



# INVESTMENT & TRADE PROMOTION

## NEWSLETTER

[www.itpc.hochiminhcity.gov.vn](http://www.itpc.hochiminhcity.gov.vn)

INVESTMENT AND TRADE PROMOTION CENTRE OF HCMC

NO.47 (1087) - DEC.12<sup>TH</sup>.2024

## Tuần lễ kết nối giao thương và giới thiệu sản phẩm Việt tại hệ thống phân phối hiện đại AEON năm 2024



## The B2B and Vietnamese products week 2024 at the modern AEON distribution system

BILINGUAL EDITION

## ITPC - Cơ quan chuyên trách xúc tiến Thương mại và Đầu tư thuộc Ủy ban nhân dân TP.HCM

Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (Investment and Trade Promotion Centre of Ho Chi Minh City - ITPC) là **cơ quan chuyên trách xúc tiến thương mại và đầu tư** thuộc Ủy ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh. ITPC có nhiệm vụ:

**01.** Xây dựng và góp phần thực hiện kế hoạch, chương trình xúc tiến thương mại, đầu tư của Thành phố và thực hiện các nhiệm vụ khác về xúc tiến thương mại, đầu tư được Ủy ban nhân dân Thành phố giao.

**02.** Thu thập thông tin và nghiên cứu về thị trường, chính sách, cơ hội đầu tư và thông tin kinh tế.

**03.** Triển khai các chương trình của thành phố về cung cấp các hoạt động hỗ trợ doanh nghiệp mở rộng thị trường trong nước, đẩy mạnh xuất khẩu và thu hút đầu tư nước ngoài.

**04.** Thu thập ý kiến của cộng đồng doanh nghiệp trong nước và ngoài nước, qua đó kiến nghị Ủy ban nhân dân Thành phố các vấn đề liên quan đến chủ trương, chính sách kinh tế, tuyển dụng lao động, khoa học- công nghệ, đào tạo, hải quan, xúc tiến thương mại và đầu tư nhằm cải thiện môi trường kinh doanh và đầu tư của thành phố; tổ chức cho doanh nghiệp gặp gỡ lãnh đạo thành phố và các cơ quan chức năng để giải quyết các khó khăn vướng mắc của doanh nghiệp. *(Xem tiếp trang 4)*

## ITPC - Trade and Investment Promotion Center under the People's Committee of Ho Chi Minh City

Investment and Trade Promotion Center of Ho Chi Minh City (ITPC) is a trade and investment promotion agency under the People's Committee of Ho Chi Minh City. Our tasks are as follows:

**01.** Develop and contribute to the implementation of the City's trade and investment promotion plans and programs; and perform other tasks on trade and investment promotion assigned by the City People's Committee.

**02.** Collect information and research on markets, policies, investment opportunities and economic information.

**03.** Implement the city's programs on providing supporting activities for enterprises to expand domestic markets, boost exports and attract foreign investment.

**04.** Collect opinions from the domestic and foreign business community, thereby making recommendations to the City People's Committee on the issues related to economic policies, labor recruitment, science and technology, training, customs, trade promotion and investment to improve the city's business and investment environment; organize meetings for enterprises with city leaders and relevant agencies to resolve difficulties and problems of enterprises.

*(Tbc on page 4)*

### Mục lục - Contents:

2-4: Giới thiệu ITPC - ITPC introduction  
3: Thư tòa soạn - Letter from Editor  
5-14: 34 doanh nghiệp trưng bày sản phẩm và 150 doanh nghiệp tham gia kết nối  
34 enterprises exhibiting products and 150 enterprises participating in networking  
6-8: Mr. Tran Phu Lu, Director of ITPC: "The program has encouraged to increase the Vietnamese product's competitiveness at the retail systems and major distribution channels"

7-9: Ông Trần Phú Lữ, Giám đốc ITPC: "Chương trình đã giúp tăng tính cạnh tranh của hàng Việt Nam tại hệ thống bán lẻ và các kênh phân phối lớn"  
10-12: Ms. Nguyen Thi Ngoc Hue, General Manager, Corporate Communication & External Affairs, Aeon Vietnam: "The proportion of Vietnamese goods in AEON Vietnam's retail system is constantly increasing"  
11-13: Bà Nguyễn Thị Ngọc Huệ, Giám đốc Truyền thông và Đối ngoại AEON Việt Nam: "Tỷ lệ hàng Việt trong hệ thống bán lẻ của AEON Việt Nam không ngừng gia tăng"



## INVESTMENT AND TRADE PROMOTION CENTRE OF HO CHI MINH CITY

*Quý bạn đọc thân mến!*

Những năm qua, Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố (ITPC) đã triển khai nhiều chương trình hội nghị kết nối, tuần lễ triển lãm sản phẩm để xúc tiến đưa hàng hóa của doanh nghiệp Việt Nam vào các trung tâm thương mại, hệ thống phân phối hiện đại, các sàn thương mại điện tử... nhằm tạo cơ hội cho doanh nghiệp Việt Nam mở rộng thị trường, đưa sản phẩm đến với người tiêu dùng.

AEON hiện là một trong những tập đoàn thương mại bán lẻ lớn trên thế giới với 179 liên doanh trong và ngoài Nhật Bản. Từ năm 2017 đến nay, ITPC đã phối hợp với AEON Việt Nam tổ chức thành công nhiều hội thảo, hội nghị kết nối, tuần lễ triển lãm sản phẩm, các chương trình xúc tiến thương mại giúp doanh nghiệp Việt Nam đưa hàng vào chuỗi siêu thị AEON cũng như xuất khẩu thành công ra thị trường thế giới.

Tiếp tục thành công của chuỗi các hoạt động đó, năm nay ITPC phối hợp cùng Công ty TNHH AEON Việt Nam tổ chức **Tuần lễ kết nối giao thương và giới thiệu sản phẩm Việt tại hệ thống phân phối hiện đại AEON năm 2024** diễn ra từ 12 đến hết 15/12/2024 tại Trung tâm mua sắm Aeon Tân Phú Celadon, quận Tân Phú, TP.HCM. Riêng chương trình **Kết nối Doanh nghiệp Việt Nam đưa hàng hóa vào Chuỗi siêu thị AEON năm 2024** sẽ diễn ra từ 09h30 đến 17h00 thứ Sáu ngày 13/12/2024.

Nhằm cung cấp thông tin phục vụ quý bạn đọc, quý doanh nghiệp trong và ngoài nước cùng các vị khách nước ngoài, **Bản tin ITPC** xuất bản số chuyên đề đặc biệt song ngữ Việt - Anh về sự kiện này.

