

**CENTRAL
RETAIL**



CẨM NANG

TẬP ĐOÀN CENTRAL RETAIL

MỤC LỤC

- 1. Giới thiệu về Tập đoàn Central Retail**
- 2. Quy trình thu mua các sản phẩm Việt Nam qua Central Retail**
- 3. Yêu cầu về chất lượng sản phẩm**
 - 3.1. Yêu cầu đối với sản phẩm đồ gỗ ngoài trời**
 - 3.2. Yêu cầu đối với sản phẩm gốm sứ**
 - 3.3. Yêu cầu đối với hàng dệt may**
- 4. Các quy định nhập khẩu vào Thái Lan đối với 1 số ngành hàng**



Tập đoàn Central Retail Việt Nam

I. Giới thiệu về Tập đoàn Central Retail

Tập đoàn Central Retail (CRC) là tập đoàn bán lẻ hàng đầu tại Thái Lan và là mảng kinh doanh quan trọng nhất của Central Group. Tập đoàn sở hữu mạng lưới các thương hiệu hàng đầu, cung cấp các sản phẩm đa lĩnh vực trên nhiều mô hình như cửa hàng bách hoá, cửa hàng tiện lợi, cửa hàng đặc sản, siêu thị, đại siêu thị, trung tâm thương mại và mua sắm trực tuyến thông qua các nền tảng đa kênh ở Thái Lan, Việt Nam và Ý. Hoạt động của Tập đoàn Central Retail bao gồm bốn phân khúc: Thực phẩm, Thời trang, Điện tử – Gia dụng và Bất động sản.

Thực phẩm

Bao gồm Central Food Hall, Tops Market, Tops Daily, Tops Superstore, Tops Online, Family Mart, GO!, Mini go!, và siêu thị Lan Chi.

Thời trang

Bao gồm Trung tâm mua sắm Central, Trung tâm mua sắm Robinson, Supersports, Central Marketing Group (CMG) và Rinascente.

Điện tử - Gia dụng

Bao gồm Power Buy, Thai Watsadu, Baan & Beyond, Auto1, vFIX, OfficeMate, B2S, meb e-book và Nguyễn Kim.

Bất động sản

Quản lý bất động sản là các đơn vị bán lẻ Robinson Lifestyle và Tops Plaza ở Thái, và Siêu thị GO! và đại siêu thị Big C ở Việt Nam.



Central Retail ngày nay đã trở thành nền tảng bán lẻ đa dạng, đa danh mục và đa kênh hàng đầu của Thái Lan. Công ty tiếp tục phát triển trên phạm vi quốc tế, đảm bảo vị thế dẫn đầu tại Ý và được công nhận là một trong những công ty dẫn đầu về bán lẻ của Việt Nam. Đằng sau danh mục các biểu ngữ bán lẻ đa dạng của chúng tôi được biết đến với vị trí dẫn đầu thị trường trong các danh mục là thương hiệu “Central” mang tính biểu tượng, nổi tiếng về việc cung cấp phương pháp tiếp cận bán lẻ tốt nhất, lấy khách hàng làm trung tâm có lịch sử hơn 75 năm ở Thái Lan.

Để bắt kịp với nhu cầu, lối sống và kỳ vọng của người tiêu dùng đang thay đổi liên tục, Central Retail tập trung vào việc thiết kế trải nghiệm khách hàng xuyên suốt ở mọi điểm tiếp xúc. Bằng việc xóa nhòa ranh giới giữa cửa hàng thực và cửa hàng ảo, mục tiêu của chúng tôi là trở thành nền tảng đa kênh số 1, mang lại trải nghiệm mua sắm dễ dàng, thuận tiện và thú vị cho khách hàng ở mọi lúc, mọi nơi.

Kết hợp giữa mua sắm truyền thống và thương mại điện tử, Central Retail nâng cao trải nghiệm đa kênh của khách hàng, đem đến cho khách hàng nhiều cách thức và lựa chọn mua sắm đa dạng trên tất cả ngành hàng và nền tảng. Khách hàng có nhiều cách để mua sắm bất cứ thứ gì, ở bất cứ nơi đâu và bất cứ lúc nào thông qua các kênh liền mạch như Mua sắm trực tuyến hoặc Ứng dụng dành cho thiết bị di động, giúp trải nghiệm mua sắm trở nên dễ dàng và thú vị hơn ngay trong tầm tay, hoặc trải nghiệm cá nhân với các kênh độc đáo như Mua sắm qua Facebook, Gọi & Mua và Trò chuyện & Mua, và thậm chí chọn thu tiền mua hàng một cách thuận tiện cho dù đó là Nhấp & Thu thập hoặc Mua sắm & Lái xe.



