

GIẢI THƯỞNG VÀ THÀNH TỰU
CỦA AEON VIỆT NAM TÍNH ĐẾN NĂM 2026

3 LĨNH VỰC GIẢI THƯỞNG

MÔI TRƯỜNG LÀM VIỆC

VĂN HÓA & KHAI VẤN

PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

THÀNH TỰU NỔI BẬT

Nơi làm việc tốt nhất Việt Nam ngành Bán lẻ/ Bán sỉ/ Thương mại

TOP 01

2023 - 2025

Giải thưởng ICF Coaching Impact Awards

Giải Doanh nghiệp triển vọng

TOP 3

2024

Nơi làm việc tốt nhất Việt Nam toàn quốc

TOP 10

2025

Giải thưởng Văn hóa khai văn MARSHALL GOLDSMITH

Doanh nghiệp đầu tiên & duy nhất tại Việt Nam

TOP 3

2023-2025

Nơi làm việc tốt nhất Việt Nam toàn quốc

TOP 10

2025

Thương hiệu nhà tuyển dụng hấp dẫn với sinh viên Việt Nam

TOP 50

2022, 2023, 2025

Nơi làm việc tốt nhất châu Á

7 NĂM LIÊN TIẾP

2019 - 2025

Doanh nghiệp có môi trường làm việc đa dạng, Bình đẳng & Hòa nhập

2 NĂM LIÊN TIẾP

2024 - 2025

Doanh nghiệp tiêu biểu có nguồn nhân lực hạnh phúc

TOP 15

2023 - 2024



AEON

Công ty TNHH AEON Việt Nam

Trụ sở chính: Số 30, Đường Tân Thắng, Phường Tân Sơn Nhì, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam

Điện thoại : (028) 6288 7711

Website : <https://corp.aeon.com.vn/>



TRIẾT LÝ CƠ BẢN CỦA AEON

AEON tin rằng ngành bán lẻ là biểu tượng của hòa bình, thúc đẩy tinh thần nhân văn và cống hiến cho cộng đồng địa phương. Để tập đoàn liên tục phát triển và phát huy sứ mệnh của mình, AEON cam kết luôn lấy khách hàng là giá trị cốt lõi để không ngừng cải tiến và đổi mới.

Khách hàng

Triết lý
cơ bản

Cải tiến

Hòa bình

Cộng đồng
địa phương

Tôn trọng
con người



THÔNG điệp TỔNG GIÁM ĐỐC

Nâng tầm phong cách sống của khách hàng và kiến tạo cuộc sống hoà bình và thịnh vượng cho cộng đồng địa phương, cùng Việt Nam phát triển bền vững trong giai đoạn tiếp theo.

Năm 2026 là một cột mốc đặc biệt đối với AEON Việt Nam – năm đầu tiên của Kế hoạch kinh doanh trung hạn giai đoạn 2026 – 2030. Nhìn lại chặng đường 5 năm vừa qua, Tập đoàn AEON tại Việt Nam đã không ngừng mở rộng mạng lưới, với hơn 300 điểm bán trải dài từ trung tâm thương mại, trung tâm bách hóa tổng hợp và siêu thị, siêu thị đến cửa hàng tiện lợi, nhà thuốc và khu vui chơi giải trí.

Sự tin tưởng của chúng tôi vào tiềm năng phát triển vượt bậc của thị trường Việt Nam chưa bao giờ thay đổi. Trong chiến lược phát triển trung hạn giai đoạn 2026 – 2030, Tập đoàn AEON tiếp tục xác định Việt Nam là thị trường ưu tiên hàng đầu. Theo đó, AEON đặt mục tiêu đến năm 2030 sẽ tăng quy mô kinh doanh lên gấp 3 lần so với hiện tại, khẳng định cam kết đầu tư dài hạn và mạnh mẽ tại thị trường này.

Tại Việt Nam, sự phát triển mạnh mẽ của tầng lớp trung lưu làm gia tăng nhu cầu ngày càng lớn về một cuộc sống đủ đầy hơn, cả về vật chất lẫn tinh thần. AEON tin rằng sứ mệnh của mình là đồng hành cùng người dân Việt Nam hiện thực hóa khát vọng đó, mang phong cách sống tiện nghi, hiện đại đến gần hơn với mọi gia đình qua từng trải nghiệm mua sắm.

Theo đuổi hoà bình, tôn trọng con người và đóng góp cho cộng đồng địa phương, với việc luôn lấy khách hàng làm giá trị cốt lõi là nguyên tắc bất biến, và cũng là kim chỉ nam trong mọi hoạt động của AEON. Chúng tôi tin rằng sự ổn định, hoà bình và thịnh vượng chung của cộng đồng chính là nền tảng cho hoạt động kinh doanh, do đó, đóng góp cho sự bình yên và thịnh vượng tại mỗi địa phương nơi AEON hiện diện chính là một phần sứ mệnh của chúng tôi.

Để hiện thực hoá sứ mệnh đó, chiến lược trung hạn mới được xây dựng trên ba trụ cột song hành. Một là tăng tốc mở rộng kinh doanh và phát triển đa dạng mô hình bán lẻ (Multi-format) – linh hoạt triển khai nhiều mô hình từ quy mô lớn đến nhỏ, phù hợp với sự đa dạng về lối sống và mức thu nhập giữa các vùng miền. Hai là đẩy mạnh phát triển sản phẩm nhãn hàng riêng, mang đến những sản phẩm chất lượng cao với mức giá hợp lý chỉ có tại AEON. Ba là tiếp tục củng cố chuỗi cung ứng vững mạnh, không ngừng nâng cao hiệu quả vận hành thông qua chuyển đổi số, làm nền tảng cho sự phát triển bền vững và lâu dài.

Mang đến sản phẩm an toàn, chất lượng cao với mức giá hợp lý luôn là một trong các sứ mệnh cốt lõi của AEON. Chúng tôi đặt ưu tiên hàng đầu trong việc kiểm soát tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm để AEON là lựa chọn đáng tin cậy của Khách hàng, góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống của người tiêu dùng Việt Nam.

