

THACO



Kính chúc
Quý đối tác, Quý khách hàng
NĂM MỚI AN KHANG, THỊNH VƯỢNG



FOTON AUMAN
EST FV400 NEW



THACO FORLAND



THACO OLLIN



FOTON M4



FOTON AUMAN

VĂN PHÒNG ĐIỀU HÀNH XE TẢI & BUS THACO

Tầng 16, Tòa nhà SOFIC, khu đô thị Sala,
số 10 đường Mai Chí Thọ, Quận 2, TP HCM

Hotline
0933 806 878

Website
www.thacotai.vn



ẤN PHẨM THACO

Tập 54 - XUÂN 2020

www.thacogroup.vn

MỤC LỤC - CONTENT

04 - 41 **TIÊU ĐIỂM / FOCUS**

Thư chúc Tết

Happy New Year Message

Chuyên đề: Ô tô Việt Nam ra thế giới

Feature Story: Made - in - Vietnam Autos Reach to World Markets

THACO làm nông nghiệp bền vững

THACO develops sustainable agriculture

THACO phát triển Cơ khí - tạo ra giá trị cộng hưởng

THACO's mechanical engineering - creating synergy values and improving competitiveness

THACO phát triển khu công nghiệp sản xuất linh kiện phụ tùng ô tô quy mô lớn

THACO develops large-scale auto parts industrial park

44 - 51 **THƯƠNG MẠI DỊCH VỤ / COMMERCE-SERVICE**

Lĩnh vực Đầu tư xây dựng ghi dấu ấn mới với hai dự án khu phức hợp thương mại tại Myanmar và Khu đô thị Sala

Investment & Construction Sector is better off with 2 commercial complexes in Myanmar and Sala City

54 - 127 **Ô TÔ / AUTOMOBILES**

Giải Golf Quốc tế BMW 2019 - Vòng chung kết Việt Nam:

Tấm vé vàng đến Nam Phi

BMW Golf Cup International 2019 - Vietnam Final: The Golden ticket to South Africa

Quyết định táo bạo đưa MINI trở thành biểu tượng của Anh Quốc

MINI - The audacity of a British icon

BMW Motorrad - Kết nối cộng đồng yêu mô tô

BMW Motorrad - Connecting the motorbike community

Bộ đôi Peugeot 3008, 5008 và những đặc sắc trong thiết kế Pháp

Duo Peugeot 3008, 5008 and special features in French design

Mazda3 và Mazda3 Sport

- Kỷ nguyên mới thương hiệu Mazda

Mazda3 and Mazda3 Sport- The New Era of Mazda

Giải mã Mazda3 - Xe của năm 2019 do phụ nữ bình chọn

Decoding Mazda3 - Women's Car of the year 2019

Sự tinh tế trong triết lý "Car As Art" của Mazda

Refinement in the philosophy of Mazda's "Car As Art"

THACO nâng cấp và mở rộng nhà máy Thaco Kia

THACO upgrades and expands Thaco Kia Factory

Kia All-New Cerato - Khi cảm xúc thăng hoa cùng công nghệ

All-New Kia Cerato - The consonance between emotions and technology

Kia Sedona - Đẳng cấp của sự sang trọng & tiện nghi

KIA Sedona - High level of luxury and comfort

128 - 137 **GIA ĐÌNH THACO / THACO FAMILY**

THACO - "Hùng mạnh mà yêu thương, kinh doanh mà nhân ái"

THACO - "Strong but loving, business but sympathetic"

THACO chung tay bảo vệ môi trường

THACO joins environment protection

138 - 146 **XUÂN 2020**

Thư pháp - Nghệ thuật và nét đẹp văn hóa ngày Xuân

Thơ Xuân

Chủ biên - Editor-in-chief

Chủ tịch HĐQT - Chairman of BOD

TRẦN BÁ DƯƠNG

Chịu trách nhiệm nội dung - Deputy Editor-in-chief

Giám đốc Truyền thông - Communications Director

NGUYỄN MỘT

Biên tập tiếng Việt - Edited by (Vietnamese)

TƯỜNG THỤY - NGUYỄN THỊ THỨ

Biên tập tiếng Anh - Edited by (English)

NHƯ HÒA

Thiết kế - Mỹ thuật - Art Director

Phòng Kỹ thuật Marketing THACO

THACO Marketing Technical Department

Liên hệ - Contact

BAN VĂN HÓA TRUYỀN THÔNG THACO.

Tòa nhà Sofic, số 10 Mai Chí Thọ, phường Thủ Thiêm,
quận 2, Hồ Chí Minh

COMMUNICATIONS DEPARTMENT OF THACO

Sofic Building, 10 Mai Chi Tho Boulevard, Thu Thiem
Ward, District 2, Ho Chi Minh City

Tel: (028)39.977.824/25/26

Thư từ, bài vở, góp ý xin gửi về

Please send your comments, writing and pictures to
vanhoatrueythong@thaco.com.vn

Bản quyền thuộc Ban văn hóa Truyền thông. Mọi trích dẫn phải được chấp thuận bằng văn bản.

All rights reserved by Communications Department of THACO. No part of this publication is reproduced without written permission of THACO

Cộng tác viên: Khánh Hòa (Báo Lao động), Lâm Yến, Bích Ngọc, Trịnh Liên, Đinh Ngọc, Nhật Minh, Thứ Nguyễn, Như Thảo, Nhã Thi, Bội Châu, Phương Nghi, Hoàng Anh, Kiều Quý, Hải Nguyễn, Thanh Trúc, Team BMW Motorrad Việt Nam.

Collaborators: Khanh Hoa (Lao Dong Newspaper), Lam Yen, Bích Ngọc, Trịnh Liên, Đinh Ngọc, Nhật Minh, Thứ Nguyễn, Như Thảo, Nhã Thi, Bội Châu, Phương Nghi, Hoàng Anh, Kiều Quý, Hải Nguyễn, Thanh Trúc, Team BMW Motorrad Vietnam.

Nhà xuất bản Thanh Niên: 64 Bà Triệu, Hoàn Kiếm, Hà Nội

Chịu trách nhiệm xuất bản: Giám đốc Lê Thanh Hà

Biên tập: Tạ Quang Huy

In 3.000 cuốn, khổ 20.5cm x 28.5cm, tại Cty TNHH TKMT & TH Huỳnh Đế Anh Khoa

Số XNKHXB: 5294- 2019/CXBIPH/11-142/TN

QĐXB số 834/QĐ-TN cấp ngày 27/12/2019.

In xong và nộp lưu chiểu tháng 01 năm 2020.

Mã số sách tiêu chuẩn quốc tế (ISBN): 978-604-978-474-3

THƯ CHÚC TẾT 2020

CỦA CHỦ TỊCH HĐQT THACO TRẦN BÁ DƯƠNG

Kính thưa quý lãnh đạo, quý cổ đông, quý đối tác, quý khách hàng và toàn thể cán bộ công nhân viên!

Nhân dịp Xuân Canh Tý 2020, thay mặt Tập đoàn THACO, tôi xin trân trọng gửi đến quý vị cùng gia đình lời chúc mừng năm mới tốt đẹp nhất.

Năm 2019 là năm thứ hai ngành công nghiệp ô tô Việt Nam hội nhập vào khu vực ASEAN với những quốc gia đã có ngành ô tô và công nghiệp hỗ trợ phát triển trước Việt Nam nhiều năm như Thái Lan, Indonesia và Malaysia. Doanh số nhập khẩu ô tô nguyên chiếc đạt 142.000 chiếc, tăng đến 71% so với năm 2018; các doanh nghiệp ô tô trong nước cũng gia tăng sản lượng, tạo ra sự cạnh tranh gay gắt hơn. Sau hai năm hội nhập, tổng doanh số ô tô của THACO tại Việt Nam vẫn trên 90.000 xe/năm, tiếp tục là doanh nghiệp dẫn đầu thị trường với thị phần hơn 32%. Năm 2019, tổng doanh số ô tô của THACO là 91.710; trong đó, xe du lịch đạt 66.470 (bao gồm Kia: 30.103 xe; Mazda: 32.731 xe, và Peugeot: 3.636 xe); xe tải: 23.004, bus: 2.236. THACO đóng góp vào ngân sách quốc gia 19.573 tỷ đồng, tăng 1,93% so với năm 2018.

THACO xây dựng chiến lược trở thành tập đoàn công nghiệp đa ngành, trong đó Ô tô và Cơ khí là chủ lực, đồng thời phát triển các ngành kinh doanh khác có tính chiến lược của nền kinh tế Việt Nam với hai trong lĩnh vực sản xuất kinh doanh chính là Nông lâm nghiệp và Đầu tư hạ tầng giao thông, Khu công nghiệp và đô thị; và hai trong lĩnh vực kinh doanh hỗ trợ cho các lĩnh vực kinh doanh chính là Thương mại và Giao nhận vận chuyển - Logistics. Các ngành này bổ trợ cho nhau nhằm tạo ra nền sản xuất kinh doanh mang tính tích hợp và có năng lực cạnh tranh cao.

Thaco Chu Lai đã hoàn thành việc xây dựng mới và nâng cấp các nhà máy sản xuất lắp ráp ô tô theo hướng tự động hóa, quản trị trên nền tảng số hóa để sản xuất hàng loạt theo yêu cầu riêng biệt của khách hàng, đồng thời THACO đã và đang triển khai sản xuất linh kiện phụ tùng ô tô quy mô lớn nhất Việt Nam.

Với chiến lược đúng đắn và kế hoạch thực hiện quyết liệt trong SXKD ô tô, THACO đã vượt qua các thách thức hội nhập, tham gia chuỗi giá trị toàn cầu và đẩy mạnh xuất khẩu linh kiện phụ tùng qua các nước Hàn Quốc, Nhật Bản, Nga, Kazakhstan, Malaysia, Thổ Nhĩ Kỳ đạt doanh số 14,5 triệu USD; đã nhận đơn đặt hàng cho năm 2020 là 21 triệu USD. Đồng thời bắt đầu xuất khẩu gần 200 ô tô các loại sang các nước ASEAN như Philippines, Thái Lan, Singapore, Myanmar, Campuchia; sơmi romooc sang Mỹ và hiện nay đã nhận đơn đặt hàng xuất khẩu ô tô năm 2020 là gần 1.200 xe.

Trong lĩnh vực nông nghiệp, THACO đã đầu tư vào công ty Nông nghiệp Hoàng Anh Gia Lai (HNG) 35% cổ phần và thành lập công ty THADI kinh doanh nông nghiệp. Năm 2019, doanh thu xuất khẩu trái cây của HNG là 100 triệu USD, của THADI là 55 triệu USD. THADI đã và đang trồng mới 15.000 ha chuối và cây ăn trái, HNG 19.000 ha. THACO và Hoàng Anh Gia Lai đang xây dựng kế hoạch xuất khẩu với doanh thu 1 tỷ USD trong năm 2020. Vừa qua THADI đầu tư vào Công ty CP Hùng Vương (HVG) với tỷ lệ 35% cổ phần và tham gia quản trị thực hiện chiến lược hoàn thiện chuỗi giá trị sản xuất kinh doanh của thủy sản và gia súc (giống, nuôi, thức ăn, chế biến, xuất khẩu). Đồng thời đầu tư 65% vào liên doanh THADI - HVG mảnh sản xuất heo giống (bố mẹ) với quy mô 60.000 con, tổng giá trị đầu tư là 2.000 tỷ đồng. Đầu tư chăn nuôi heo thịt được chuyển giao công nghệ từ HVG, theo tiêu chuẩn Châu Âu (QAFP) với quy mô 720.000 con/năm nhằm cung cấp sản phẩm sạch, chất lượng cao cho xuất khẩu và thị trường trong nước.

Trong lĩnh vực đầu tư xây dựng, đối với dự án Yangon Myanmar Centre, THACO đang tiếp tục phát triển giai đoạn 2 và điều chỉnh giai đoạn 1 của dự án. Tổng vốn đầu tư của dự án là 711 triệu USD. Sau khi hoàn thành toàn bộ dự án, Yangon Myanmar Centre có tổng diện tích sàn xây dựng 730.000 m2, quy mô 4 tầng hầm, 5 tầng khối để thương mại, 32 tầng khối tháp căn hộ và văn phòng cho thuê. Đây sẽ là dự án để lại dấu ấn đầu tư tiên phong và quy mô lớn của doanh nghiệp Việt Nam tại Myanmar, mang lại giá trị bền vững cho khách hàng và cộng đồng. Trong năm nay, sẽ đưa vào hoạt động Trung tâm thương mại SOCAR tại Khu đô thị Sala (TPHCM). Đồng thời, sẽ khởi công các Trung tâm thương mại kết hợp với Showroom ô tô tại các tỉnh thành khác như Đà Nẵng, Long An, Rạch Giá, Hưng Yên...

Thay mặt HĐQT, Ban Tổng Giám đốc và toàn thể cán bộ công nhân viên THACO, tôi chân thành cảm ơn quý lãnh đạo, quý cổ đông, quý đối tác và quý khách hàng đã tin tưởng, quan tâm, hỗ trợ và ủng hộ cho THACO đã đạt được những thành quả trong năm qua.

Kính chúc quý vị năm mới an lành, hạnh phúc và thịnh vượng; chúc toàn thể cán bộ công nhân viên luôn nỗ lực cống hiến để THACO chúng ta phát triển cùng đất nước.

Trân trọng.

Chủ tịch HĐQT



TRẦN BÁ DƯƠNG

2020 HAPPY NEW YEAR MESSAGE OF THACO CHAIRMAN TRAN BA DUONG

Dear leaders, shareholders, partners, customers, and employees!

On the occasion of the Lunar New Year - Year of the Rat, I would like to take this opportunity on behalf of THACO to wish you and your family a Happy New Year.

Year 2019 was the second year of Vietnam's auto industry integration into ASEAN markets to compete with other giants such as Thailand, Indonesia, and Malaysia whose automotive industries have established their names. Vietnam's CBU auto imports reached 142,000 units, 71% higher than in 2018. Meanwhile, automakers in the country also raised their production volumes, resulting in fiercer competition in the auto market.

After 2 years of integration, THACO maintained over 90,000 vehicles/year in sales, continued to lead the market with the share at more than 32%. Specifically, THACO's 2019 total auto sales were 91,710 units, including 66,470 cars (30,103 Kia cars; 32,731 Mazda cars, and 3,636 Peugeot cars), 23,004 trucks, and 2,236 buses. The company's revenue contribution to the national budget was VND19,573 billion (equal to about USD851 million), a 1.93% year-on-year growth.

THACO has formed the strategy to become a multi-industry group which holds Automotive and Mechanics as its core. At the same time, our portfolio also includes other Vietnam's strategic business sectors, 2 in our main business sectors - Agriculture-Forestry and Infrastructure Development for Transport, IPs, and urban areas, and the other 2 for our support business sectors - Commerce and Logistics. They support each other to create highly integrated and competitive manufacturing and business foundations.

Thaco Chu Lai completed building and upgrading automated and digitally managed automotive factories towards mass customization. At the same time, THACO has implemented its manufacture of automotive parts at the biggest scale in Vietnam.

Embracing proper strategic plans in the auto industry, THACO has tackled the challenges from integration, pushing its

path to the global value chain and export. In automotive part export, the company has earned revenue of USD14.5 million from shipments to Korea, Japan, Russia, Kazakhstan, Malaysia, Turkey..., and received orders for 2020 worth USD21 million. At the same time, THACO began to export nearly 200 vehicles to ASEAN markets such as Philippines, Thailand, Singapore, Myanmar, Cambodia, and exported semi-trailers to the U.S. The company has received orders for exporting nearly 1,200 autos of different types in 2020.

In agriculture, THACO has acquired a 35-percent stake from HAGL Agrico, then established THADI. At the end of last year, HAGL Agrico generated USD100 million from fruit exports, while THADI got itself USD55 million. THADI has been planting 15,000 hectares of bananas and fruit trees, while HAGL Agrico is responsible for 19,000 hectares. THACO and HAGL is planning on export, aiming at obtaining the revenues of USD1 billion in 2020. THADI has just bought a 35-percent stake in Hung Vuong Corp (HVG), participating in its management, seeking ways to complete its value chain model for trading fisheries and livestock (breeds, feed, nutrition, processing and export) Furthermore, the company has a 65-percent stake in THADI-HVG cooperation in breeding 60,000 pigs worth VND2 trillion. Pig farming received technology transfer from HVG that meets European QAFP standards. The project scope is 720,000 pigs/year, supplying clean and high-quality products for domestic and export markets.

In construction and investment, THACO continues to develop phase 2 of Yangon Myanmar Centre while making adjustments for phase 1. The project's investment capital is at USD711 million. Upon completion, Yangon Myanmar Centre will offer a floor area of 730,000 square meters, 4 basements, a 5-floor commercial podium, 32 floors of apartments and offices. The building will become a symbol of pioneering large-scaled investments of Vietnamese enterprises in Myanmar, which creates sustainable values for customers and communities. This year, SOCAR Commercial Center in Sala City of Ho Chi Minh City will be put into operation. At the same time, THACO will start construction of Commercial Centers combined with automobile showrooms in other provinces and cities such as Danang, Long An, Rach Gia and Hung Yen.

On behalf of the THACO Board of Directors and all staff, I would like to express my sincere thanks to the leaders, shareholders, partners, and customers who have constant faith and support for us to achieve our goals in 2019. I wish you all a Happy New Year. I hope to see all staff members' future efforts and continued devotions so that THACO can continue to develop with Vietnam.

Yours sincerely,

THACO Chairman



TRAN BA DUONG

CHUYÊN ĐỀ:
**Ô TÔ VIỆT NAM
RA THẾ GIỚI**
MADE - IN - VIETNAM
AUTOS REACH
TO WORLD MARKETS





Bài 1

HÀNH TRÌNH BẮT ĐẦU TỪ CHU LAI

Chỉ trong vòng một tuần vào cuối năm 2019, cảng Chu Lai (tỉnh Quảng Nam) liên tục chứng kiến những chuyến tàu mang ô tô sản xuất tại Việt Nam đi các nước.

Ngày 23/12, một chiếc xe bus mẫu sang Singapore. Sau đó một ngày, 120 xe du lịch Kia Cerato sang Myanmar. Đến ngày 28/12 là chuyến tàu chở xe bus sang thị trường Philippines... Từ nhà máy của Tập đoàn THACO, những chiếc xe được sản xuất trong nước đến với các nước láng giềng.

Đẩy mạnh tỷ lệ nội địa hóa

Chiếm lĩnh thị trường trong nước, phát triển bền vững sau hội nhập và hướng tới xuất khẩu, đó là mục tiêu mà nhiều doanh nghiệp ô tô Việt đặt ra vào thời điểm cột mốc 2018 khi thuế suất nhập khẩu trong khối ASEAN về 0%.