Với thời thúc cải tiến từng ngày, Central Retail cam kết thúc đẩy sự phát triển của lối sống và thói quen mua sắm của người tiêu dùng bằng cách giới thiệu không ngừng các hình thức bán lẻ mới phục vụ nhu cầu đa dạng và tạo ra những trải nghiệm đặc biệt vượt trội.

Kể từ khi bắt đầu hành trình chuyển đổi kỹ thuật số của chúng tôi với tên gọi 'New Central New Retail', Central Retail đã liên tục định hình sự phát triển trong phong cách sống của khách hàng và giới thiệu các định dạng bán lẻ mới phục vụ các nhu cầu đa dạng. Hiện đang khẳng định mình là Nhà bán lẻ Đa kênh hàng đầu trong ngành, công ty xây dựng dựa trên thành công đã được chứng minh này và khơi dậy một kỷ nguyên mới thú vị phía trước.

Trong tương lai, Central Retail được hướng dẫn bởi chiến lược 'CRC Retailelligence', đóng vai trò là kim chỉ nam chiến lược của chúng tôi để trở thành nhà bán lẻ số 1 châu Á trong tương lai. Được hỗ trợ bởi các động lực tăng trưởng chính, chúng tôi cố gắng đổi mới hoạt động bán lẻ đa kênh thể hệ tiếp theo được thúc đẩy bởi hệ sinh thái dữ liệu toàn diện, thúc đẩy khả năng lãnh đạo cốt lõi, xây dựng các trụ cột tăng trưởng mới và thúc đẩy quan hệ đối tác để đưa Central Retail mạnh dạn tiến tới các biên giới mới. Chúng tôi cam kết giành chiến thắng trong mô hình tiêu dùng mới với trải nghiệm nâng cao và siêu cá nhân hóa trên tất cả các phân khúc kinh doanh, đồng thời đảm bảo rằng chúng tôi luôn vững vàng trước những gián đoạn trong tương lai và thị trường năng động.

Với dấu ấn ngày càng mở rộng của mình, cả trong nước và trên toàn cầu, chúng tôi hợp tác với các đối tác đẳng cấp thế giới để nắm bắt các cơ hội tăng trưởng mới nhằm dẫn đầu thị trường.

Central Retail là một trong những tập đoàn bán lẻ lớn nhất tại Thái Lan. Central Retail hiện nay dẫn đầu mảng bán lẻ, bất động sản, kinh doanh khách sạn, thực phẩm và đồ uống, dịch vụ tài chính và fintech... tại Thái Lan. Tính đến 30 tháng 9 năm 2022, Tập đoàn có 1.721 cửa hàng tại Thái Lan, 123 tại Việt Nam và 9 tại Ý. Ngoài các cửa hàng bách hóa, Central Retail còn điều hành một loạt các cửa hàng chuyên dụng bán đồ thể thao, đồ gia dụng và đồ điện tử. Tập đoàn cũng sở hữu nhiều siêu thị và các cửa hàng tiện lợi.



Central Retail bắt đầu chính thức kinh doanh bán lẻ tại Việt Nam từ năm 2011 với việc thành lập Tập đoàn Central Retail Việt Nam. Central Retail Việt Nam có mô hình kinh doanh dịch vụ bán lẻ trên nhiều lĩnh vực như: siêu thị, đồ điện tử, đồ dùng thể thao, thời trang, phát triển trung tâm mua sắm, khách sạn, thương mại điện tử. Tập đoàn hiện có 266 cửa hàng và trung tâm thương mại trên cả nước với tổng diện