Ở góc độ rộng hơn, AEON vận hành các hoạt động bán lẻ đồng thời xây dựng một hệ sinh thái tiêu dùng nhằm làm phong phú hơn phong cách sống của khách hàng. Các trung tâm thương mại và cửa hàng bán lẻ của chúng tôi không chỉ mang đến trải nghiệm mua sắm chất lượng mà còn là nền tảng kết nối nhiều dịch vụ như chương trình tích điểm thành viên, dịch vụ tài chính, rạp chiếu phim, giải trí, các cửa hàng chuyên doanh, cửa hàng tiện lợi và nhà thuốc. Mỗi lĩnh vực kinh doanh trong hệ sinh thái AEON đều bổ trợ và cộng hưởng lẫn nhau, tạo nên trải nghiệm khách hàng liền mạch, gia tăng giá trị và góp phần nâng cao chất lượng cuộc sống hằng ngày của cộng đồng địa phương.

Đóng góp cho cộng đồng địa phương luôn là một phần trong triết lý cơ bản của AEON. Chúng tôi xác định phát triển bền vững là một trong những trọng tâm của chiến lược dài hạn, dựa trên ba trụ cột: Kinh tế – Xã hội – Môi trường. Với vai trò một nhà bán lẻ, AEON Việt Nam mong muốn tiếp tục đồng hành cùng Chính phủ trong việc hiện thực hoá các Mục tiêu Phát triển Bền vững của Việt Nam.

Người AEON luôn là tài sản quý báu nhất, là nền tảng không thể thay thế cho hành trình phát triển này. Bước vào giai đoạn 2026 – 2030, chúng tôi tiếp tục đầu tư mạnh mẽ vào con người – từ đào tạo chuyên môn, xây dựng văn hoá làm việc tích cực, đến tạo cơ hội phát triển sự nghiệp bền vững, để mỗi thành viên AEON đều có thể đồng hành và phát triển cùng doanh nghiệp.

Chúng tôi chân thành cảm ơn sự quan tâm và đồng hành của Lãnh đạo Nhà nước, các Bộ, Ban ngành, các Cơ quan Truyền thông, Báo chí, cùng Quý đối tác và toàn thể khách hàng đã luôn tin tưởng AEON Việt Nam trong suốt thời gian qua.

Ông Tezuka Daisuke

Thành viên Ban Điều hành Tập đoàn, Trưởng Đại diện AEON tại Việt Nam
kiêm Tổng Giám đốc AEON Việt Nam



TẦM NHÌN TƯƠNG LAI CỦA TẬP ĐOÀN AEON

Những suy nghĩ được gửi gắm trong Tuyên bố tầm nhìn

Ý nghĩa Tầm nhìn của Tập đoàn AEON Một điều không bao giờ thay đổi là chúng tôi luôn đặt "Khách hàng" làm trọng tâm, mang đến niềm vui và sự phong phú cho cuộc sống của Khách hàng, hướng tới "nâng tầm phong cách sống" thông qua hoạt động kinh doanh.

Chúng tôi sẽ thay đổi, để ngày càng thấu hiểu sâu sắc hơn những mong muốn đa dạng của "mỗi người". Không chỉ đáp ứng những nhu cầu tương lai đang thay đổi từng ngày, mà chúng tôi còn "kiến tạo" ra "phong cách sống tương lai".

Và những "nụ cười" lan tỏa từ Khách hàng và cả từ chúng tôi giống như những bông hoa rực rỡ sắc màu, nên chúng tôi đã ẩn dụ là "nụ cười bùng nổ".



Tuyên bố tầm nhìn

Chúng tôi sẽ kiến tạo một cuộc sống tương lai - Nơi nụ cười bùng nổ trên đôi môi mỗi người.

Tương lai Tập đoàn AEON muốn tạo dựng

Một tương lai với "đời sống phong phú và tràn ngập nụ cười", nơi khách hàng có thể cảm nhận "một xã hội ngày càng tươi sáng hơn" và "niềm hạnh phúc của chính mình".

Tương lai ngày càng trở nên khó đoán vì tốc độ biến đổi ngày càng nhanh và quá nhiều hiện tượng đa dạng đan xen. Có thể sẽ có những cuộc gặp gỡ bất ngờ và những khám phá thú vị, trong khi những vấn đề nghiêm trọng và phức tạp vẫn gia tăng. Sự phát triển của công nghệ kỹ thuật sẽ phát huy hơn nữa tiềm năng của con người. Có lẽ, Khách hàng sẽ ngày càng tìm kiếm những yếu tố làm phong phú nội tâm của mình, chẳng hạn như việc được là chính mình, sự đồng cảm hay sự tin tưởng. Chúng tôi đang vẽ ra bức tranh về một "Tương lai Tập đoàn AEON muốn tạo dựng" với Khách hàng là trọng tâm.

Một tương lai mà Khách hàng có thể cảm nhận rõ "một xã hội ngày càng tươi sáng hơn"

Sự tiện lợi, thoải mái và những trải nghiệm thú vị, mới mẻ trong đời sống sẽ gia tăng. Những lo lắng về các khía cạnh tiêu cực của sự phát triển xã hội như vấn đề môi trường, chênh lệch giàu nghèo sẽ được giải quyết. Qua đó, chúng tôi muốn hiện thực hóa tương lai mà Khách hàng có thể cảm nhận được "một xã hội ngày càng tươi sáng hơn".

Một tương lai mà Khách hàng có thể cảm nhận rõ "niềm hạnh phúc của chính mình"

Hiểu rõ cá tính, tiềm năng của mình và có thể phát triển bản thân. Phát huy được cá tính và thể hiện được sự hấp dẫn của bản thân. Khách hàng có nơi để được là chính mình, có người để đồng cảm và tin tưởng lẫn nhau. Qua đó, chúng tôi muốn hiện thực hóa tương lai mà mỗi người đều có thể cảm nhận rõ niềm hạnh phúc của chính mình.

Một tương lai với "đời sống phong phú & tràn ngập nụ cười"

Sự phát triển của xã hội và hạnh phúc của mỗi cá nhân đôi khi sẽ mâu thuẫn với nhau. Nhưng nếu có thể cân bằng cả hai thì Khách hàng sẽ có được đời sống phong phú và tràn ngập nụ cười. Chúng tôi muốn xây dựng một tương lai nơi những nụ cười như vậy được lan tỏa khắp nơi.