Chúng tôi xin chân thành cảm ơn các đơn vị, Sở ban ngành và đặc biệt là Công ty TNHH AEON Việt Nam đã hợp tác, giúp đỡ chúng tôi hoàn thành bản tin này.

Trân trọng giới thiệu cùng quý bạn đọc.

**Bản tin ITPC**

*Dear readers!*

In the past few years, Investment and Trade Promotion Centre (ITPC) has held a number of B2B conferences, exhibition weeks to promote Vietnamese products into department stores, modern distribution systems, e-commerce platforms,... in order to create opportunity for Vietnamese enterprises to expand markets, delivering products to consumers.

AEON has been currently one of the largest retail groups in the whole world with 179 joint venture both inside and outside Japan. From 2017 until now, ITPC has collaborated with AEON Vietnam to successfully organize many seminars, B2B conferences, products exhibition weeks, trade promotion programs to foster Vietnamese enterprises to bring products to AEON supermarket chains, as well as to export to the world.

Continuing the success of those series' activities, this year, ITPC has collaborated with AEON Vietnam to hold **the B2B and Vietnamese products week 2024 at the modern AEON distribution system** from December 12 to 15, 2024 at Aeon Tan Phu Celadon Shopping Center, Tan Phu District, HCMC.

Particularly, **the B2B program for Vietnamese enterprises to bring products to AEON supermarket chain in 2024** takes place from 09h30 to 17h00, on Friday, December 13, 2024.

With a view to providing information for readers, local and foreign enterprises, as well as foreign guests, **ITPC Newsletter** publishes a special bilingual issue in Vietnamese - English about this event.

We would like to give a sincere thank you to units, departments and especially, AEON Vietnam for cooperation and assistance in completing this newsletter.

Sincerely yours,

**ITPC Newsletter**



*(Tiếp theo trang 2)*

**05.** Là đầu mối tổ chức, điều hành chung mọi hoạt động của Hệ thống đối thoại giữa doanh nghiệp và chính quyền thành phố. Trung tâm xúc tiến Thương mại và Đầu tư làm Trưởng ban điều hành hệ thống hoạt động dưới sự chỉ đạo trực tiếp của Ủy ban nhân dân thành phố theo quy định tại Quyết định số 53/2010/QĐ-UBND ngày 28 tháng 7 năm 2010 của Ủy ban nhân dân thành phố ban hành quy chế tổ chức hoạt động và phối hợp trong việc tham gia trả lời trên Hệ thống “Đối thoại doanh nghiệp-Chính quyền Thành phố”.

**06.** Phát triển hợp tác quốc tế với các tổ chức Xúc tiến thương mại và đầu tư trong nước và nước ngoài, nhằm đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại và đầu tư của thành phố.

**07.** Phối hợp chặt chẽ với cơ quan có liên quan đề xuất với Ủy ban nhân dân thành phố xem xét phê duyệt về công tác xúc tiến thương mại và đầu tư của thành phố như: tổ chức cho các doanh nghiệp tham dự các hội chợ, hội nghị, diễn đàn doanh nghiệp... ở trong và ngoài nước; thực hiện các nội dung về quảng bá, đầu tư, du lịch của thành phố.

**08.** Căn cứ vào tình hình thực tế trình ủy ban nhân dân thành phố quyết định thành lập các tổ chức trực thuộc để phát triển các hoạt động xúc tiến theo đúng quy định của pháp luật.

*(Trích quyết định số 63 /2011/QĐ-UBND ngày 29 tháng 7 năm 2011 của Ủy ban nhân dân TP.HCM).*

*(continued from page 2)*

**05.** Be the focal point for organizing and managing all activities of the Dialogue System between enterprises and the City Government. The Trade and Investment Promotion Center acts as the Head of the System's Executive Board, operating under the direct direction of the City People's Committee according to the provisions of Decision No.53/2010/QĐ-UBND dated July 28, 2010 of the City People's Committee promulgating the regulations on organizing activities and coordinating participation in responding to the “Business-to-Government Dialogue” System.

**06.** Develop international cooperation with domestic and foreign trade and investment promotion organizations, aiming to promote the city's trade and investment promotion activities.

**07.** Closely coordinate with relevant agencies to propose to the City People's Committee to consider and approve the city's trade and investment promotion activities such as: organizing for enterprises to attend fairs, conferences, business forums... at home and abroad; implementing the contents of promotion, investment, and tourism of the city.

**08.** Based on the actual situation, submit to the City People's Committee to establish affiliated organizations to develop promotion activities in accordance with the provisions of law.

*(Excerpt from Decision No. 63/2011/QĐ-UBND dated July 29, 2011 of the Ho Chi Minh City People's Committee).*



## 34 doanh nghiệp trưng bày sản phẩm và 150 doanh nghiệp tham gia kết nối

Sáng 12/12/2024, Tuần lễ kết nối giao thương và giới thiệu sản phẩm Việt tại hệ thống phân phối hiện đại AEON năm 2024 chính thức khai mạc tại Trung tâm Thương mại AEON Mall - Tân Phú Celadon. Chương trình diễn ra trong 4 ngày, từ ngày 12 - 15/12/2024. Dựa vào các tiêu chí của AEON Việt Nam, trong đó chú trọng tiêu chí “an toàn, sản phẩm mới, đặc trưng vùng miền - truyền thống”, Ban Tổ chức đã tổng hợp từ 215 hồ sơ đăng ký của doanh nghiệp và chọn 34 doanh nghiệp đáp ứng tiêu chí để trưng bày, giới thiệu sản phẩm.

Ngày 13/12, chương trình kết nối giao thương đưa hàng hóa vào chuỗi siêu thị AEON Việt Nam năm 2024 có sự tham gia của hơn 150 doanh nghiệp Việt Nam cũng sẽ được tổ chức để các doanh nghiệp gặp gỡ, trình bày sản phẩm và nhận được phản hồi từ AEON về tiềm năng hợp tác.

**Bản tin ITPC** giới thiệu một số hình ảnh Tuần lễ triển lãm sản phẩm doanh nghiệp Việt và Kết nối Doanh nghiệp đưa hàng vào chuỗi siêu thị AEON các năm 2022 và 2023.

## 34 enterprises exhibiting products and 150 enterprises participating in networking

On the morning of December 12, 2024, the **B2B and Vietnamese products week 2024 at the modern AEON distribution system** has officially opened at AEON Mall - Tan Phu Celadon. The program lasts over 4 days, from December 12 to 15, 2024. Based on the criteria of AEON Vietnam, in which focuses on “safety, new products, regional characteristics - tradition”, the Organizing Committee has compiled 215 enterprise registration profiles and selected 34 enterprises that met the criteria to display and introduce products.