tích hơn 810,000 m² tại 40/63 tỉnh thành. Các thương hiệu lớn của tập đoàn bao gồm: Big C, GO!, trung tâm mua sắm Điện máy Nguyễn Kim, Siêu thị Lan Chi, bên cạnh đó là các mô hình bán lẻ chuyên ngành như: Look Kool, Hello Beauty, Home Mart; trung tâm mua sắm thời trang Robins; cửa hàng thể thao Super Sports... Tập đoàn Central Retail nhận thấy các cơ hội phát triển to lớn ở Việt Nam khi mà Việt Nam là một quốc gia có tốc độ phát triển liên tục, với những cơ hội mới nhờ các Hiệp định thương mại tự do mới được ký kết và có hiệu lực. Việt Nam đã trở thành một lựa chọn thay thế cho những nguồn cung khác ở Châu Á. Với chi phí lao động vẫn còn thấp so với các quốc gia khác trong khu vực cùng với 1 nền nông nghiệp đa dạng và ngành công nghệ đang phát triển, Việt Nam hiện là một trong những nền kinh tế năng động nhất trên thế giới.

Với hơn 1.000.000 km² bờ biển dài trải dài từ Bắc đến Nam, Việt Nam có tiềm năng lớn trong việc xuất khẩu các sản phẩm thủy sản. Nhờ vào công nghiệp hoá năng động, Việt Nam đã phát triển ngành dệt may nhanh chóng trong những năm gần đây. Sản phẩm của Việt Nam hiện tại đang phát triển những giá trị cao hơn khi đang được sản xuất với chất lượng được kiểm định quốc tế.



Central Global Sourcing là một phần của tập đoàn Central Retail Việt Nam. Mục tiêu chính của Central Global Sourcing là tìm kiếm đối tác và nhà sản xuất để xuất khẩu các sản phẩm từ nông nghiệp và công nghiệp

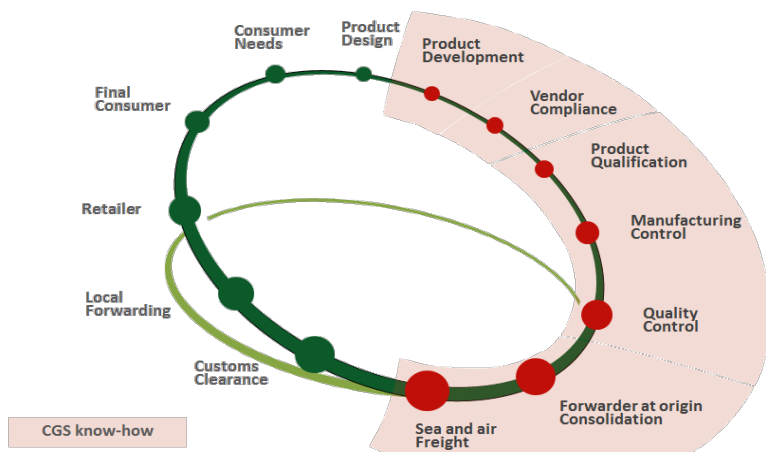
Việt Nam ra thế giới và nâng cao năng lực chuyên môn về kiểm soát chất lượng cho khách hàng nhờ sự hiện diện tại Việt Nam. Các ngành hàng được bộ phận xuất khẩu tập trung tìm nguồn cung ứng ở Việt Nam bao gồm: ngành hàng dệt may, ngành hàng da dụng và ngành hàng nội thất trong nhà và ngoài trời, gốm sứ sân vườn,...

II. Quy trình thu mua các sản phẩm Việt Nam qua Central Retail

Central Global Sourcing là bộ phận chịu trách nhiệm tìm kiếm đối tác và nguồn cung ứng từ Việt Nam ra nước ngoài. Hiện nay, bộ phận này có hơn 200 đối tác là nhà cung cấp trong nước và xuất khẩu nông sản, thực phẩm Việt Nam sang một số thị trường như Thái Lan, Pháp, Italia, Hoa Kỳ, châu Phi... trong đó thế mạnh là

ngành hàng phi thực phẩm sang thị trường Thái Lan... Bộ phận này không chỉ làm nhiệm vụ thu gom hàng mà còn đưa ra định hướng sản xuất và hỗ trợ người nông dân về các yêu cầu, tiêu chuẩn mà sản phẩm cần đạt được nhằm đáp ứng các quy định của thị trường nhập khẩu. Quy trình thu mua, lựa chọn nhà cung cấp của CGV Global Sourcing bao gồm các bước cụ thể như sau:

