các kiểu dáng công nghiệp của mình thông qua một hợp đồng li-xăng sẽ đem lại cho công việc kinh doanh của bạn **thêm doanh thu** và là một cách phổ biến mà các công ty thường dùng để khai thác độc quyền các kiểu dáng đã được đăng ký của họ.

Thoả thuận về việc cấp li-xăng đối với kiểu dáng công nghiệp thường nằm trong một hợp đồng li-xăng tổng quát hơn bao gồm tất cả các khía cạnh của sản phẩm (chứ không chỉ bao gồm các yếu tố trực quan).

### 3. Bảo hộ kiểu dáng tại nước ngoài

#### Tại sao cần bảo hộ kiểu dáng tại nước ngoài?

Nếu công ty của bạn dự định xuất khẩu các sản phẩm có kiểu dáng gốc, hoặc chuyển giao việc sản xuất, bán hoặc xuất khẩu các sản phẩm đó cho các công ty khác ở nước ngoài, bạn nên xem xét bảo hộ kiểu dáng của sản phẩm của công ty bạn tại những nước đó để được hưởng các lợi ích bảo hộ ở nước ngoài giống như bảo hộ ở trong nước.

#### Bảo hộ các kiểu dáng công nghiệp ở nước ngoài bằng cách nào?

Bảo hộ kiểu dáng công nghiệp mang tính lãnh thổ. Điều này có nghĩa là bảo hộ kiểu dáng công nghiệp nhìn chung được giới hạn tại nước hoặc khu vực bạn đã đăng ký kiểu dáng của mình. Do đó, nếu bạn muốn bảo hộ kiểu dáng công nghiệp của mình tại các thị trường xuất khẩu, bạn cần phải nộp đơn đăng ký bảo hộ kiểu dáng ở những nước đó.

Điều quan trọng là bạn phải luôn ghi nhớ rằng thông thường bạn có **sáu tháng** tính từ ngày nộp đơn đăng ký bảo hộ ở nước đầu tiên để xin hưởng **quyền ưu tiên** khi bạn nộp đơn đăng ký bảo hộ ở các nước khác. Khi hết thời hạn này, bạn sẽ không thể nộp đơn bảo hộ kiểu dáng ở nước ngoài, bởi kiểu dáng của bạn sẽ không còn được coi là mới nữa.

Có ba cách bảo hộ kiểu dáng công nghiệp của bạn ở nước ngoài

1. **Kênh quốc gia:** Các công ty có thể đăng ký bảo hộ thông qua việc nộp đơn riêng biệt tại cơ quan sở hữu trí tuệ quốc gia từng nước họ muốn bảo hộ kiểu dáng của mình. Quá trình này có thể khá phức tạp và tốn kém bởi thông thường đơn đăng ký kiểu dáng phải được dịch ra ngôn ngữ quốc gia cũng như phải chi trả các chi phí hành chính (và đôi khi cả dịch vụ pháp lý).
2. **Kênh khu vực:** Nếu bạn muốn đăng ký bảo hộ kiểu dáng công nghiệp tại những nước là thành viên của các hiệp định khu vực cho phép bạn có thể đăng ký kiểu dáng tại nhiều nước, bạn có thể chỉ phải nộp một đơn duy nhất ở cơ quan sở hữu trí tuệ của khu vực đó. Các cơ quan sở hữu trí tuệ khu vực bao gồm:
  - Cơ quan Sở hữu công nghiệp Khu vực châu Phi (ARIPO) để đăng ký bảo hộ kiểu dáng công nghiệp tại các nước châu Phi nói tiếng Anh;
  - Cơ quan Kiểu dáng Benelux (BDO) để bảo hộ kiểu dáng tại Bỉ, Hà Lan và Luxembourg;
  - Cơ quan Hoà hoá thị trường nội địa (OHIM) để bảo hộ kiểu dáng Cộng đồng tại 15 nước thuộc Liên minh châu Âu;
  - Tổ chức Sở hữu trí tuệ châu Phi (OAP) để bảo

hộ tại các nước châu Phi nói tiếng Pháp.

Xem Phụ lục I để biết địa chỉ trang web của các cơ quan sở hữu trí tuệ khu vực.