Nhưng với thuế suất 0% này, hàng rào đặt ra chính là tỷ lệ nội địa hóa phải đạt ít nhất 40%. Chính vì điều này mà nhiều người tỏ ra bất ngờ khi trong năm 2019 THACO đã xuất khẩu gần 190 xe lớn nhỏ ra 5 quốc gia khu vực Đông Nam Á và Mỹ. Điều này cho thấy nếu được đầu tư đúng hướng, doanh nghiệp Việt hoàn toàn có khả năng “chơi được” trên sân bạn.

Theo ông Trần Bá Dương – Chủ tịch HĐQT THACO, chiến lược của đơn vị đề ra sau năm 2018 gồm 2 mục tiêu là tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu với việc mang thương hiệu ô tô Việt sang các nước ASEAN, và linh kiện phụ tùng đến nhiều thị trường nước ngoài, đồng thời tiếp tục đầu tư mạnh vào xây dựng khu công nghiệp sản xuất lắp ráp ô tô và công nghiệp hỗ trợ tại Chu Lai có quy mô ngang tầm khu vực ASEAN.

Tại Chu Lai, THACO đã đầu tư xây dựng các nhà máy sản xuất lắp ráp ô tô theo hướng tự động hóa, quản trị trên nền tảng số hóa và các nhà máy sản xuất linh kiện phụ tùng, tổ hợp cơ khí, được chuyển giao công nghệ từ Nhật Bản, Hàn Quốc. Đến nay sau 2 năm nhìn lại mục tiêu này, THACO vẫn giữ vững vị thế dẫn đầu thị trường ô tô Việt Nam với doanh số hơn 90.000 xe mỗi năm và thị phần ổn định ở mức 32 – 33%.

Đặc biệt đến nay THACO đã gia tăng tỷ lệ nội địa hóa xe bus lên trên 60% theo tiêu chuẩn ASEAN,

xe tải 40%, xe du lịch bình quân 25%, trong đó một số mẫu xe du lịch đạt trên 40%. Đây là cột mốc ấn tượng bởi tỷ lệ nội địa hóa trên 40% sẽ giúp đáp ứng tiêu chí giá trị hàm lượng khu vực RVC (Regional Value Content) để hưởng thuế suất nhập khẩu ưu đãi 0% theo Hiệp định Thương mại Hàng hóa ASEAN (Hiệp định ATIGA).

Thu ngoại tệ từ xe bus

Khu công nghiệp Thaco Chu Lai đã có tên trên bản đồ sản xuất lắp ráp ô tô của các thương hiệu nổi tiếng trên thế giới và được xem là Trung tâm liên kết Công nghiệp ô tô tập trung có quy mô lớn nhất cả nước và thuộc top đầu trong khu vực ASEAN. Trong đó, Nhà máy Bus Thaco được xây dựng mới hoàn toàn và đưa vào hoạt động từ tháng 12/2017, có tổng diện tích 17ha, công suất 20.000 xe bus/năm. Đây là nhà máy có quy mô lớn nhất, hiện đại nhất Đông Nam Á với các dây chuyền thiết bị tự động, đặc biệt là dây chuyền sơn tĩnh điện có thể nhúng sơn ED toàn bộ thân vỏ xe bus có chiều dài đến 13,7 mét.

Sáng 28/12, nhìn đối tác Philippines hài lòng với lộ hàng hợp tác đầu tiên, ông Phạm Văn Tài – Tổng giám đốc THACO không khỏi tự hào vì xe bus của THACO sẽ phục vụ người dân nước bạn. Từ đây chắc chắn cái tên Việt Nam sẽ được nhắc đến trên mỗi hành trình ở Philippines. Theo ông Tài, việc trở thành quốc gia Đông Nam Á đầu tiên xuất khẩu thành công vào thị trường Philippines không phải là chuyện “ngày một ngày hai” mà đến từ sự đầu tư và chuẩn bị kỹ lưỡng.

Cụ thể như để vượt qua hàng rào kỹ thuật ở các nước như Mỹ, Nhật mất khoảng thời gian 1 năm thì tại Thái Lan và Philippines cũng phải 6 tháng. Và hơn cả là việc tăng tỷ lệ nội địa hóa trên 40% để hưởng thuế suất 0% nhằm tăng sức cạnh tranh với sản phẩm từ các quốc gia phát triển vốn đã “làm mưa làm gió” tại thị trường này.

Không những vậy, trong tương lai gần những chiếc xe do chính Bus Thaco thiết kế đạt tiêu chuẩn khí thải Euro 5 dự kiến sẽ tiến sâu, chinh phục thị trường nổi tiếng khắt khe nhất thế giới về môi trường là Singapore.

Cũng trong ngày 28/12/2019, ngay sau chuyến tàu

chở xe bus Việt sang Philippines, THACO cũng tiến hành xuất khẩu các linh kiện phụ tùng gồm kết cấu nóng máy lạnh, áo ghế, bọc cần số xe du lịch và xe đẩy hành lý sân bay sang Hàn Quốc và Nhật Bản. Những năm qua, THACO đã xuất khẩu nhiều sản phẩm linh kiện phụ tùng và cơ khí gồm: cần xe, dây điện, nhíp, sàn xe chuyển dụng, xe đẩy hành lý sân bay, áo ghế, kết cấu nóng máy lạnh, linh kiện xe bus, linh kiện cơ khí nông nghiệp... sang Hàn Quốc, Nhật Bản, Malaysia, Campuchia, Nga, Đức, Úc, Lào, Thổ Nhĩ Kỳ, Kazakhstan, Kenya... với tổng giá trị xuất khẩu đến nay đạt 26 triệu USD, riêng năm 2019 đạt 14,5 triệu USD. Kế hoạch 2020 xuất khẩu 21 triệu USD và doanh số xuất khẩu sẽ gia tăng ít nhất gấp đôi mỗi năm.

Trường Trung – Báo Tuổi Trẻ

Story 1

JOURNEY STARTS FROM CHU LAI



Within a week at the end of 2019, Chu Lai Port in Quang Nam province continuously witnessed vessels carrying THACO vehicles to other countries.

On December 23, a model bus was transported to Singapore. The day after, 120 Kia Cerato passenger cars were exported to Myanmar. On December 28, the ship carried THACO buses to the Philippines market. From THACO Group’s factories, Viet-

nam-manufactured vehicles reach out to the neighboring countries.

Increasing the localization ratios

Dominating the domestic market, developing sustainably after integration and aiming at exporting are the goals that many Vietnamese automobile enterprises have set at the milestone of 2018 when ASEAN’s import tariff falls to 0%.

With such tax rate, the main barrier is that the localization ratios must reach at least 40%. As a result, people are amazed at the fact that THACO has exported nearly 190 vehicles, big and small-sized, to 5 countries in Southeast Asia and the US. This has proven that with appropriate directions, Vietnamese businesses can completely “compete” in other countries’ markets.

According to THACO Chairman Tran Ba Duong, its post-2018 strategy includes 2 goals: participating in the global value chain and bringing THACO-made vehicles to ASEAN countries, and automotive parts to foreign markets, and at the same time investing heavily in the construction of the ASEAN-level automotive assembly and manufacturing industrial park in Chu Lai.

In Chu Lai, THACO has invested in building automated and digitally managed auto assembly and manufacturing plants and vehicle part factories and mechanical complexes which have received the technology transfer from Japan and Korea. Up to now, after two years, THACO still maintains its leading position in the Vietnamese automobile market with the sales of more than 90,000 vehicles per year and a stable market share of 32-33%.

Especially, THACO has increased the localization ratios of buses to over 60% according to ASEAN standards, 40% for trucks, 25% for passenger cars, of which some passenger cars have reached over 40%. This is an impressive milestone because the over-40-percent localization ratio will help meet the Regional Value Content (RVC) criteria to enjoy the zero import tariff under ASEAN Trade in Goods Agreement (ATIGA).

More revenues from buses

Thaco Chu Lai Industrial Park has attached its name together with other famous car brands and is considered the largest centralized auto center in Vietnam and among the top centers in ASEAN region. In particular, Bus Thaco Plant was built and put into operation in December 2017, on a total area of 17



hectares, having a capacity of 20,000 buses / year. This is the largest and most modern factory in Southeast Asia with automatic equipment lines, especially the powder coating line which can ED coat a 13.7-meter bus body.

Early of December 28, receiving high appreciation from the Philippines partner towards the first shipment, THACO CEO Pham Van Tai manifested his pride for THACO buses' overseas journey to come. From now on, the Vietnamese automaker will be known across the Philippines market.

According to Mr Tai, becoming the first Southeast Asian country to successfully export vehicles into the Philippines market is not a "piece-of-cake" mission but requires careful investment and preparation.

Specifically, while overcoming technical barriers in countries such as the US and Japan takes 1 year, such process in Thailand and the Philippines takes 6 months. Above all, the increase to over-40-percent localization ratio to enjoy the 0% tariff improves THACO competitiveness against developed countries that have been "rumbling" this market.

Besides, in the near future, the vehicles designed by Bus Thaco meeting the Euro 5 emission standards are expected to pen-

etrate into the most demanding market in the world in terms of environmental protection - Singapore.

Also on December 28, 2019, right after the bus shipment to the Philippines, THACO also exported vehicle parts, including air-conditioning condensers, seat covers, passenger car gear lever covers, and airport luggage trolleys to South Korea and Japan. Over the years, THACO has exported numerous mechanical products and vehicle spare parts, including: bumpers, wires, leaf springs, floorboards, airport luggage trolleys, seat covers, air-conditioning condensers, bus components, agricultural mechanical components ... to: Korea, Japan, Malaysia, Cambodia, Russia, Germany, Australia, Laos, Turkey, Kazakhstan, Kenya ... with the total export value up to now reaching USD26 million, of which USD14.5 million in 2019. In 2020, the company plans to achieve USD21 million in export value and double the export volumes year on year.

Truong Trung - Tuổi Trẻ Newspaper

Bài 2

“CHẤT LƯỢNG, GIÁ... ĐÃ THUYẾT PHỤC CHÚNG TÔI”

Bên lề lễ bàn giao xuất khẩu xe ngày 28/12, ông Roberto Torres - Tổng Giám đốc Auto Delta - công ty Philippines nhập khẩu xe bus THACO, đã dành cho chúng tôi cuộc trao đổi.

Tại sao Auto Delta lại quyết định chọn THACO làm nhà cung cấp mẫu xe bus cho Philippines mà không phải là một thương hiệu khác?

Là một nhà phân phối, bản thân Auto Delta rất muốn gia tăng doanh số xe bus tại Philippines. Chúng tôi đã đi rất nhiều thị trường, gặp nhiều đối tác nhập khẩu xe bus trong ASEAN để tìm nhà nhập khẩu loại xe này vào trong nước. Quá trình đó chúng tôi cũng đã thuyết phục hãng xe Volvo cùng nhau tìm kiếm các đối tác hỗ trợ sản xuất loại xe này. Sau rất nhiều lần thuyết phục thì chúng tôi cùng Volvo đã đến Việt Nam để khám phá, tìm hiểu nhà sản xuất THACO. Khi tới THACO, chúng tôi rất ngạc nhiên trước các trang thiết bị hiện đại mà tập đoàn Việt này đang vận hành.

Cá nhân tôi và đối tác Volvo đánh giá rất cao, và cũng hiểu rằng THACO đầu tư trang thiết bị hiện đại như vậy chắc chắn sẽ mang lại sản phẩm có chất lượng rất tốt. Thành thật mà nói, tiếng lành đồn xa, cũng đã có rất nhiều người nói về dự án cung cấp xe bus giữa THACO và chúng tôi. Tất cả những đối tác, những người làm cùng Volvo đã tận mắt chứng kiến công nghệ và quy mô mà THACO đầu tư vào xe bus để xuất khẩu qua Philippines.

Ông đánh giá thế nào về chất lượng, mẫu mã của xe bus THACO đang cung cấp cho phía ông?

Về nhà phân phối Volvo cũng như chúng tôi đều quan tâm chất lượng rồi mới đến giá cả. Và chúng tôi quyết định bắt tay với THACO cũng vì thỏa mãn những điều này. So với các đối tác khác thì THACO có chất lượng tốt, giá cả cạnh tranh và đặc biệt là khả năng sản xuất, thời gian sản xuất xe bus nhanh hơn bất kỳ đối tác nào trong ASEAN.

Từng là nhà sản xuất ô tô tại Philippines, tại sao ông lại quyết định chuyển mảng kinh doanh qua nhà phân phối rồi qua Việt Nam để chọn thương hiệu THACO?

Nhà máy của chúng tôi trước đây rất nhỏ và năng

suất chỉ khoảng 150 xe/năm nên không đủ đáp ứng nhu cầu trong nước. Đó là lý do tôi phải tìm kiếm đối tác khác để nhập xe bus về.

Đòi hỏi lớn nhất của thị trường Philippines là ở yếu tố nào đối với dòng xe bus?

Vấn đề lớn nhất là thuế suất nhập khẩu với ô tô về 0% giữa các nước trong khối ASEAN. Đây là động lực để chúng tôi tiếp cận THACO nhập khẩu xe bus. Bên cạnh đó, năng lực, công nghệ và kỹ năng của công nhân THACO đã giúp chúng tôi quyết định lựa chọn đơn vị này. Đặc biệt hơn nữa là thời gian sản xuất xe của THACO nhanh, rút ngắn thời gian đặt hàng.

Sau xe bus thì Auto Delta có hợp tác thêm với mẫu xe nào từ THACO không?

Philippines đang có xu hướng thay thế đội hình xe bus cũ đang sử dụng trong thời gian tới. Số lượng này dự kiến khoảng 400.000 xe. Tuy nhiên, ở Philippines hiện tại không có đơn vị nào có thể đáp ứng được sản lượng lớn như vậy. THACO là công ty tiềm năng cho việc này, mẫu xe lý tưởng là mini bus.

Thái Bá Dũng - Báo Tuổi Trẻ

Story 2

“QUALITY, PRICE... CONVINCED US”

On the sidelines of the car export handover ceremony on December 28, Mr. Roberto Torres - CEO of Auto Delta - the Philippines company which has imported THACO buses, gave us some insights.

Why did Auto Delta decide to choose THACO as a model bus supplier for the Philippines but not another brand?

As a bus distributor, Auto Delta is keen to increase bus sales in the Philippines. We have researched many markets, met many distributors looking for ASEAN partners to import buses to find importers of this vehicle into the country. In the process, we also persuaded Volvo to look for partners in the production of the buses. After numerous negotiations, Volvo and ourselves came to Vietnam to get to know THACO. When we arrived at THACO, we were very surprised by the modern equipment that this Vietnamese automaker is using.

I myself and Volvo appreciate this very much,

meaning modern technology equals to high-quality products. To be honest, there are many people talking about the bus project between THACO and us. All partners who have worked with Volvo have witnessed the technologies and scale THACO invests in buses to export to the Philippines.

What do you think about the quality and design of THACO buses provided to you?

Volvo as well as ourselves both take great care of the quality and then prices. And we decided to cooperate with THACO for this reason. Compared with other partners, THACO offers good-quality products with competitive prices and especially faster bus production than any partners in ASEAN.

Having been an auto manufacturer in the Philippines once, why did you decide to turn yourself into a distributor then choosing THACO to cooperate?

Our factory was very small and had a capacity of only 150 cars per year, failing to meet the domestic demands. That is why I have to find another bus exporting partner to meet the domestic demands.

What is the biggest requirement of the Philippines market for the buses?

The biggest problem is the zero bus import tax rate among ASEAN countries. This is what has prompted us to import THACO buses. In addition, THACO's capacity, technology and worker skills enforced our determination. Moreover, THACO's bus production is fast, shortening ordering time.

After this bus shipment, do you have any further cooperation plans with THACO?

The Philippines is tending to replace the existing buses in the near future. This number is expected to be about 400,000 vehicles. However, in the Philippines, there is no production units that can meet such large volumes. THACO is a potential candidate with the ideal model - THACO mini bus.

Thái Bá Dũng - Tuổi Trẻ Newspaper





Bài 3

“16 NĂM TRƯỚC, THACO ĐÃ NGHĨ ĐẾN XUẤT KHẨU”



Với việc sở hữu những nhà máy đạt đẳng cấp tiên tiến thế giới cùng đội ngũ hơn 600 kỹ sư chuyên nghiên cứu và thiết kế sản phẩm, THACO có thể làm được việc thiết kế những dòng xe theo yêu cầu của khách hàng.

Tuổi Trẻ đã có cuộc trò chuyện với ông Phạm Văn Tài – Tổng giám đốc Tập đoàn THACO, xung quanh việc lần đầu xuất khẩu thành công xe bus sang thị trường Philippines góp phần vẽ lại bản đồ ô tô Việt.

Thưa ông, từ bao giờ THACO nghĩ đến chiến lược xuất khẩu, có phải là khi thị trường trong nước có sự cạnh tranh khốc liệt?

Từ khi đặt chân đầu tư vào Chu Lai năm 2003, chúng tôi đã tính toán tới chuyện phải tìm được đầu ra Đông Nam Á một khi thuế suất nhập về 0%. Phải xuất khẩu ra thị trường 600 triệu dân này chứ không thể quanh quẩn trong nước được. Từ ngày đó, THACO đã thấy rằng muốn làm được vậy thì không những chỉ phát triển công nghiệp ô tô mà còn phải làm cả công nghiệp phụ trợ, tức sản xuất linh kiện phụ tùng và gia tăng tỷ lệ nội địa hóa.

Con đường đó phải đi rất dài, để lắp ráp với các sản phẩm ngoại nhập mà tiêu chuẩn phải tương đương nhau (tức tiêu chuẩn quốc tế). Chúng tôi xin khẳng định là từ năm 2003 đã nghĩ đến xuất khẩu rồi. Bởi quy mô, sản lượng trong công nghiệp ô tô đòi hỏi phải sản xuất ra số lượng rất lớn thì mới có nhiều lợi nhuận. Với thị trường trong nước thì khó lòng để chúng tôi đầu tư nội địa hóa. Muốn nội địa hóa thì cần phải làm sản lượng lớn, còn ô tô thì cần phải có đầu ra trước. Nguyên lý sản xuất kinh doanh ngày nay là vậy.

**Vậy thì thời điểm nào THACO quyết định chuyển hướng kinh doanh, tập trung đầu tư cho các dòng xe xuất khẩu?*

Chúng tôi đã từng bước tăng tỷ lệ nội địa hóa. Đến năm 2015, THACO đã khảo sát thị trường các nước Đông Nam Á, 15 chiếc xe đầu tiên qua Philippines không phải là chuyện của ngày hôm qua mà cách đây 2 năm chúng tôi đã đàm phán giao dịch với họ. Chúng tôi phải làm 2 chiếc xe mẫu xuất qua cho họ vào 5/2019, 6 tháng sau thì họ mới đặt hàng sau khi đã chạy thử, mang đến sự hài lòng cho khách hàng.