On December 13, the B2B Program to bring goods into AEON Vietnam Supermarket Chain in 2024 with the participation of more than 150 Vietnamese enterprises will also be held for enterprises to meet, present products and receive feedback from AEON on cooperation potential.

**ITPC Newsletter** introduces some pictures of the B2B and Vietnamese products week 2024 at the modern AEON distribution system to bring goods to AEON supermarket chain in 2022 and 2023.



Không gian dành cho hàng Việt trong Tuần lễ kết nối giao thương và giới thiệu sản phẩm Việt tại hệ thống phân phối hiện đại AEON năm 2023 - The space for Vietnamese goods in the B2B and Vietnamese products week at the modern AEON distribution system in 2023.

(Xem tiếp trang 14)

## Mr. Tran Phu Lu, Director of ITPC:

“The program has encouraged to increase the Vietnamese product’s competitiveness at the retail systems and major distribution channels”

*In compliance with the policy of HCMC People’s Committee in Official Dispatch No. 2327/UBND-KT dated April 29, 2024, the B2B and Vietnamese products week 2024 at the modern AEON distribution system takes place on December 12 to 15, 2024. **This special bilingual Newsletter** on this event had an interview with Mr. Tran Phu Lu, Director of HCMC Investment and Trade Promotion Centre (ITPC). We would like to respectfully introduce it to our readers.*

**ITPC newsletter:** the B2B and Vietnamese products week at the modern AEON distribution system which is organized by ITPC has become an annual event expected by enterprises and consumers. ITPC has persistently held it every year. In 2024, please evaluate the effectiveness of this program.

**Mr. Tran Phu Lu:** the B2B and Vietnamese products week at the modern AEON distribution system has been organized by HCMC Investment and Trade Promotion Centre (ITPC) since 2017 with the aim to bring practical activities in supporting the enterprises’ distribution and import-exporting activities, contributingly increasing the Vietnamese products’ coverage at home and abroad. Besides, it helps enterprises realize the necessity of

improving product’s quality, design, packaging, etc to meet the standards, regulations of the largest supermarkets in Vietnam, thereby, building a launching pad to bring Vietnamese products to international markets.

So far, ITPC and Aeon Vietnam have organized 6 sessions and during that process, we have also achieved many encouraging results. Particularly, for the B2B and Vietnamese products week at the modern AEON distribution system, on average each year, ITPC has supported more than 200 enterprises in Ho Chi Minh City and provinces to have the opportunity to connect directly with purchasing units right at the Aeon Mall supermarket system, as well as support for more than 35 enterprises in Ho Chi Minh City to display and promote products in the central area where the most visitors are attracted and concentrated at Aeon Mall Tan Phu. According to Aeon’s evaluation report in 2023, the exhibition program attracted more than 20,000 visitors with an average of 3,000 visitors/day. This shows the program’s effectiveness not only in supporting Vietnamese enterprises but also demonstrating the success and practicality in the Aeon’s coordination and operation.

**ITPC Newsletter:** In your opinion, what should Vietnamese enterprises do to take advantage of opportunities when participating in trade promotion events, connecting with modern distribution systems in general and AEON in particular?  
(Tbc on page 8)



**Kết nối Doanh nghiệp đưa hàng vào chuỗi siêu thị AEON năm 2023 - Business matching to offer goods into AEON supermarkets in 2023.**



## Ông Trần Phú Lữ, Giám đốc ITPC:

“Chương trình đã giúp tăng tính cạnh tranh của hàng Việt Nam tại hệ thống bán lẻ và các kênh phân phối lớn”



Ông Trần Phú Lữ, Giám đốc Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM khai mạc Tuần lễ kết nối giao thương và giới thiệu sản phẩm Việt tại hệ thống phân phối hiện đại AEON 2023 - Mr. Tran Phu Lu, Director of HCMC Trade and Investment Promotion Centre, inaugurated the B2B and Vietnamese products week at the modern AEON distribution system in 2023.

Chấp hành chủ trương của UBND TP.HCM tại văn bản số 2327/UBND-KT ngày 29/4/2024, Tuần lễ kết nối giao thương và giới thiệu sản phẩm Việt tại hệ thống phân phối hiện đại AEON 2024 sẽ diễn ra từ 12 đến 15/12/2024. **Bản tin ITPC số đặc biệt** song ngữ chuyên đề về sự kiện này đã có buổi phỏng vấn ông Trần Phú Lữ, Giám đốc Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM (ITPC). Xin trân trọng giới thiệu với bạn đọc.

**Bản tin ITPC:** Tuần lễ kết nối giao thương và giới thiệu sản phẩm Việt tại hệ thống phân phối hiện đại AEON do ITPC tổ chức đã trở thành sự kiện thường niên được các doanh nghiệp và người tiêu dùng chờ đợi. ITPC đã kiên trì đeo đuổi và tổ chức hàng năm. Ở thời điểm 2024, xin ông hãy đánh giá hiệu quả của chương trình?

**Ông Trần Phú Lữ:** Tuần lễ kết nối giao thương và giới thiệu sản phẩm Việt tại hệ thống phân phối hiện đại AEON do Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư Thành phố Hồ Chí Minh (ITPC) được tổ chức từ năm 2017 với mục tiêu mang lại những hoạt động thiết thực trong việc hỗ trợ các hoạt động phân phối hàng hóa và xuất nhập khẩu của doanh nghiệp, góp phần tăng độ phủ hàng Việt Nam trong và ngoài nước. Bên cạnh đó giúp doanh nghiệp nhận thức được sự cần thiết trong việc nâng cao và cải tiến chất lượng sản phẩm, mẫu mã, bao bì... nhằm đáp ứng các tiêu chuẩn, quy

định của các hệ thống siêu thị lớn tại Việt Nam từ đó tạo bệ phóng đưa hàng Việt Nam tiếp cận với thị trường quốc tế.

Cho đến nay ITPC và Aeon Việt Nam đã tổ chức được 6 kỳ và trong quá trình đó chúng tôi cũng đã đạt được nhiều thành quả đáng khích lệ. Riêng Tuần lễ kết nối giao thương và giới thiệu sản phẩm Việt tại hệ thống phân phối hiện đại AEON, trung bình mỗi năm ITPC đã hỗ trợ hơn 200 doanh nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh thành có cơ hội được kết nối trực tiếp với các đơn vị thu mua ngay tại hệ thống siêu thị Aeon Mall cũng như hỗ trợ cho hơn 35 doanh nghiệp của TP.HCM trưng bày và quảng bá sản phẩm tại khu vực trung tâm nơi thu hút và tập trung nhiều lượt khách tham quan nhất tại Aeon Mall Tân Phú. Theo báo cáo đánh giá của Aeon năm 2023, chương trình triển lãm đã thu hút được hơn 20.000 lượt khách với trung bình

3.000 lượt khách/ngày. Điều này cho thấy tính hiệu quả của chương trình không những trong việc hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam mà còn thể hiện sự thành công và thiết thực đối với việc phối hợp và hoạt động của hệ thống siêu thị Aeon.