3. **Kênh quốc tế:** Các công ty muốn đăng ký quốc tế kiểu dáng của họ ở một vài nước cũng có thể sử dụng các thủ tục quy định tại **Thỏa ước La Hay về Đăng ký quốc tế kiểu dáng công nghiệp** do WIPO quản lý. Người nộp đơn từ một nước thành viên của Thỏa ước La Hay chỉ cần nộp một đơn quốc tế duy nhất cho WIPO; khi đó kiểu dáng sẽ được bảo hộ tại các nước thành viên của Thỏa ước (hiện tại là 42) mà người nộp đơn mong muốn. Thỏa ước tạo cho người nộp đơn một cơ chế đơn giản và tiết kiệm hơn đối với việc nộp đơn đăng ký kiểu dáng công nghiệp tại các nước khác nhau. Xem Phụ lục III để biết danh sách các nước thành viên của Thỏa ước La Hay. Thông tin đầy đủ về Thỏa ước La Hay, trong đó có cả mẫu đơn, có thể lấy ở trang web của WIPO tại:  
[www.wipo.int/hague/](http://www.wipo.int/hague/)

**Chi phí** đăng ký một kiểu dáng công nghiệp theo Thỏa ước La Hay thay đổi phụ thuộc vào số lượng các kiểu dáng và số nước mà người nộp đơn xin bảo hộ kiểu dáng. Ví dụ, chi phí bảo hộ 05 kiểu dáng ở 11 nước sử dụng kênh quốc tế theo hệ thống La Hay là xấp xỉ 900 SFr.

#### 4. Bảo vệ quyền đối với kiểu dáng công nghiệp

##### Làm thế nào để bảo vệ quyền của bạn khi kiểu dáng của bạn bị bắt chước, sao chép hoặc vi phạm?

Bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ là một vấn đề phức tạp và tốt hơn hết bạn nên tìm kiếm sự trợ giúp chuyên môn của luật sư sở hữu trí tuệ có thẩm quyền. Điều quan trọng là bạn phải luôn ghi nhớ rằng trách nhiệm xác định và hành động chống lại việc làm nhái hoặc vi phạm một kiểu dáng công nghiệp thuộc về chủ sở hữu kiểu dáng. **Nói cách khác,**

**bạn có trách nhiệm giám sát việc sử dụng kiểu dáng của mình trên thị trường, xác định những người làm nhái hoặc làm giả kiểu dáng và quyết định bằng cách nào và khi nào thì hành động chống lại họ.**

Thông thường, luật sư sở hữu trí tuệ là người có thể cung cấp cho bạn các thông tin về khả năng tiến hành các hành vi pháp lý chống lại những người làm nhái, vi phạm và làm giả kiểu dáng công nghiệp tại nước của bạn, và đưa ra cho bạn những lời khuyên về cách giải quyết tranh chấp.

##### Bảo hộ quốc tế kiểu dáng

Năm 2001, mười hãng có số đơn lớn nhất nộp theo Hệ thống La Hay về nộp lưu quốc tế kiểu dáng công nghiệp là Swatch Group, Interior, Sony Overseas, Hermès, Daimler Chrysler, Nokia, Villeroy + Boch A.G., Moulinex, Philips Electronics và Salomon. Trong năm này (năm 2001), hãng có số đơn nộp lớn nhất là Tập đoàn Swatch đã nộp 103 đơn đăng ký kiểu dáng thông qua Hệ thống La Hay. “Kiểu dáng” khác biệt của đồng hồ của hãng được coi là yếu tố quyết định tác động đến sự lựa chọn của khách hàng đối với sản phẩm của hãng. Về vấn đề này, những công ty như Tập đoàn Swatch đã đầu tư nhiều tiền của và kỹ năng chuyên môn để phát triển

thành công kiểu dáng của mình và bảo đảm quyền độc quyền của họ trong việc khai thác kiểu dáng bằng việc đăng ký ở nhiều nước.