1. Liên hệ nhà cung cấp phù hợp với nhu cầu của đối tác
2. Đánh giá nhà cung cấp
3. Nhà cung cấp hoàn thành hồ sơ tạo code nhà cung cấp phía bên đối tác.
4. Kiểm định nhà cung cấp (nhân sự, nhà xưởng, quy mô sản xuất, an toàn lao động,...) thông qua bên kiểm định quốc tế thứ 3 do đối tác chỉ định.
5. Đối tác đến thăm và kiểm định nhà cung cấp
6. Đối tác đánh giá quy mô nhà máy/ chất lượng sản phẩm/ giá thành/ nguyên vật liệu...
7. Đối tác chọn sản phẩm
8. Nhà cung cấp tiến hành báo giá
9. Đối tác và nhà cung cấp thoả thuận về giá thành/ nguyên vật liệu/ mẫu mã...
10. Nhà cung cấp tiến hành làm mẫu/ sản xuất, bắt đầu xúc tiến đơn hàng nếu đã đạt được thoả thuận giữa hai bên



Đối với từng nhóm hàng cụ thể và theo yêu cầu thực tế của khách hàng, bộ phận thu mua xuất khẩu sẽ đưa ra các ưu tiên cụ thể. Với quy trình thu mua chặt chẽ, Central Retail muốn đảm bảo lựa chọn được những nhà cung cấp có năng lực tốt nhất, phù hợp với yêu cầu và tiêu chí của đối tác. Theo chính sách về trách nhiệm xã hội của CGV, Central Retail chọn nhà cung cấp và sản phẩm đáp ứng đầy đủ các cam kết đạo đức về lao động trẻ em, giờ làm việc và an toàn lao động, cụ thể:

1. Việc làm của trẻ vị thành niên
2. Lao động cưỡng bức
3. Kỷ luật khắc nghiệt và quá ròi
4. Phân biệt đối xử
5. Quyền tự do
6. Thời gian làm việc
7. Tiền thù lao
8. Vệ sinh, sức khỏe và an toàn lao động

III. Yêu cầu về chất lượng sản phẩm

Tập đoàn Central Retail Việt Nam luôn sẵn sàng đồng hành cùng các doanh nghiệp trong nước (các nhà sản xuất, nông dân và hợp tác xã nông nghiệp, nhà cung cấp, doanh nghiệp vừa và nhỏ, v.v...) trong việc hỗ trợ tìm kiếm nhà cung ứng hàng hóa vào hệ thống phân phối hiện đại. Central Retail cho biết sẽ đẩy mạnh xúc tiến đưa hàng hóa Việt Nam ra thế giới với chất lượng được đảm bảo bởi chính thương hiệu của Tập đoàn. Đây cũng là tiêu chuẩn mà tập đoàn đặt ra khi thu mua hàng hóa tại Việt Nam bằng cách đảm bảo quy trình kiểm soát chất lượng từ nguồn gốc đến người tiêu dùng cuối, thông qua việc hỗ trợ các nhà cung cấp và đồng hành trong suốt quá trình sản xuất, cùng đội ngũ chuyên nghiệp tại các nhà máy và khu sản xuất, với nguồn cung ứng các sản phẩm sáng tạo mới để đáp ứng trọn vẹn nhu cầu của đối tác.



Central Retail có bộ phận chất lượng độc lập với bộ phận thương mại. Bộ phận chất lượng sẽ phụ trách đánh giá nhà cung cấp, đảm bảo chất lượng và tổ chức kiểm soát chất lượng. Hầu hết các quy trình sản xuất, kiểm tra trước

khi xuất hàng được kiểm tra bởi các công ty độc lập của bên thứ 3 với tiêu chuẩn AQL.

Yêu cầu đối với sản phẩm gỗ ngoài trời:

- Chứng nhận gỗ: FSC (tùy từng đối tác yêu cầu FSC/NON FSC)
- Test gỗ/ vải đệm... theo yêu cầu của từng đối tác

- Chúng từ phải có khi xuất: IN/PL, Bill of Lading, C/O cho các nước, Các giấy khai báo (Declaration) tùy theo các đối tác EU quy định. Chúng nhận kiểm dịch thực vật (Phytosan) bắt buộc đối với đối tác Thái Lan.