**Bản tin ITPC:** Theo ông, các doanh nghiệp Việt Nam cần làm gì để tận dụng cơ hội khi tham gia các sự kiện xúc tiến thương mại, kết nối giao thương với hệ thống phân phối hiện đại nói chung và AEON nói riêng?

**Ông Trần Phú Lữ:** Như tôi đã đề cập, chuỗi chương trình Tuần lễ kết nối giao thương và giới thiệu sản phẩm Việt tại hệ thống phân phối hiện đại AEON được tổ chức nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong việc giới thiệu, quảng bá sản phẩm đến khách hàng của AEON, tạo điều kiện để các doanh nghiệp Việt kết nối với nhà phân phối, xây dựng mối quan hệ giữa nhà bán lẻ với các nhà sản xuất, nhà cung cấp, từ đó

(Xem tiếp trang 9)



**Mr. Tran Phu Lu:** As I mentioned, the series of B2B and Vietnamese products week at the modern AEON distribution system is organized to support small and medium enterprises in introducing and promoting products to AEON customers, creating conditions for Vietnamese enterprises to connect with distributors, building relationships between retailers and manufacturers, suppliers, thereby contributingly promoting the Vietnamese goods' consumption through AEON's distribution system in Vietnam.

At the same time, this is also an opportunity for AEON Vietnam to provide information and guidance to improve the suppliers' product quality and production capacity, contributingly improving competitiveness and making a positive contribution to the Vietnamese market. Therefore, we expect that businesses participating in the program will take advantage of the opportunity to introduce new products with high quality, superior features and especially at reasonable prices to meet the shopping needs of consumers as well as Aeon's purchasing representatives. This requires Vietnamese businesses to constantly improve production capacity, improve packaging, design and product quality to meet the strict inspection stages of product records and information and meet the standards of AEON Vietnam, thereby aiming to bring new products into the retail system of AEON supermarkets.

At the same time, through the product exhibition program at Aeon, enterprises can survey the tastes and needs of Vietnamese consumers, thereby shaping and providing short-term strategic directions for domestic market, increasing the Vietnamese goods' competitiveness in the retail system and major distribution channels.

**ITPC Newsletter:** Consumers are also looking forward to and excited to participate in the B2B and Vietnamese products week because they can buy many new and unique products while being secure about the quality with many preferential policies. Could you please tell us about the attractive things of the B2B and Vietnamese products week 2024?

**Mr. Tran Phu Lu:** Exclusively for customers shopping and visiting Aeon Mall Tan Phu supermarket during the program, during the B2B and Vietnamese products week at the modern AEON distribution system this year, the Organizing Committee pays special attention on the importance of the products' quality displayed and sold at the program. These are organic products, green and clean food, and there are new products appearing for the first time. These products with full certificates have undergone Aeon's inspection process before being displayed and delivered to consumers. Therefore, consumers can completely feel assured when buying and using the products. In addition, the Week takes place close to the New Year and traditional Lunar New Year, so there will be many promotions and attractive gifts for customers who shop and visit the event. This is also an opportunity for enterprises to launch new products, gift packages for the year end with attractive incentives.

Therefore, we hope that customers will be interested in shopping and supporting the B2B and Vietnamese products week at the modern AEON distribution system organized by ITPC as well as supporting Vietnamese products at distribution and retail systems.

**ITPC Newsletter:** Thank you very much!



Doanh nghiệp Việt Nam giới thiệu hàng tại Tuần lễ triển lãm sản phẩm doanh nghiệp Việt ở siêu thị AEON năm 2023 - Vietnamese enterprises introduces goods at Vietnamese Enterprise Products Exhibition Week in 2023.





**Lãnh đạo ITPC và Aeon Việt Nam tham quan hàng Việt tại Tuần lễ kết nối giao thương và giới thiệu sản phẩm Việt tại hệ thống phân phối hiện đại AEON 2023 - Leaders of ITPC and Aeon Vietnam visited Vietnamese products at the B2B and Vietnamese products week at the modern AEON distribution system in 2023.**

góp phần thúc đẩy tiêu thụ hàng Việt thông qua hệ thống phân phối của AEON tại Việt Nam.

Đồng thời, đây cũng là dịp để AEON Việt Nam cung cấp thông tin, hướng dẫn nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm, năng lực sản xuất của nhà cung cấp, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và đóng góp tích cực cho thị trường Việt Nam. Chính vì thế chúng tôi kỳ vọng các doanh nghiệp tham gia chương trình sẽ tận dụng cơ hội để giới thiệu các sản phẩm mới có chất lượng cao, tính năng sử dụng ưu việt và đặc biệt với giá cả phù hợp đáp ứng nhu cầu mua sắm của người tiêu dùng cũng như đại diện thu mua của Aeon. Điều này đòi hỏi doanh nghiệp Việt Nam phải không ngừng nâng cao năng lực sản xuất, cải tiến bao bì, mẫu mã, chất lượng sản phẩm để đáp ứng được các khâu kiểm duyệt gắt gao về hồ sơ, thông tin sản phẩm và đáp ứng theo các tiêu chuẩn của AEON Việt Nam, từ đó hướng đến mục tiêu đưa các sản phẩm mới vào hệ thống bán lẻ của siêu thị AEON.

Đồng thời thông qua tương trình triển lãm sản phẩm tại Aeon, các doanh nghiệp có thể khảo sát được thị hiếu và nhu cầu người tiêu dùng Việt Nam từ đó định hình và đưa ra các định hướng chiến lược ngắn hạn cho thị trường nội địa, tăng tính cạnh tranh của hàng Việt Nam tại hệ thống bán lẻ và các kênh phân phối lớn.

**Bản tin ITPC:** Người tiêu dùng cũng chờ đợi và thích thú khi tham gia Tuần lễ kết nối giao thương và giới thiệu sản phẩm Việt Nam vì được mua sắm nhiều mặt hàng mới lạ, yên tâm về chất lượng với nhiều chính sách ưu đãi. Xin ông hãy cho biết những điều hấp dẫn của Tuần lễ kết nối giao thương và giới thiệu sản phẩm Việt Nam năm 2024?

