

ĐÁNH GIÁ SỰ TƯƠNG TỰ CỦA SẢN PHẨM, DỊCH VỤ

- **Trùng sản phẩm/dịch vụ:** Là chính sản phẩm/dịch vụ đăng ký hoặc cùng loại sản phẩm/dịch vụ đăng ký
Ví dụ:
 - Xe đạp địa hình; Ô tô con (4 chỗ); Dịch vụ khách sạn; Dịch vụ nhà hàng ăn uống.
 - Xe máy; xe đạp; dịch vụ khách sạn, dịch vụ khách sạn có chỗ để ô tô cho khách; dịch vụ nhà hàng ăn uống, dịch vụ cửa hàng giải khát...

ĐÁNH GIÁ SỰ TƯƠNG TỰ CỦA SẢN PHẨM, DỊCH VỤ

- **Sản phẩm/dịch vụ tương tự nếu:**
 - Có cùng bản chất (thành phần, cấu tạo...) **hoặc**
 - Cùng chức năng, mục đích sử dụng; (quần, áo; giày, dép; mỹ phẩm, kem bôi dùng để trang điểm; **hoặc**
 - Có bản chất gần giống nhau, cùng chức năng, mục đích sử dụng (mì, miến; bia, rượu; vải, áo sơ-mi; gạch, ngói...); **hoặc**
 - Tương tự về chức năng, mục đích sử dụng; (dịch vụ mua bán mỹ phẩm, dịch vụ thẩm mỹ viện); **Và**
 - Được đưa ra thị trường theo cùng một kênh thương mại (phân phối theo cùng một phương thức, được bán cùng nhau hoặc cạnh nhau, trong cùng một loại cửa hàng...); (nước mắt, nước tương, muối; hương thảo, giấy vàng mã; chăn, gối, đệm; ...) **hoặc**

ĐÁNH GIÁ SỰ TƯƠNG TỰ CỦA SẢN PHẨM, DỊCH VỤ

□ Sản phẩm/dịch vụ có liên quan:

- Để hoàn thành chức năng của sản phẩm, dịch vụ này phải sử dụng sản phẩm, dịch vụ kia hoặc chúng thường được sử dụng cùng nhau;
VD: Dược phẩm, mua bán dược phẩm; vàng bạc, mua bán vàng bạc; ...);
- Có mối liên hệ về chức năng: Được dùng cùng nhau.
VD: Kem đánh răng và bàn chải đánh răng.
- Có mối liên quan chặt chẽ với nhau về phương thức thực hiện: Sản phẩm, dịch vụ này là kết quả của việc sử dụng, khai thác sản phẩm, dịch vụ kia...;
VD: phần mềm máy tính, thiết kế phần mềm máy tính.

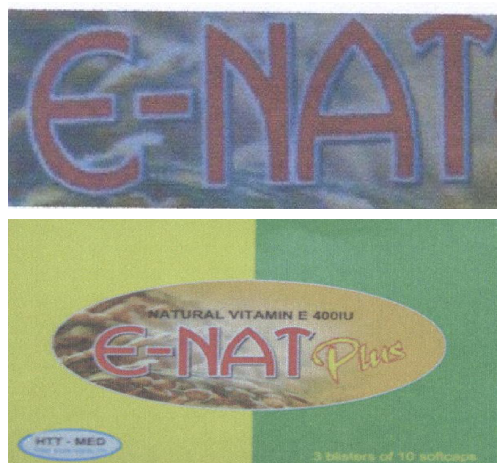
TỔNG HỢP ĐÁNH GIÁ

- Dấu hiệu trùng và sản phẩm, dịch vụ trùng → **Kết luận** gây nhầm lẫn (giả mạo nhãn hiệu).
- **Cân nhắc kết luận** gây nhầm lẫn nếu thuộc 3 trường hợp:
 - Dấu hiệu trùng và sản phẩm, dịch vụ tương tự/liên quan;
 - Dấu hiệu tương tự và sản phẩm, dịch vụ trùng;
 - Dấu hiệu tương tự và sản phẩm, dịch vụ tương tự/liên quan.
- **Lưu ý** trường hợp nhãn hiệu nổi tiếng.

HẢO HẢO (ACECOOK VIỆT NAM) vs. HẢO TÔM (CÔNG TY ĐN)



Công ty Mega Lifecences Ltd (Thái Lan) vs. Công ty TNHH Phát triển thương mại và Dược phẩm Hoàn Kiếm

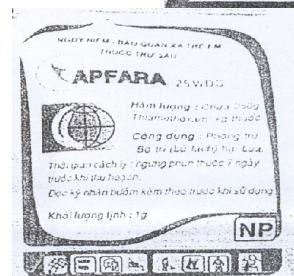
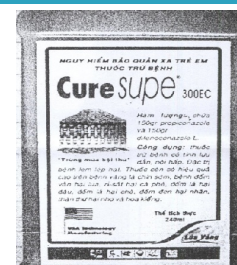
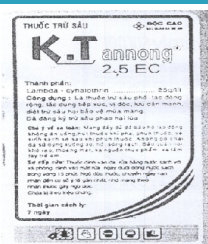