Yêu cầu đối với sản phẩm gốm sứ:

- Chúng từ phải có khi xuất: IN/PL, Bill of Lading, C/O cho các nước, Các giấy khai báo (Declaration) tùy theo các đối tác EU quy định.

Yêu cầu đối với hàng dệt may:

- Chúng từ phải có khi xuất: IN/PL, Bill of Lading, C/O cho các nước, Các giấy khai báo (Declaration) tùy theo các đối tác EU quy định.

- Test thành phần vải/ test giặt ủi/test sợi... tùy theo yêu cầu của từng đối tác.

IV. Quy định nhập khẩu vào thị trường Thái Lan đối với một số mặt hàng thông thường

Giấy phép nhập khẩu

Cần có giấy phép nhập khẩu đối với việc nhập khẩu một số mặt hàng như dệt may, dược phẩm, và các mặt hàng nông nghiệp. Trong một số trường hợp, việc nhập khẩu một số mặt hàng không yêu cầu giấy phép phải chịu thêm phí và các yêu cầu về giấy chứng nhận xuất xứ. Ngoài ra, một số sản phẩm chịu sự kiểm soát nhập khẩu theo các luật khác. Thái Lan áp đặt các yêu cầu mua hàng trong nước đối với các nhà nhập khẩu một số sản phẩm chịu hạn ngạch thuế quan (TRQ), bao gồm đậu tương và bột đậu tương. Thái Lan cũng áp đặt yêu cầu mua hàng trong nước đối với các nhà nhập khẩu lúa mì làm thức ăn chăn nuôi, loại lúa mì không phải chịu hạn ngạch thuế quan.

Ngoài ra, một số sản phẩm chịu sự kiểm soát nhập khẩu:

- Nhập khẩu thực phẩm chế biến, thiết bị y tế, dược phẩm, vitamin và mỹ phẩm cần có giấy phép của Cục Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm, Bộ Y tế Công cộng.

Các thủ tục thông quan chung cho cả hàng nhập khẩu và hàng xuất khẩu ở Thái Lan đều yêu cầu nộp tờ khai hải quan xuất khẩu hoặc tờ khai nhập khẩu. Biểu mẫu phải được kèm theo các chứng từ vận chuyển tiêu chuẩn, bao gồm hóa đơn thương mại, danh sách đóng gói, vận đơn/vận đơn hàng không và thư tín dụng. Một số sản phẩm có thể yêu cầu giấy phép xuất nhập khẩu và/hoặc ủy quyền từ các cơ quan có liên quan. Chúng bao gồm các sản phẩm thực phẩm (đã qua chế biến hoặc chưa qua chế biến), dược phẩm, thiết bị y tế, sản phẩm chăm sóc sức khỏe, mỹ phẩm, chất độc hại, động vật và một số sản phẩm nông nghiệp. **Rất nên sử dụng một công ty giao nhận vận tải để giải quyết thủ tục hải quan xuất nhập khẩu ở Thái Lan.**

Yêu cầu ghi nhãn/đánh dấu

Tổng quan về các yêu cầu ghi nhãn và đánh dấu khác nhau, bao gồm bất kỳ hoạt động quảng cáo hoặc ghi nhãn hạn chế nào và nơi nhận thêm thông tin.

Tất cả các sản phẩm thực phẩm chế biến, chăm sóc sức khỏe và mỹ phẩm, nhập khẩu hoặc sản xuất trong nước, đều phải dán nhãn bởi Cục Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm Thái Lan (FDA), Bộ Y tế Công cộng (MOPH).