Được phép của: Swatch AG

Khi bạn tin chắc là đã có **vi phạm kiểu dáng** của mình, bước đầu tiên bạn có thể chọn lựa là gửi một “bức thư cảnh cáo và yêu cầu chấm dứt vi phạm” thông báo với người vi phạm về xung đột có thể xảy ra giữa kiểu dáng của họ với quyền độc quyền của bạn. Bạn nên nhờ tới sự giúp đỡ của luật sư để soạn thảo bức thư này. Nếu việc vi phạm vẫn tiếp diễn, có thể bạn cần phải khởi kiện người vi phạm đó.

Nếu bạn biết địa điểm vi phạm, bạn có thể thực hiện đột nhập bất ngờ bằng cách xin lệnh khám xét và tịch thu (thường là của toà án có thẩm quyền hoặc cảnh sát) để tiến hành một cuộc khám xét mà không phải báo trước cho công ty/cá nhân bị phát hiện là có hành vi vi phạm.

Để ngăn chặn việc **nhập khẩu hàng vi phạm**, ở nhiều nước có quy định về các biện pháp biên giới mà chủ sở hữu kiểu dáng có thể sử dụng thông qua các cơ quan hải quan quốc gia.

Quy tắc chung là nếu xác định được vi phạm, bạn nên nhờ tư vấn pháp lý chuyên nghiệp.

#### 5. Các công cụ pháp lý khác để bảo hộ kiểu dáng công nghiệp

##### Sự khác nhau giữa bảo hộ quyền tác giả và bảo hộ kiểu dáng công nghiệp đối với kiểu dáng là gì?

Ở một số nước, pháp luật hiện hành công nhận bảo hộ quyền tác giả đối với một số kiểu dáng nhất định, ví dụ, kiểu dáng của các sản phẩm dệt may và vải.



Ở nhiều nước, bạn có thể có được sự bảo hộ đồng thời (cụ thể là bảo hộ quyền tác giả và bảo hộ kiểu dáng công nghiệp) cùng tồn tại song song đối với cùng một kiểu dáng, trong khi ở một số nước khác, bạn chỉ được chọn một trong hai hình thức bảo hộ này.

Trước khi quyết định hình thức bảo hộ kiểu dáng của bạn tốt nhất, bước đầu tiên là bạn cần hiểu được sự khác nhau giữa hai hình thức bảo hộ này. Dưới đây là một số điểm khác nhau cơ bản:

### Đăng ký

- Theo quy định của luật kiểu dáng công nghiệp, nhìn chung kiểu dáng công nghiệp phải được người nộp đơn **đăng ký** trước khi công bố hoặc được sử dụng công khai ở bất cứ đâu, hoặc ít nhất ở nước người nộp đơn yêu cầu được bảo hộ. **Văn bằng bảo hộ** được cấp theo luật kiểu dáng công nghiệp sẽ chứng tỏ tính hữu dụng trong trường hợp có vi phạm, bởi nó là cơ sở vững chắc để bạn có thể từ đó bảo vệ quyền độc quyền của mình.
- Quyền tác giả trong các tác phẩm được coi là gốc sẽ tồn tại hiển nhiên mà không cần phải đăng ký. Cho dù **không cần đăng ký để được bảo hộ**, đăng ký quyền tác giả vẫn tồn tại ở một số nước có quy định về cấp bằng bảo hộ kiểu dáng.

### Thời hạn

- Nhìn chung, thời hạn bảo hộ kiểu dáng công nghiệp sẽ kết thúc vào **khoảng từ 10 đến 25 năm**, tùy thuộc vào từng nước. Bạn cũng nên lưu ý rằng quá trình đăng ký kiểu dáng công nghiệp có thể sẽ mất thời gian một chút, và không phải lúc nào cũng thoả đáng đối với các sản phẩm mang tính xu thế (ví dụ như các sản phẩm thời trang).
- Ở hầu hết các nước, quyền tác giả được bảo

hộ suốt cuộc đời tác giả và **50 hoặc 70 năm sau khi tác giả qua đời**.

### Phạm vi bảo hộ

- Quyền phát sinh từ việc bảo hộ kiểu dáng công nghiệp là **quyền tuyệt đối** theo nghĩa sẽ là có vi phạm cho dù việc sao chụp có cố ý hay không.
- Để bảo vệ quyền theo luật quyền tác giả, chủ sở hữu bản quyền tác giả phải chứng minh được rằng tác phẩm bị coi là vi phạm quyền đó gián tiếp hoặc trực tiếp tái tạo tác phẩm đang được bảo hộ quyền tác giả.