Hình tượng Tập đoàn AEON muốn hướng đến

Là Tập đoàn tiên phong trong việc đồng kiến tạo phong cách sống, đem lại sự phong phú cho từng cá nhân và cho toàn xã hội.

Chúng tôi muốn trở thành Tập đoàn luôn chung tay với Khách hàng và những người cùng chung tầm nhìn với chúng tôi, kiến tạo ra một tương lai ngập tràn nụ cười. Chúng tôi muốn trở thành Tập đoàn tiên phong trong việc đồng kiến tạo và cải cách, nhằm phát triển và làm phong phú thêm cuộc sống của từng cá nhân và toàn xã hội. Chúng tôi sẽ cung cấp giá trị chưa từng có bằng cách phát triển sản phẩm, dịch vụ và hoàn thành vai trò "Kết nối" như sau:



Cung cấp những giá trị mới trong khi hoàn thành bốn vai trò nêu trên. Đây cũng chính là thách thức đối với chúng tôi.

Tinh thần và cam kết chúng tôi xem trọng

Để có thể hiện thực hóa Tầm nhìn với cương vị là một Tập đoàn đổi mới không ngừng, để kiến tạo một cuộc sống tương lai tràn ngập nụ cười, chúng tôi cùng nhau thực hiện 3 tinh thần và 1 cam kết như dưới đây.

3 TINH THẦN

"Tự giác hành động theo suy nghĩ của mình" - Đặt trọng tâm vào Khách hàng, mỗi người sẽ tự mình suy nghĩ, phát ngôn và hành động. Chúng tôi sẽ biến làn sóng đổi mới và hợp tác được tạo ra từ các hành động tự giác này thành sức mạnh của sự đổi mới.

"Không ngừng học hỏi để tạo ra giá trị mới" - Chúng tôi sẽ mở rộng khả năng hành động bằng cách không ngừng học hỏi. Chúng tôi sẽ kiến tạo giá trị mới bằng cách nâng cao trí tuệ thông qua thực hành và trau dồi kiến thức chuyên môn của mình.

"Xây dựng, nuôi dưỡng và đồng kiến tạo kết nối" - Chúng tôi sẽ xây dựng và nuôi dưỡng các kết nối đa dạng, vượt ra ngoài ranh giới của doanh nghiệp, tập thể và tổ chức. Thông qua sự kết nối, chúng tôi sẽ đẩy nhanh chu trình học hỏi lẫn nhau và sáng tạo giá trị, để đồng kiến tạo cuộc sống tương lai.

1 CAM KẾT

"Luôn chân thành và trung thực" - Sự chân thành và trung thực sẽ tạo ra sự tin tưởng trong hành động và sự đồng cảm trong tư tưởng. Sự đồng cảm từ Khách hàng và đối tác sẽ là xuất phát điểm cho sự đồng kiến tạo. Chúng tôi cam kết sẽ luôn chân thành và trung thực.

GIỚI THIỆU AEON VIỆT NAM

Trực thuộc AEON - Tập đoàn bán lẻ hàng đầu Nhật Bản, Công ty TNHH AEON Việt Nam chính thức thành lập vào ngày 07/10/2011, đầu tư vào nhiều lĩnh vực kinh doanh bán lẻ đa dạng. Với triết lý bất biến, "theo đuổi hoà bình, tôn trọng con người, đóng góp cho cộng đồng với việc lấy khách hàng làm giá trị cốt lõi", chúng tôi hướng đến nâng tầm phong cách sống cho khách hàng và đóng góp vào mục tiêu phát triển bền vững của Việt Nam thông qua việc mở rộng hoạt động kinh doanh bán lẻ.

Chúng tôi đặt mục tiêu trở thành Nhà bán lẻ trụ cột không thể thiếu và Nơi làm việc tốt nhất ngành bán lẻ Việt Nam. Kể từ khi khai trương Trung tâm Mua sắm đầu tiên AEON Tân Phú Celadon vào năm 2014, tính đến nay, AEON Việt Nam đã mở rộng hoạt động kinh doanh, với 2 Trung tâm phân phối cùng 10.000 nhân viên trên toàn quốc.

Để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao và xu hướng không ngừng thay đổi của khách hàng, AEON Việt Nam trong thời gian tới sẽ chú trọng đẩy mạnh đa dạng hoá mô hình bán lẻ, tăng tốc chuyển đổi số trong vận hành, phát triển các sản phẩm đặc trưng (đặc biệt là Nhân hàng riêng của AEON), đồng thời chung tay cùng cộng đồng địa phương kiến tạo giá trị chung hướng đến mục tiêu phát triển bền vững tại những nơi AEON hiện diện.



HỆ THỐNG AEON VIỆT NAM TRÊN TOÀN QUỐC



09

TỈNH / THÀNH PHỐ



~10.000

NHÂN VIÊN

LĨNH VỰC KINH DOANH



TRUNG TÂM
MUA SẮM (SC)



TRUNG TÂM BÁCH HÓA
TỔNG HỢP & SIÊU THỊ
(GMS)



TRUNG TÂM BÁCH HÓA
TỔNG HỢP & SIÊU THỊ
TINH GỌN (SSM)



SIÊU THỊ
VỪA & NHỎ (SM)



CỬA HÀNG
CHUYÊN DOANH (SSS)



TRANG THƯƠNG MẠI
ĐIỆN TỬ (EC)

09 TỈNH / THÀNH PHỐ
HIỆN DIỆN

HÀ NỘI

ĐÀ NẴNG

HẢI PHÒNG

QUẢNG NINH

HỒ CHÍ MINH

THANH HÓA

TÂY NINH

HƯNG YÊN

HUẾ

TRUNG TÂM MUA SẮM (SC), TRUNG TÂM BÁCH HÓA TỔNG HỢP & SIÊU THỊ (GMS)

Tại Việt Nam, các Trung tâm mua sắm được phát triển theo mô hình "Một điểm đến", góp phần kiến tạo và nuôi dưỡng một cộng đồng gắn kết. Phối hợp cùng các lĩnh vực kinh doanh khác, chúng tôi nỗ lực gia tăng dịch vụ và cơ sở hạ tầng để bắt kịp với những xu hướng mới của xã hội.

Hệ thống Trung tâm Bách hóa tổng hợp & Siêu thị hướng tới đáp ứng đầy đủ nhu cầu mua sắm của Khách hàng.