**Ông Trần Phú Lữ:** Dành riêng cho khách hàng mua sắm và tham quan tại siêu thị Aeon Mall Tân Phú trong thời gian diễn ra chương trình, đối với Tuần lễ kết nối giao thương và giới thiệu sản phẩm Việt tại hệ thống phân phối hiện đại AEON năm nay Ban tổ chức đặc biệt trú trọng và đề cao tầm quan trọng về chất lượng sản phẩm được trưng bày và bán tại chương trình. Đây là những sản

phẩm hữu cơ - organics, thực phẩm xanh sạch thân thiện với môi trường, có những sản phẩm mới lần đầu tiên xuất hiện. Những sản phẩm này đã có đầy đủ các giấy chứng nhận và đã trải qua quy trình kiểm định của Aeon trước khi được trưng bày và đến tay người tiêu dùng. Vì thế người tiêu dùng hoàn toàn an tâm mua và sử dụng sản phẩm. Ngoài ra chương trình Tuần lễ diễn ra gần kề với Tết dương lịch và Tết cổ truyền dân tộc vì thế sẽ có nhiều chương trình khuyến mãi, quà tặng hấp dẫn cho khách mua hàng và tham qua chương trình. Đây cũng là dịp để các doanh nghiệp tung ra các sản phẩm mới, gói quà tết cho dịp cuối năm cùng với những ưu đãi hấp dẫn.

Chính vì thế hi vọng khách hàng sẽ quan tâm mua sắm và ủng hộ cho chương trình Tuần lễ kết nối giao thương và giới thiệu sản phẩm Việt tại hệ thống phân phối hiện đại AEON do ITPC tổ chức cũng như ủng hộ hàng Việt Nam tại các hệ thống phân phối và bán lẻ.

**Bản tin ITPC:** Xin trân trọng cảm ơn ông.

**Ms. Nguyen Thi Ngoc Hue, General Manager, Corporate Communication & External Affairs, Aeon Vietnam:**

“The proportion of Vietnamese goods in AEON Vietnam’s retail system is constantly increasing”

---

On December 12, 2024, **the B2B and Vietnamese products week at the modern AEON distribution system** will open and last until December 15, 2024. On this occasion, the special bilingual ITPC Newsletter on this event interviewed Ms. Nguyen Thi Ngoc Hue - General Manager, Corporate Communication & External Affairs, Aeon Vietnam. We would like to respectfully introduce to readers the full text of this interview.

---

**ITPC Newsletter:** Could you please share about the effectiveness of the annual cooperation program with ITPC?

**Ms. Nguyen Thi Ngoc Hue:** AEON Vietnam aims to provide quality products at reasonable prices to customers. We are constantly looking for suppliers who meet AEON’s technical standards and quality management capabilities. Therefore, supply-demand connection and trade promotion activities, such as “Vietnamese Enterprise Products Exhibition Week” and “Business matching to offer goods into AEON supermarkets” organized by the Ho Chi Minh City Investment & Trade Promotion Centre, play an important role in helping AEON share with domestic suppliers about common quality standard requirements.

Through these programs, AEON Vietnam not only provides information and guidance but also accompanies local suppliers to improve product quality and profiles, aiming to bring new products into the retail system. At the same time, AEON wishes to join hands to improve the domestic products’ quality and the suppliers’ production capacity, contributing to enhance competitiveness and the Vietnamese economic development. We have also discussed with relevant personnels to promote the export of TOPVALU private label products manufactured in Vietnam to AEON group member companies in neighboring countries.

Over the past 6 years, the program has received attention and active participation from domestic suppliers. Specifically, the “Vietnamese Enterprise Products Exhibition Week” has attracted 200 suppliers, introducing an average of 400 products to customers each year, while the “Business

matching to offer goods into AEON supermarkets” has helped AEON reach nearly 1,000 new suppliers.

**ITPC Newsletter:** Could you please tell us what solutions Aeon Vietnam has to contributingly promote the Vietnamese goods’ consumption in its retail system? What is the current proportion of Vietnamese goods in the AEON Vietnam system?

**Ms. Nguyen Thi Ngoc Hue:** AEON’s business philosophy does not only focus on simple business expansion but also aims to build an ecosystem, bringing long-term value to all stakeholders, including local suppliers and manufacturers. We wish to build long-term cooperative relationships with local suppliers, developing together for common prosperity, and at the same time contributingly promoting the Vietnamese goods’ consumption in our retail system.

To actualize that, AEON Vietnam has implemented many practical activities and initiatives such as coordinating with agencies and associations to organize product exhibitions and conferences connecting supply and demand. Typical examples are the program “Vietnamese Business Products Exhibition Week” and “Business matching to offer goods into AEON supermarkets” organized by Ho Chi Minh City Investment and Trade Promotion Centre. In addition, AEON also regularly organizes training courses to help domestic manufacturers improve the goods’ quality to meet distributor standards, and arranges separate areas in supermarkets to display OCOP products, helping to increase accessibility to customers.

(Tbc on page 12)





## Bà Nguyễn Thị Ngọc Huệ, Giám đốc Truyền thông và Đối ngoại AEON Việt Nam:

# “Tỷ lệ hàng Việt trong hệ thống bán lẻ của AEON Việt Nam không ngừng gia tăng”

Ngày 12/12/2024, **Tuần lễ kết nối giao thương và giới thiệu sản phẩm Việt tại hệ thống phân phối hiện đại AEON 2024** sẽ khai mạc và diễn ra đến 15/12/2024. Nhân dịp này, Bản tin ITPC song ngữ số đặc biệt chuyên đề về sự kiện này đã phỏng vấn bà Nguyễn Thị Ngọc Huệ - Giám đốc Truyền thông và Đối ngoại AEON Việt Nam. Xin trân trọng giới thiệu với bạn đọc toàn văn cuộc phỏng vấn này.

**Bản tin ITPC:** Xin bà hãy chia sẻ về hiệu quả của chương trình hợp tác với ITPC đã diễn ra hàng năm?

**Bà Nguyễn Thị Ngọc Huệ:** AEON Việt Nam đặt mục tiêu cung ứng các sản phẩm chất lượng với giá cả hợp lý cho khách hàng. Chúng tôi không ngừng tìm kiếm các nhà cung cấp đáp ứng đủ các tiêu chuẩn kỹ thuật và năng lực quản lý chất lượng của AEON. Do đó, các hoạt động kết nối cung cầu và xúc tiến thương mại, như chương trình “Tuần lễ Triển lãm sản phẩm Doanh nghiệp Việt” và “Chương trình Kết nối Doanh nghiệp đưa hàng vào chuỗi siêu thị AEON” do Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM tổ chức, đóng vai trò cầu nối quan trọng giúp AEON chia sẻ với các nhà cung cấp trong nước về các yêu cầu tiêu chuẩn chất lượng chung.