### Loại sản phẩm

- Ở hầu hết các nước, **không phải tất cả các kiểu dáng công nghiệp đều được bảo hộ** quyền tác giả mà trước hết chỉ xem xét các tác phẩm được coi là tác phẩm nghệ thuật. Do việc phân biệt chúng luôn không rõ ràng, một số kiểu dáng, ví dụ như hình dáng của các sản phẩm được chế tạo, không được bảo hộ theo luật quyền tác giả, trong khi một số khác, ví dụ như các thiết kế hàng dệt may thời trang, lại thường được bảo hộ bởi cả hai hình thức này.

### Chi phí

- Đăng ký kiểu dáng công nghiệp của bạn ở những nước bạn quan tâm đồng nghĩa với việc bạn sẽ phải nộp các khoản lệ phí áp dụng tại

nước đó. Ngoài ra, có thể sẽ có ích hoặc cần thiết đối với bạn nếu bạn sử dụng dịch vụ của một tổ chức đại diện sở hữu trí tuệ để giúp bạn soạn thảo đơn, và việc này cũng sẽ phát sinh thêm chi phí.

- Do hầu hết luật quyền tác giả ở các quốc gia không đòi hỏi phải đăng ký chính thức tác phẩm, sẽ không có chi phí trực tiếp liên quan đến bảo hộ quyền tác giả. Tuy nhiên, sẽ có thể có chi phí liên quan đến (a) việc nộp lưu các tác phẩm tại cơ sở dữ liệu quyền tác giả ở những nước có tồn tại chế độ nộp lưu, và (b) nêu dẫn chứng chứng minh quyền sở hữu trong trường hợp có tranh chấp.

**Tóm lại**, trong khi việc bảo hộ kiểu dáng công nghiệp trở nên mạnh hơn, thậm chí áp dụng đối với cả các hành vi vi phạm không cố ý và việc cấp bằng chứng nhận đăng ký được xem là bằng chứng trong trường hợp có vi phạm, nó cũng đòi hỏi nhiều nỗ lực hơn (cả về mặt tài chính và hành chính) bởi phải qua thủ tục đăng ký và thời hạn bảo hộ ngắn hơn.

Trong mọi trường hợp, đặc biệt là khi kiểu dáng không được đăng ký, bạn nên **ghi nhận cẩn thận từng bước phát triển của kiểu dáng**. Ký và ghi ngày vào mỗi bản phác hoạ, và lưu giữ chúng một cách hợp lý, có thể sẽ có ích trong trường hợp có vi phạm.

**Ví dụ:** Trong một cuộc thăm dò ý kiến của các nhà thiết kế thời trang gần đây ở Vương quốc Anh, 80% những người được hỏi trả lời rằng họ luôn lưu giữ các tài liệu về thiết kế gốc của họ và nhận thức được tầm quan trọng của các tài liệu này khi chứng minh quyền tác giả của mình.

### Khi nào luật nhãn hiệu có thể bảo hộ một kiểu dáng?

Nhãn hiệu là một dấu hiệu có khả năng phân biệt (thường là một từ, logo hoặc kết hợp cả hai) được dùng để phân biệt sản phẩm của một công ty với sản phẩm của các công ty khác. Trong một số tình huống, hình thức, kiểu dáng hoặc bao bì của một sản phẩm có thể được coi là đặc điểm phân biệt của sản phẩm đó và có thể được bảo hộ dưới hình thức nhãn hiệu ba chiều. Chai Coca Cola hoặc hình tam giác của Thỏi Sôcôla Toblerone là một số ví dụ điển hình.



Bạn nên lấy ý kiến tư vấn của một đại diện sở hữu trí tuệ để xác định liệu một kiểu dáng cụ thể nào đó có thể được coi là nhãn hiệu ba chiều không.