Khi đi “chinh phục” thị trường vốn đã được nhiều hãng xe lớn khai thác, THACO gặp những khó khăn gì?

Có một điều khá khôi hài là khi khách hàng Philippines chạy xe của chúng tôi nhưng lại không tin đó là xe sản xuất tại Việt Nam, nên họ cử nhiều đoàn sang nhà máy của chúng tôi tham quan để tận mắt chứng kiến những dây chuyền sản xuất hiện đại. Nhà máy Thaco Bus có dây chuyền thiết bị tự động, đặc biệt là dây chuyền sơn tĩnh điện có thể nhúng được xe với body có chiều dài đến 13,7 mét hiện đại nhất Đông Nam Á. Vì sao tôi nhắc đến dây chuyền này, bởi 13,7 mét là tiêu chuẩn của quốc tế, còn Việt Nam chỉ có 12m. Chúng tôi đã đầu tư trước để đón



đầu vì từ lâu chúng tôi đã nghĩ đến việc phải tham gia chuỗi giá trị toàn cầu.

Dầu cho chỉ xuất khẩu linh kiện, phụ tùng hay xe ô tô thành phẩm. Trong năm qua, 186 xe của THACO cùng 14,5 triệu USD phụ tùng là thành quả của việc chinh phục quốc tế.

Để tiếp tục tăng sức cạnh tranh, thời gian tới THACO sẽ đưa ra những chiến lược gì?

Chúng tôi đầu tư nâng cấp liên tục các nhà máy theo hướng tự động hóa, tức hạn chế phụ thuộc vào con người để đảm bảo chất lượng. Quản trị theo hướng số hóa, sản xuất theo nhu cầu riêng biệt của khách hàng một cách nhanh nhất. Hai yếu tố này chính là tinh thần của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0 mà THACO đã làm.

Trên thực tế, có những nhà máy sản xuất ô tô của chúng tôi đã đạt tiêu chuẩn quốc tế. Ví dụ như nhà máy Mazda, họ có mang sản phẩm lắp ráp từ nhà máy ở Hiroshima (Nhật Bản) sang so sánh thì thấy rằng chất lượng tương đồng. Hay như Philippines lâu nay chỉ nhận xe đến từ Châu Âu, Nhật Bản thì nay họ đã nhận xe bus của chúng tôi.

THACO cũng đầu tư nghiên cứu và thiết kế sản phẩm với hơn 600 kỹ sư chỉ làm công việc thiết kế theo yêu cầu của khách hàng.

Nghành sản xuất ô tô của chúng ta còn ít tên tuổi, THACO đã làm gì để gây dựng lòng tin khi đưa sản phẩm đi giới thiệu?

Họ không tin chúng ta làm được nên phải mời họ qua để giới thiệu. Thứ hai là mang sản phẩm qua để họ kiểm tra, chứng minh rằng chúng ta không thua kém. Thứ ba là vượt qua đăng ký, đăng kiểm ở các quốc gia sở tại. Chúng tôi xuất khẩu theo yêu cầu của khách hàng, trong ngoài nước đặt loại xe gì chúng tôi cũng làm được. Từ xe bus, xe tải, xe con, xe chuyên dụng chúng tôi đều làm được. Chúng tôi đã bỏ ra sự đầu tư lớn thì phải sản xuất với số lượng lớn để giảm giá thành và cạnh tranh hiệu quả. Năm 2019 là bước đệm bởi chúng tôi tập trung vào quảng bá giới thiệu để chuẩn bị cho cuộc “đổ bộ” ra nước ngoài vào năm 2020.

Thái Bá Dũng – Trường Trung (Báo Tuổi Trẻ)

Story 3

“16 YEARS AGO, THACO STARTED TO THINK OF EXPORT”

Owning the world-class advanced factories and a team of more than 600 engineers specializing in product research and design, THACO can satisfy customized product design.

Tuoi Tre had a conversation with Mr. Pham Van Tai - CEO of THACO Group, about the successful export of buses to the Philippines market for the first time, contributing to redrawing the Vietnamese auto map.

When did THACO think of export strategy, was it when fierce competitions emerged in the domestic market.

Since our investment in Chu Lai in 2003, we have calculated that we must find the output of Southeast Asia once the tax rate is 0%. We need to export vehicles to this market of 600 million people, not stopping in Vietnam. From that day on, THACO realized that in order to do so, we would not only develop the automotive industry but also the supporting industries to produce spare parts and increase the localization rate.

It takes a very long way to assemble the vehicle with imported products with equivalent standards (i.e. international standards). We would like to affirm that since 2003 we have thought about exporting as the automobile industry requires big scale and large quantities in production to be profitable. With the domestic market, it is difficult for us to invest in localization as it needs to make a large output. Meanwhile, automobile industry needs to have output first. That is the principle of production and business nowadays.

So, when did THACO decide to change its business direction and focus on investing in exporting vehicles?

We have gradually increased the localization rate. By 2015, THACO surveyed the markets of Southeast Asian countries. The first 15 buses exported to the Philippines were not yesterday's story but two years ago, when we made a deal with them. We have to export 2 model buses in May 2019. After 6 months, they made an order after they have tested

the buses quality and customer satisfaction.

“Conquering” the market that has been exploited by many big car companies, what are the difficulties that THACO has faced?

It is quite funny that when Filipino customers have used our buses but do not believe it was made in Vietnam. They have sent people to our factory to witness the production chains. Bus Thaco Plant has an automatic equipment line, especially a powder coating line that can dip a 13.7-meter bus body, one of the most modern in Southeast Asia. Why do I mention this? Because 13.7 meters is the international standard, while it is only 12 meters in Vietnam. We have invested in advance as we have long prepared for joining the global value chain.

Although we have only exported automobile components, spare parts or finished vehicles, in the past year, 186 vehicles and USD14.5 million spare parts were our achievement at the international markets.

To further increase the competitiveness, what are the strategies THACO will implement?

We continue to upgrade factories in the direction of automation, that is, limited dependence on human labor to ensure quality, administration in the direction of digitalization, customized production as quickly as possible. These two factors are the spirit of the 4.0 industrial revolution that THACO has done.

In fact, our automobile factories are able to meet international standards. For example, regarding THACO's Mazda Plant, Japanese people have brought cars assembled from the factory in Hiroshima (Japan) to compare with ours and found that the quality was the same. Or in the case of the Philippines who only accepted vehicles from Europe and Japan in the past now accept our buses.

THACO also invests in researching and designing products with more than 600 engineers who are in charge of customized design.

Vietnam's car manufacturing industry is still small, what has THACO done to gain partners' trust by introducing your products?

They didn't believe we could do it, so they had to invite them over to introduce our products. The second thing is to bring our products over for them to check, proving that we are not of inferior quality. The third is to pass the registration and registry in the importing countries. We export customized vehicles which are within our capacity from buses, trucks, cars, to specialized vehicles. We have invested a lot of money to reduce costs and gain better competitiveness. 2019 was a stepping stone as we focused on promoting the product introduction to prepare for the “landing” abroad in 2020.

Thai Ba Dung - Truong Trung (Tuoi Tre Newspaper)









Chiến lược của THACO

“THACO làm nông nghiệp” là một câu chuyện dài. Ngược thời gian về năm 2016, trong một hội thảo, Chủ tịch HĐQT THACO ông Trần Bá Dương có chia sẻ về mối lương duyên với nông nghiệp. Theo đó, với mong muốn đưa nền nông nghiệp nước nhà phát triển vượt bậc hơn nữa, THACO đã nhận được sự ủng hộ khi quyết định đầu tư hàng ngàn tỷ đồng vào các dự án nông nghiệp công nghệ cao.

Năm 2017, THACO bước đầu hiện thực hóa con đường phát triển nông nghiệp, với bước đi đầu tiên là kết nối cùng Công ty chuyên sản xuất lúa gạo Lộc Trời. Ngày 8/4/2017 tại Hội nghị đầu tư và phát triển nông nghiệp nông thôn Thái Bình, THACO – Lộc Trời đã ký bản ghi nhớ đầu tư nông nghiệp với UBND tỉnh. Đồng thời, dự án Công nghiệp hóa nông nghiệp và vận hành chuỗi khép kín sản xuất, thu hoạch, chế biến, vận chuyển, phân phối được khởi động. Đi kèm là các hạng mục quy mô lớn với tổng mức đầu tư khoảng 7.800 tỷ đồng là xây dựng khu công nghiệp chuyên nông nghiệp (diện tích khoảng 310 ha); xây dựng cảng và hệ thống vận chuyển chuyên dụng bằng đường thủy; xây dựng hệ thống nông trường (cánh đồng mẫu lớn) diện tích giai đoạn 1 khoảng 340 ha.

Chưa dừng lại ở đó, cũng trong năm 2017, THACO tiếp tục bắt tay với LS Mtron, một tập đoàn Hàn Quốc mạnh về sản xuất máy móc phục vụ nông nghiệp. Thỏa thuận đạt được tạo điều kiện cho THACO tiếp nhận chuyển giao công nghệ từ LS Mtron nhằm xây dựng nhà máy sản xuất máy móc, thiết bị canh tác các loại... sử dụng trong nông nghiệp với tỷ lệ nội địa hoá 50% và phân phối độc quyền tại Việt Nam mang thương hiệu THACO.

Giai đoạn sau năm 2018, THACO xác định chiến lược phát triển là trở thành “Tập đoàn công nghiệp đa ngành của Việt Nam mamg tầm khu vực ASEAN”. Bên cạnh ô tô và cơ khí là chủ lực, nông nghiệp đã chính thức là một phần trong chiến lược phát triển mới của THACO. Tập đoàn nhấn mạnh tính chất “cơ giới hóa tất cả các khâu trong chuỗi giá trị sản xuất nông nghiệp: từ canh tác đến thu hoạch, vận chuyển, lưu kho, chế biến và phân phối”, nghĩa là THACO quyết tâm phát triển nông nghiệp công nghệ cao.

Ngày 21/2/2018, nhà máy sản xuất nông nghiệp quy mô lớn nhất nước được khánh thành tại KCN Thaco Chu Lai (Quảng Nam). Công trình nằm trên diện tích 12.500m2 với tổng vốn đầu tư 500 tỷ đồng. Ở giai đoạn đầu, nhà máy đạt công suất 2.000 máy kéo/năm, 3.000 bộ thiết bị canh tác và 1.000 máy gặt đập liên hợp. Thị trường trọng điểm xuất khẩu

trong tương lai là Lào, Campuchia, Philippines, Myanmar, Indonesia và các thị trường trong hệ thống kinh doanh của đối tác LS Mtron (Hàn Quốc).

Hợp tác chiến lược với Hoàng Anh Gia Lai

Tháng 8/2018, THACO tiếp tục quá trình mở rộng lĩnh vực sản xuất nông nghiệp bằng việc kết hợp với Hoàng Anh Gia Lai. Ở thời điểm đó, dư luận phần lớn nhận định mối lương duyên này chỉ ở khía cạnh giúp đỡ Hoàng Anh Gia Lai vượt qua khó khăn về tài chính. Trên thực tế, theo nhiều chuyên gia kinh tế, chính sự kết hợp này đã mở ra cho THACO 2 cơ hội lớn: thuận lợi mở rộng lĩnh vực sản xuất qua nông nghiệp đồng thời tăng sự hiện diện của mình ở thị trường nước ngoài. Ngày 8/8/2018, lễ ký kết hợp tác chiến lược giữa hai bên đã diễn ra. Sau đó, THACO đã ứng vốn trên 10.500 tỉ đồng giúp Hoàng Anh Gia Lai Agricor thuộc HAGL tái cơ cấu nợ và chuyển đổi một phần diện tích cây cao su, cọ dầu sang trồng cây ăn trái; quy hoạch nông trường và ứng dụng giải pháp cơ giới hóa đồng bộ.

Về phía mình, THACO tiếp tục nâng cao hệ thống cơ sở vật chất phục vụ nông nghiệp. Ngày 18/3/2019, THACO thành lập Công ty Cổ phần Sản xuất, Chế biến và Phân phối Nông nghiệp THADI chuyên thực hiện đầu tư sản xuất kinh doanh trong lĩnh vực nông – lâm nghiệp bao gồm: nghiên cứu phát triển nông nghiệp; nông trường mẫu và khu chăn nuôi mẫu thực nghiệm, sản xuất vật tư nông nghiệp hữu cơ, sinh học; nhà máy chế biến trái cây; phân phối xuất khẩu trái cây cao cấp cho các thị trường nước ngoài. Ngày 24/3/2019, THACO khởi công xây dựng Khu công nghiệp Nông Lâm Nghiệp rộng 451 ha, tổng vốn đầu tư cho hạ tầng là 8.118 tỉ đồng. Trong số đó bao gồm nhà máy chế biến trái cây có công suất thiết kế 500.000 tấn/năm, tổng mức đầu tư trên 2.400 tỷ đồng; đưa vào hoạt động giai đoạn 1 từ tháng 6 năm 2020 với công suất 200.000 tấn/năm.

Ngoài nhà máy chế biến, KCN Nông Lâm Nghiệp còn có trung tâm nghiên cứu về giống, vật tư nông nghiệp, công nghệ sinh học, hữu cơ và kỹ thuật canh tác, chăm sóc, thu hoạch, bảo quản và chế biến. Các nông trường mẫu thực nghiệm sản xuất theo hướng công nghiệp, áp dụng cơ giới hóa và quản trị số hóa trên tinh thần cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ 4 cho các loại cây ăn trái như: bưởi, mít, xoài và cây lâm nghiệp có giá trị cao phù hợp thổ nhưỡng và khí hậu khu vực miền Trung. Bên cạnh đó là các khu chăn nuôi thực nghiệm; sản xuất vật tư nông nghiệp hữu cơ; khu kho lạnh tập trung chuyên dụng cho trái cây; nhà máy chế biến trái cây các loại để bao tiêu sản phẩm... Hệ thống cơ sở vật chất này được tư vấn, thiết kế, hỗ trợ bởi những tên tuổi lớn trong lĩnh



vực thiết bị sản xuất chế biến nông nghiệp như Tập đoàn Rieckermann, tập đoàn GEA của Đức, công ty Bertuzzi của Ý và Trung tâm ứng dụng ngành thực phẩm khu vực châu Á - Thái Bình Dương.

Cũng trong ngày 24/3/2019, lô hàng trái cây đầu tiên của THADI đã được xuất khẩu đi thị trường quốc tế với sự chứng kiến của Thủ tướng Chính phủ và Ban lãnh đạo THACO: 30 container chuối được xuất khẩu từ cảng Chu Lai sang Thanh Đảo (Trung Quốc) với giá trị hơn nửa triệu USD. Đây là những kết quả đầu tiên THACO gặt hái được trên đường đưa mang tên nông nghiệp, tất cả góp phần cho sự phát triển nền nông nghiệp Việt Nam theo hướng hiện đại hóa, công nghệ cao.

THACO tiếp tục thực hiện các công việc trong thời gian tới như sau:

Tổ chức sản xuất nông nghiệp với quy mô lớn, chuyên biệt theo nhóm cây trồng, kết hợp nhiều loại cây và chăn nuôi hình thành hệ sinh thái hữu cơ, đảm bảo sản phẩm sạch và có chất lượng, năng suất cao, đồng thời các phẩm đầu ra là đầu vào của nhau trong chuỗi giá trị để đảm bảo hiệu quả cao nhất.

Đầu tư xây dựng Trung tâm thực nghiệm cây ăn trái, nghiên cứu phát triển giống cây trồng, công nghệ và kỹ thuật canh tác để chuyển giao cho nông dân và bao tiêu sản phẩm nhằm phát triển vùng trồng cây ăn trái tại các tỉnh miền Trung và Tây Nguyên tiến đến các tỉnh Đông Nam bộ.

Đầu tư sản xuất chế biến từ trái cây tươi với các sản phẩm là bột trái cây và nước cô đặc, đồng thời mời gọi các nhà đầu tư chế biến các sản phẩm bánh, kem, nước trái cây các loại... nhằm hình thành mô hình sản xuất tích hợp với giá rẻ nhất và các loại sản phẩm đa dạng phong phú nhất, đảm bảo năng lực cạnh tranh trong bối cảnh hội nhập.

Phát triển nguồn nhân lực nông nghiệp cho toàn bộ các khâu trong chuỗi giá trị như: kỹ thuật và trồng trọt, chăm sóc, cơ giới hóa, sản xuất chế biến... theo phương thức hợp tác với các đối tác có kinh nghiệm trên thế giới để chuyển giao công nghệ và cử chuyên gia qua làm việc, đồng thời hợp tác với các trường đại học, trường cao đẳng để gia tăng đào tạo và tuyển dụng kỹ sư, cán bộ kỹ thuật; liên kết đào tạo công nhân nông nghiệp có tư duy, kiến thức tác phong công nghiệp nhằm đáp ứng từng bước nhu cầu sản xuất của THACO và cho ngành nông nghiệp Việt Nam.

Đình Ngọc – Nhật Minh

THACO DEVELOPS SUSTAINABLE AGRICULTURE

THACO has always been known as the leading automobile business in Vietnam for many years. However, with the development strategy that makes THACO a multi-industry group, apart from automobiles and mechanical engineering, the group has chosen hi-tech agriculture for investment and development. This is one of the strategic decisions that greatly affects the Vietnamese economy.

From the beginning of this project, the phrase “THACO develops agriculture” has gradually become familiar. Currently, the system of facilities, brand identity, human resources for developing high-tech agriculture is coming into realization.



THACO's strategy

“THACO develops agriculture” is a long story. Back in 2016, in a conference, THACO's Chairman Tran Ba Duong shared the company's relationship with agriculture. Accordingly, with the desire to bring the country's agriculture to a new height, THACO has received support when it decided to invest thousands of billion VND in high-tech agricultural projects.

In 2017, THACO implemented its agricultural development, in which the first step was the cooperation with Loc Troi rice production company. On April 8, 2017 at Thai Binh Rural Investment and Development Conference, THACO and Loc Troi signed an agricultural investment memorandum with Thai Binh Provincial People's Committee. At the same time, the Project of Industrialization of Agriculture and operation of an enclosed chain of production, harvesting, processing, transportation and distribution was launched. Accompanying the project were large-scale items with a total investment of about VND7,800 billion, building industrial parks specializing in agriculture (on an area of about 310 hectares), building ports and specialized transportation systems by waterway, construction of a farm system (large sample fields) in phase 1, about 340 ha.