Thông qua những chương trình này, AEON Việt Nam không chỉ cung cấp thông tin, hướng dẫn mà còn đồng hành cùng nhà cung cấp địa phương để cải thiện chất lượng sản phẩm và hồ sơ, hướng đến mục tiêu đưa các sản phẩm mới vào hệ thống bán lẻ. Đồng thời, AEON mong muốn chung tay nâng cao chất lượng

sản phẩm trong nước và năng lực sản xuất của nhà cung cấp, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh và đóng góp tích cực vào sự phát triển kinh tế Việt Nam. Chúng tôi cũng đang tiếp tục thảo luận với đội ngũ nhân sự liên quan tại các nước nhằm thúc đẩy xuất khẩu sản phẩm nhãn hàng riêng TOPVALU sản xuất tại Việt Nam, đến các công ty thành viên của Tập đoàn AEON tại các nước lân cận.

Trong 6 năm qua, chương trình đã nhận được sự quan tâm và tham gia tích cực từ các nhà cung cấp trong nước. Cụ thể, “Tuần lễ Triển lãm sản phẩm Doanh nghiệp Việt” thu hút 200 nhà cung cấp, giới thiệu trung bình 400 sản phẩm mỗi năm đến khách hàng, trong khi và “Chương trình Kết nối Doanh nghiệp đưa hàng vào chuỗi siêu thị AEON” đã giúp AEON tiếp cận gần 1.000 nhà cung cấp mới.

**Bản tin ITPC:** Aeon Việt Nam có giải pháp gì để góp phần thúc đẩy tiêu thụ hàng Việt trong hệ thống bán lẻ của mình? Tỷ lệ hàng Việt Nam trong hệ thống AEON Việt Nam hiện nay là bao nhiêu?

**Bà Nguyễn Thị Ngọc Huệ:** Triết lý kinh doanh của AEON không

chỉ tập trung vào việc mở rộng kinh doanh đơn thuần mà còn hướng đến mục tiêu xây dựng hệ sinh thái, mang lại giá trị lâu dài cho tất cả các bên liên quan, bao gồm các nhà cung cấp và nhà sản xuất địa phương. Chúng tôi mong muốn xây dựng mối quan hệ hợp tác lâu dài với các nhà cung cấp địa phương, cùng nhau phát triển vì sự thịnh vượng chung, đồng thời góp phần thúc đẩy tiêu thụ hàng Việt trong hệ thống bán lẻ của mình.

Để hiện thực hóa điều đó, AEON Việt Nam triển khai nhiều hoạt động và sáng kiến thiết thực như phối hợp với các cơ quan, hiệp hội tổ chức các triển lãm sản phẩm và hội nghị kết nối cung cầu. Điển hình là chương trình “Tuần lễ Triển lãm sản phẩm Doanh nghiệp Việt” và “Chương trình Kết nối Doanh nghiệp đưa hàng vào chuỗi siêu thị AEON” do Trung tâm Xúc tiến Thương mại và Đầu tư TP.HCM tổ chức. Bên cạnh đó, AEON còn thường xuyên tổ chức các lớp tập huấn, đào tạo giúp nhà sản xuất trong nước nâng cao chất lượng hàng hóa để đáp ứng các tiêu chuẩn của nhà phân phối, đồng thời bố trí khu vực riêng biệt trong siêu thị

(Xem tiếp trang 13)

Thanks to these efforts, **the proportion of Vietnamese goods in AEON Vietnam's retail system has been constantly increasing**, currently accounting for more than 85% of the total items, with fresh products particularly reaching 95%. These results affirm AEON's strong commitment to accompany Vietnamese enterprises, contributing to promote sustainable development and common prosperity.

**ITPC News:** *The retail system is developing and changing rapidly. Could you please tell us about AEON's development strategy in Vietnam in the upcoming time?*

**Ms. Nguyen Thi Ngoc Hue:** First of all, regarding the expansion and development plan of AEON's store network, we have strongly focused on diversifying retail models. In addition, we are also developing many models with different scales and areas, suitable for the needs and characteristics of each locality.

Geographically, AEON's development strategy not only focuses on big cities like Hanoi or Ho Chi Minh City, but also expands to other cities like Hai Phong, Da Nang, and most recently, AEON Hue. At the same time, we are also expanding to satellite areas around big cities, with the desire to bring convenient shopping experiences to people in each region. Analyzing the needs of each region plays an important role in developing retail outlets, which suit the needs and tastes of local people. We are always looking for opportunities to open new retail outlets, thereby increasing customer contact points.

In addition to expanding direct stores, AEON also promotes the e-commerce development (EC), helping to connect with customers more conveniently. Of course, in the process of developing the retail system, we also build product strategies suitable for each locality, cooperating closely with manufacturers and suppliers in Vietnam. AEON not only distributes imported products, but also promotes the consumption of domestically produced products from Vietnamese suppliers.

AEON's growth model focuses not only on expanding the business type and scale, but also on building cooperative relationships with local manufacturers and suppliers, growing and developing together. We have been also researching and developing AEON private label products, with plans to expand the product portfolio in the future. Currently, AEON has about 200 - 300 private label product categories, but in the future, we will further develop this portfolio.

For private label products, we have not only increased domestic consumption but also sought opportunities to export to overseas markets. As the market expands, production also increases, thereby suppliers and manufacturers will expand production scale. This not only



**Tuần lễ kết nối giao thương và giới thiệu sản phẩm Việt tại AEON đã góp phần tăng tỷ lệ hàng Việt tại AEON - The B2B and Vietnamese products week has contributingly increased the Vietnamese goods portion at AEON.**

helps AEON develop in Vietnam but also promotes the development of local manufacturers and suppliers.

**ITPC Newsletter:** *How does AEON compete in the growing e-commerce context?*

**Ms. Nguyen Thi Ngoc Hue:** Consumer trends have been changing, not only in behavior but also in technology. Consumers have smartphones, which means they have all the information about what they want, so we must also have knowledge and insight to keep up with the customer's speed.

We plan to integrate sales system data from other member companies in the AEON group, such as the point system, so that customers who purchase at any AEON store can use those points. Whether at AEON Vietnam stores or other member companies, there will be a consistent customer experience. Thus, there will be more new customers coming to AEON.

In addition, we need to promote E-commerce in order to meet customer needs will help customers shop more easily and conveniently. And depending on the conditions, direct and customers are able to have the same experience.

With online shopping, AEON Vietnam strives to improve utilities and functions such as scheduled delivery for customer convenience. When customers order online with fresh products or ready-to-eat products, the company has its own fastest delivery team to ensure the products fresh, live quality to customers. In 2023, AEON Vietnam prepared its own delivery force.