AG/SYNGENTA PARTICIPATIONS AG (Thụy Sĩ) vs. Một số doanh nghiệp VN

Tilt super



Actara



Công ty Perfetti Van Melle SPA (Italy) vs. Công ty Tiến Thành Phát



2. CÁC DẠNG HÀNH VI XÂM PHẠM QUYỀN ĐỐI VỚI NHÃN HIỆU

- ❑ Giả mạo nhãn hiệu: Điều 213, 129a
 - Dấu hiệu trùng hoặc khó phân biệt;
 - Sản phẩm trùng
- ❑ Xâm phạm quyền đối với nhãn hiệu đăng ký: Điều 129b
 - Dấu hiệu trùng – HH/DV tương tự/liên quan (nếu việc sử dụng có khả năng gây nhầm lẫn);
 - Dấu hiệu tương tự- HH/DV trùng/tương tự/liên quan (nếu việc sử dụng có khả năng gây nhầm lẫn);
- ❑ Xâm phạm quyền đối với NH nổi tiếng:
 - Dấu hiệu trùng/tương tự - mọi HH/DV (nếu có khả năng gây nhầm lẫn về nguồn gốc hoặc ấn tượng sai lệch về quan hệ (?) giữa người sử dụng và chủ NH)

MỘT SỐ HÀNH VI XÂM PHẠM QUYỀN ĐỐI VỚI NHÃN HIỆU

- ❑ Bán; chào hàng; vận chuyển, kể cả quá cảnh; tàng trữ; trưng bày để bán hàng hóa, dịch vụ xâm phạm quyền đối với NH; đặt hàng, giao việc, thuê người khác thực hiện những hành vi trên
- ❑ Thiết kế, chế tạo, gia công, lắp ráp, chế biến, đóng gói hàng hóa mang dấu hiệu xâm phạm quyền đối với NH
- ❑ In, dán, đúc, dập khuôn tem, nhãn, vật phẩm khác mang dấu hiệu xâm phạm quyền đối với NH
- ❑ Nhập khẩu hàng hóa mang dấu hiệu xâm phạm quyền đối với NH
- ❑ Sản xuất, nhập khẩu, buôn bán, vận chuyển, tàng trữ để bán hàng hóa giả mạo nhãn hiệu

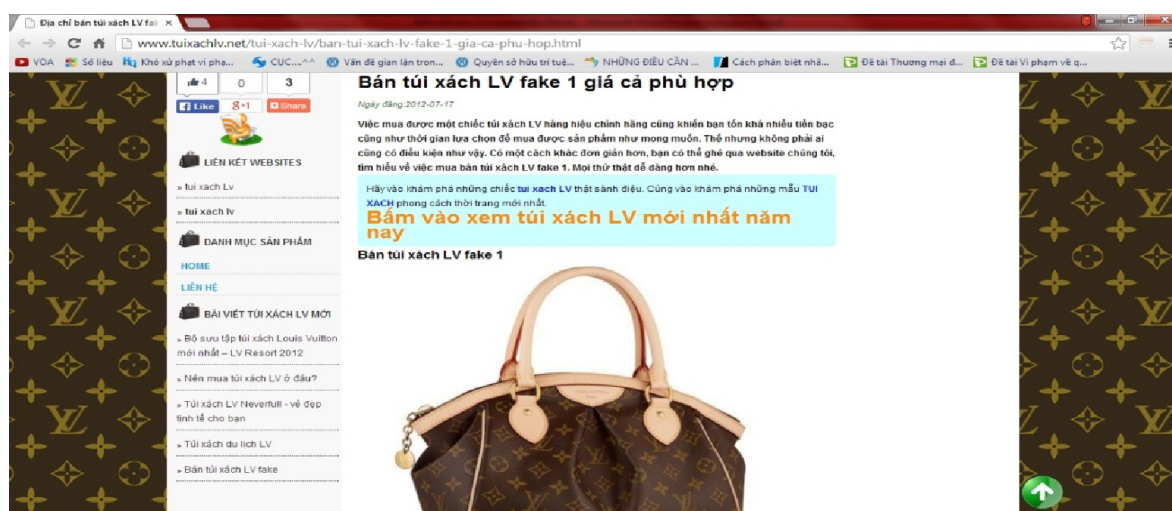
GIẢ MẠO RƯỢU HENNESSY



GIẢ MẠO PHANH XE MÁY HONDA



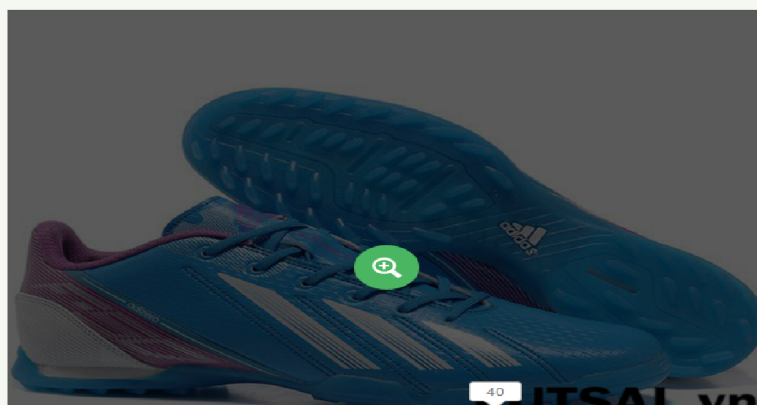
XÂM PHẠM QUYỀN ĐỐI VỚI NHÃN HIỆU TRÊN INTERNET



XÂM PHẠM QUYỀN ĐỐI VỚI NHÃN HIỆU TRÊN INTERNET

ADIDAS F50 FAKE 1 (XANH BIỂN)

Trang chủ > Giày đá banh > GIÀY KHẨU ĐÉ > Giày Fake loại 1



Adidas F50 Fake 1 (Xanh Biển)

430.000 VNĐ

[Đặt hàng](#)