Tính ưu việt của bảo hộ nhãn hiệu hàng hoá là có thể gia hạn nhiều lần, trong khi bảo hộ kiểu dáng công nghiệp thường chỉ có hiệu lực trong một thời hạn nhất định (thường là 10 đến 25 năm). Chi phí đăng ký bảo hộ nhãn hiệu hàng hoá và kiểu dáng công nghiệp cũng khác nhau. Tùy thuộc vào hệ thống luật pháp mà hai loại hình bảo hộ này có thể cùng tồn tại.

### **Luật cạnh tranh không lành mạnh có bảo hộ kiểu dáng của bạn không?**

Ở nhiều nước, kiểu dáng công nghiệp thường được bảo hộ theo luật cạnh tranh không lành mạnh. Do đó, một kiểu dáng công nghiệp có thể được bảo hộ chống lại các hành vi cạnh tranh không lành mạnh, đặc biệt là hành vi sao chép không sáng tạo, các hành vi có thể gây nhầm lẫn, làm nhái hoặc lợi dụng danh tiếng của một bên thứ ba. Tuy nhiên, mức độ bảo hộ theo hình thức cạnh tranh không lành mạnh thường thấp hơn nhiều và khó chứng minh hành vi vi phạm hơn.

### **Để có thêm thông tin, xem các trang web sau:**

Các vấn đề sở hữu trí tuệ khác từ góc độ kinh doanh:

[www.wipo.int/sme/](http://www.wipo.int/sme/)

Về kiểu dáng công nghiệp nói chung:

[www.wipo.int/about-ip/en/](http://www.wipo.int/about-ip/en/)

Về các khía cạnh thực tiễn liên quan đến đăng ký kiểu dáng công nghiệp, xem danh mục các trang web của các cơ quan sở hữu trí tuệ quốc gia và khu vực nêu tại Phụ lục I hoặc:

[www.wipo.int/news/en/links/ipo\\_web.htm](http://www.wipo.int/news/en/links/ipo_web.htm).

Về Thoả ước La Hay về nộp lưu quốc tế kiểu dáng công nghiệp:

[www.wipo.int/hague/en/](http://www.wipo.int/hague/en/)

Về Thoả ước Locarno Thiết lập Bảng phân loại quốc tế kiểu dáng công nghiệp:

[www.wipo.int/classifications](http://www.wipo.int/classifications)

(theo Thoả ước Locarno)

Về trọng tài và trung gian hoà giải:

<http://arbitrator.wipo.int/>

## PHỤ LỤC 1

### Địa chỉ các trang web của các Cơ quan Sở hữu trí tuệ Quốc gia và Khu vực

Tổ chức Sở hữu công nghiệp Khu vực Châu Phi (ARIPO)	<a href="http://www.aripo.wipo.net/">http://www.aripo.wipo.net/</a>
An-giê-ri	<a href="http://www.inapi.org">http://www.inapi.org</a>
An-đô-ra	<a href="http://www ompa.ad">http://www ompa.ad</a>
Ác-hen-ti-na	<a href="http://www.inpi.gov.ar">http://www.inpi.gov.ar</a>
Ác-mê-ni-a	<a href="http://www.armpatent.org">http://www.armpatent.org</a>
Áo	<a href="http://www.patent.bmwa.gv.at/">http://www.patent.bmwa.gv.at/</a>
Ôt-xtrây-li-a	<a href="http://www.ipaustralia.gov.au/">http://www.ipaustralia.gov.au/</a>
Bác-ba-dốt	<a href="http://www.caipo.gov.bbl">http://www.caipo.gov.bbl</a>
Bỉ	<a href="http://www.european-patent-office.org/patlib/country/belgium">http://www.european-patent-office.org/patlib/country/belgium</a>
Bê-li-zơ	<a href="http://www.belipo.bz">http://www.belipo.bz</a>
Bê-nê-lux (Cơ quan Kiểu dáng Bê-nê-lux)	<a href="http://www.bbtm-bbdm.org/">http://www.bbtm-bbdm.org/</a>
Bô-li-vi-a	<a href="http://www.senapi.gov.bo">http://www.senapi.gov.bo</a>
Bốt-x-ni-a và Héc-zơ-gô-vi-na	<a href="http://www.bih.net.balzsmp">http://www.bih.net.balzsmp</a>
Bra-xin	<a href="http://www.inpi.gov.br">http://www.inpi.gov.br</a>
Bun-ga-ri	<a href="http://www.bpo.bg/">http://www.bpo.bg/</a>
Ca-na-đa	<a href="http://www.cipo.gc.ca">http://www.cipo.gc.ca</a>
Trung Quốc	<a href="http://www.sipo.gov.cn">http://www.sipo.gov.cn</a>
Trung Quốc: Hồng Kông (SAR)	<a href="http://www.infor.gov.hk/ipd">http://www.infor.gov.hk/ipd</a>
Trung Quốc: Ma Cao (SAR)	<a href="http://www.economia.gov.mo">http://www.economia.gov.mo</a>
Chi-lê	<a href="http://www.dpi.gov.cl">http://www.dpi.gov.cl</a>
Colombia	<a href="http://www.sic.gov.co">http://www.sic.gov.co</a>
Công-gô	<a href="http://www.anpi.cg.wipo.net">http://www.anpi.cg.wipo.net</a>
Cốt-xa-ri-ca	<a href="http://www.registracional.go.cr">http://www.registracional.go.cr</a>
Cro-át-ti-a	<a href="http://www.dziv.hr/">http://www.dziv.hr/</a>
Cu Ba	<a href="http://www.ocpi.cu">http://www.ocpi.cu</a>