In addition, we also want to develop and increase products that customers can only buy when coming to AEON, which are private label products. We have a strategy to promote sales areas such as the brands HÓME CÓORDY (household appliances, kitchenware), MY CLOSET (fashion products)... and the food line TOPVALU. And when the products are launched on the market, customers are going to see the difference with the products that manufacturers sell directly to customers.

**ITPC Newsletter:** *Thank you very much and wish AEON Vietnam to continuously succeed in Vietnam.*



thị để trưng bày các sản phẩm OCOP, giúp gia tăng khả năng tiếp cận và giới thiệu sản phẩm đến khách hàng.

Nhờ những nỗ lực này, **tỷ lệ hàng Việt trong hệ thống bán lẻ của AEON Việt Nam không ngừng gia tăng**, hiện nay chiếm hơn 85% tổng số mặt hàng, riêng mặt hàng tươi sống đạt tới 95%. Những kết quả này khẳng định cam kết mạnh mẽ của AEON trong việc đồng hành cùng các doanh nghiệp Việt Nam, góp phần thúc đẩy sự phát triển bền vững và thịnh vượng chung.

**Bản tin ITPC:** *Hệ thống bán lẻ đang phát triển và thay đổi nhanh chóng. Xin bà cho biết chiến lược phát triển của AEON ở Việt Nam trong thời gian tới?*

**Bà Nguyễn Thị Ngọc Huệ:** Trước tiên, về kế hoạch mở rộng và phát triển mạng lưới cửa hàng của AEON, chúng tôi đang tập trung mạnh mẽ vào việc đa dạng hóa mô hình bán lẻ. Ngoài ra, chúng tôi còn phát triển nhiều mô hình với quy mô và diện tích khác nhau, phù hợp với nhu cầu và đặc điểm của từng địa phương.

Về mặt địa lý, chiến lược phát triển của AEON không chỉ tập trung ở các thành phố lớn như Hà Nội hay TP.HCM, mà còn mở rộng ra các thành phố khác như Hải Phòng, Đà Nẵng, và gần đây nhất là AEON Huế. Đồng thời, chúng tôi cũng đang mở rộng ra các khu vực vệ tinh xung quanh các thành phố lớn, với mong muốn mang lại trải nghiệm mua sắm tiện ích cho người dân ở từng vùng miền. Việc phân tích nhu cầu của từng khu vực đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển các điểm bán lẻ phù hợp với nhu cầu và thị hiếu của người dân địa phương. Chúng tôi luôn tìm kiếm cơ hội để mở thêm các điểm bán lẻ mới, từ đó gia tăng các điểm tiếp xúc với khách hàng.

Ngoài việc mở rộng các cửa hàng trực tiếp, AEON cũng đang đẩy mạnh phát triển hệ thống thương mại

điện tử (e-commerce - EC), giúp kết nối với khách hàng một cách tiện lợi hơn. Đương nhiên, trong quá trình phát triển hệ thống bán lẻ, chúng tôi cũng xây dựng chiến lược sản phẩm phù hợp với từng địa phương và hợp tác chặt chẽ với các nhà sản xuất, nhà cung cấp tại Việt Nam. AEON không chỉ phân phối các sản phẩm nhập khẩu, mà còn đẩy mạnh tiêu thụ các sản phẩm được sản xuất trong nước, từ các nhà cung cấp Việt Nam.

Mô hình phát triển của AEON không chỉ tập trung vào việc mở rộng loại hình và quy mô kinh doanh, mà còn tạo dựng mối quan hệ hợp tác với các nhà sản xuất và nhà cung cấp địa phương, cùng nhau phát triển và trưởng thành. Chúng tôi cũng đang nghiên cứu và phát triển các sản phẩm nhãn hàng riêng của AEON, với kế hoạch tăng cường danh mục sản phẩm trong tương lai. Hiện tại, AEON đã có khoảng 200 - 300 danh mục sản phẩm nhãn hàng riêng, nhưng trong thời gian tới, chúng tôi sẽ đẩy mạnh phát triển danh mục này hơn nữa.

Đối với các sản phẩm nhãn hàng riêng, chúng tôi không chỉ tăng cường tiêu thụ trong nước mà còn tìm kiếm cơ hội để xuất khẩu ra thị trường nước ngoài. Khi thị trường được mở rộng, sản lượng cũng tăng lên, từ đó các nhà cung cấp và nhà sản xuất sẽ phát triển quy mô sản xuất. Điều này không chỉ giúp AEON phát triển tại Việt Nam mà còn thúc đẩy sự phát triển của các nhà sản xuất và nhà cung cấp địa phương.

**Bản tin ITPC:** *AEON làm thế nào để cạnh tranh trong điều kiện thương mại điện tử đang ngày càng phát triển?*

**Bà Nguyễn Thị Ngọc Huệ:** Xu hướng người tiêu dùng thay đổi, không chỉ thay đổi về hành vi mà thay đổi nhiều về công nghệ. Người tiêu dùng có điện thoại thông minh, nghĩa là họ có tất cả thông tin về những gì họ muốn, như vậy là mình cũng phải

có những kiến thức và hiểu biết thì mới theo kịp tốc độ của khách hàng.

Chúng tôi dự kiến sẽ tích hợp dữ liệu hệ thống bán hàng từ các công ty thành viên khác trong tập đoàn AEON, như hệ thống tích điểm, khi đó Khách hàng mua hàng tại bất kì cửa hàng nào của AEON cũng sử dụng được điểm đó. Dù tại cửa hàng của AEON Việt Nam hay các công ty thành viên khác đều có trải nghiệm khách hàng đồng nhất. Như vậy, khách hàng mới đến với AEON nhiều hơn.

Ngoài ra, chúng tôi cần đẩy mạnh Thương mại điện tử nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng sẽ giúp khách hàng mua sắm dễ dàng, thuận tiện hơn. Và tùy điều kiện, khách hàng có thể mua sắm trực tiếp hoặc trực tuyến đều có trải nghiệm như nhau.

Với mua sắm trực tuyến, AEON Việt Nam cố gắng cải thiện các tiện ích, chức năng như giao hàng hẹn giờ để thuận tiện cho khách hàng. Khi khách hàng đặt trực tuyến với các mặt hàng tươi sống hay sản phẩm ăn ngay, công ty có đội ngũ giao hàng riêng nhanh nhất để đảm bảo chất lượng tươi, sống của sản phẩm đến tay khách hàng. Trong năm 2023, AEON Việt Nam đã chuẩn bị lực lượng giao hàng riêng từ phía công ty.

