**Graphical user interface, text

Description automatically generated**

**PHIẾU HỎI DOANH NGHIỆP**

*(Phục vụ Bảng xếp hạng Top 10 Công ty bán lẻ uy tín năm 2022)*

|  |  |
| --- | --- |
| Vietnam Report cam kết phiếu điều tra chỉ phục vụ mục đích nghiên cứu, không công bố những thông tin công ty cung cấp theo đúng quy chế bảo mật thông tin. Kính đề nghị Quý Doanh nghiệp điền đầy đủ thông tin và gửi về cho Vietnam Report **trước 17h ngày 29/8/2022.**  Trân trọng cảm ơn sự hợp tác của Quý Doanh nghiệp! | Quý Doanh nghiệp vui lòng quét mã QR để tải bản mềm (nếu cần):  Qr code  Description automatically generated |

**THÔNG TIN NGƯỜI ĐIỀN PHIẾU**

Họ và tên: ………………………………………………………………………………………….…………

Bộ phận làm việc: ……………………………………………………………………………………………

Số điện thoại liên lạc: ……………………………………………………………………………………….

Email:………………………………………………………………………………….…………………….

|  |
| --- |
| A ˗ THÔNG TIN DOANH NGHIỆP |

1. **Tên Doanh nghiệp:**………………………………………………………………………………………….
2. **Mã số thuế:**…………………………………………………………………………………………..............
3. **Lĩnh vực kinh doanh chính của Doanh nghiệp**

Hàng tiêu dùng nhanh (chiếm ……..% doanh thu)

* Thực phẩm – Đồ uống
* Dược phẩm, y tế, chăm sóc sức khoẻ
* Mỹ phẩm
* Chăm sóc cá nhân
* Chăm sóc nhà cửa
* Vệ sinh nhà cửa

Hàng gia dụng (chiếm ……..% doanh thu)

* Đồ gia dụng
* Trang phục – giày dép – phụ kiện (khăn, mũ, túi, ví, mắt kính…)
* Sản phẩm mẹ & bé

Hàng lâu bền (chiếm ……..% doanh thu)

* Điện máy/điện lạnh (Tivi, tủ lạnh, máy giặt…)
* Thiết bị số (điện thoại, tablet, laptop…)
* Trang sức
* Sách báo, tạp chí, văn phòng phẩm

Khác (ghi rõ…………………………………….)

1. **Quy mô lao động:** Số lượng nhân viên của Công ty hiện nay ……………………………………(người)
2. **Quy mô thị trường:** Công ty hiện có ……………………. siêu thị/ cửa hàng tại Việt Nam.
3. **Tổng diện tích mặt bằng kinh doanh:** …………………………m2
4. **Thông tin tài chính của Doanh nghiệp (đơn vị: triệu đồng)**

| 1. **Chỉ tiêu** | **Năm 2021** | **6 tháng đầu năm 2022** |
| --- | --- | --- |
| Tổng tài sản (triệu đồng) |  |  |
| Vốn chủ sở hữu (triệu đồng) |  |  |
| Doanh thu bán hàng và cung cấp dịch vụ (triệu đồng) |  |  |
| Tổng doanh thu (triệu đồng) |  |  |
| Lợi nhuận trước thuế (triệu đồng) |  |  |
| Lợi nhuận sau thuế (triệu đồng) |  |  |

*(\*) Tổng doanh thu: Tổng cộng các khoản thu nhập của doanh nghiệp (không bao gồm các khoản giảm trừ*

1. **Doanh thu bán hàng chủ yếu của Quý Doanh nghiệp đến từ kênh bán hàng nào?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Kênh bán hàng** | **Tỷ lệ % trong năm 2021** | **Tỷ lệ % trong 6 tháng năm 2022** |
|  | Bán hàng trực tiếp tại siêu thị/ cửa hàng chính hãng |  |  |
|  | Bán hàng trực tuyến qua website |  |  |
|  | Bán hàng qua điện thoại |  |  |
|  | Ứng dụng công nghệ (app, thương mại điện tử …) |  |  |
|  | Khác (ghi rõ…………………………………) |  |  |

|  |
| --- |
| B ˗ TÌNH HÌNH SXKD CỦA DOANH NGHIỆP |

1. **Năng lực hoạt động kinh doanh của Quý Doanh nghiệp ở thời điểm hiện tại bằng bao nhiêu phần trăm so với cùng thời điểm trước đại dịch? *(Ước tính một cách tương đối)***