Not stopping there, also in 2017, THACO continued to shake hands with LS Mtron, a strong Korean corporation in manufacturing machinery for agriculture. The reached agreement facilitated THACO to receive technology transfer from the Korean company in order to build a factory producing farming machines and equipment of all kinds ... used in agriculture with a localization rate of 50% and distributed in Vietnam by THACO.

After 2018, THACO has determined its development strategy to become “Vietnam's multi-industry group at the ASEAN level”. In addition to automobiles and mechanics, agriculture is formally a part of THACO's new development strategy. The Group emphasizes the nature of “mechanizing all stages of the agricultural production value chain: from farming to harvesting, transportation, storage, processing and distribution”, a.k.a THACO is determined to develop hi-tech agriculture.

On February 21, 2018, the largest agricultural factory in the country was inaugurated in Thaco Chu Lai Industrial Park (Quang Nam Province). The project is located on an area of 12,500m2 with a total investment of VND500 billion. In the first phase, the plant has a capacity of 2,000 tractors / year, 3,000 sets

of farming equipment and 1,000 combine harvesters. Its key export markets in the future are Laos, Cambodia, Philippines, Myanmar, Indonesia and markets in the trading system of LS Mtron (Korea).

Strategic cooperation with Hoang Anh Gia Lai

In August 2018, THACO continued the process of expanding its agricultural production sector by combining with Hoang Anh Gia Lai. At that time, most public opinion stated that this predestined relationship was only to help Hoang Anh Gia Lai overcome its financial difficulties. In fact, according to economic experts, it is this combination that has opened two great opportunities for THACO: facilitating the expansion of agriculture production and increasing its presence in foreign markets. On August 8, 2018, the signing ceremony of strategic cooperation between the two parties took place. After that, THACO advanced over VND10,500 billion to help Hoang Anh Gia Lai Agrico of HAGL restructure the debt and convert part of the area of rubber and oil palm trees into fruit trees, farm planning and application of synchronized mechanization solutions.

For its part, THACO continued to improve its facilities system for agriculture. On March 18, 2019, THACO established THADI Agricultural Production, Processing and Distribution Corporation, specializing in investment, production and business in agriculture - forestry including: agricultural development research, model farms and experimental farms, production of organic and biological agricultural materials, fruit processing plants, exporting and distributing high-quality fruits to foreign markets. On March 24, 2019, THACO started the construction of the 451-hectare Agriculture and Forestry Industrial Park, with a total investment of VND8,118 billion for infrastructure. The park includes a fruit processing factory with a designed capacity of 500,000 tons / year, total investment of over VND2,400 billion, which will be put into operation in phase 1 from June 2020 with a capacity of 200,000 tons / year.

In addition to the processing plant, the Agriculture and Forestry Industrial Park also has an R&D center for seeds, agricultural supplies, biotechnology, organic agriculture and cultivation, tending, harvesting, preserving and processing techniques. The experimental farms with industrial production, mechanization and 4.0 digital management for fruit trees such as grapefruit, jackfruit, mango and high-value forest trees suitable for the condition in the Central region. Besides, there are experimental area for breeding, production of organic agricultural materials, specialized cold storage area for fruits,



fruit processing plants of all kinds to cover products. This system of facilities is consulted, designed and supported by big brands in agricultural processing equipment such as Tap. Rieckermann Group, GEA Group of Germany, Bertuzzi Company of Italy and Application Center for Food Industry in Asia - Pacific.

Also on March 24, 2019, THADI's first batch of fruit was exported to the international market with the witness of the Prime Minister and THACO's Board of Directors: 30 containers of bananas were exported from Chu Lai port to Qingdao (China) for more than half a million dollars. These were the first results that THACO has achieved in agriculture, contributing to the development of Vietnam's agriculture in the direction of modernization and high technology.

THACO continues to perform the following tasks:

Organizing agricultural production on a large scale, according to specialized crop groups, combining crops and livestock to form an organic ecosystem, ensuring clean and quality products, high productivity, and outputs of one stage are inputs of the other in the value chain to ensure the highest efficiency.

Investing in building a center for experiment of fruit trees, research and develop plant varieties, technologies and cultivation techniques to transfer to farmers and product consumption in order to develop fruit tree growing areas in Central Vietnam and Central Highlands towards the Southeast provinces.

Investing in producing and processing from fresh fruits to products of fruit pulp and concentrated water, and inviting investors to process fruit cakes, ice cream, juices, etc. to form the production model integrated with the cheapest price and the most diverse types of products, ensuring competitiveness in the context of integration.

Developing agricultural human resources for all stages of the value chain such as engineering and cultivation, care, mechanization, production and processing ... in the form of cooperation with global experienced partners to transfer technology and send experts to work, at the same time cooperate with universities and colleges to increase training and recruiting engineers and technical staff; training agricultural workers with suitable mindset, knowledge to gradually meet the production needs of THACO and the agricultural sector of Vietnam.

Dinh Ngoc - Nhat Minh

THACO PHÁT TRIỂN CƠ KHÍ TẠO RA GIÁ TRỊ CỘNG HƯỞNG VÀ NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH

Từ chỗ chỉ tập trung sản xuất linh kiện cơ khí ô tô, THACO đã phát triển cơ khí trở thành ngành nghề sản xuất kinh doanh chính, để cùng với ô tô đóng vai trò chủ lực và cùng với các ngành nghề khác bổ trợ lẫn nhau, tạo ra giá trị cộng hưởng, nâng cao năng lực cạnh tranh.



Phát triển cơ khí thành một trong những ngành nghề sản xuất kinh doanh chính của THACO

Tổng giám đốc THACO ông Phạm Văn Tài cho biết, mở rộng sản xuất cơ khí là chiến lược phù hợp với chính sách phát triển công nghiệp hỗ trợ của Chính phủ. Trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa, cơ khí luôn được định hướng giữ vai trò chủ đạo và là ngành công nghiệp nền tảng, có ý nghĩa chiến lược đối với sự phát triển nhanh, bền vững, nâng cao tính độc lập, tự chủ; đảm bảo khả năng tham gia sâu vào chuỗi giá trị sản xuất công nghiệp thế giới (theo Quyết định 319/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Chiến lược phát triển ngành cơ khí Việt Nam đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035). Đối với THACO, việc phát triển công nghiệp hỗ trợ trên nền tảng cơ

khí chế tạo là mục tiêu chiến lược nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh; tăng thu hút đầu tư trực tiếp từ nước ngoài; đẩy mạnh việc nghiên cứu, chuyển giao công nghệ; tạo tiền đề để phát triển các lĩnh vực kinh tế khác; qua đó, thực hiện chiến lược nội địa hóa, tham gia sâu và có hiệu quả vào chuỗi giá trị toàn cầu. Đây cũng là bước đi cụ thể trong lộ trình thực hiện chiến lược phát triển đa ngành của THACO.

Từ năm 2018, THACO đã đề ra tầm nhìn là trở thành Tập đoàn công nghiệp đa ngành hàng đầu khu vực ASEAN, góp phần phát triển kinh tế đất nước với 5 lĩnh vực cũng là các ngành kinh tế chiến lược của Việt Nam, đó là: Ô tô và Cơ khí; Nông - Lâm nghiệp; Đầu tư hạ tầng giao thông, khu công nghiệp và đô thị; Thương mại; Logistics. Việc mở rộng sản xuất kinh

doanh sang các ngành nghề mới như nông nghiệp, xây dựng đòi hỏi phải có sự hỗ trợ của lĩnh vực cơ khí chế tạo để sản xuất các thiết bị canh tác, bộ nông cụ, thiết bị chế biến, phương tiện vận chuyển chuyên dụng cho nông nghiệp hay sản xuất nhà thép tiền chế, cầu kiện cơ khí trong xây dựng. Mặt khác, thực tế thị trường hiện nay cho thấy ngành cơ khí Việt Nam trong những năm qua mặc dù có những bước phát triển nhất định nhưng vẫn chưa đáp ứng được yêu cầu thị trường. Hiện nay, nhu cầu về sản phẩm cơ khí, nhất là nhóm sản phẩm phục vụ sản xuất nông nghiệp là rất lớn, đặc biệt là các máy nông cụ như máy gặt, máy cày, máy bừa, máy chế biến nông sản, máy sấy, nghiền,... Việc phát triển thêm các lĩnh vực cơ khí sẽ đáp ứng nhu cầu cấp thiết của thị trường, đa dạng hóa các chủng loại sản phẩm theo yêu cầu riêng biệt của khách hàng.



Đầu tư vào phát triển cơ khí, THACO đã tận dụng hạ tầng công nghệ sẵn có về cơ khí ô tô để tạo ra các sản phẩm cơ khí liên quan, từ đó từng bước hoàn thiện chuỗi giá trị từ nghiên cứu, phát triển sản phẩm đến sản xuất, phân phối và cung ứng. Sau 16 năm đầu tư tại Chu Lai, THACO đã hình thành Tổ hợp sản xuất và gia công cơ khí phục vụ sản xuất ô tô và linh kiện phụ tùng, đồng thời thực hiện gia công cho các khách hàng như Doosan Vina, General Electric (GE), Makitech (Nhật Bản), Agata, Three Stars và các công ty đến đầu tư tại miền Trung. Tổng giá trị THACO gia công cho các doanh nghiệp này trong năm 2018 đạt gần 400 tỷ đồng. Với định hướng phát triển triển Tổ hợp Cơ khí trở thành Trung tâm Cơ khí miền Trung, thời gian tới, Tổ hợp Cơ khí tiếp tục khảo sát nhu cầu của khách hàng, doanh nghiệp cơ khí tại miền Trung để đầu tư thiết bị, công nghệ phù hợp, đáp ứng đa dạng sản phẩm của khách hàng theo đúng tiêu chuẩn thiết kế với chất lượng cao và giá thành hợp lý nhất.

Đầu tư mở rộng sản xuất, liên doanh liên kết, từng bước hoàn thiện chuỗi giá trị

Dựa trên các nền tảng về công nghệ, thiết bị, kinh nghiệm sản xuất và kinh nghiệm quản trị cơ khí và ô tô, từ năm 2018, THACO đã mở rộng sản xuất từ cơ khí cho ô tô sang cơ khí phục vụ các lĩnh vực khác gồm: cơ khí nông lâm nghiệp, cơ khí xây dựng và cơ khí thiết bị công nghiệp với hàng loạt sản phẩm mới như: máy nông nghiệp; bộ thiết bị nông cụ (thiết bị làm đất, trồng, chăm sóc, thu hoạch); thiết bị chuyên dụng (thiết bị vận chuyển trên nông trường, thiết bị nhổ cây); dịch vụ cơ giới nông nghiệp và vận chuyển; dịch vụ bảo trì, sửa chữa thiết bị sản xuất; nhà thép tiền chế, cầu kiện cơ khí trong xây dựng và các công trình giao thông, hệ thống MEP (hệ thống thông gió và điều hòa không khí, hệ thống điện, cấp thoát nước,

thiết bị vệ sinh); các thiết bị công nghiệp (đồ gá, băng chuyền, xe tự hành...); gia công cơ khí; dịch vụ tháo kiện; đóng gói; tái chế phế liệu.

Để thực hiện chiến lược mở rộng sản xuất cơ khí, bên cạnh các nhà máy, công ty hiện hữu là Tổ hợp Cơ khí, Nhà máy Gia công thép, Nhà máy sản xuất Khuôn, Công ty Cơ điện, Công ty Máy nông nghiệp, THACO thành lập mới các công ty: Cơ khí nông - lâm nghiệp, Thiết bị công nghiệp thông qua hình thức liên doanh, liên kết với các đối tác có kinh nghiệm, năng lực để hợp tác sản xuất kinh doanh, nhận chuyển giao công nghệ, mua các sáng chế của nông dân và các tổ chức, doanh nghiệp để phát triển sản phẩm. Các công ty có chức năng thực hiện hoạt động nghiên cứu và phát triển sản phẩm, mở rộng thị trường và phát triển khách hàng, lắp đặt và bảo trì sản phẩm cơ khí nông - lâm nghiệp, cơ khí xây dựng, thiết bị công nghiệp. Tháng 3/2019, THACO đã khởi công 2 dự án: KCN Nông -

SẢN PHẨM



Lâm nghiệp và KCN Cơ khí & Ô tô mở rộng. Đây được xem là sự đầu tư chiến lược để phát triển các ngành cơ khí xây dựng, cơ khí nông nghiệp, thu hút mọi gọi đầu tư phát triển công nghiệp hỗ trợ nhằm cung cấp các linh kiện tại chỗ, gia tăng tỷ lệ nội địa hóa và giảm giá thành sản phẩm.

Liên doanh, liên kết là giải pháp chiến lược của THACO để mở rộng sang các lĩnh vực cơ khí mới. Cụ thể, trong lĩnh vực cơ khí nông - lâm nghiệp, THACO đẩy mạnh hợp tác với các doanh nghiệp nông lâm nghiệp, cung cấp các giải pháp cơ giới đồng bộ cho cây ăn trái và cây công nghiệp. Trong cơ khí xây dựng, Tập đoàn sẽ liên doanh, liên kết với các doanh nghiệp, nhà thầu có uy tín để mở rộng thị trường kinh doanh sản phẩm cơ khí xây dựng và cơ khí công trình giao thông. Đối với cơ khí thiết bị công nghiệp, sẽ hợp tác với các đối tác để cung cấp giải pháp và thiết bị công nghiệp cho các ngành nghề: ô tô, xe máy, chế biến nông lâm sản, thương mại - dịch vụ.

Đặc biệt về cơ khí nông - lâm nghiệp, THACO đã có cách làm khác biệt hướng đến việc tạo ra những giá trị mới cho nông nghiệp thông qua phương thức quản lý công nghiệp. Mục tiêu đặt ra là từng bước làm chủ công nghệ, tạo ra các sản phẩm có chất lượng, phù hợp với địa hình và điều kiện canh tác từng vùng miền. Hiện nay, THACO đang cung cấp các giải pháp về cơ giới hóa nông nghiệp cho các nông trường của tập đoàn Hoàng Anh Gia Lai tại Lào và Campuchia. Đồng thời, mở rộng hợp tác với các đối tác để sản xuất kinh doanh máy và thiết bị nông nghiệp; nghiên cứu và phát triển đa dạng các sản phẩm máy và thiết bị phục vụ các khâu canh tác, chăm sóc, thu hoạch lúa, cây ăn

trái, cao su và cung cấp các dịch vụ cơ giới khác.

Để phát triển cơ khí phục vụ các ngành nghề mới, hoạt động nghiên cứu, phát triển sản phẩm được chú trọng với việc thành lập Trung tâm thử nghiệm; Trung tâm Thiết kế kỹ thuật và dây chuyền công nghệ sản xuất tại Chu Lai. Đồng thời, THACO tuyển dụng chuyên gia trong và ngoài nước, kỹ sư có năng lực và kinh nghiệm về cơ khí để nâng cao năng lực thiết kế; đưa kỹ sư qua các nông trường tại Campuchia và Lào để trực tiếp nghiên cứu các giải pháp cơ giới hóa đồng bộ cho cây ăn trái và cây công nghiệp; liên kết với các đối tác có kinh nghiệm về thiết kế hệ thống điều khiển để chuyển giao công nghệ; hoàn thiện các giải pháp thiết bị công nghiệp cho ô tô để triển khai cho các ngành nghề khác như chế biến nông lâm sản và thương mại dịch vụ.

Theo chiến lược phát triển ngành cơ khí Việt Nam đến năm 2025, tầm nhìn đến năm 2035, trọng tâm phát triển là cơ khí phục vụ sản xuất nông nghiệp, ô tô, thiết bị công nghiệp, thiết bị điện và công nghiệp hỗ trợ. Với việc mở rộng và phát triển cơ khí thành một ngành chủ lực, trong đó tập trung vào cơ khí nông - lâm nghiệp, cơ khí xây dựng và cơ khí thiết bị công nghiệp, THACO đã có hướng đi phù hợp với chiến lược phát triển của Chính phủ, góp phần phát triển ngành cơ khí của đất nước, đồng thời từng bước tạo ra hệ sinh thái công nghiệp đa ngành với các lĩnh vực phát triển bổ trợ cho nhau, mang tính tích hợp để nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển bền vững.

Như Thảo

THACO's MECHANICAL ENGINEERING CREATING SYNERGY VALUES AND IMPROVING COMPETITIVENESS

From focusing on manufacturing automotive mechanical parts, THACO has elevated mechanical engineering into its main business in addition to automobiles at its core. Together with other businesses which support each other, the two core businesses will create synergy values and improve the company's competitiveness.



Developing mechanical engineering into one of THACO's main business sectors

THACO CEO Pham Van Tai has noted that expanding mechanical engineering strategy goes in line with the State's support industry development policies. In industrialization and modernization, mechanical engineering is oriented to act as the core and foundation industry which holds a strategic meaning to fast and sustainable development, enhances autonomy, and ensures the participation in the global industrial production value chain (as per Decision No. 39 of the Government approving Vietnam's mechanical development strategy

towards 2025, vision to 2035).

For THACO, promoting support industries based on mechanical engineering is strategic to boost competitiveness, direct foreign investments, research and transfer of new technologies, and other business sectors' development, thus implementing the strategies of localization and efficient participation in the global value chain. This is a concrete step in THACO's multi-industry strategy.

Since 2018, THACO has envisioned to become a leading multi-industry group in ASEAN with substantial



contributions to Vietnam's economic development. The group engages in 5 strategic business sectors in Vietnam, including Automotive and Mechanical Engineering, Agriculture - Forestry, Investment in transport infrastructure, industrial parks, and urban areas, Commerce, Logistics.

Expansion into new areas as agriculture and construction requires the support from mechanical engineering in manufacture farming equipment, processing machines, agricultural transportation means, pre-engineered buildings, and mechanical components in construction. On the other hand, it has been reported that although Vietnam's mechanical engineering witnessed some particular growth, the sector has not been able to meet the market demands. At present, the demands for mechanical products, especially agricultural machines, such as harvest machines, plough machines, agricultural process machines, dryers, grinding machines. Further development of mechanical engineering will potentially meet the requirements from the market, diversify customized products.

To develop the sector, THACO makes use of its technology infrastructure in automotive engineering to produce related products, gradually completing the value chain from product research & development to production, distribution. After 16 years of investments in Chu Lai, THACO has formed a Mechanical Zone which specializes in producing cars and car parts, and other products for external customers Doosan Vina, General Electric (GE), Makitech (Japan), Agata, Three Stars and others in Central Vietnam. THACO earned a revenue of nearly VND400 billion from these customers. This Mechanical Zone is oriented to become the Central

Mechanical Center. In the coming time, In the coming time, the Mechanical Zone continues to survey the customer demands in the central region to further invest in suitable machinery and technology, providing diverse products in line with standard design, high quality, and reasonable prices.