01 AEON Tân Phú Celadon
TP. Hồ Chí Minh



02 AEON Bình Dương Canary
TP. Hồ Chí Minh



03 AEON Long Biên
TP. Hà Nội



04 AEON Bình Tân
TP. Hồ Chí Minh



05 AEON Hà Đông
TP. Hà Nội



06 AEON Hải Phòng Lê Chân
TP. Hải Phòng



07 AEON Huế
TP. Huế



08 AEON Tạ Quang Bửu
TP. Hồ Chí Minh



09 AEON Xuân Thủy
TP. Hà Nội



10 AEON Tân An
Tỉnh Tây Ninh



11 AEON Văn Giang
Tỉnh Hưng Yên



12 AEON Hải Dương
TP. Hải Phòng Q4/2026



13 AEON Hạ Long
Tỉnh Quảng Ninh Q4/2026



14 AEON Thanh Hóa
Tỉnh Thanh Hóa Q4/2026

TRUNG TÂM BÁCH HÓA TỔNG HỢP & SIÊU THỊ TINH GỌN (SSM)

Hệ thống Trung tâm Bách hóa tổng hợp & Siêu thị tinh gọn được bố trí tại các trung tâm mua sắm của đối tác tại các khu vực nội thành, khu dân cư, hướng tới việc đưa trải nghiệm chất lượng, tiêu chuẩn của AEON đến gần hơn với khách hàng, từ đó giúp khách hàng tận hưởng trọn vẹn cuộc sống mỗi ngày.

CỬA HÀNG CHUYÊN DOANH (SSS)

Cửa hàng chuyên doanh cung cấp đa dạng sản phẩm và dịch vụ, góp phần mang đến sự tiện lợi và thoải mái cho cuộc sống hàng ngày. Chúng tôi vận hành các cửa hàng chuyên doanh khác nhau, đáp ứng đầy đủ các nhu cầu chuyên biệt của khách hàng.



SIÊU THỊ VỪA VÀ NHỎ (SM)

Các Siêu thị vừa và nhỏ hướng tới phục vụ nhu cầu thiết yếu của cộng đồng cư dân, hứa hẹn mang đến cho khách hàng trải nghiệm mua sắm tiện lợi, an toàn cho sức khỏe thông qua việc đẩy mạnh các dòng sản phẩm đáp ứng nhu cầu cho cuộc sống, trong đó tập trung vào các sản phẩm thực phẩm và dịch vụ.



TRANG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ (EC)

Trang thương mại điện tử chính thức của AEON được phát triển và vận hành mang đến sự tiện lợi cho khách hàng khi mua sắm, với đa dạng chủng loại sản phẩm, từ đó đáp ứng nhu cầu của khách hàng, đặc biệt với các sản phẩm chất lượng Nhật Bản và sản phẩm từ nhãn hàng riêng của AEON.



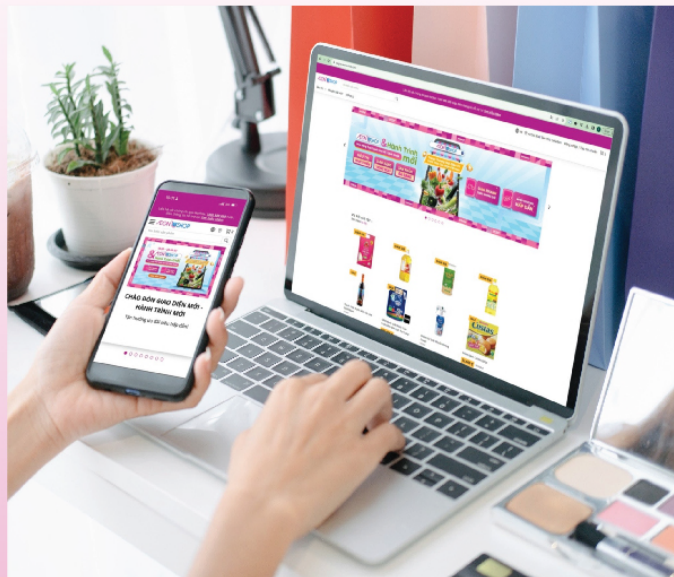
LĨNH VỰC KINH DOANH

Trung tâm Mua sắm (SC)



Tại Việt Nam, AEON Việt Nam đang đầu tư và phát triển các Trung tâm Mua sắm theo mô hình "Một điểm đến" - đáp ứng đầy đủ tất cả các dịch vụ và nhu cầu của Khách hàng, từ mua sắm, ăn uống đến vui chơi, tài chính, ngân hàng, giải trí và giáo dục. Phối hợp cùng các lĩnh vực kinh doanh khác, AEON Việt Nam đang nỗ lực gia tăng các dịch vụ và cơ sở hạ tầng để bắt kịp với những xu hướng mới của xã hội.

Trang Thương mại Điện tử AEON ESHOP (EC)



Cùng với sự phát triển của xu hướng kỹ thuật số tại thị trường Việt Nam, AEON Việt Nam đã ra mắt trang thương mại điện tử chính thức – AEONESHOP từ năm 2017, với mục đích đa dạng kênh mua sắm cho khách hàng.

AEONESHOP mang sứ mệnh đem tới cho khách hàng những sản phẩm chất lượng, cung cấp đa dạng chủng loại sản phẩm như: thực phẩm thiết yếu, đến điện máy, đồ gia dụng, hàng tiêu dùng nhanh... để đáp ứng đầy đủ nhu cầu mua sắm của khách hàng. Đặc biệt là các sản phẩm chất lượng mang thương hiệu Nhật Bản, trong đó có các sản phẩm từ TOPVALU – Nhãn hàng riêng của AEON.

<https://aeoneshop.com/>

Siêu thị Vừa và Nhỏ (SM)



Trong năm 2020, AEON Việt Nam đã ra mắt hệ thống Siêu thị AEON MaxValu; hứa hẹn mang đến cho Khách hàng những trải nghiệm mua sắm tiện lợi, an toàn cho sức khỏe với nhiều sản phẩm đa dạng, dịch vụ chu đáo tận tâm theo tiêu chuẩn Nhật. Tính đến cuối năm 2026, chuỗi siêu thị AEON MaxValu hiện có mặt tại Hà Nội, Hưng Yên, TP. Hồ Chí Minh.