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Dưới 40% | Từ 40% đến dưới 60% | Từ 60% đến dưới 80% | Từ 80% đến dưới 100% | Từ 100% đến dưới 120% | Từ 120% đến dưới 150% | Từ 150% đến dưới 200% | Trên 200% |
| Doanh thu |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Lợi nhuận |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Công suấthoạt động |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Hiệu suất hoạt động nói chung |  |  |  |  |  |  |  |  |

1. **Top 5 khó khăn mà Quý Doanh nghiệp đang phải đối mặt hiện nay là gì?**
2. **Thách thức bên ngoài *(Vui lòng chọn tối đa 5 lựa chọn)***

Làn sóng lây nhiễm/bùng phát COVID-19 mới và các dịch bệnh tương tự

Suy thoái kinh tế toàn cầu

Lạm phát gia tăng

Thay đổi hành vi của người tiêu dùng

Khách hàng ưa thích trải nghiệm mua hàng đa kênh (multi-channel) hơn

Kỳ vọng của khách hàng đối với trải nghiệm liền mạch (seamless experience)

Nhu cầu trải nghiệm bán lẻ để thu hút lòng trung thành của khách hàng

Sức mua giảm

Đứt gãy nguồn cung ứng nguyên liệu

Các vấn đề liên quan đến logistics, phân phối

Rủi ro an ninh mạng, quyền riêng tư

Tốc độ chuyển đổi kỹ thuật số

Khác (vui lòng nêu rõ) …………………….........……………………......................................................

1. **Thách thức bên trong *(Vui lòng chọn tối đa 5 lựa chọn)***

Khả năng đáp ứng nhu cầu/cơ hội bán hàng tăng lên

Khả năng nhanh chóng điều chỉnh cơ cấu chi phí để đáp ứng nhu cầu

Thiếu thanh khoản hoặc tín dụng để đảm bảo hoạt động kinh doanh liên tục

Thiếu hụt nhân sự đảm bảo kinh doanh

Chiến lược marketing chưa đủ hấp dẫn

Thiếu liên kết giữa công nghệ bán hàng và marketing có hiệu quả

Khả năng quản lý hiệu quả các mô hình làm việc kết hợp từ xa và tại chỗ

Khác (vui lòng nêu rõ) …………………….........……………………......................................................

1. **Quý Doanh nghiệp có đang chịu áp lực tăng giá đối với các yếu tố đầu vào (nguyên vật liệu, xăng dầu, lưu kho, vận tải,…) không?**

Có, áp lực rất lớn

Có, áp lực tương đối

Không chịu áp lực

1. **Nếu có, Quý Doanh nghiệp dự báo áp lực tăng giá này sẽ kéo dài trong bao lâu ?**

Không kéo dài

Kéo dài đến cuối năm 2022

Kéo dài đến giữa năm 2023

Kéo dài đến cuối năm 2023

Kéo dài đến sau năm 2023

1. **Theo Quý Doanh nghiệp đâu là những yếu tố đang làm giá sản phẩm tăng hiện nay?**

Gián đoạn của chuỗi cung ứng

Thiếu lao động vận hành sản xuất kinh doanh

Thiếu nhà cung cấp dịch vụ

Giá nguyên vật liệu tăng cao

Yêu cầu cao đối với chất lượng sản phẩm, dịch vụ

Khác (vui lòng cho biết):..............................................................................................................................

|  |
| --- |
| C – CHIẾN LƯỢC CỦA DOANH NGHIỆP TRONG BỐI CẢNH BÌNH THƯỜNG TIẾP THEO |

1. **Dựa trên thực trạng hiện nay của nền kinh tế Việt Nam, niềm tin của Quý Doanh nghiệp vào sự phục hồi và phát triển nhanh chóng của Kinh tế Việt Nam như thế nào?**

Có niềm tin rõ rệt

Có niềm tin tương đối rõ rệt

Chưa có nhiều niềm tin nhiều vào sự hồi phục và phát triển nhanh chóng

Không có kỳ vọng

# Theo Quý Doanh nghiệp, triển vọng toàn ngành Bán lẻ trong 6 tháng cuối năm 2022 so cùng kỳ năm trước sẽ như thế nào?

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Hàng tiêu dùng nhanh | Hàng gia dụng | Hàng lâu bền | **Toàn ngành**  **nói chung** |
| Khó khăn hơn rất nhiều |  |  |  |  |
| Khó khăn hơn một chút |  |  |  |  |
| Không thay đổi |  |  |  |  |
| Khả quan hơn một chút |  |  |  |  |
| Khả quan hơn rất nhiều |  |  |  |  |