Investments in production expansion, cooperation and partnerships, completing the value chain

Based on the foundation in technologies, equipment, production experience and automotive management expertise, since 2018, THACO has applied mechanical engineering into other areas: agricultural - forestry engineering, construction engineering, and industrial equipment engineering with different types of products - agricultural machines, farming tools (soil tools, planting tools, plant caring tools, harvest tools), specialized equipment (transport equipment in farms, plant picking tools), agricultural engineering and transport service, manufacturing equipment maintenance and repair service, MEP system (air vents and air conditioning, electricity, sewages, sanitary systems), industrial equipment (jig, conveyors, automatic guided vehicles), mechanical engineering, component dismantling service, packaging, and scrap recycling.

In order to expand mechanical engineering, apart from the mechanical zone, Steel Factory, Mould Factory, Mechatronics Company, Agricultural Machine Company, THACO has just established the Mechanical & Agriculture Engineering Company, Industrial Equipment Company via cooperation and partnerships with experienced and competent enterprises to enhance business, technology transfer, or to acquire patents from

SẢN PHẨM



farmers and organizations for product development. The companies specialize in product R&D, market expansion and customer development, installation and maintenance of agriculture-forestry, construction engineering products, and industrial equipment. In March 2019, THACO started 2 projects: Agriculture-Forestry Industrial Park and expanded Mechanical & Automotive Industrial Park. These projects can be considered to be a strategic investment to develop construction engineering, agricultural engineering which attracts further investments into support industries which produce components, improve the localization rates, and reduce product costs.

Cooperation and partnerships act as THACO's strategic solutions in expanding new mechanical businesses. Specifically, in agriculture and forestry, THACO enforces its cooperation with other enterprises in the same sector in providing mechanized solutions for fruit trees and industrial trees. Meanwhile, the group will also develop its ties with construction enterprises to widen its market for construction engineering and traffic engineering. Lastly, regarding industrial equipment engineering, the company will cooperate with partners in providing the solutions and industrial equipment in the following businesses: automotive, motorcycles, agricultural-forestry product processing, commerce-service.

Especially in agricultural - forestry engineering, THACO has made its distinctive move towards creating new values for agriculture through industrial management. The company has formed the objective to gradually master the technologies, making high-quality products which are suitable to each area conditions. At present, THACO is providing agriculture mechanization solutions for

Hoang Anh Gia Lai's farms in Laos and Cambodia. At the same time, the group also seizes new cooperation opportunities in manufacturing industrial machinery, researching and developing equipment used for farming, nurturing, harvesting rice plants, fruit trees, rubber trees and other mechanical solutions.

In order to apply mechanization into new businesses, product R&D activities are paid close attention with the Testing Center, Technical Design and Production Line Center in Chu Lai. In addition, THACO recruits more Vietnamese and foreign experts, competent mechanical engineers to improve design capacity, transfers them to Cambodia and Laos to study the synchronous mechanical solutions for fruit and industrial trees, connects with experienced partners in designing controlling systems, completes the industrial equipment solutions in auto industry other sectors (agriculture-forestry products, and commerce-service).

Vietnam mechanical sector has identified its strategy towards 2025, vision to 2035 as to serve the agriculture, auto, industrial equipment, electric equipment and support industries. Accordingly, developing mechanical engineering as its core business which focuses on agricultural-forestry, construction, and industrial equipment engineering, THACO has made an appropriate venture in line with the Government strategies, making contributions to the national development, and step by step creating the integrated multi-industry ecosystem with the businesses that can support each other, improving competitiveness and sustainable development.

Nhu Thao



Phát triển công nghiệp hỗ trợ, gia tăng tỷ lệ nội địa hóa được xem là nền tảng và yêu cầu cấp thiết để phát triển ngành công nghiệp ô tô Việt Nam, đồng thời tạo động lực cho các ngành công nghiệp khác. Trong bối cảnh hội nhập ngày càng sâu rộng và cạnh tranh khốc liệt với xe nhập khẩu từ khu vực ASEAN và nhiều nước trên thế giới, việc đầu tư phát triển công nghiệp hỗ trợ để gia tăng tỷ lệ nội địa hóa, từng bước tham gia chuỗi giá trị toàn cầu là hướng đi được nhiều doanh nghiệp lựa chọn để nâng cao năng lực cạnh tranh và phát triển bền vững. Hiện nay, THACO là một trong những doanh nghiệp tiên phong đầu tư phát triển công nghiệp hỗ trợ với quy mô lớn nhất Việt Nam.



THACO PHÁT TRIỂN KHU CÔNG NGHIỆP SẢN XUẤT LINH KIỆN PHỤ TÙNG Ô TÔ QUY MÔ LỚN



Đầu tư các nhà máy linh kiện phụ tùng công nghệ hiện đại

Từ thực tế của ngành công nghiệp ô tô Việt Nam và thực tiễn sản xuất kinh doanh của mình, ngay từ khi đầu tư vào Khu Kinh tế mở Chu Lai năm 2003, THACO đã xây dựng chiến lược nội địa hóa và tham gia chuỗi giá trị toàn cầu.

Bên cạnh đầu tư xây dựng mới và nâng cấp các nhà máy sản xuất lắp ráp ô tô theo hướng tự động hóa, quản trị trên nền tảng số hóa để sản xuất hàng loạt theo yêu cầu riêng biệt của khách hàng, THACO đã đầu tư xây dựng khu công nghiệp sản xuất linh kiện ô tô lớn nhất Việt Nam tại Khu Kinh tế mở Chu Lai, tỉnh Quảng Nam với quy mô gần 100ha.

Tại đây có 12 nhà máy sản xuất linh kiện - phụ tùng và Tổ hợp Cơ khí, không chỉ cung cấp cho các nhà máy lắp ráp ô tô của THACO và các doanh nghiệp trong nước mà còn xuất khẩu sang thị trường ASEAN và các nước trên thế giới. Sản phẩm từ các nhà máy này bao gồm: linh kiện nội thất, ngoại thất xe bus, xe tải, xe du lịch; linh kiện composite; nhíp; kính; máy lạnh; la phòng trần; tappi sàn; cần xe du lịch; thân vỏ ô tô; ghế và áo ghế; bộ dây điện; chassis và nhiều linh kiện phụ tùng khác.

Các nhà máy được chuyển giao công nghệ từ Nhật Bản, Hàn Quốc với máy móc thiết bị hiện đại và thực hiện quản trị thông minh xuyên suốt chuỗi giá trị từ đặt hàng, sản xuất đến phân phối.

Tiêu biểu như nhà máy Nhíp được chuyển giao công nghệ sản xuất từ tập đoàn Daewon - Hàn Quốc với hệ thống dây chuyền, máy móc hiện đại như dây chuyền nhiệt luyện, dây chuyền ram, dây chuyền phun bi, dây chuyền sơn nhúng kẽm và các thiết bị kiểm tra chất lượng trên từng công đoạn. Nhà máy Linh kiện nhựa trang bị hệ thống máy ép phun 3.200 tấn, công nghệ sơn nhựa tiên tiến nhất Việt Nam với robot sơn và hệ thống cấp sơn tự động. Nhà máy Ghế ô tô đầu tư máy móc hiện đại, tự động nhập khẩu từ châu Âu, Hàn Quốc, sản xuất ghế cho nhiều chủng loại và thương hiệu ô tô.

Để làm chủ công nghệ và thiết kế, THACO đã đầu tư xây dựng Trung tâm R&D, nâng cao năng lực nghiên cứu và phát triển sản phẩm linh kiện phụ tùng; đồng thời liên doanh, liên kết với các đối tác để tiếp nhận chuyển giao công nghệ mới nhằm nâng cao hàm lượng công nghệ trong sản phẩm và nhận hỗ trợ kỹ thuật sản xuất linh kiện phụ tùng của các loại xe tải, bus và xe du lịch dựa trên công nghệ chuyển giao từ Hàn Quốc và Nhật Bản.

Đến nay, THACO đã làm chủ công nghệ sản xuất các linh kiện như kính, ghế, nhíp, dây điện, linh kiện cơ khí (moving parts xe du lịch, thùng xe, ống xả, ty ben, khung xương xe bus, các linh kiện đột dập...), linh kiện nhựa (cản nhựa, linh kiện nhựa nội thất...), hệ thống máy lạnh, linh kiện composite...

Gia tăng tỷ lệ nội địa hóa, xuất khẩu ô tô và linh kiện

Đầu tư phát triển các nhà máy linh kiện phụ tùng, THACO đã gia tăng tỷ lệ nội địa hóa một số mẫu xe lên trên 40%, đáp ứng tiêu chí hàm lượng khu vực RVC (Regional Value Content) để hưởng thuế suất 0% khi xuất khẩu sang các thị trường ASEAN; đồng thời xuất khẩu linh kiện ô tô, từng bước tham gia chuỗi giá trị toàn cầu. Sản phẩm được xuất khẩu nhiều nhất là cản xe, bộ dây điện xe du lịch, nhíp ô tô, áo ghế xe du lịch... Thị trường xuất khẩu chính gồm Hàn Quốc, Nhật Bản, Nga, Philippines, Kazakhstan, Malaysia, Singapore, Thổ Nhĩ Kỳ, Bangladesh, Thái Lan, Indonesia, Australia, Đức. Giá trị xuất khẩu linh kiện phụ tùng của THACO năm 2018 đạt hơn 20 triệu USD. Trong thời gian tới, Tập đoàn sẽ mở rộng thị trường xuất khẩu sang châu Âu và châu Mỹ. Dự kiến năm 2019 giá trị xuất khẩu đạt 25 triệu USD.

Hiện nay, THACO tiếp tục đầu tư xây dựng các nhà máy công nghiệp hỗ trợ mới theo hướng tự động hóa; thành lập các nhà máy sản xuất linh kiện phụ tùng xe Mazda khi sản lượng đủ lớn (50.000 xe/năm) bằng hình thức liên doanh, liên kết, chuyển giao công nghệ với đối tác là các nhà cung cấp linh kiện của Mazda Nhật Bản; liên doanh, liên kết với đối tác nước ngoài đầu tư xây dựng các nhà máy sản xuất sản phẩm xuất khẩu tại Khu công nghiệp Thaco Chu Lai; liên kết với nhà cung cấp của Kia Motors để sản xuất linh kiện phụ tùng xe du lịch Kia có hàm lượng công nghệ cao; tham gia chuỗi cung ứng linh kiện OEM cho các nhà sản xuất lắp ráp ô tô tại Việt Nam và các đối tác Kia, Foton. Bên cạnh đó, THACO còn xây dựng chiến lược phát triển các sản phẩm ngoài ngành ô tô dựa trên nền tảng công nghệ hiện có với chất lượng phù hợp và giá cả cạnh tranh, đáp ứng nhu cầu khách hàng.

Như Thảo



THACO DEVELOPS LARGE-SCALE AUTO PARTS INDUSTRIAL PARK

Supporting industry development, increasing localization rate are considered as the foundation and urgent requirement to develop Vietnam automobile industry, and to create momentum for other industries. Facing the increasingly deep integration and fierce competition with cars imported from ASEAN region and other countries, the investment in developing support industries to increase the localization rate, gradually taking part in the global value chain is the direction chosen by many businesses to improve their competitiveness and sustainable development. Currently, THACO is one of the pioneering enterprises investing in support industries at the largest scale in Vietnam.



Investing in auto part factories with modern technology

From the reality of the Vietnamese automobile industry and its own production, since the investment in Chu Lai Open Economic Zone in 2003, THACO has formed the the strategy of localization and being a part of the global value chain.

In addition to investing in new construction and upgrading auto assembly and manufacturing factories in the direction of automation and digital management for mass production according to specific customer requirements, THACO has invested in Vietnam's largest auto part industrial park in Chu Lai Open Economic Zone, Quang Nam province, on an area of nearly 100 hectares.

There are 12 auto part factories and a Mechanical Zone which not only provide products for THACO's auto assembling factories and domestic enterprises but also for exporting products to ASEAN markets and other countries. Products from these factories include interior and exterior components for buses, trucks, passenger cars; composite components; tweezers; glasses; air-conditioners; roof racks; floor mats; passenger cars' bumpers; car bodies; seats and seat covers; electric wire sets; chassis and other spare parts.

The plants receive technology transfer from Japan and South Korea with modern machinery and equipment and implement smart management on an A-to-Z value chain from ordering, manufacturing to distribution.

Typically, the Leaf Spring factory received production technology from Daewon Group - South Korea with a system of modern lines and machines such as heat treatment lines, ram lines, shot blasting lines, zinc coating lines and quality control equipment in each stage. Plastic Components Factory is equipped with a 3,200-ton injection molding system, the most advanced plastic coating technology in Vietnam with paint robots and automatic paint supply system. Meanwhile, Auto Seat Factory is invested with modern and automatic machines imported from Europe, South Korea, producing seat of many types and for different car brands.

To master technology and design, THACO has invested in building a R&D Center, improving the capacity of researching and developing spare parts and products; at the same time, developing joint venture and cooperation with partners to receive new technology transfer to improve the content

of technology in products and to receive technical support in producing spare parts of trucks, buses and passenger cars based on the technology transferred from South Korea and Japan.

So far, THACO has mastered the technology of manufacturing components such as glasses, seats, leaf springs, wires, mechanical components (passenger car moving parts, containers, exhaust pipes, hydraulic cylinders, bus skeletons, punching components ...), plastic components (plastic bumpers, plastic interior components ...), air conditioning systems, composite components ...

Increasing localization rate, exporting cars and components

Investing in the auto parts factories, THACO has increased the localization rate of some models to over 40%, meeting the Regional Value Content (RVC) to enjoy the 0% tax rate when exporting to ASEAN markets, at the same time exporting automobile components, gradually joining the global value chain. The most exported products are car bumpers, passenger car covers, leaf springs, car seat covers, etc. The main export markets include South Korea, Japan, Russia, the Philippines, Kazakhstan, Malaysia, Singapore, Turkey, Bangladesh, Thailand, Indonesia, Australia, Germany. The export revenue of THACO spare parts and components in 2018 reached more than USD20 million. In the coming time, the Group will expand its export markets to Europe and America. In 2019, the export value is expected to reach USD25 million.

Currently, THACO continues to invest in building new support industries in the direction of automation, establishing Mazda components and spare parts factories when the output is large enough (50,000 vehicles/year) in the form of joint venture, cooperation, technology transfer with partners who are the suppliers of Mazda Japanese components, partnering with foreign partners to invest in the construction of exported components factories in Thaco Chu Lai Industrial Park; cooperating with Kia Motors suppliers to produce Kia passenger car spare parts with high technology content; participating in OEM component supply chain for automobile assembly manufacturers in Vietnam and Kia, Foton. In addition, THACO develops a strategy to develop products for other industries based on its existing technology platform with high quality and competitive prices, to meet customer needs.

Nhu Thao

THACO

Kiến
CANH TÝ

Kính chúc
Quý đối tác, Quý khách hàng
NĂM MỚI AN KHANG, THỊNH VƯỢNG



FOTON M4
EURO 4



THACO FORLAND



THACO OLLIN



FOTON M4



FOTON AUMAN

VĂN PHÒNG ĐIỀU HÀNH XE TẢI & BUS THACO

Tầng 16, Tòa nhà SOFIC, khu đô thị Sala,
số 10 đường Mai Chí Thọ, Quận 2, TP HCM

Hotline
0933 806 878

Website
www.thacotai.vn



THACO

Kiến
CANH TÝ
2020

Kính chúc
Quý đối tác, Quý khách hàng
NĂM MỚI AN KHANG, THỊNH VƯỢNG



MITSUBISHI FUSO
CANTER NEW
EURO 4



CANTER
4.99/6.5
4.99/6.5



CANTER
10.4/12.8



FUSO **FJ**



FUSO **FZ**

VĂN PHÒNG ĐIỀU HÀNH XE TẢI & BUS THACO

Tầng 16, Tòa nhà SOFIC, khu đô thị Sala,
số 10 đường Mai Chí Thọ, Quận 2, TP HCM

Hotline
0933 806 035

Website
www.fuso.com.vn





Yangon Myanmar Centre đã bước vào giai đoạn 2, tiếp tục xây dựng và hoàn thiện các hạng mục trung tâm thương mại, căn hộ và văn phòng.

LĨNH VỰC ĐẦU TƯ XÂY DỰNG GHI DẤU ẤN MỚI VỚI HAI DỰ ÁN KHU PHỨC HỢP THƯƠNG MẠI TẠI MYANMAR VÀ KHU ĐÔ THỊ SALA

Sau thành công của Khu đô thị Sala, lĩnh vực Đầu tư Xây dựng tiếp tục ghi dấu ấn mới trong phát triển Bất động sản phức hợp với hai dự án quy mô lớn là Yangon Myanmar Centre và SOCAR Sala.

Yangon Myanmar Centre - Tiếp nối và phát triển bền vững

Trong năm 2019, lĩnh vực Đầu tư Xây dựng đã có những bước tiến dài và mang tính đột phá. Đó là đầu tư và phát triển giai đoạn 2 khu phức hợp Yangon Myanmar Centre - khu phức hợp cao cấp kiểu mẫu với Trung tâm thương mại - Văn phòng - Khách sạn - Trung tâm hội nghị - Căn hộ cho thuê có quy mô lớn.

Yangon Myanmar Centre tọa lạc vị trí đắc địa tại trung tâm thành phố Yangon, nằm trên tuyến đường kết nối sân bay quốc tế với trung tâm thành phố. Do đó lĩnh vực Đầu tư Xây dựng định hướng phát triển Yangon Myanmar Centre theo mô hình khu phức hợp hiện đại; trở thành điểm mua sắm, vui chơi giải trí hàng đầu, thu hút người dân địa phương cũng như khách du lịch ngày càng gia tăng đến thành phố Yangon.

Trong giai đoạn 1, Yangon Myanmar Centre đã hoàn thành và đưa vào hoạt động Trung tâm thương mại Myanmar Plaza thu hút 20.000 người đến mua sắm/ngày, khách sạn 5 sao Yangon Hotel và vận hành tòa nhà văn phòng Myanmar Centre Tower... Giai đoạn 2, lĩnh vực Đầu



tư Xây dựng đang tiếp tục đầu tư và phát triển cũng như nâng cấp giai đoạn 1 với tổng diện tích đất 7,3ha, tổng diện tích sàn xây dựng là 730.000m²; quy mô 4 tầng hầm, 5 tầng khối đế thương mại, 32 tầng khối tháp căn hộ và văn phòng. Vốn đầu tư xây dựng cho giai đoạn 2 ước tính khoảng 435 triệu USD, chi phí nâng cấp giai đoạn 1 là 25 triệu USD. Dự kiến, khu phức hợp Yangon Myanmar Centre sẽ hoàn thành vào năm 2023; Khu khách sạn, trung tâm thương mại, văn phòng sẽ mang lại doanh thu khoảng 110 triệu USD/năm và cung cấp trên 1200 việc làm cho người lao động tại Yangon, góp phần phát triển kinh tế Myanmar thời kỳ hội nhập và phát triển.