Trung tâm Bách hóa Tổng hợp và Siêu thị Tinh gọn (SSM)

Việc ra mắt mô hình bán lẻ mới "Trung tâm Bách hoá tổng hợp và Siêu thị tinh gọn (Super Supermarket - gọi tắt là SSM)" nằm trong chiến lược kinh doanh trung hạn của doanh nghiệp, nhằm tăng tốc phát triển đa dạng mô hình bán lẻ và đẩy mạnh mở rộng đầu tư tại thị trường Việt Nam.

Mô hình Trung tâm Bách hóa tổng hợp và Siêu thị tinh gọn của AEON Việt Nam có diện tích từ 1.000-5.000m² nằm trong khu vực nội thành, khu dân cư, hướng đến việc đưa những trải nghiệm chất lượng, tiêu chuẩn AEON tới gần hơn với khách hàng, từ đó giúp khách hàng tận hưởng trọn vẹn cuộc sống mỗi ngày.



LĨNH VỰC KINH DOANH

Trung tâm Bách hóa Tổng hợp và Siêu thị (TT BHTH & ST) (GMS)

Với mô hình Trung tâm Bách hoá tổng hợp và Siêu thị, AEON Việt Nam hướng tới việc đáp ứng đầy đủ nhu cầu mua sắm của khách hàng với đa dạng các sản phẩm thực phẩm, thời trang, nội thất, đồ điện tử, sản phẩm chăm sóc sức khoẻ và sắc đẹp, sản phẩm cho trẻ sơ sinh,...

Chúng tôi luôn nỗ lực mang đến trải nghiệm mua sắm tuyệt vời cùng sự thoải mái, tiện lợi, từ đó nâng tầm phong cách sống hàng ngày cho khách hàng tại địa phương.

Các TT BHTH & ST AEON thường được xây dựng theo mô hình 02 hoặc 03 tầng:



TẦNG TRỆT (TẦNG 1 TẠI MIỀN BẮC)

Khu vực Siêu thị tại tầng trệt cung cấp đa dạng các sản phẩm thiết yếu, đáp ứng toàn diện những nhu cầu trong cuộc sống hàng ngày của khách hàng.

Đặc biệt, chúng tôi sắp xếp khu vực riêng dành cho các sản phẩm từ TOPVALU - Nhân hàng riêng của AEON bao gồm thực phẩm, hoá mỹ phẩm, nội thất, đồ gia dụng chất lượng cao với giá cả hợp lý đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của khách hàng.

Hơn nữa, tại khu vực ẩm thực tự chọn Delica và AEON Bakery, AEON Việt Nam còn mang đến cho khách hàng một thiên đường ẩm thực phong phú với hàng trăm món ăn đặc sắc và rất nhiều loại bánh ngọt của Việt Nam, Nhật Bản và các nước khác như hơn 100 loại Sushi, lẩu Oden, món Trung Quốc, bánh mì que Pháp, bánh Donuts, bánh mì Kebab,... Những sản phẩm này luôn được chế biến tươi mới mỗi ngày.



TẦNG 1 (TẦNG 2 TẠI MIỀN BẮC)

Ở tầng 1, AEON Việt Nam cung cấp đa dạng các mặt hàng từ quần áo, mỹ phẩm, phụ kiện thời trang, giày dép và túi xách, quần áo thể thao cho cả nam và nữ ở mọi lứa tuổi.

Về mặt hàng thời trang, AEON Việt Nam đang phát triển các sản phẩm Nhân hàng riêng dành cho khách hàng địa phương. Các sản phẩm được bày bán ở những khu vực chuyên biệt như: MYCLOSET, MYCLOSET for Kid, MYCLOSET for teenager,... nhằm giúp khách hàng dễ dàng lựa chọn và dễ tìm kiếm sản phẩm ưng ý.



TẦNG 2 (TẦNG 3 TẠI MIỀN BẮC)

Tại tầng 2, khách hàng có thể thoải mái lựa chọn các sản phẩm chất lượng cao cho mẹ và bé, khu vực sản phẩm đa phương tiện, đồ gia dụng, đồ nội thất, đồ điện tử và văn phòng phẩm.

Đặc biệt, từ năm 2019, chúng tôi đã ra mắt HÓME CỎORDY - Nhân hàng riêng của AEON chuyên cung cấp đa dạng các sản phẩm trang trí nội thất, đồ dùng các sản phẩm trang trí nội thất, đồ dùng nhà bếp, phòng ngủ, phòng tắm,... với thiết kế đơn giản, tiện lợi phù hợp với nhu cầu sử dụng lâu dài.



LĨNH VỰC KINH DOANH

Cửa hàng Chuyên doanh (SSS)



GLAM BEAUTIQUE

Lần đầu tiên ra mắt vào năm 2019, là một trong những thương hiệu của hàng sức khỏe và sắc đẹp lớn tại thị trường Việt Nam, Glam Beautique cung cấp đa dạng các sản phẩm và dịch vụ đặc biệt như:

- Góc trang điểm;
- Khu sản phẩm Tự nhiên & Hữu cơ;
- Dịch vụ soi da;
- Tư vấn và đo khám sức khỏe.



PETEMO - PETLIFE STORE

Hệ thống cửa hàng thú cưng PETEMO thuộc tập đoàn AEON, là mô hình "Pet shop" theo tiêu chuẩn Nhật Bản, đáp ứng nhu cầu mua sắm các sản phẩm chính hãng và cung cấp dịch vụ đa dạng cho thú cưng. PETEMO hướng tới trở thành hệ thống cửa hàng uy tín nhất, nơi thú cưng của bạn được phục vụ và chăm sóc tận tâm nhất.



AEON BICYCLE SHOP

Là chuỗi cửa hàng chuyên về xe đạp, phụ kiện và dịch vụ sửa chữa theo tiêu chuẩn Nhật Bản. AEON BICYCLE SHOP tự hào là nhà phân phối hàng đầu cho nhiều thương hiệu xe đạp Nhật Bản như Maruishi, Nishiki...