# Triển vọng kinh doanh của Quý Doanh nghiệp trong 6 tháng cuối năm 2022 so với 6 tháng đầu năm sẽ như thế nào?

Khó khăn hơn rất nhiều

Khó khăn hơn một chút

Không thay đổi

Khả quan hơn một chút

Khả quan hơn rất nhiều

1. **Chi phí marketing hiện chiếm bao nhiêu phần trăm (%) doanh thu của Quý Doanh nghiệp?**

Dưới 6%

Từ 6-8%

Từ 8-10%

Từ 10-12%

Từ 12-14%

Trên 14%

1. **Quý Doanh nghiệp dự kiến phân bổ ngân sách marketing như thế nào trong ít nhất 6 tháng tới đây?**

|  | Tăng lên | Không đổi | Giảm đi | Không rõ |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Chi cho marketing nói chung |  |  |  |  |
| Marketing truyền thống |  |  |  |  |
| Marketing kỹ thuật số (Digital marketing) |  |  |  |  |
| Xây dựng thương hiệu |  |  |  |  |
| Quản trị quan hệ khách hàng |  |  |  |  |
| Trải nghiệm khách hàng |  |  |  |  |
| Giới thiệu sản phẩm mới |  |  |  |  |
| Giới thiệu dịch vụ mới |  |  |  |  |

1. **Quý Doanh nghiệp đã, đang và sẽ đầu tư vào những điều nào sau đây để cải thiện hiệu suất của hoạt động digital marketing trên các kênh trực tuyến?**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Trước khi đại dịch bùng phát | Hiện tại | Trong thời gian tới |
| Phân tích dữ liệu |  |  |  |
| Tối ưu hóa trang web của công ty |  |  |  |
| Phương tiện kỹ thuật số và tìm kiếm |  |  |  |
| Hệ thống hoặc nền tảng công nghệ tiếp thị |  |  |  |
| Tiếp thị kỹ thuật số trực tiếp (ví dụ: email) |  |  |  |
| Thử nghiệm trực tuyến hoặc thử nghiệm A/B |  |  |  |
| Quản lý các vấn đề về quyền riêng tư |  |  |  |
| Máy học và tự động hóa |  |  |  |
| Cải thiện ứng dụng (nếu có) |  |  |  |
| Khác (vui lòng cho biết) …………………………………………… |  |  |  |

# Quý Doanh nghiệp dự báo thế nào về thay đổi trong nhu cầu khách hàng về các nhóm sản phẩm sau trong ít nhất 6 tháng tới đây?

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Tăng lên | Không thay đổi | Giảm đi | Không rõ |
| Thực phẩm – Đồ uống |  |  |  |  |
| Dược phẩm, y tế, chăm sóc sức khoẻ |  |  |  |  |
| Mỹ phẩm |  |  |  |  |
| Chăm sóc cá nhân |  |  |  |  |
| Chăm sóc nhà cửa |  |  |  |  |
| Vệ sinh nhà cửa |  |  |  |  |
| Đồ gia dụng |  |  |  |  |
| Trang phục – giày dép – phụ kiện (khăn, mũ, túi, ví, mắt kính…) |  |  |  |  |
| Sản phẩm mẹ & bé |  |  |  |  |
| Điện máy/điện lạnh (Tivi, tủ lạnh, máy giặt…) |  |  |  |  |
| Thiết bị số (điện thoại, tablet, laptop…) |  |  |  |  |
| Trang sức |  |  |  |  |
| Sách báo, tạp chí, văn phòng phẩm |  |  |  |  |
| Nhu cầu của khách hàng đối với sản phẩm khác  (Vui lòngghi rõ…………………………………………………) |  |  |  |  |