Cộng hoà Séc	<a href="http://www.upv.cz">http://www.upv.cz</a>
Đan Mạch	<a href="http://www.dkpto.dk/">http://www.dkpto.dk/</a>
Cộng hoà Đô-mi-ni-ca	<a href="http://www.seic.gov.do/onapi/">http://www.seic.gov.do/onapi/</a>
Ai cập	<a href="http://www.egypo.gov.eg">http://www.egypo.gov.eg</a>
Étx-tô-ni-a	<a href="http://www.epa.ee">http://www.epa.ee</a>
Liên minh châu Âu (Cơ quan Hàì hoà hoá thị trường nội địa - OHIM)	<a href="http://www.oami.eu.int/">http://www.oami.eu.int/</a>
Phần Lan	<a href="http://www.prh.fi">http://www.prh.fi</a>
Pháp	<a href="http://www.inpi.fr">http://www.inpi.fr</a>
Gruzia	<a href="http://www.sakpatenti.org.ge/">http://www.sakpatenti.org.ge/</a>
Đức	<a href="http://www.dpma.de">http://www.dpma.de</a>
Hi Lạp	<a href="http://www.gge.gr">http://www.gge.gr</a>
Hung-ga-ri	<a href="http://www.hpo.hu/">http://www.hpo.hu/</a>
Ai-xơ-len	<a href="http://www.els.stjr.is">http://www.els.stjr.is</a>
Ấn Độ	<a href="http://www.patentoffice.nic.in">http://www.patentoffice.nic.in</a>
In-đô-nê-si-a	<a href="http://www.dgip.go.id">http://www.dgip.go.id</a>
Ai len	<a href="http://www.patentsoffice.ie">http://www.patentsoffice.ie</a>
Ítx-ra-en	<a href="http://www.justice.gov.il">http://www.justice.gov.il</a>
I-ta-ly	<a href="http://www.european-patent-office.org/lit/">http://www.european-patent-office.org/lit/</a>
Nhật Bản	<a href="http://www.jpo.go.jp">http://www.jpo.go.jp</a>
Joóc-đan-ni	<a href="http://www.mit.gov.jo">http://www.mit.gov.jo</a>
Ka-zắc-xtan	<a href="http://www.kazpatent/kz">http://www.kazpatent/kz</a>
Ken-ny-a	<a href="http://www.kipo.ke.wipo.net">http://www.kipo.ke.wipo.net</a>
Kiéc-zy-xtan	<a href="http://www.kyrgyzpatent.kg">http://www.kyrgyzpatent.kg</a>
Cộng hoà Dân chủ Nhân dân Lào	<a href="http://www.stea.la.wipo.net/">http://www.stea.la.wipo.net/</a>
Li-thu-a-ni-a	<a href="http://www.vpb.lt/">http://www.vpb.lt/</a>
Lúc-xăm-bua	<a href="http://www.etat.lu/EC/">http://www.etat.lu/EC/</a>
Ma-lay-si-a	<a href="http://www.mipc.gov.my/">http://www.mipc.gov.my/</a>
Mê-xi-cô	<a href="http://www.impi.gob.mx/">http://www.impi.gob.mx/</a>
Mô-na-cô	<a href="http://www.european-patent-office.org/patlib/countr/monaco/">http://www.european-patent-office.org/patlib/countr/monaco/</a>
Mông Cổ	<a href="http://www.mongol.net/ipom">http://www.mongol.net/ipom</a>