Ngoài ra, chúng tôi còn mong muốn phát triển, gia tăng các sản phẩm mà chỉ khi đến AEON khách hàng mới có thể mua được, đó là các sản phẩm nhãn hàng riêng. Chúng tôi có chiến lược đẩy mạnh khu vực bán hàng như các nhãn hàng HÓME CÓORDY (đồ gia dụng, nhà bếp), MY CLOSET (sản phẩm thời trang)... và dòng hàng thực phẩm TOPVALU. Và khi sản phẩm được đưa ra thị trường, khách hàng sẽ thấy có sự khác biệt với những sản phẩm nhà sản xuất bán trực tiếp cho khách hàng.

**Bản tin ITPC:** *Xin trân trọng cảm ơn bà và chúc AEON Việt Nam tiếp tục thành công hơn nữa ở Việt Nam.*



(Tiếp theo trang 5)



Các hình trong trang là cảnh hàng Việt trưng bày trong Tuần lễ kết nối giao thương và giới thiệu sản phẩm Việt tại hệ thống phân phối hiện đại AEON năm 2022 và 2023 - The pictures on the page are Vietnamese goods exhibition in the B2B and Vietnamese products week at the modern AEON distribution system in 2022 and 2023.





*Các ấn phẩm của ITPC - ITPC publications:*

## NEWSLETTER

# INVESTMENT & TRADE PROMOTION

## PUBLISHING LICENSE

Publishing License No. 02/GP-XBBT dated January 3, 2024 of the Department of Information and Communications of Ho Chi Minh City.



## HEAD OFFICE

Investment and Trade Promotion Centre  
of Ho Chi Minh City

**Address:** 51 Dinh Tien Hoang, District  
1, Ho Chi Minh City

**Tel:** (028) 3823 6738

**Fax:** (028) 3824 2391

**Email:** itpc@itpc.gov.vn

**Website:** www.itpc.hochiminhcity.gov.vn



## ITPC OFFICIAL FACEBOOK PAGE

<https://www.facebook.com/ITPC.HOCHIMINHCITY>



- Publication period: 01 week/01 issue.
- Size: 19cm x 27cm.
- Number of pages: 16 pages.
- Quantity: 1,000 copies/issue.
- Language: Vietnamese; bilingual Vietnamese - English.

## BẢN TIN

# XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI & ĐẦU TƯ

## GIẤY PHÉP XUẤT BẢN

Giấy phép xuất bản số 02/GP-XBBT ngày 03 tháng 01 năm 2024 của Sở Thông tin và Truyền thông TP.HCM.



## TRỤ SỞ

Trung tâm Xúc tiến Thương mại  
và Đầu tư Tp.HCM

**Địa chỉ:** 51 Đinh Tiên Hoàng,  
Q.1, Tp.HCM

**Điện thoại:** (028) 3823 6738

**Fax:** (028) 3824 2391

**Email:** itpc@itpc.gov.vn

**Website:** www.itpc.hochiminhcity.gov.vn

TRANG FACEBOOK CHÍNH THỨC  
CỦA ITPC

<https://www.facebook.com/ITPC.HOCHIMINHCITY>



- Kỳ hạn xuất bản: 01 tuần/01 kỳ.
- Kích thước: 19cm x 27cm.
- Số trang: 16 trang.
- Số lượng: 1.000 bản/kỳ.
- Ngôn ngữ thể hiện: Tiếng Việt; song ngữ Việt - Anh.

# The Vietnamese Products and B2B Week 2024 at the modern AEON distribution system



TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI  
VÀ ĐẦU TƯ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

## CHƯƠNG TRÌNH TUẦN LỄ KẾT NỐI GIAO THƯƠNG VÀ GIỚI THIỆU SẢN PHẨM VIỆT TẠI HỆ THỐNG PHÂN PHỐI HIỆN ĐẠI AEON NĂM 2024

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 12-15/12/2024

Sảnh SC1 (SẢNH ĐÔNG) - TRUNG TÂM MUA SẮM AEON TÂN PHÚ CELADON  
30 Tân Thắng, P. Sơn Kỳ, Q. Tân Phú, TP. Hồ Chí Minh



### Service Division - ITPC

Address: 51 Dinh Tien  
Hoang street, Da Kao  
Ward, District 1, HCMC.

➤ Mr. Duc Minh  
(Program 1: Exhibition):  
0393437050 - Email:  
minhtd@itpc.gov.vn;

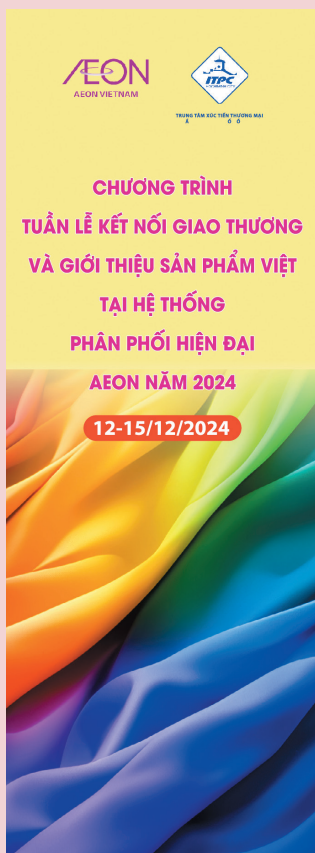
➤ Ms. Thuy Trang  
(Program 2: B2B): 0903  
367 567 - Email: tranglt@  
itpc.gov.vn.



TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI  
VÀ ĐẦU TƯ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

### CHƯƠNG TRÌNH TUẦN LỄ KẾT NỐI GIAO THƯƠNG VÀ GIỚI THIỆU SẢN PHẨM VIỆT TẠI HỆ THỐNG PHÂN PHỐI HIỆN ĐẠI AEON NĂM 2024

12-15/12/2024





TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI  
VÀ ĐẦU TƯ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

### CHƯƠNG TRÌNH TUẦN LỄ KẾT NỐI GIAO THƯƠNG VÀ GIỚI THIỆU SẢN PHẨM VIỆT TẠI HỆ THỐNG PHÂN PHỐI HIỆN ĐẠI AEON NĂM 2024

12-15/12/2024





TRUNG TÂM XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI  
VÀ ĐẦU TƯ THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

### CHƯƠNG TRÌNH TUẦN LỄ KẾT NỐI GIAO THƯƠNG VÀ GIỚI THIỆU SẢN PHẨM VIỆT TẠI HỆ THỐNG PHÂN PHỐI HIỆN ĐẠI AEON NĂM 2024

12-15/12/2024