# Quý Doanh nghiệp đánh giá thế nào về mức độ ảnh hưởng của các yếu tố sau trên thang điểm 5 đến việc thiết lập định hướng chiến lược tương lai trong thời kỳ bình thường tiếp theo? *(Với 1 – It ảnh hưởng và 5 - Ảnh hưởng rất nhiều)*

|  | | 1 | 2 | | 3 | 4 | 5 |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **YẾU TỐ BÊN NGOÀI** |  | | |  | | | |
| Tăng trưởng và ổn định kinh tế vĩ mô | |  |  | |  |  |  |
| Lạm phát | |  |  | |  |  |  |
| Biến động tỷ giá | |  |  | |  |  |  |
| Tình hình diễn biến dịch bệnh | |  |  | |  |  |  |
| Cạnh tranh thị phần giữa các doanh nghiệp trong nước | |  |  | |  |  |  |
| Hoạt động M&A/ Sự gia nhập của các công ty nước ngoài | |  |  | |  |  |  |
| Sự thay đổi hành vi tiêu dùng và các phương pháp tiếp cận người tiêu dùng | |  |  | |  |  |  |
| Mức thu nhập và chi tiêu của người tiêu dùng | |  |  | |  |  |  |
| Sự phát triển của thương mại điện tử và xu hướng mua hàng trực tuyến | |  |  | |  |  |  |
| Sự gia tăng trong nhận thức về bảo vệ môi trường | |  |  | |  |  |  |
| **YẾU TỐ BÊN TRONG** |  | | |  | | | |
| Hoạt động thu thập và phân tích dữ liệu khách hàng | |  |  | |  |  |  |
| Sự đa dạng và ổn định nguồn cung hàng hóa | |  |  | |  |  |  |
| Tiềm lực tài chính của doanh nghiệp | |  |  | |  |  |  |
| Triển khai bền vững các mô hình kinh doanh mới | |  |  | |  |  |  |
| Chất lượng nguồn nhân lực và quản trị doanh nghiệp | |  |  | |  |  |  |
| Khả năng quản lý rủi ro trong doanh nghiệp | |  |  | |  |  |  |
| Sự tăng cường đầu tư đổi mới công nghệ và cải tiến quy trình vận hành | |  |  | |  |  |  |
| Chiến lược Marketing của DN | |  |  | |  |  |  |

# Top 5 chiến lược trọng tâm của Quý Doanh nghiệp trong thời kỳ bình thường tiếp theo?

Cắt giảm chi phí hoạt động của cửa hàng, siêu thị

Tìm kiếm cơ hội từ M&A

Tăng cường số hóa các hoạt động vận hành của doanh nghiệp và nâng cao trải nghiệm thực tế của khách hàng bằng công nghệ, tự động hóa các tác vụ trong cửa hàng, siêu thị

Phát triển các mô hình bán lẻ mới

Triển khai chương trình kích cầu người tiêu dùng

Đa dạng hóa sản phẩm, nhà cung cấp và kiểm soát chất lượng đầu vào để đảm bảo hàng hóa cung ứng liên tục

Bổ sung hoặc mở rộng các dịch bán hàng trực tuyến và kết hợp giao hàng từ cửa hàng, siêu thị

Mở rộng thêm siêu thị, cửa hàng

Phát triển những hình thức thanh toán đa dạng, linh hoạt, phù hợp với nhiều đối tượng mục tiêu

Đóng cửa và thu hẹp các cửa hàng hoạt động không hiệu quả

Liên tục đánh giá lại các kế hoạch kinh doanh với sự tham gia của các đối tác kinh doanh

Thiết lập các hoạt động của trụ sở để đảm bảo hoạt động kinh doanh sẽ không bị gián đoạn ngay cả trong trường hợp khẩn cấp

Phát triển danh mục nhãn hàng riêng trên cơ sở hợp tác với các nhà cung cấp

Cải tiến không gian mua sắm, nâng cao chất lượng dịch vụ

Thực hiện chiến lược phát triển bền vững, bảo vệ môi trường

Khác (ghi rõ………………………………………………………………………….)