Với Yangon Myanmar Centre, lĩnh vực Đầu tư Xây dựng mong muốn đóng góp và nâng tầm thương hiệu bất động sản Việt Nam tại Myanmar thông qua các công trình chất lượng, được quy hoạch bài bản, thiết kế kiến trúc độc đáo và công năng ưu việt nhưng vẫn hài hòa với nét đẹp truyền thống tiêu biểu của Myanmar, mang đến giá trị bền vững cho cộng đồng và xã hội. Hơn hết, với sự đầu tư mạnh mẽ của lĩnh vực Đầu tư Xây dựng sẽ mang lại dấu ấn tiên phong của doanh nghiệp Việt Nam trong chiến lược tăng cường quan hệ hợp tác giữa hai nước, nhất là về kinh tế, thương mại, đầu tư trong tương lai.

SOCAR Sala - Khu phức hợp thương mại đầu tiên tại Đô thị Sala

Song song đó, vào Quý II/2020 lĩnh vực Đầu tư Xây dựng dự kiến sẽ hoàn thành và đưa vào hoạt động khu phức hợp SOCAR Sala tại Khu đô thị Sala, Quận 2, hứa hẹn góp phần mang đến diện

mạo mới của khu vực, trở thành địa điểm kết nối cộng đồng với các hoạt động vui chơi giải trí, thưởng thức ẩm thực và mua sắm hiện đại bậc nhất.

SOCAR Sala là khu phức hợp 20 tầng mang tính biểu tượng với Trung tâm thương mại SOCAR Mall, Trung tâm hội nghị SOGAL Convention và Cao ốc văn phòng SOFIC Tower. Hiện tại, Cao ốc văn phòng SOFIC Tower đã đi vào hoạt động từ tháng 08/2019. Tòa nhà cung cấp hơn 21.000m² diện tích thuê cho thị trường văn phòng cao cấp, diện tích mỗi tầng từ 1.500m² - 1.700m². Với thiết kế độc đáo, SOFIC Tower mang đến hình ảnh mới mẻ và sang trọng, giúp các doanh nghiệp nâng tầm giá trị và khẳng định vị thế khi đặt "đại bản doanh" của mình tại đây.

Ngoài ra, Trung tâm thương mại SOCAR Mall tại Khu đô thị Sala sẽ chính thức khai trương vào Quý II/2020. Dự án có tổng diện tích gần 65.000m² (GFA), tọa lạc tại vị trí đắc địa ngay giao lộ Mai Chí Thọ và Nguyễn Cơ Thạch. Được thiết kế sang trọng và khác biệt như một viên kim cương sáng nổi bật. Với 5 tầng thương mại, SOCAR Mall tích hợp nhiều tiện ích mua sắm, vui chơi giải trí và ẩm thực: Trung tâm mua sắm quy tụ nhiều thương hiệu thời trang, mỹ phẩm hàng đầu trong nước và quốc tế; kết hợp các hệ thống nhà hàng, foodcourt với chất lượng ẩm thực cao cấp, cùng hệ thống rạp chiếu phim hiện đại... Điểm thu hút nhất phải kể đến là khu vực sự kiện rộng 900m², nơi sẽ diễn ra các chương trình quy mô và hấp dẫn, thu hút đông đảo cộng đồng đến giao lưu, chia sẻ.

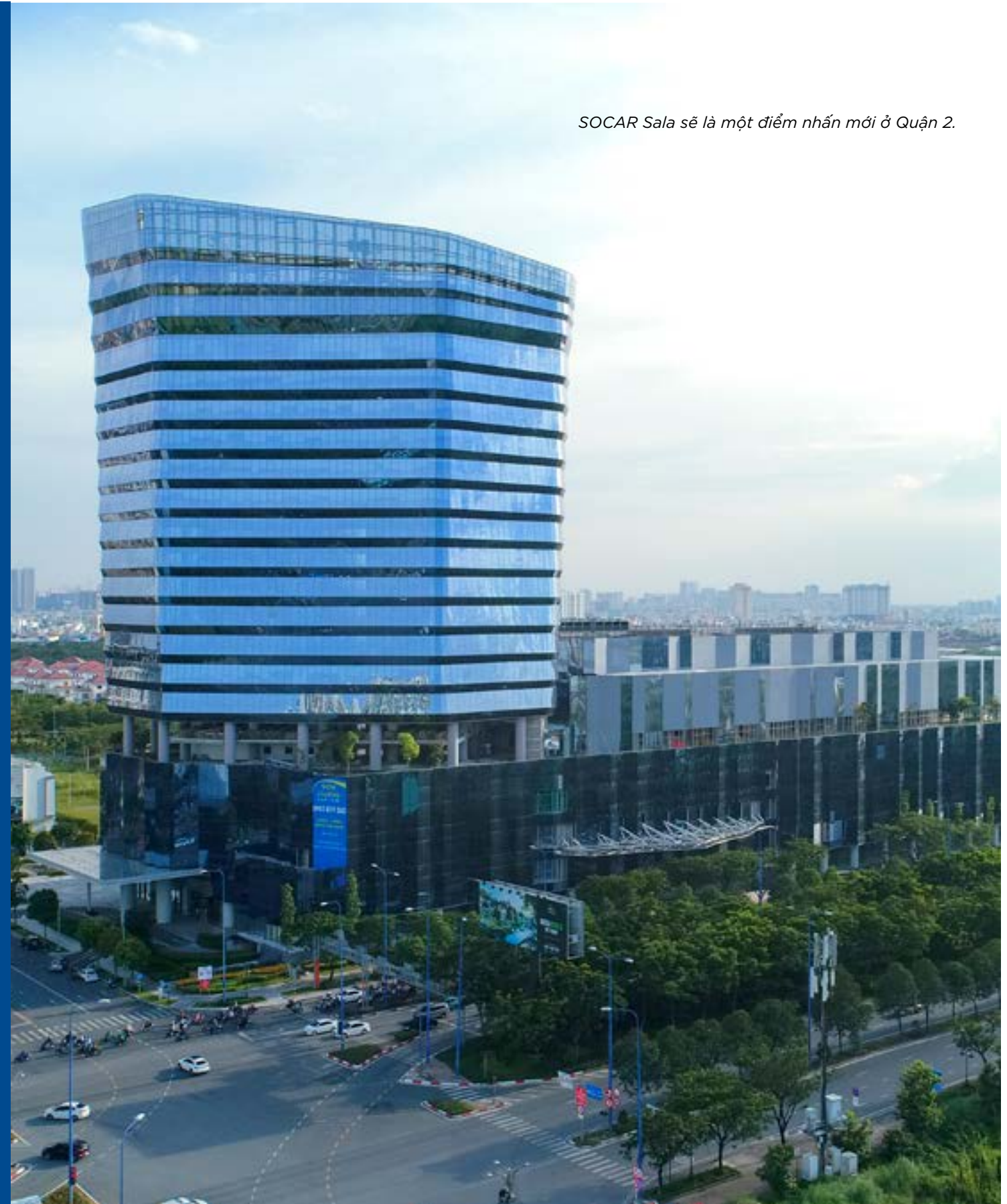
Trung tâm hội nghị SOGAL cũng là một trong những điểm nhấn của toàn khu phức hợp;

được thiết kế sang trọng theo tiêu chuẩn cao cấp, kết hợp độc đáo giữa không gian trong nhà và ngoài trời (sky garden) cùng chất lượng ẩm thực 5 sao; đáp ứng linh hoạt không gian sự kiện tiệc cưới, triển lãm, hội nghị với số lượng đến 2.000 khách tham dự. Bên cạnh đó, SOGAL còn tích hợp công nghệ hiện đại trong hoạt động kinh doanh vận hành, hướng đến xây dựng trung tâm hội nghị cao cấp đa chức năng có quy mô và chất lượng hàng đầu tại TP.HCM.

Đặc biệt, SOCAR Sala còn là khu phức hợp đầu tiên trong chuỗi các dự án phức hợp theo mô hình Trung tâm thương mại kết hợp Trung tâm hội nghị và Văn phòng do lĩnh vực Đầu tư Xây dựng đầu tư phát triển. Dự kiến khi đưa vào hoạt động toàn bộ, SOCAR Sala sẽ là một trong những khu phức hợp thương mại quy mô và gây ấn tượng mạnh mẽ nhất tại TP.HCM; đồng thời trở thành một biểu tượng mới đại diện cho sự khác biệt và hiện đại ở Quận 2.

Kiểu Quý

SOCAR Sala sẽ là một điểm nhấn mới ở Quận 2.





INVESTMENT CONSTRUCTION SECTOR IS BETTER OFF WITH 2 COMMERCIAL COMPLEXES IN MYANMAR AND SALA CITY

After the success of Sala City, Investment - Construction Sector continues to create new footsteps with the 2 big commercial complexes - Yangon Myanmar Centre and SOCAR Sala.



Yangon Myanmar Centre has entered its phase 2, completing its commercial center, apartments and office.

Yangon Myanmar Centre - Inheritance and sustainable development

In 2019, Investment - Construction Sector has made breakthrough strides which involve the investment and development of phase 2 of Yangon Myanmar Centre - a typical premium complex with Commercial Center - Office - Hotel - Convention Center - and apartments for lease.

Yangon Myanmar Centre is located at the center of Yangon city, on the artillery which connects the international airport with the city center. Therefore, Investment - Construction Sector aims to develop this construction as a modern complex - one of the shopping and entertainment hub in Yangon to attract domestic and foreign travellers.

In the first phase, Yangon Myanmar Centre has finished and put into operation Myanmar Plaza which attracts 20,000 shoppers / day, the 5-star Yangon Hotel, and Myanmar Centre Tower. For the second phase, Investment - Construction Sector continues the phase 2 and phase 1 upgrade on a total area of 7.3 ha, in which the total construction area is 730,000 m2, including 4 basements, 5 commercial podiums, 32 floors of apartments and office. The investment capital in phase 2 is estimated at around USD435 million, while phase 1 is spent USD25 million. As planned, the complex will be finished by 2023. The hotel, commercial center, and office are expected to bring USD110 million/year in revenue and to provide 1,200 employments at Yangon, making contributions to Myanmar economic development.

Through this project, Investment - Construction Sector expects to reposition its real estate brand

with a more up-market posture with high-quality, systematically planned, distinctively designed and multi-functional construction works which stay in harmony with Myanmar's traditional grace, bringing sustainable values to the community and the society. Most importantly, Investment - Construction Sector will turn into pioneering a Vietnamese enterprise in strengthening the cooperation between the two nations, especially in economy, commerce, and incoming investments.

SOCAR Sala - The first-ever commercial complex in Sala City

In the second quarter of 2020, Investment - Construction Sector expects to finish and launch SOCAR Sala in Sala City. This promises to add a new facade to the area, becoming a communal point with diverse activities in entertainment, cuisine, and supreme shopping.

SOCAR Sala is a symbolic 20-story complex, including SOCAR Mall, SOGAL Convention, and SOFIC Tower which has been operating since August, 2019. This office tower provides over 21,000m2 for premium office space, 1,500-1,700m2 on each floor. With its distinctive design, SOFIC Tower brings a new and luxury image, affirming the high values and position of the enterprises who are headquartered here.

In addition, SOCAR Mall in Sala City will officially open its gate by the second quarter of 2020. The gross floor area is nearly 65,000m2. The mall is located at the intersection between Mai Chi Tho Boulevard and Nguyen Co Thach Street. Designed as a shimmering diamond, SOCAR Mall offers 5 floors for shopping, entertainment and

food courts: different high-end brands of fashion, cosmetics, high-quality restaurants, food courts, and modern cinemas. The most interesting highlight is the 900-square-meter event venue which is the ideal place for large-scale and vibrating events.

SOGAL Convention Center is also one of the main parts of the complex, having a high-end styling, and a combination between indoors and outdoors space with 5-star cuisine. The place serves dynamically for weddings, exhibitions, conventions with up to 2,000 attendants. Besides, SOGAL integrates modern technology in its business operations, aiming towards a multi-functional convention center with the leading scale and quality in HCMC.

Especially, SOCAR Sala is the first complex among Investment - Construction Sector complexes which combines commercial centers, convention centers, and office. By its operation, SOCAR Sala will be one of the most impressive and astounding symbols in HCMC, and a new one representing the distinction and modernity in District 2.

Kieu Quy



SOCAR Sala will be a prominent highlight in District 2

YANGON MYANMAR CENTRE



Tọa lạc vị trí đắc địa
ngay trung tâm thành phố Yangon,
Yangon Myanmar Centre là khu
phức hợp cao cấp kiểu mẫu có quy mô lớn
với Trung tâm thương mại - Văn phòng - Khách sạn
- Trung tâm hội nghị - Căn hộ. Khu phức hợp
đã hoàn thiện giai đoạn 1 và đưa vào hoạt động
Myanmar Plaza, khách sạn 5 sao và Myanmar Centre Tower.
Giai đoạn 2, đang tiếp tục đầu tư
và phát triển trung tâm thương mại, căn hộ, văn phòng
và nâng cấp giai đoạn 1.

Dự kiến hoàn thành toàn bộ vào năm 2023,
Yangon Myanmar Centre sẽ trở thành khu
phức hợp hiện đại bậc nhất và là địa điểm
mua sắm, vui chơi giải trí hàng đầu
tại Myanmar.





GIẢI GOLF QUỐC TẾ
BMW 2019
VÒNG CHUNG KẾT VIỆT NAM:
TẦM VÉ VÀNG ĐẾN NAM PHI
BMW GOLF CUP INTERNATIONAL 2019
VIETNAM FINAL: THE GOLDEN TICKET
TO SOUTH AFRICA

Ba golfer chiến thắng giải Golf Quốc tế BMW 2019 - Vòng chung kết Việt Nam sẽ đại diện tham dự vòng chung kết thế giới vào tháng 3/2020 tại Nam Phi.

Three golfer winners at BMW Golf Cup International 2019 - Vietnam Final will take part in the South Africa Final in March, 2020.

Ra đời năm 1982, BMW Golf Cup International là một trong những giải dành cho các golfer không chuyên có quy mô lớn nhất thế giới. Năm nay, lần đầu tiên tại Việt Nam, THACO tổ chức Giải Golf BMW Quốc tế 2019 - Vòng chung kết Việt Nam để chọn ra những golfer tham dự vòng chung kết thế giới ở Nam Phi vào năm sau.

Starting from 1982, BMW Golf Cup International is one of the biggest global golf tournaments for amateurs. This year, for the first time ever, THACO organizes the BMW Golf Cup Vietnam Final to select the golfers to enter the international Final in South Africa next year.



Lãnh đạo THACO và BMW Asia chụp ảnh lưu niệm cùng đại diện các golfer

Leaders of THACO and BWM Asia Group with the representative golfers

“Dù đây là lần đầu tiên tổ chức nhưng giải Golf Quốc tế BMW - Vòng Chung kết Việt Nam đã tạo sự hứng khởi và niềm vui cho các golfer tham dự. Chúng tôi mong muốn mang đến những trải nghiệm mới và đáng nhớ cho khách hàng BMW thông qua giải đấu này”. Ông Võ Văn Minh, Phó TGD Phân phối BMW cho biết.

“Although this is only the first time, BMW Golf Cup International - Vietnam Final has brought the excitement and pleasure to the golfers. We would want to provide new and memorable experience to the customers after this competition.” - the Deputy CEO stated.



Ông Võ Văn Minh - Phó TGD Phân phối PSA & BMW giới thiệu cúp vô địch danh giá từ Đức dành cho các golfer thắng cuộc

Mr Vo Van Minh - Deputy CEO in charge of Distributing PSA & BMW introduced the German Champion Cup for the winners.

Sau khâu chuẩn bị đón tiếp chu đáo và chuyên nghiệp, sự kiện chính thức bắt đầu vào trưa ngày 16/11 trên sân golf Tân Sơn Nhất. Không chỉ gây ấn tượng trong công tác tổ chức, giải đấu còn được các golfer tham dự đánh giá cao nhờ sự giám sát của đội ngũ trọng tài có chứng chỉ quốc tế, mang tầm vóc như các giải nghiệp dư nổi tiếng.

After the guest reception, the event started at noon, November 16 in Tan Son Nhat golf court. Not only having impressive organization, the competition was also highly appreciated in terms of the international referees, making it qualified as other well-respected amateur tournaments.



Các golfer đầy hứng khởi trước giờ thi đấu

The golfers were excited before the competition

“Giải Golf Quốc tế BMW đã và đang phát triển lớn mạnh hơn trong 3 thập kỷ qua và mỗi năm giải đấu lại hấp dẫn hơn so với trước. Chúng tôi rất vui mừng khi Việt Nam chính thức tham gia trong lần thứ 30 này. Ba golfer chiến thắng Vòng chung kết Việt Nam sẽ có trải nghiệm đặc biệt “duy nhất trong đời” tại Nam Phi. Và tôi mong sẽ có cơ hội được chúc mừng cho chiến thắng của họ một lần nữa tại Vòng Chung kết thế giới”. Ông Christopher Wehner, Giám đốc Điều hành BMW Châu Á, cho biết.

“The BMW Golf Cup International has been going strong over the last 3 decades, and it is getting better each year. We are glad to have Vietnam’s participation in this 30th tournament. The three winners in the Vietnam Final will have “once in a life time” sporting experience in South Africa. And I wish to have the chance to congratulate on their victory in the international Final” - said Mr Christopher Wehner, Managing Director of BMW Asia Group.

Những màn tranh tài hấp dẫn của các golfer

Thrilling competition between the golfers



Sau một ngày thi đấu hào hứng và hồi hộp, ba golfer vinh dự đại diện cho Việt Nam đã được xác định là Nguyễn Đặng Duy Nhất, Phạm Văn Hoàng Phát và Hồ Thị Lành lần lượt chiến thắng tại bảng A, B và Nữ. Ba golfer này sẽ đại diện Việt Nam tham dự BMW Golf Cup International lần thứ 30 sẽ diễn ra từ ngày 2-7/03/2020 tại Nam Phi.

After an invigorating and intense tournament day, the top three winners were Nguyen Dang Duy Nhat, Pham Van Hoang Phat, and Ho Thi Lanh from Men’s Category A, B and Women’s Category. These 3 golfers will represent Vietnam Team to compete with other top amateur players at the 30th BMW Golf Cup International from 2-7 March, 2020 in South Africa.