Ma-rốc	<a href="http://www.ompic.org.ma/">http://www.ompic.org.ma/</a>
Hà Lan	<a href="http://www.bie.minez.nl">http://www.bie.minez.nl</a>
Nê-pan	<a href="http://www.ip.np.wipo.net">http://www.ip.np.wipo.net</a>
Niu-zi-lân	<a href="http://www.iponz.govt.nz">http://www.iponz.govt.nz</a>
Na Uy	<a href="http://www.patentstyret.no">http://www.patentstyret.no</a>
Tổ chức Sở hữu trí tuệ châu Phi (OAPI)	<a href="http://www.oapi.wipo.net/">http://www.oapi.wipo.net/</a>
Pa-na-ma	<a href="http://www.mici.gob.pa/comintf.html">http://www.mici.gob.pa/comintf.html</a>
Pê ru	<a href="http://www.indecopi.gob.pe/">http://www.indecopi.gob.pe/</a>
Phi Íp pin	<a href="http://ipophil.gov.ph/">http://ipophil.gov.ph/</a>
Ba Lan	<a href="http://www.uprp.pl/">http://www.uprp.pl/</a>
Bồ Đào Nha	<a href="http://www.inpi.pt/">http://www.inpi.pt/</a>
Hàn Quốc	<a href="http://www.kipo.go.kr">http://www.kipo.go.kr</a>
Cộng hoà Mác-xê-đô-ni-a	<a href="http://www.ippo.gov.mk/">http://www.ippo.gov.mk/</a>
Cộng hoà Môn-đô-va	<a href="http://www.agepi.md/">http://www.agepi.md/</a>
Ru-ma-ni	<a href="http://www.osim.ro">http://www.osim.ro</a>
Liên bang Nga	<a href="http://www.rupto.ru">http://www.rupto.ru</a>
Séc-bi và Mông-tê-nê-grô	<a href="http://www.yupat.sv.gov.yu">http://www.yupat.sv.gov.yu</a>
Sinh-ga-po	<a href="http://www.ipos.gov.sg">http://www.ipos.gov.sg</a>
Cộng hoà Slô-va-ki-a	<a href="http://www.indprop.gov.sk">http://www.indprop.gov.sk</a>
Slô-vê-ni-a	<a href="http://www.sipo.mzt.si">http://www.sipo.mzt.si</a>
Tây Ban Nha	<a href="http://www.oepm.es">http://www.oepm.es</a>
Thụy Điển	<a href="http://www.prv.se">http://www.prv.se</a>
Thụy Sĩ	<a href="http://www.ige.ch">http://www.ige.ch</a>
Ta-ji-ki-xtan	<a href="http://www.tjpat.org">http://www.tjpat.org</a>
Thái Lan	<a href="http://www.ipthailand.org">http://www.ipthailand.org</a>
Thổ Nhĩ Kỳ	<a href="http://www.turkpatent.gov.tr">http://www.turkpatent.gov.tr</a>
Ucraina	<a href="http://www.ukrpatent.org/">http://www.ukrpatent.org/</a>
Anh	<a href="http://www.patent.gov.uk">http://www.patent.gov.uk</a>
U-ru-goay	<a href="http://www.dnpi.gub.uy">http://www.dnpi.gub.uy</a>
U-zơ-bê-ki-xtan	<a href="http://www.patent.uz">http://www.patent.uz</a>
Vê-nê-zu-ê-la	<a href="http://www.sapi.gov.ve">http://www.sapi.gov.ve</a>