# Đánh giá về áp dụng các mô hình bán lẻ và ứng dụng công nghệ tại Quý Doanh nghiệp như thế nào?

|  | Chưa có ý định triển khai | Đang trong giai đoạn lên ý tưởng | Mới bắt đầu triển khai | Đang triển khai trên quy mô lớn |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **MÔ HÌNH BÁN LẺ** |  |  |  |  |
| Cửa hàng trong cửa hàng (shop in shop) |  |  |  |  |
| Cửa hàng đa thương hiệu (multi-brand store) |  |  |  |  |
| Bán hàng đa kênh (omni-channel) |  |  |  |  |
| Mô hình bán lẻ lưu động |  |  |  |  |
| Hệ thống siêu thị cao cấp áp dụng công nghệ E-label điều chỉnh tự động, có quầy tính tiền cho khách tự thanh toán |  |  |  |  |
| Phát triển siêu thị, cửa hàng thành điểm kết hợp cung cấp dịch vụ tài chính bao gồm dịch vụ ngân hàng truyền thống và cổng thanh toán kỹ thuật số. |  |  |  |  |
| Áp dụng sáng kiến bền vững về môi trường trong ngành bán lẻ (tăng cung cấp các sản phẩm được làm bằng vật liệu tái chế, thay đổi cách đóng gói chọn loại bao bì thân thiện với môi trường hơn …) |  |  |  |  |
| **ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ SỐ** |  |  |  |  |
| Ứng dụng IoT (Internet vạn vật) |  |  |  |  |
| Ứng dụng AR (Augmented Reality-Công nghệ thực tế ảo tăng cường) |  |  |  |  |
| Ứng dụng Big Data (Dữ liệu lớn) |  |  |  |  |
| Ứng dụng AI (Công cụ Trí tuệ nhân tạo-Artificial Intelligence) |  |  |  |  |
| Ứng dụng Machine Learning (máy học) |  |  |  |  |
| Blockchain |  |  |  |  |
| RPA (Tự động hóa quy trình bằng robot (RPA) |  |  |  |  |

# Theo Quý doanh nghiệp, đâu là Top 4 giải pháp mà Chính phủ nên chú trọng để hỗ trợ tốt nhất cho thị trường bán lẻ trong thời gian tới đây?

Đẩy mạnh chương trình đầu tư xây dựng, phát triển hạ tầng thương mại

Bổ sung chính sách hỗ trợ đẩy mạnh phát triển kênh bán hàng online, đi chợ hộ, bán hàng qua điện thoại…

Hoàn thiện hệ thống hành lang pháp lý, minh bạch hóa thông tin, tạo môi trường cạnh tranh công bằng giữa các doanh nghiệp

Bổ sung hỗ trợ thông qua các gói hỗ trợ tín dụng, ưu đãi đầu tư và ưu đãi thuế

Hỗ trợ kết nối với các nhà cung cấp

Hỗ trợ và tư vấn cho các doanh nghiệp bán lẻ trong quá trình chuyển đổi số

Hỗ trợ kích cầu người tiêu dùng

Khác (ghi rõ…………………………………………………………………...................)

|  |
| --- |
| D – ĐÁNH GIÁ DOANH NGHIỆP TIÊU BIỂU |

1. **Theo đánh giá của Quý Doanh nghiệp, đâu là Công ty bán lẻ tiêu biểu nhất trên thị trường bán lẻ Việt Nam hiện nay?**

* *Xin vui lòng đánh số từ 1 – 10 doanh nghiệp trong danh sách dưới đây với thứ tự 1 là doanh nghiệp thực phẩm - đồ uống mà Quý Doanh nghiệp đánh giá tiêu biểu nhất*
* *Với các công ty được Quý Doanh nghiệp đánh giá là tiêu biểu nhưng không có tên trong danh sách, vui lòng điền thêm vào các ô trống phía dưới*

**NHÓM NGÀNH HÀNG TIÊU DÙNG NHANH**

*(Thực phẩm – Đồ uống; Dược phẩm, y tế, chăm sóc sức khoẻ; Mỹ phẩm;  
Chăm sóc cá nhân; Chăm sóc, vệ sinh nhà cửa…)*

| **STT** | **TÊN CÔNG TY** |
| --- | --- |
|  | TỔNG CÔNG TY THƯƠNG MẠI HÀ NỘI |
|  | CÔNG TY CP DỊCH VỤ HÀNG KHÔNG SÂN BAY NỘI BÀI |
|  | CÔNG TY CP DỊCH VỤ THƯƠNG MẠI TỔNG HỢP VINCOMMERCE |
|  | CÔNG TY TNHH DỊCH VỤ EB (BIG C VIETNAM) |
|  | TỔNG CÔNG TY THƯƠNG MẠI SÀI GÒN - TNHH MTV |
|  | CÔNG TY CP DỊCH VỤ HÀNG KHÔNG SÂN BAY TÂN SƠN NHẤT (SASCO) |
|  | LIÊN HIỆP HỢP TÁC XÃ THƯƠNG MẠI TP. HỒ CHÍ MINH |
|  | CÔNG TY TNHH MM MEGA MARKET (VIỆT NAM) |
|  | CÔNG TY CP TRUNG TÂM THƯƠNG MẠI LOTTE VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY TNHH VÒNG TRÒN ĐỎ |
|  | CÔNG TY TNHH AEON VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY CP DỊCH VỤ HÀNG KHÔNG TASECO |
|  | CÔNG TY TNHH XUẤT NHẬP KHẨU LIÊN THÁI BÌNH DƯƠNG (IPPG) |
|  | CÔNG TY CỔ PHẦN DƯỢC PHẨM PHARMACITY |
|  | CÔNG TY CP DƯỢC PHẨM LONG CHÂU |
|  | CÔNG TY CỔ PHẦN DƯỢC PHẨM AN KHANG PHARMA |
|  | CÔNG TY CỔ PHẦN DƯỢC PHẨM PHANO |
|  | CÔNG TY CỔ PHẦN DƯỢC PHẨM ECO |
|  | CÔNG TY CỔ PHẦN DƯỢC PHẨM PHARMACITY |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**NHÓM HÀNG GIA DỤNG**