Ba golfer thắng cuộc chụp ảnh lưu niệm cùng Chủ tịch HĐQT THACO Trần Bá Dương

3 winners and THACO Chairman Tran Ba Duong

Nhã Thi



BAYERISCHE MOTOREN WERKE



THE 7

QUYẾT ĐỊNH TÁO BẠO

ĐƯA **MINI**

TRỞ THÀNH
BIỂU TƯỢNG CỦA
ANH QUỐC



Những dòng sản phẩm MINI từ cổ đến hiện đại.

Mini được tạo ra như một giải pháp cho cuộc khủng hoảng dầu mỏ Suez, đó là một quyết định táo bạo của hãng xe Anh Quốc British Motor Corporation - BMC. Mini, sau này được viết thành chữ lớn MINI, đã từng bước vươn lên thành một biểu tượng thời trang và sành điệu bậc nhất trong ngành công nghiệp ô tô thế giới.



Bên trong dây chuyền sản xuất của Mini Classic.

Có thể nói áp lực chính là điều đã tạo nên Mini Classic. Trong những năm 50 của thế kỷ trước, những dòng xe to, cồng kềnh luôn chiếm ưu thế vì vừa có thể chở người, vừa có thể tải nhiều đồ hơn. Tuy nhiên trong cuộc khủng hoảng dầu mỏ năm xưa đã khiến những chiếc xe lớn, hao tốn nhiên liệu trở nên không còn phù hợp, điều này đã mở ra một cơ hội để thế giới chứng kiến sự ra đời của MINI - chiếc xe biểu tượng của Anh Quốc sau này.



Alec Issigonis còn được biết đến là cha đẻ của Mini.

Những chiếc Mini Classic được thiết kế với thông số nhỏ gọn, nhưng lại sở hữu “trái tim” mạnh mẽ

và tiết kiệm nhiên liệu. Đặc biệt mức giá của Mini Classic được định ra phù hợp để chống chịu lại sức ảnh hưởng của khủng hoảng dầu mỏ Suez bắt đầu năm 1956. Trong thời gian đó, MINI được sản xuất liên tục tại nhà máy Cowley tại Anh Quốc, và sau đó là ở Úc, Chile, Ý, Bồ Đào Nha, Nam Phi, Uruguay và Venezuela.

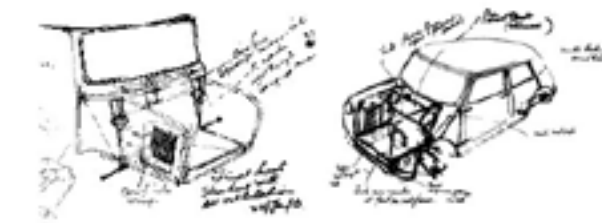


Với thiết kế đơn giản và bàn tay tài hoa của Sir Alec và đội ngũ của ông, Mini Classic chỉ mất 2 năm để chinh phục khách hàng toàn thế giới. Cho đến tận ngày nay, những chiếc Mini Classic vẫn tiếp tục lăn bánh và mang lại nhiều cảm xúc cho chủ sở hữu.



Cơ cấu và cách bố trí bên trong của một chiếc Mini Classic.

Nguyên bản đầu tiên của những mẫu Mini hoàn thành vào tháng 10/1957. Chiếc xe sử dụng động cơ BMC với 4 xi-lanh làm mát bằng không khí, điều đặc biệt là động cơ này được đặt xoay ngang để tối ưu không gian cho xe. Hộp số tay 4 cấp đặt ở bình hứng dầu và hệ thống dẫn động cầu trước. Các bánh xe được đặt ở điểm xa nhất của trục để đảm bảo sự chắc chắn và cảm giác lái “có một không hai” của MINI.



Bản phác thảo bằng tay của Alec Issigonis trên khăn giấy ăn.

Một số câu chuyện cho rằng Alec Issigonis đã thiết kế các hốc chứa đồ nội thất có kích thước tương đương với chai rượu gin yêu thích của ông. Một thiết kế thông minh khác là nắp khoang hành lý có bản lề phía dưới, vì vậy xe vẫn có thể vận hành trong khi khoang này đang mở, phòng trường hợp bạn có quá nhiều hành lý mang theo. Vận tốc tối đa của Mini Classic có thể đạt mốc 115,2km/h. Một con số rất đáng nể ở thời điểm đó.



Alec Issigonis bên chiếc Mini thứ 2,730,678 được bán ra của ông.

Mặc dù thiết kế của Mini là thực dụng nhưng diện mạo của mẫu xe cổ điển này đã trở thành một hình ảnh biểu tượng.

Trong suốt quá trình hình thành của mình, Mini đã trình làng những phiên bản khác nhau. Phiên bản đầu tiên là Mk I (1959 - 1967) với tên gọi “Se7en” hay “Minor” tiếng Latin nghĩa là “nhỏ hơn”. Tiếp sau đó là Mk II - III (1968 - 1976), nối tiếp là mẫu Mk IV - VII (1976 - 2000) và cuối cùng là BMW - MINI (2000 - hiện tại).

Hải Nguyễn

MINI

THE AUDACITY OF A BRITISH ICON



Mini was created as a solution to the Suez Crisis, an audacious motion of the UK's British Motor Corporation (BMC). Mini, capitalized as MINI afterwards, gradually elevated into one of the most stylish car brand in the world.



Inside of a production line for the Mini Classic

Possibly speaking, pressure was the dominant factor in the birth of the Mini Classic. In the 1950s, big and bulky cars were dominating the market for their abilities in carrying people and more luggage. When the crisis broke out, such cars were not a smart choice anymore, which had led to the advent of MINI - the symbolic car brand of UK thereafter.



Alec Issigonis was known as the creator of Mini

The Mini Classic owns compact and humble specifications, but strong and fuel-efficient at heart. Especially, its price was also a good fit under the influence of the Suez Crisis since 1956. During that time, MINI was produced successively at Plant Oxford in Cowley (England), then Australia, Chile, Italy, Portugal, South Africa, Uruguay, and Venezuela.

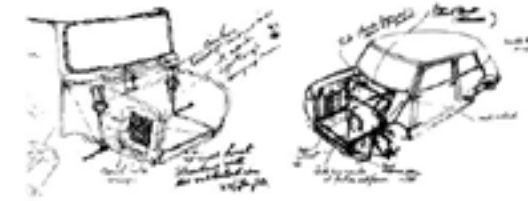
Thanks to the simple and elegant design of Sir Alec and his team, it only took 2 years for the Mini Clas-

sic to win the global hearts. Up to date, the Mini Classic continues to roll out and stir up emotions.



Internal structure of a Mini Classic

The first Mini prototypes were finished in October, 1957. The car used the BMC air-cooled 4-cylinder engine which is mounted horizontally to provide more space. The 4-speed manual transmission was mounted on the oil tank and the front wheel drive. The wheels are positioned furthest from the shaft to ensure the rigidity and "one-and-only" driving sensation on MINI cars.



Alec Issigonis' car hand sketch on the napkin

Some stories told Alec Issigonis had designed the interior holders as small as his favorite gin bottle. Another smart design is the classic luggage rack. Accordingly, the car can still operate with the luggage compartment staying open, Mini Classic could accelerate to 115.2 km/h at maximum speed, an impressive figure at the time.



Alec Issigonis standing next to the 2.730.678th Mini car sold

In spite of its practicality, Mini car appearance has become a representative image.

During its development, Mini has rolled out different versions. The first one, Mk I (1959 - 1967) was named "Se7en" or "Minor", which means "smaller" in Latin. The next ones were Mk II (1968 - 1976), Mk IV - VII (1976 - 2000) and lastly, BMW - MINI (2000 - present).

Hai Nguyen



MINI line up from classical to modern age.



BMW MOTORRAD KẾT NỐI CỘNG ĐỒNG YÊU MÔ TÔ

Đầu năm 2018, THACO chính thức trở thành nhà phân phối thương hiệu xe mô tô BMW Motorrad tại Việt Nam. Trong 2 năm qua, THACO đã có nhiều nỗ lực trong đầu tư phát triển hệ thống showroom, chuẩn hóa quy trình từ bán hàng, sau bán hàng đến chăm sóc khách hàng theo tiêu chuẩn toàn cầu. Bên cạnh đó, ngoài hoạt động ra mắt giới thiệu các mẫu xe cao cấp, BMW Motorrad còn mang đến nhiều sự kiện lớn nhằm gia tăng trải nghiệm cho khách hàng.



Chuỗi sự kiện kết nối khách hàng của BMW Motorrad

Mở đầu hoạt động kết nối khách hàng của BMW Motorrad Việt Nam là Track Experience, sự kiện trải nghiệm đường đua được tổ chức tại Đại Nam, Bình Dương vào cuối năm 2018. Với 20 xe G 310 GS và G 310 R được chuẩn bị sẵn sàng, hơn 100 khách hàng đã trải nghiệm và cảm nhận ưu thế vượt trội của bộ đôi này so với các mẫu xe cùng phân khúc. Bên cạnh đó, hơn 50 khách hàng sở hữu S1000R/RR còn được tham gia chương trình đào tạo kỹ năng lái xe với sự hướng dẫn của các chuyên gia đến từ BMW Motorrad Asia.

Tháng 4/2019, BMW Motorrad bắt đầu mùa hè bằng ngày hội "Day of Beemer" với sự tham gia của gần 300 khách hàng, đây là không gian giao lưu, gặp gỡ và kết nối cộng đồng sử dụng xe BMW Motorrad. Nhân sự kiện này, BMW Motorrad lần đầu tiên giới thiệu đến khách hàng Showroom BMW Motorrad Sala - một trong những trung tâm bán hàng, dịch vụ lớn nhất Đông Nam Á với tổng diện tích hơn 500m², đạt chuẩn toàn cầu của thương hiệu theo tinh thần "Point Of Experience" - nơi để khách hàng trải nghiệm các khu vực riêng biệt dành cho hoạt động bán hàng, dịch vụ bảo hành - bảo dưỡng, cà phê, khu vực nghỉ ngơi thư giãn, khu vực huấn luyện kỹ năng lái và lái thử cho khách hàng.

Năm 2019, BMW Motorrad cũng đã giới thiệu nhiều mẫu xe đang được ưa chuộng trên thế giới, đáp ứng kịp thời nhu cầu của khách hàng Việt Nam. Trong đó, có thể kể đến sự kiện ra mắt 2 mẫu xe tay ga cao cấp BMW C 400 X và C 400 GT tháng 7/2019. Trong sự kiện, đã có 12 xe được bàn giao, thu hút hơn 80 khách hàng tham dự, 20 nhà báo trải nghiệm và đưa tin. Tháng 9/2019, lễ giới thiệu 3 mẫu xe R 1250 GS, R 1250 GSA và F 850 GS tại Việt Nam đã nhận được sự quan tâm lớn từ các đơn vị truyền thông trong nước với hơn 120 trang báo đưa tin.

Cũng trong tháng 9/2019, BMW Motorrad Việt Nam lần đầu tiên tổ chức vòng đấu loại GS Trophy 2020 tại Việt Nam, đây là sự kiện lớn để khách hàng xe BMW Motorrad giao lưu, gặp gỡ, đồng thời đưa cộng đồng GS Việt Nam đến gần hơn với sân chơi quốc tế. Hơn 40 tay đua đã thi đấu tại hai thành phố lớn là Hà Nội và Hồ Chí Minh. Sau vòng chung kết, 3 tay lái xuất sắc đại diện Việt Nam đã tranh tài cùng các đội đến từ Malaysia, Đài Loan, Singapore, Philippines, và Indonesia ở vòng loại khu vực diễn ra tại Malaysia trong cùng tháng.

Tháng 10/2019, BMW Motorrad tri ân các khách hàng sở hữu xe trên toàn quốc bằng chương trình ưu đãi dịch vụ lớn nhất năm. Với đội ngũ kỹ thuật viên trình độ tay nghề cao, được đào tạo chuyên nghiệp, cơ sở vật chất và trang thiết bị hiện đại, BMW Motorrad đã mang đến những trải nghiệm dịch vụ bảo dưỡng xứng tầm thương hiệu xe mô tô cao cấp.

BMW Motorrad đồng thời đẩy mạnh các hoạt động trưng bày và trải nghiệm thực tế các mẫu xe mới nhất. Hơn 30 chương trình lái thử xe được tổ chức đã tiếp cận được gần 400 khách hàng tiềm năng. Ngoài ra, các tour giao lưu "Weekend Offline", "Café cùng BMW Motorrad"... diễn ra hàng tháng đã tạo thêm nhiều hoạt động thú vị dành cho khách hàng yêu thích hãng xe Đức.

Kết nối cộng đồng

Bên cạnh chuỗi sự kiện dành cho khách hàng, BMW Motorrad Việt Nam cũng quan tâm đến cộng đồng khi là một trong những đơn vị tài trợ cho sự kiện Distinguished Gentleman's Ride 2019 - sự kiện nhằm gây quỹ chữa ung thư tiền liệt tuyến và nâng cao hiểu biết về căn bệnh này cũng như sức khỏe nam giới. Ngoài ra, thương hiệu còn tài trợ nhiều hoạt động tổ chức bởi câu lạc bộ BMW Motorrad 3 miền như: Hành trình đến đảo Lý Sơn (với hơn 100 xe tham gia), sự kiện sinh nhật câu lạc bộ BMW Motorrad Miền Nam... Ngày 04/12, BMW Motorrad là đơn vị đồng hành cùng đoàn khách hàng 3 miền để thực hiện chuyến hành trình đến "Angkor Motorrad Festival" - lễ hội dành cho cộng đồng BMW Motorrad các nước Asean như Cambodia, Thái Lan, Việt Nam tại Siem Reap Cambodia.

Thông qua các hoạt động đã diễn ra, có thể nói 2019 là năm kết nối khách hàng Việt Nam của BMW Motorrad. Trong thời gian tới, BMW Motorrad sẽ tiếp tục phát triển đồng bộ hệ thống showroom theo tinh thần "Point of Experience", cải thiện chất lượng dịch vụ, đẩy mạnh các sự kiện mang đậm dấu ấn thương hiệu, tiếp cận gần hơn với khách hàng yêu thích xe mô tô phân khối lớn tại Việt Nam.

BMW Motorrad Việt Nam

BMW MOTORRAD CONNECTING THE MOTORBIKE COMMUNITY

In early 2018, THACO officially became the distributor of BMW Motorrad in Vietnam. Over the past 2 years, THACO have made efforts in developing the showroom network, standardizing processes from selling, after-sales, to customer service as per global standards. Besides, in addition to luxury motorbike launchings, BMW Motorrad also hosted big events to increase the customer experience.

Customer connecting events

Opening these events was Track Experience, a racing track experience in Dai Nam, Binh Duong in late 2018. With 20 G310 GS and G310 R motorbikes, over 100 customers joined the race and witnessed the superiority of these 2 bikes over other competitors. In addition, more than 50 customers owning the S1000R/RR took part in motorbike ride training programs under the guide from BMW Motorrad Asia's experts.

In April 2019, BMW Motorrad began the summer with "Day of Beemer" with the participation of over 300 customers. This was an opportunity to exchange, meet up, and connect for the BMW Motorrad community. On this occasion, BMW Motorrad launched the Full Dealership BMW Sala - one of its biggest showrooms in South East Asia on an area of 500m2 which qualifies the brand standard "Point of Experience" - where customers can experience separate areas for product selling, warranty - maintenance service, coffee area, relaxation area, driving training and test drive.

In 2019, BMW Motorrad has introduced numerous reputable models to serve Vietnamese customers. Among those, we can mention the launching of 2 premium models BMW C 400 X and C 400 GT in July, 2019. In the event, there were 12 bikes handed over, over 80 customers, and 20 journalists. In September, 2019, the launching of R 1250 GS, R 1250 GSA, and F 850 GS in Vietnam received huge attention from the national media (over 120 newspapers).

Also in September 2019, BMW Motorrad Vietnam organized the first-ever GS Trophy 2020 Qualifier Vietnam which was the chance to exchange, meet up, and bring GS Vietnam closer to the international community. Over 40 racers competed in Hanoi and Ho Chi Minh. After the final round, the 3 winners from Vietnam competed with teams from Malaysia, Taiwan, Singapore, Philippines, and Indonesia in the Malaysia Qualifier also

in September.

In October 2019, BMW Motorrad showed its customer appreciation with the biggest customer service promotion of the year. Owning a team of high-skilled technicians, modern facilities and equipment, BMW Motorrad has brought about high-end bike maintenance experience in line with the brand standards.

BMW Motorrad also promoted the showcase and first-hand experience for the newest models. Over 30 test drives have been organized to reach nearly 400 potential customers. Besides, monthly "Weekend Offline", "Cafe with BMW Motorrad" have created more interesting activities for the fans.

Community connection

In addition to the customer events, BMW Motorrad Vietnam also paid attention to the CSR by being one of the sponsors of Distinguished Gentleman's Ride 2019 - the event which funded for prostate cancer, understanding about this disease and men's health. Besides, there were other sponsored activities for the BMW Motorrad fan clubs: Journey to Ly Son island (with more than 100 motorbikes), birthday of the southern BMW Motorrad fan club. On December 4, the German motorbike brand accompanied customers across Vietnam in "Angkor Motorrad Festival" - a celebration for BMW Motorrad communities in ASEAN countries as Cambodia, Thailand, Vietnam in Siem Riep (Cambodia).

For what have happened throughout the year, 2019 is the customer connection year of BMW Motorrad. In the coming time, the brand will develop its showroom system in the spirit "Point of Experience", improve its service quality, promote brand events, and approach more closely the big-engine motorbike enthusiasts in Vietnam.

BMW Motorrad Vietnam





**THE JOURNEY
IS YOUR DESTINATION.
MAKE LIFE A RIDE.**



BMW Motorrad



BMW G 310 GS



BMW R 1250 GS



BMW R 1250 GSA

BMW MOTORRAD ĐƯỢC PHÂN PHỐI TẠI VIỆT NAM BỞI THACO.