## PHỤ LỤC II

### Phân loại quốc tế kiểu dáng công nghiệp của Thỏa ước Locarno

#### DANH MỤC NHÓM

Nhóm 01	Thực phẩm
Nhóm 02	Quần áo và đồ may khâu
Nhóm 03	Đồ dụng mang theo khi đi du lịch và đồ dụng cá nhân, chưa được xếp ở nhóm khác
Nhóm 04	Các loại chổi lông và bàn chải
Nhóm 05	Các sản phẩm dệt, vải tự nhiên và vải nhân tạo
Nhóm 06	Đồ đạc trong nhà
Nhóm 07	Dụng cụ gia đình, chưa được xếp ở nhóm khác
Nhóm 08	Các loại dụng cụ và đồ ngũ kim
Nhóm 09	Bao gói, hộp đựng, đồ chứa đựng để vận chuyển và bảo quản hàng hoá
Nhóm 10	Đồng hồ để bàn, đồng hồ đeo tay, đồng hồ treo tường, các thiết bị đo, các thiết bị kiểm tra và các thiết bị báo hiệu khác
Nhóm 11	Đồ trang trí
Nhóm 12	Các phương tiện vận chuyển và nâng hạ
Nhóm 13	Các thiết bị sản xuất, phân phối và biến đổi điện
Nhóm 14	Các thiết bị ghi, truyền thông và truy tìm thông tin
Nhóm 15	Các loại máy không được xếp ở các nhóm khác
Nhóm 16	Máy chiếu phim, chụp ảnh và thiết bị quang học
Nhóm 17	Nhạc cụ
Nhóm 18	Máy in và máy văn phòng
Nhóm 19	Đồ dụng và thiết bị cho văn phòng, dạy học và mỹ thuật
Nhóm 20	Dụng cụ bán hàng và quảng cáo, dấu hiệu chỉ dẫn
Nhóm 21	Trò chơi, đồ chơi, lều trại và dụng cụ thể thao
Nhóm 22	Vũ khí, pháo hoa, dụng cụ săn bắt, đánh cá và tiêu diệt các loại côn trùng có hại
Nhóm 23	Các thiết bị phân phối chất lỏng và chất khí, các thiết bị vệ sinh, sưởi, thông gió và điều hoà không khí, nhiên liệu rắn
Nhóm 24	Dụng cụ y tế và phòng thí nghiệm
Nhóm 25	Vật liệu xây dựng và cấu kiện xây dựng
Nhóm 26	Thiết bị và dụng cụ chiếu sáng
Nhóm 27	Thuốc lá và các dụng cụ cho người hút thuốc
Nhóm 28	Dược phẩm, đồ mỹ phẩm và đồ vệ sinh cá nhân
Nhóm 29	Trang thiết bị chống hoá hoạn, phòng và cứu nạn
Nhóm 30	Trang thiết bị để chăm sóc và chữa bệnh động vật
Nhóm 31	Máy và các dụng cụ để chuẩn bị thức ăn và đồ uống chưa được xếp ở các nhóm khác
Nhóm 99	Các loại khác

## PHỤ LỤC III

### Các nước thành viên của Thỏa ước La Hay về Nộp lưu quốc tế kiểu dáng công nghiệp

(Tính đến tháng 9/2003)

Bỉ	Kiéc-zíc-xtan
Bê-li-zơ	Lít-tên-stên
Bê-nin	Lúc-xăm-bua
Bun-ga-ri	Mô-na-cô
Bờ Biển Ngà	Mông Cổ
Cộng hoà Dân chủ Nhân dân Triều Tiên	Ma rốc
Étx-tô-ni-a	Hà Lan
Ai Cập	Cộng hoà Môn-đô-va
Pháp	Ru-ma-ni
Ga-bông	Sê-nê-gan
Gruzia	Séc bi và Mông-tê-nê-grô
Đức	Siô-vê-ni-a
Hì Lạp	Tây Ban Nha
Holy See	Su-ri-nam
Hung-ga-ri	Thụy Sĩ
Ai-xơ-len	Cộng Hoà Mác-xê-đô-ni-a thuộc Nam Tư cũ
In-đô-nê-si-a	Tuy-ni-di
I-ta-ly	U-crai-na

Số các nước thành viên: 36