Đối với thực phẩm nhập khẩu, nhãn Thái Lan phải được áp dụng khi cần thiết trước khi nhập cảnh và được dán vào từng mặt hàng của sản phẩm thực phẩm trước khi đưa ra thị trường. Việc không dán nhãn trước khi nhập cảnh sẽ dẫn đến việc FDA Thái Lan tịch thu sản phẩm. FDA Thái Lan chỉ yêu cầu nhãn được phê duyệt trước đối với thực phẩm được kiểm soát cụ thể. Nhà nhập khẩu thực phẩm được kiểm soát đặc biệt phải yêu cầu giấy phép sử dụng nhãn đã được phê duyệt trước bằng cách nộp Mẫu Sor Bor 3/1 cùng với công thức, phương pháp sản xuất, kết quả phân tích chất lượng thực phẩm hoặc tài liệu khác về tiêu chuẩn thực phẩm và ghi nhãn thông qua Cục quản lý Thực phẩm và Dược phẩm Thái Lan. hệ thống trình điện tử. Sau khi được phê duyệt, FDA Thái Lan sẽ cấp số sê-ri thực phẩm và ủy quyền nhãn. Thông tin chi tiết về đơn xin giấy phép dán nhãn thực phẩm có sẵn bằng tiếng Thái tại:

http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2564/E/102/T_0003.PDF

Đối với các loại thực phẩm khác, nhà sản xuất thực phẩm hoặc nhà nhập khẩu thực phẩm chịu trách nhiệm chuẩn bị nhãn sản phẩm tuân thủ Thông báo của Bộ trưởng số 367 B.E. 2557 Re: Ghi nhãn thực phẩm đối với thực phẩm đóng gói sẵn, Thông báo của Bộ trưởng số 383 B.E. 2560 (2017), V/v Ghi nhãn Thực phẩm Đóng gói sẵn (Số 2) và Thông báo của Bộ trưởng Số 401 B.E. 2562 (2019) V/v Ghi nhãn thực phẩm đóng gói sẵn (Số 3).

Ghi nhãn sản phẩm thực phẩm nhập khẩu vào Thái Lan phải thể hiện các thông tin chính sau:

1. Tên món ăn;
2. Số sê-ri thực phẩm;
3. Tên, địa chỉ nhà sản xuất, đóng gói, nhập khẩu;
4. Hàm lượng thực phẩm tính theo thành phần định lượng;
5. Tỷ lệ phần trăm theo khối lượng của thành phần chính;
6. Văn bản cảnh báo chất gây dị ứng;
7. Tên nhóm chức năng của phụ gia thực phẩm kèm theo tên cụ thể của hệ thống mã số quốc tế;
8. Bản công bố chất điều vị;
9. Hiện thị “nên sử dụng trước” hoặc “ngày hết hạn”;
10. Cảnh cáo (nếu có);
11. Hướng dẫn bảo quản (nếu có);
12. Hướng dẫn nấu ăn (nếu có);
13. Hướng dẫn sử dụng và nội dung cơ bản đối với thực phẩm dự định dùng cho trẻ nhỏ hoặc trẻ sơ sinh;

14. Văn bản bổ sung theo quy định tại phụ lục; và

15. Văn bản theo quy định của thông báo cụ thể.

Thông tin chi tiết về từng mục được liệt kê có trong Thông báo của Bộ Y tế Công cộng

Ngoài ra, FDA Thái Lan yêu cầu một số loại sản phẩm thực phẩm phải ghi nhãn dinh dưỡng và ghi nhãn hướng dẫn lượng hàng ngày (GDA). Thông tin chi tiết liên quan có tại:

1. Thông báo MOPH số 182 B.E. 2541 (1998) V/v ghi nhãn dinh dưỡng;
2. Thông báo MOPH số 219 B.E. 2544 (2001) V/v: Sửa đổi ghi nhãn dinh dưỡng
3. Thông báo MOPH số 394 B.E. 2561 (2018) Re: Các sản phẩm thực phẩm bắt buộc phải ghi nhãn dinh dưỡng và GDA.

Nhãn đồ uống có cồn phải thể hiện tên, địa chỉ của nhà nhập khẩu/nhà phân phối và tỷ lệ phần trăm nồng độ cồn. Cũng phải có cảnh báo về sức khỏe, được in bằng tiếng Thái, trên nhãn hoặc trên nhãn dán, với cách diễn đạt cụ thể được chính phủ phê duyệt. Ngoài ra còn có các yêu cầu quy định liên quan đến ghi nhãn mỹ phẩm. Các đại lý hoặc nhà nhập khẩu địa phương có thể giúp đăng ký sản phẩm và đảm bảo đáp ứng các yêu cầu ghi nhãn.