Ngoài ra, AEON BICYCLE SHOP cung cấp đa dạng chủng loại xe đạp, phục vụ nhiều đối tượng khách hàng khác nhau. Chúng tôi bố trí góc thử nghiệm tại tất cả cửa hàng để khách hàng có thể trải nghiệm và kiểm tra sản phẩm trước khi mua. Khách hàng mua sắm tại AEON BICYCLE SHOP cũng sẽ được phục vụ và hỗ trợ với các dịch vụ đi kèm như: giao hàng miễn phí, sửa chữa, bảo hành và bảo dưỡng.



MYCLOSET

Là thương hiệu thời trang dành cho giới trẻ được phát triển bởi Tập đoàn AEON, hướng tới Khách hàng tuổi teen (15-20 tuổi) và Khách hàng trẻ (20-25 tuổi) theo xu hướng thời trang thế giới. Là sự kết hợp giữa những xu hướng mới nhất trên thế giới và nội địa cho thế hệ mới, các thiết kế của MYCLOSET hướng tới sự trẻ trung, năng động và chi phí hợp lý.

NHÂN HÀNG RIÊNG CỦA AEON

TOPVALU

TOPVALU là nhãn hàng riêng của AEON. Chúng tôi không ngừng nỗ lực phát triển để mang đến các sản phẩm tốt nhất cho khách hàng. TOPVALU cung cấp các sản phẩm đa dạng từ thực phẩm chế biến, thực phẩm khô, đồ dùng gia đình, hóa mỹ phẩm... được sản xuất theo tiêu chuẩn kiểm soát chất lượng nghiêm ngặt nhằm phù hợp với lối sống của người Việt Nam.

TOPVALU hy vọng sẽ mang lại cho khách hàng sự an tâm và tin tưởng khi lựa chọn. TOPVALU là sản phẩm chất lượng cho người tiêu dùng và gia đình.

TOPVALU phát triển theo tiêu chí "KHÁCH HÀNG LÀ TRÊN HẾT".

3 DÒNG SẢN PHẨM CHÍNH CỦA TOPVALU



HÓME CÓORDY

HÓME CÓORDY – Thương hiệu kiến tạo phong cách sống tối giản, tiện nghi và tinh tế.

HÓME CÓORDY là nhãn hàng riêng của AEON, được phát triển với sứ mệnh tôn vinh phong cách sống đơn giản, đồng bộ và thanh lịch trong không gian sống hiện đại. Dòng sản phẩm của HÓME CÓORDY phong phú, bao gồm nội thất, chăn ga gối, đồ dùng nhà bếp, phòng tắm, vật dụng gia đình, trang phục mặc nhà và nhiều mặt hàng tiêu dùng thiết yếu khác.

Lấy cảm hứng từ triết lý sống "tối giản để tận hưởng", HÓME CÓORDY hướng đến việc tạo dựng cảm giác bình yên trong từng không gian sống. Các thiết kế được tối giản hóa với bảng màu chủ đạo là trắng và xanh nhạt, cùng chất liệu mềm mại, mang lại sự dễ chịu và thu thái trong từng chi tiết nhỏ.

Không chỉ dừng lại ở việc phát triển sản phẩm nhãn hàng riêng, AEON Việt Nam còn triển khai HÓME CÓORDY theo mô hình cửa hàng chuyên doanh. Tại đây, đội ngũ nhân viên được trang bị đồng phục riêng để tăng độ nhận diện thương hiệu, đồng thời được đào tạo chuyên sâu về sản phẩm nhằm mang đến dịch vụ tư vấn tận tâm và trải nghiệm mua sắm trọn vẹn – từ chất lượng sản phẩm đến phong cách phục vụ.



CHIẾN LƯỢC NHÂN SỰ

Đặt mục tiêu trở thành Nơi làm việc tốt nhất trong ngành Bán lẻ, AEON Việt Nam luôn đề cao giá trị con người và xem phát triển nhân sự là chìa khóa cho sự thành công bền vững của doanh nghiệp. Career Garden - Khu vườn sự nghiệp AEON Việt Nam là nơi sự nghiệp của mỗi người được nuôi dưỡng bởi những dưỡng chất phù hợp tại một môi trường lành mạnh tương tự như các loài cây được chăm sóc cẩn thận trong một khu vườn. Thông qua chiến lược nhân sự, AEON Việt Nam đề cao việc kiến tạo ra một môi trường làm việc hạnh phúc, nơi mà mỗi nhân tài đều được "Nuôi dưỡng chất riêng - Sự nghiệp tỏa sắc", dựa trên 3 giá trị bền vững.



PHÁT TRIỂN SỰ NGHIỆP BỀN VỮNG

Tại AEON Việt Nam, mỗi Người AEON đều có hành trình phát triển sự nghiệp bền vững, theo các mức độ phát triển của công ty và được hỗ trợ phát triển toàn diện ở 3 khía cạnh: Thăng tiến trong công việc (Career Growth), Phát triển về Chuyên môn (Professional Growth, Nâng cao tư duy lãnh đạo & Cống hiến cho cộng đồng (Leadership & Humanity Growth).



VĂN HÓA LÀM VIỆC BỀN VỮNG

Văn hóa làm việc bền vững tại AEON Việt Nam được xây dựng dựa trên hai yếu tố quan trọng: Sự chú trọng thúc đẩy văn hóa khai văn và các giá trị cốt lõi bất biến của doanh nghiệp trong suốt lịch sử hình thành và phát triển.



DOANH NGHIỆP PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

AEON Việt Nam xác định "Chiến lược phát triển bền vững" là một trong những mục tiêu gắn liền với tất cả hoạt động phát triển kinh doanh và nhân sự, dựa trên 3 trụ cột: Kinh tế, Môi trường, Xã hội.



CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN NGƯỜI AEON

AEON Việt Nam coi phát triển nhân tài là một trong các chiến lược trọng tâm, song hành với chiến lược kinh doanh. Chính vì vậy, chúng tôi cam kết mang đến cho tất cả Người AEON ở tất cả các cấp một hành trình phát triển sự nghiệp bền vững, được phát triển đầy đủ ở 3 khía cạnh, bao gồm: Thăng tiến trong công việc, Phát triển về Chuyên môn, Nâng cao tư duy lãnh đạo và Cống hiến cho cộng đồng.