*(Đồ gia dụng; Trang phục – giày dép – phụ kiện (khăn, mũ, túi, ví, mắt kính…); Sản phẩm mẹ & bé…)*

|  |  |
| --- | --- |
| **STT** | **TÊN CÔNG TY** |
|  | CÔNG TY CỔ PHẦN CON CƯNG |
|  | CÔNG TY CỔ PHẦN BIBOMART TM |
|  | CÔNG TY CỔ PHẦN KIDS PLAZA |
|  | CÔNG TY CỔ PHẦN VEETEX |
|  | CÔNG TY CỔ PHẦN THẾ GIỚI TUỔI THƠ SNB |
|  | CÔNG TY TNHH THỜI TRANG VÀ MỸ PHẨM CHÂU ÂU (ACFC) |
|  | CÔNG TY CỔ PHẦN MAISON RETAIL MANAGEMENT INTERNATIONAL |
|  | CÔNG TY CỔ PHẦN ĐẦU TƯ K&G VIỆT NAM |
|  | TỔNG CÔNG TY MAY 10 - CTCP |
|  | TỔNG CÔNG TY CỔ PHẦN MAY VIỆT TIẾN |
|  | CÔNG TY TNHH MAY THÊU GIÀY AN PHƯỚC |
|  | CÔNG TY CỔ PHẦN M2 VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY CỔ PHẦN CANIFA |
|  | CÔNG TY CỔ PHẦN THỜI TRANG YODY |
|  | CÔNG TY CỔ PHẦN THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ TƯ VẤN THIẾT KẾ THỜI TRANG VIỆT |
|  | CÔNG TY TNHH THỜI TRANG VMG |
|  | CÔNG TY CỔ PHẦN GUMAC |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**NHÓM HÀNG LÂU BỀN**

*(Điện máy/điện lạnh (Tivi, tủ lạnh, máy giặt…); Thiết bị số (điện thoại, tablet, laptop…);*

*Trang sức; Sách báo, tạp chí, văn phòng phẩm…)*

| **STT** | **TÊN CÔNG TY** |
| --- | --- |
|  | CÔNG TY CP TẬP ĐOÀN VÀNG BẠC ĐÁ QUÝ DOJI |
|  | CÔNG TY CP PICO |
|  | CÔNG TY CP MEDIAMART VIỆT NAM |
|  | CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI VHC |
|  | CÔNG TY CP QUỐC TẾ SAMNEC |
|  | CÔNG TY TNHH CAO PHONG |
|  | CÔNG TY CP ĐẦU TƯ THẾ GIỚI DI ĐỘNG |
|  | CÔNG TY CP BÁN LẺ KỸ THUẬT SỐ FPT |
|  | CÔNG TY CP THƯƠNG NGHIỆP CÀ MAU |
|  | CÔNG TY CP THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ PHONG VŨ |
|  | CÔNG TY TNHH THƯƠNG MẠI VHC |
|  | CÔNG TY CP VÀNG BẠC ĐÁ QUÝ PHÚ NHUẬN |
|  | CÔNG TY TNHH MTV VÀNG BẠC ĐÁ QUÝ SÀI GÒN-SJC |
|  | CÔNG TY CP PHÁT HÀNH SÁCH TP. HỒ CHÍ MINH - FAHASA |
|  | CÔNG TY CP SÁCH & THIẾT BỊ GIÁO DỤC TRÀNG AN |
|  | CÔNG TY CỔ PHẦN VĂN HÓA PHƯƠNG NAM |
|  | CÔNG TY CP VĂN HÓA VÀ TRUYỀN THÔNG NHÃ NAM |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

*Trân trọng cảm ơn sự hợp tác của Quý Doanh nghiệp!*