THĂNG TIẾN TRONG CÔNG VIỆC (CAREER GROWTH)

AEON Việt Nam liên tục không ngừng mở rộng kinh doanh và phát triển mô hình mới, từ đó tạo ra hàng ngàn cơ hội phát triển cho ứng viên bên ngoài và nhân sự nội tại.

AEON Việt Nam coi phát triển nhân tài là một trong các chiến lược trọng tâm, song hành với chiến lược kinh doanh. Tại AEON Việt Nam, mỗi cá nhân đều có cơ hội lựa chọn lộ trình phát triển, thăng tiến theo 2 hướng: Hướng tổng quát (generalist) và Hướng chuyên gia (professionalist).

PHÁT TRIỂN CHUYÊN MÔN (PROFESSIONAL GROWTH)

Nhằm hỗ trợ và đồng hành cùng nhân viên trên hành trình phát triển sự nghiệp tại AEON Việt Nam, AEON Việt Nam xác định chính sách đào tạo và phát triển nhân tài là phúc lợi lớn và bền vững nhất mà AEON Việt Nam cam kết mang đến cho toàn thể Người AEON.

Với đội ngũ nhân sự lớn, AEON Việt Nam đã lựa chọn văn hóa khai văn như một phần quan trọng trong chiến lược xây dựng văn hóa tại nơi làm việc và đào tạo phát triển nhân tài, giúp gợi mở và khai phóng tiềm năng của mỗi cá nhân.



NÂNG CAO TƯ DUY LÃNH ĐẠO VÀ CỐNG HIẾN CHO CỘNG ĐỒNG (LEADERSHIP & HUMANITY GROWTH)

Người AEON góp phần nâng tầm phong cách sống hàng ngày của khách hàng & hỗ trợ sự phát triển bền vững của xã hội thông qua các hoạt động, dự án về Xã hội, Kinh tế và Môi trường.

Với hơn 10.000 nhân viên AEON trên toàn quốc, Người AEON là tài sản không thể thay thế được và là yếu tố không thể thiếu trong mọi hoạt động của chúng tôi. Nhờ những nỗ lực và đóng góp của toàn thể Người AEON, AEON Việt Nam đã được vinh danh trong Top những "Nơi làm việc tốt nhất Châu Á" trong 07 năm liên tiếp, Top 1 "Nơi làm việc tốt nhất Việt Nam trong ngành Bán lẻ/ Bán sỉ/ Thương mại năm 2025" và được công nhận "Doanh nghiệp có chính sách Đa dạng, Bình đẳng và Hòa nhập nổi bật năm 2025".

CHIẾN LƯỢC ĐÀO TẠO NGUỒN NHÂN LỰC



Người AEON có thể lựa chọn nhiều phương thức và đa dạng hóa trải nghiệm học tập thông qua các hoạt động của Học Viện AEON, phù hợp với 03 khía cạnh: Thăng tiến trong công việc (Career Growth); Phát triển về Chuyên môn (Professional Growth); Nâng cao tư duy lãnh đạo & Cổng hiến cho cộng đồng (Leadership & Humanity Growth).

CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN NHÂN TÀI

Đào tạo trong nước: tập trung đào tạo đội ngũ kế thừa. Các khóa đào tạo Retail Trainee liên tục được triển khai hằng năm nhằm nâng cao kiến thức chuyên môn, kỹ năng và khả năng lãnh đạo của mỗi nhân viên trên lộ trình thăng tiến sự nghiệp tại AEON.

Đào tạo trong khu vực Đông Nam Á và tại Nhật Bản: thường xuyên triển khai và hỗ trợ nhân viên có cơ hội học hỏi và kết nối với các chuyên gia trong khu vực như Nhật Bản, Malaysia, Singapore, v.v. và các khóa học nâng cao kỹ năng dành riêng cho các cấp quản lý, như Junior Management Program (JMP), Basic Management Program (BMP), New Management Program (NMP) do Tập đoàn AEON tổ chức.

Chính sách tài trợ 50% học phí của AEON Việt Nam tạo điều kiện cho nhân viên phát triển bản thân thông qua việc chủ động tìm kiếm các khóa học nhằm nâng cao trình độ, tay nghề, phù hợp với chuyên môn nghiệp vụ hoặc nhu cầu của công ty.

(*) TRAO QUYỀN THÔNG QUA KHAI VẤN - COACHING

Bằng cách đưa Văn hóa Khai vấn vào doanh nghiệp, AEON hướng đến việc khai phá tiềm năng của mỗi cá nhân, kết nối đội nhóm nhằm thúc đẩy tinh thần đổi mới, sáng tạo để thích nghi với các thay đổi nhanh chóng trong môi trường kinh doanh.

(*) THÚC ĐẨY CHUYỂN ĐỔI SỐ TRONG HỌC TẬP VÀ ĐA DẠNG HÓA CÁC HÌNH THỨC HỌC TẬP

Tập trung đa dạng hóa các trải nghiệm học tập thông qua các hình thức đào tạo trực tuyến (MOOCs; E-learning), mô hình học tập như Cộng đồng thực hành Mastermind, Khai vấn để đảm bảo mọi nhân viên đều có cơ hội học tập, phát triển một cách linh hoạt và chủ động.

CHIẾN LƯỢC PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG

Trên cơ sở triết lý cơ bản "Theo đuổi Hoà Bình, Tôn trọng con người và Đóng góp cho Cộng đồng địa phương với việc lấy Khách hàng làm trọng tâm". Với phương châm "Tùng đồng đều ý nghĩa", AEON Việt Nam luôn nỗ lực để mỗi giao dịch của Khách hàng đều tạo ra giá trị cho cộng đồng địa phương, phát triển xã hội.

Tại AEON Việt Nam, Phát triển Bền vững gắn liền với quá trình vận hành cũng như triết lý kinh doanh của công ty. Chính sách Phát triển bền vững của AEON Việt Nam dựa trên 3 trụ cột: MÔI TRƯỜNG - XÃ HỘI - KINH TẾ.

Thông tin chi tiết xem tại: <https://corp.aeon.com.vn/pha-t-trien-ben-vung/chinh-sach-csr/>

BỀN VỮNG VỀ MÔI TRƯỜNG

AEON Việt Nam tập trung giảm thiểu tác động của kinh doanh lên môi trường thông qua sử dụng hiệu quả tài nguyên địa phương, đầu tư và tìm kiếm các giải pháp thay thế bền vững. 5 vấn đề Môi trường được quan tâm hàng đầu tại AEON bao gồm:

RÁC THẢI NHỰA - RÁC THẢI THỨC ĂN - RÁC THẢI NHÀ KÍNH - NĂNG LƯỢNG TÁI TẠO - GIÁO DỤC VỀ BỀN VỮNG MÔI TRƯỜNG

*Giảm thiểu rác thải nhựa dùng một lần

Hướng đến mục tiêu 80% giao dịch thành viên từ chối túi ni-lông vào năm 2030, AEON Việt Nam tập trung triển khai các sáng kiến thúc đẩy sự tiện lợi trong việc thực hành lối sống xanh thông qua trải nghiệm mua sắm giảm thiểu nhựa:

Kết quả nổi bật:

- Giai đoạn 2023-2025, chương trình Rent-a-bag ghi nhận 97.000 lượt thuê túi môi trường; năm 2025 số lượt thuê tăng gấp đôi so với năm 2024.
- 100% túi mua sắm tại TTBHTH & ST là túi thân thiện môi trường*
- Giai đoạn 2020-2025, ghi nhận 10 triệu giao dịch toàn quốc từ chối túi ni-lông



Dịch vụ cho thuê túi môi trường (Rent-A-Bag)



Cung cấp thùng giấy thay thế túi đựng tại quầy tự đóng gói

*Bảo tồn đa dạng sinh học địa phương



Từ năm 2009, Cảnh rừng Quê Hương và các chương trình trồng cây do Quỹ Môi trường AEON triển khai đã góp phần trồng hơn 116.129 cây xanh tại Việt Nam.



Hoạt động nội bộ "AEON Ngày Dọn Đẹp" được tổ chức định kỳ hàng tháng hướng đến nâng cao nhận thức và trách nhiệm bảo vệ môi trường của nhân viên thông qua thông điệp "Nhật rác - Giao mầm xanh".



AEON Ngày Dọn Đẹp cùng Cộng Đồng" - sáng kiến mở rộng từ hoạt động nội bộ - góp phần kết nối cộng đồng địa phương và lan tỏa ý thức gìn giữ môi trường.

Với phương châm "Tùng đồng đều ý nghĩa", AEON Việt Nam luôn nỗ lực để mỗi giao dịch của khách hàng góp phần gìn giữ hành tinh xanh.

BỀN VỮNG VỀ XÃ HỘI

Tại trụ cột Bền vững Xã hội, AEON Việt Nam tập trung vào bốn mục tiêu: Phát triển sức khỏe thể chất & tinh thần (Well-being); Nuôi dưỡng thế hệ trẻ; Thúc đẩy đa dạng - công bằng - hòa nhập (D.E.I); và Hỗ trợ khắc phục hậu quả thiên tai.

*Phát triển sức khỏe thể chất và tinh thần (Well-being)

Chuỗi sự kiện AEON Ekiden & AEON Cosplay Festival được triển khai từ năm 2022. Tính đến 2025, chuỗi sự kiện ghi nhận gần 22.000 vận động viên và khán giả tham gia.

Giải chạy tiếp sức AEON Ekiden thúc đẩy lối sống lành mạnh, tăng cường sức khỏe. AEON Cosplay Festival được diễn ra cùng ngày, góp phần lan tỏa những giá trị tinh thần tích cực qua các màn trình diễn vô cùng sáng tạo.



*Nuôi dưỡng thế hệ trẻ cho những thay đổi tích cực

- AEON Tiểu Đội Bền Vững (AEON Cheers Club) giới thiệu 17 mục tiêu phát triển bền vững của Liên Hiệp Quốc và Việt Nam đến với học sinh tiểu học địa phương thông qua các hoạt động "chơi mà học" (Edu-tainment) tại cửa hàng của AEON Việt Nam.
- Các sáng kiến phát triển tài năng trẻ: Học bổng AEON, Cuộc thi hùng biện Tiếng Anh, Hùng biện Tiếng Nhật, Nhà Lãnh đạo trẻ châu Á.



*Thúc đẩy đa dạng - công bằng - hòa nhập (D.E.I)



Học bổng AEON dành cho Sinh viên Trường Nghề mang đến cơ hội thực tập tại cửa hàng trong hệ thống AEON Việt Nam đến Sinh viên Trường Nghề.

*Chung tay ứng phó và cứu trợ cùng cộng đồng trong nước và quốc tế, trước thiên tai & dịch bệnh



AEON Việt Nam hỗ trợ người dân trong nước và quốc tế bị ảnh hưởng bởi thiên tai.

Với phương châm "Tùng đồng đều ý nghĩa", AEON Việt Nam luôn nỗ lực để mỗi giao dịch của khách hàng đều góp phần xây dựng một xã hội hạnh phúc.

BỀN VỮNG KINH TẾ

Là cầu nối giữa nhà cung cấp/nhà sản xuất và khách hàng thông qua hoạt động bán lẻ, AEON Việt Nam nỗ lực nâng cao trải nghiệm khách hàng và góp phần sự phát triển bền vững của kinh tế Việt Nam.

*Hỗ trợ nhà sản xuất, nhà cung ứng nâng cao năng lực sản xuất

Đẩy mạnh tiêu thụ hàng Việt Nam thông qua các hội chợ, triển lãm, giới thiệu thương hiệu nội địa đến khách hàng của AEON Việt Nam hàng năm.

Tổ chức các chương trình đào tạo nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp nắm bắt các quy định Việt Nam mà các hệ thống siêu thị đang áp dụng, nâng cao năng lực chủ động quản lý chất lượng sản phẩm, cũng như tiếp cận các tiêu chuẩn xuất khẩu thị trường Nhật Bản trong tương lai.



*Nỗ lực chung tay hiện thực hóa các chính sách của Chính phủ

- Phát triển hệ thống phân phối hiện đại, kiến tạo hành vi tiêu dùng bền vững phục vụ người dân Việt Nam.
- Liên kết, hợp tác đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại.
- Xây dựng nguồn nhân lực ngành bán lẻ chất lượng cao.



Với phương châm "Tùng đồng đều ý nghĩa", AEON Việt Nam luôn nỗ lực để mỗi giao dịch của khách hàng đều góp phần phát triển kinh tế địa phương.