BMW Motorrad Sala
Địa chỉ: 12 Mai Chí Thọ, P. An Lợi Đông, Q. 2, Tp. HCM.
Hotline: 0901 188 088

BMW Motorrad Phú Nhuận
Địa chỉ: 78 Nguyễn Văn Trỗi, P. 8, Q. Phú Nhuận, Tp. HCM.
Hotline: 0938 0699 971

BMW Motorrad Đà Nẵng
Địa chỉ: 356 Điện Biên Phủ, P. Thanh Khê Đông, Q. Thanh Khê.
Hotline: 0909 779 356

BMW Motorrad Long Biên
Địa chỉ: 01 Ngõ Gia Tự, P. Đức Giang, Q. Long Biên, Tp. Hà Nội.
Hotline: 0938 908 488

Website: www.bmw-motorcycles.vn
Facebook: BMW Motorrad Vietnam

**RIDE ON
& ON & ON. 3 NĂM
BẢO HÀNH.**



Chúc Mừng Năm Mới

2020

Xuân Canh Tý



TRẢI NGHIỆM DỊCH VỤ PEUGEOT ĐẲNG CẤP



MOTION & e-MOTION



PEUGEOT

PEUGEOT VIỆT NAM

facebook.com/peugeotvn | peugeotvietnam.vn | [1900 1101](tel:19001101)



BỘ ĐÔI PEUGEOT 3008, 5008

VÀ NHỮNG ĐẶC SẮC
TRONG THIẾT KẾ PHÁP



Người Pháp nổi tiếng về sự thanh lịch, tinh tế và lãng mạn. Những dấu ấn đó hiện diện trong văn hóa, ẩm thực, kiến trúc, thời trang... Một chiếc xe Pháp cũng vậy.

Không chỉ là thiết kế

Design (thiết kế) có hai mặt - nghệ thuật và thương mại, và trong thế giới hiện đại nó đi bằng “đôi chân” này. Bởi rằng sản phẩm design mặc dù có thể coi là tác phẩm nghệ thuật, nhưng nhất định phải có tính ứng dụng trong thực tế.

Người Pháp đã mang kiến trúc cổ điển tới Việt Nam. Đó là những công trình đã được nghiên cứu, thẩm định hàng trăm năm nay với những tiêu chuẩn thực tế, khắt khe. Vì vậy, không ngạc nhiên khi những tác phẩm đó có thể tồn tại lâu dài tại một đất nước nhiệt đới khác hẳn với khí hậu châu Âu.

Và kiến trúc chỉ là một phần. Bên cạnh đó là nhiều thứ tiên tiến hơn như công nghệ thi công, vật liệu, giải pháp ứng phó với khí hậu... giúp nhà của Pháp có hiệu quả về công năng sử dụng. Bạn đã bao giờ tự hỏi, tại sao bước vào các nhà thờ, các ngôi biệt thự, công sở được xây dựng bởi các kiến trúc sư Pháp vào mùa đông thì ấm, mùa hè thì mát chưa? Đó là nhờ kết hợp một loạt các giải pháp hiệu quả về cách bố trí cửa sổ, thông gió, mái lợp, độ dày của tường...

Sau năm 1954, tại Việt Nam, xe đạp Peugeot màu cá vàng của Pháp lúc bấy giờ được đánh giá như một tài sản ngang như chiếc ô tô hiện nay. Đơn giản, xe vừa đẹp, vừa sang, vừa bền nên có giá trị cao. Hay nếu bạn để ý, những chiếc quạt trần mỹ miều của Pháp vẫn còn nhiều trong các biệt thự và công sở Hà Nội đến ngày nay vẫn chạy tốt, và có thể chạy hàng tháng nếu không may quên tắt điện.

Nói đến “design” Pháp, không thể không nhắc tới thời trang. Các nhà thiết kế người Pháp từ lâu đã sáng tạo ra những thương hiệu thời trang nổi tiếng và được khao khát nhất thế giới. Chanel, Dior, Saint Laurent, Hermes, Louis Vuitton... danh sách này không ngừng được mở rộng hơn nữa.

Người Pháp cho rằng khí chất thanh lịch mà họ có được là nhờ Vua Louis XIV cai trị đất nước từ năm 1643. Vua Louis XIV có gu thẩm mỹ đặc biệt xa hoa, được thể hiện trong Lâu đài Versailles nổi tiếng thế giới cũng như trong phong cách của ông.

Nhận thức được tầm quan trọng của những sản phẩm cao cấp xa xỉ đối với kinh tế Pháp, Louis XIV chủ trương phát triển quy mô lớn trong lĩnh vực



nghệ thuật, trong đó có ngành dệt may, dưới sự cai quản của hoàng gia, nơi sau này trở thành trung tâm thời trang toàn thế giới. Trong nhiều thế kỷ, những vật liệu và vải dệt chất lượng tốt nhất đã được tìm thấy tại Pháp.

Như vậy, thiết kế của người Pháp tinh tế ở chỗ, vừa mang tính thẩm mỹ, lại vừa bền bỉ và tối ưu trong sử dụng.

Peugeot 3008, 5008 thừa hưởng tinh hoa Pháp

Chúng ta đã vừa phần nào đó thấy được sự tinh tế, nét đặc trưng trong ngôn ngữ thiết kế của người Pháp qua các công trình kiến trúc tôn giáo, nhà ở, qua các vật dụng, và đặc biệt là thời trang. Bây giờ, hãy nói đến việc thiết kế Pháp được thể hiện trên những chiếc xe hơi. Bộ đôi Peugeot 3008, 5008 là một ví dụ.

Một thiết kế đẹp là sự hội tụ của mọi giác quan, là tập hợp của nhìn, chạm và lắng nghe mang đến nhiều cảm xúc. Những điều này thể hiện rõ nhất trong thiết kế ô tô, nơi mà những sản phẩm ngày nay chịu ảnh hưởng bởi công thái học, tính thẩm mỹ, chất lượng tổng thể và tác động trực tiếp tới người sở hữu xe.

Gilles Vidal là một người rất am hiểu việc này. Kể từ khi trở thành Giám đốc thiết kế của Peugeot vào tháng 1/2010, ông đã nâng chất lượng thiết kế của hãng xe Pháp lên một tầm cao mới. Ngôn ngữ thiết kế i-Cockpit thế hệ đầu tiên được giới thiệu trên 3 mẫu xe là Peugeot 308, Peugeot 208 và SUV Peugeot 2008, từ đó trở thành đặc trưng của Peugeot.

Ngôn ngữ thiết kế i-Cockpit thế hệ thứ 2 được giới thiệu vào năm 2016 cùng mẫu Peugeot 3008 và 5008 hoàn toàn mới gây chú ý với không gian cabin đậm chất tương lai hòa với không gian kỹ thuật số. Năm 2017, ngôn ngữ thiết kế này đã nhận giải thưởng thiết kế Red Dot danh giá của ngành công nghiệp xe hơi.

Bộ đôi Peugeot 3008 và 5008 cũng là 2 mẫu xe được THACO phân phối chính hãng tại thị trường Việt Nam và được khách hàng đón nhận với doanh số cao, giúp Peugeot tăng trưởng mạnh trong 2 năm gần đây. Với i-Cockpit, những thiết kế xe của Peugeot gần như không thể bị nhầm lẫn với bất kỳ mẫu xe nào khác bởi sự nổi bật và công nghệ mà thiết kế này mang lại.

Thế hệ thứ 2 mang tới một màn hình hiển thị thông số điện tử 12,3 inch, màn hình giải trí cảm ứng 8

inch, 8 nút bấm ở chính giữa bảng điều khiển trung tâm, vô lăng vật D-cut thể thao và cần số điện tử.

Không gian cabin theo ngôn ngữ Peugeot i-Cockpit được ví như buồng lái máy bay và đậm chất công nghệ với xu hướng tập trung vào người lái nhiều hơn. Chính vì vậy, không lạ khi màn hình giải trí và nút bấm trung tâm có xu hướng xoay về phía người lái.

Chúng ta có thể thấy, ngôn ngữ thiết kế được thể hiện trên những chiếc xe Peugeot như 3008 hay 5008 không chỉ mang đặc trưng chất Pháp – nghĩa là đẹp một cách thanh lịch, tinh tế mà còn rất hữu ích khi sử dụng.

Chẳng hạn như vô lăng vật D-cut với 2 chấu ngang lạ mắt trên xe Peugeot không chỉ ấn tượng về mặt thẩm mỹ mà nó còn đem đến khả năng cầm nắm chắc hơn, giúp người lái có nhiều cảm xúc hơn. Hay như cần số của xe được thiết kế độc đáo, hướng về phía trước như cần điều khiển máy bay và là dạng điện tử với các nút bấm sang số thay vì gạt như thông thường.

Bên ngoài, người ta có thể dễ dàng nhận ra chiếc xe đậm chất Pháp nhờ ngoại hình khó trộn lẫn. Cả tổng thể là một thiết kế hình khối mang đến cái nhìn cứng cáp. Các chi tiết được bài trí hợp lý như phần lưới tản nhiệt hoạ tiết hình kim cương, logo sư tử đặc trưng, đèn full LED, hốc gió cỡ lớn dưới đèn sương mù. Phía sau là hệ thống ống xả mạ Crôm và đèn hậu dạng LED với dạng móng vuốt sư tử đặc trưng của thương hiệu Pháp rất ấn tượng.

Xe Peugeot ảnh hưởng bởi một thứ ngôn ngữ thiết kế, bởi kiến trúc, bởi văn hoá Pháp là thế. Nhẹ nhàng, lãng mạn, lôi cuốn, tinh tế, trường tồn theo thời gian... và không thể lẫn vào đâu được.

Thanh Trúc

DUO PEUGEOT 3008, 5008 AND SPECIAL FEATURES IN FRENCH DESIGN

The French are famous for their elegance, sophistication and romance. Those impressions are present in French culture, cuisine, architecture, fashion. So is a French car.





Not just design

Design has two sides - art and commerce, and in the modern world it goes with these "legs". Although design products can be considered as art masterpieces, they must be practical.

The French brought classical architecture to Vietnam. These are works that have been researched and appraised for hundreds of years with strict and realistic standards. Therefore, it is not surprising that such works can endure for a long time in a tropical country different from the European climate.

Architecture is only one aspect. There are other advanced aspects such as material construction technology, tropical climate solutions, etc. that have made French houses to be efficient. Have you ever wondered why French architecture is warm in the winter and cool in the summer? That is thanks to a combination of a range of effective solutions for window layout, ventilation, roofing, wall thickness...

After 1954, in Vietnam, Peugeot classic road bikes were considered as valuable as cars nowadays. Simply, the bike was nicely-designed, luxurious, durable, and valuable. Or you can notice there are still the beautiful vintage French ceiling fans in villas and offices in Hanoi today that still work well, and can run month-long if we happen to fail to turn it off.

Speaking of "French design", fashion is a must-mention topic. French designers have long created the most famous and sought-after fashion brands in the world: Chanel, Dior, Saint Laurent, Hermes, Louis Vuitton, so on and so forth.

The French attributed their inherent elegant temperament to King Louis XIV - their ruler since 1643. King Louis XIV had a particularly lavish taste which is embodied in the famous Palace of Versailles as well as in his style.

Recognizing the importance of high-class luxury products to the French economy, Louis XIV

advocated large-scale development in arts, including the textile industry. Under the royal ruling, this industry later became the center of worldwide fashion. For centuries, the best quality materials and textiles have been found in France.

As such, French design is subtle in the way that it is aesthetic, durable and optimal in use.

Peugeot 3008, 5008 inherit the French quintessence

We have somehow seen the sophistication and characterization of the French design language through religious buildings, houses, appliances, and especially fashion. Now, let's talk about the design in French cars. The Peugeot 3008, 5008 duo is an example.

A nice design is a convergence of all senses, sighting, touching and hearing that flares up emotions. These are the most evident in automotive design, where today's products are influenced by ergonomics, aesthetics, overall



quality, and direct impact on vehicle owners.

Gilles Vidal is a very knowledgeable person. Since becoming Peugeot's Design Director in January 2010, he has taken the design quality of the French automaker to a new level. The first-generation i-Cockpit design was introduced on 3 models: Peugeot 308, Peugeot 208 and Peugeot 2008 SUV, which became the characteristic of Peugeot.

The second-generation i-Cockpit design was introduced in 2016 on the all-new Peugeot 3008 and 5008 models, which has attracted attention with a futuristic cabin space mixed with digital space. In 2017, this design language received the prestigious Red Dot design award of the car industry.

Peugeot 3008 and 5008, distributed by THACO in Vietnam are well received by Vietnamese customers, boosting Peugeot growth strongly in the last 2 years. With i-Cockpit, it is im-

possible to confuse Peugeot cars with any other models by the outstanding and technology that this design brings.

The second generation brings a 12.3-inch electronic parameter display, an 8-inch touchscreen entertainment screen, 8 buttons in the center of the center console, a sporty D-cut beveled steering wheel and an electronic gear lever.

The cabin space in the Peugeot i-Cockpit language is like an airplane cockpit and is full of technology with a tendency to focus more on the driver. Thus, it is not a strange thing that the entertainment screen and center buttons tend to rotate towards the driver.

The design language embodied on Peugeot cars as 3008 or 5008 is not only characterized by the French - that is, elegant and exquisite, but also immensely useful to use.

For example, the beveled D-cut steering wheel with 2 fancy hor-

izontal spikes on Peugeot is not only aesthetically impressive, but it also provides a firmer grip, provoking more emotion in the driver. Or the gear lever is uniquely designed, facing forward like a joystick and in an electronic form with shift knobs instead of switches as usual.

On the outside, one can easily recognize the unmistakable French-characterized car. The whole car bears a cubic design that gives a tough look. The details are reasonably arranged, including a diamond-shaped grille, the lion logo, full LEDs, large air ventilation beneath the fog lights. The rear side includes a chrome exhaust system and impressive lion-claw LED taillights - typical of the French brand.

Peugeot cars are influenced by a design language, by architecture, and by French culture - gentle, romantic, appealing, sophisticated, modern, well-established, and unmistakable.

Thanh Truc



MAZDA3 VÀ MAZDA3 SPORT KỶ NGUYÊN MỚI THƯƠNG HIỆU MAZDA

Ngày 4/11/2019, tại Hà Nội, THACO chính thức ra mắt “Bộ đôi hoàn toàn mới Mazda3 và Mazda3 Sport – Sản phẩm thế hệ thứ 7”, mở ra kỷ nguyên mới của thương hiệu Mazda với sự thay đổi toàn diện. Bộ đôi sở hữu thiết kế kiến trúc dựa trên nền tảng công nghệ SkyActiv mới, bổ sung các trang bị tiện nghi cao cấp, cùng hệ thống an toàn chủ động và thông minh i-Activsense, tất cả đều dựa trên nền tảng triết lý “Tất cả vì mọi người – Human Centric”.

Từ khi Mazda hợp tác với THACO vào năm 2011 đến nay, tổng doanh số xe Mazda tại Việt Nam đã vượt 130.000 xe; trong đó doanh số Mazda3 chiếm tỷ lệ cao nhất với hơn 55.000 xe, liên tục dẫn đầu phân khúc C và thường xuyên có mặt trong Top 10 các mẫu xe du lịch bán chạy nhất nhiều năm liên tiếp tại thị trường Việt Nam.

Với chiến lược dài hạn đưa thương hiệu Mazda trở thành “Thương hiệu xe hạng sang Nhật Bản, tương đương với các thương hiệu xe châu Âu cao cấp”, dựa trên triết lý “Tất cả vì mọi người – Human Centric”, Mazda mong muốn “Mang đến niềm vui và hạnh phúc cho khách hàng” thông qua những giá trị riêng biệt - được đúc kết và kế thừa từ mỹ học truyền thống Nhật Bản, từ di sản Hiroshima, hình thành nên triết lý của Mazda, mang đến những giá trị chỉ riêng Mazda mới có.

Dựa trên các giá trị riêng biệt này, Mazda đã tạo ra Sản phẩm thế hệ mới với những đột phá mạnh mẽ trong thiết kế, công nghệ, và bộ đôi Mazda3 & Mazda3 Sport chính là những mẫu xe đầu tiên của thế hệ mới này.

Về thiết kế, kế thừa ngôn ngữ thiết kế Kodo - linh hồn của sự chuyển động, bổ sung những giá trị tinh hoa của mỹ thuật truyền thống Nhật Bản và triết lý tinh giản “Less is more”, đội ngũ thiết kế Mazda đã nâng tầm sản phẩm thế hệ mới đạt đẳng cấp nghệ thuật – Car As Art. Thiết kế Mazda3 và Mazda3 Sport được tinh giản theo phong cách hiện đại, tạo cảm giác phấn khích và sống động qua sự bóng sáng được thay đổi theo ánh nhìn trên các đường nét của chiếc xe, theo thời gian trong ngày và theo mùa trong năm.

Về công nghệ, dựa trên nghiên cứu khoa học về khả năng giữ cân bằng tự nhiên của con người khi di chuyển, Mazda đã tạo ra SkyActiv-Vehicle Architecture – Thiết kế kiến trúc xe dựa trên công nghệ SkyActiv mới, nâng cấp toàn diện từ lớp xe, hệ thống treo, thân xe đến kết cấu ghế ngồi nhằm tối ưu hóa khả năng cân bằng tự nhiên, tạo ra cảm giác lái thú vị và tự nhiên như đang đi trên đôi chân của chính bạn.

Về hệ thống an toàn, bộ đôi Mazda3 và Mazda3 Sport hoàn toàn mới trang bị 7 túi khí, bao gồm túi khí đầu gối cho tất cả các phiên bản – tiêu chuẩn an toàn duy nhất và vượt trội trong phân khúc C hiện tại. Hệ thống hỗ trợ an toàn chủ động thông minh i-Activsense cũng được trang bị trên bộ đôi Mazda3 và Mazda3 Sport với các tính năng duy nhất có trong phân khúc như: ga tự động tích hợp radar (MRCC), hỗ trợ phanh chủ động thông minh

(SBS), kiểm soát và giữ làn đường, cảnh báo điểm mù và nhiều tính năng khác.

Về tiện nghi, bộ đôi Mazda3 và Mazda3 Sport sở hữu không gian bên trong với thiết kế tinh giản hiện đại, khả năng cách âm vượt trội, hệ thống loa cao cấp với chất lượng âm thanh như buổi trình diễn nhạc sống; hệ thống Mazda Connect thế hệ mới với màn hình 8.8 inch; màn hình HUD hiển thị thông tin trên kính chắn gió; điều hòa tự động 2 vùng độc lập với cửa gió riêng cho hàng ghế sau; nội thất da cao cấp.

Đặc biệt, với sản phẩm thế hệ mới, Mazda đã thiết kế thành 02 mẫu xe hoàn toàn riêng biệt.

Mazda3 Sport lấy cảm hứng từ mẫu concept nổi tiếng RX-Vision – Mẫu xe Concept đẹp nhất thế giới năm 2016. Mazda3 Sport là mẫu Crossover thể thao hoàn toàn riêng biệt – Unique Sport Crossover, kết hợp hài hòa giữa khả năng vận hành ổn định của Sedan truyền thống và thiết kế thể thao, năng động của Crossover, hướng đến khách hàng Tính cách & Năng động. Tại Việt Nam, Mazda3 Sport có 05 phiên bản; trong đó nhóm động cơ 1.5L gồm 03 phiên bản Premium, Luxury và Deluxe; nhóm động cơ 2.0L gồm 02 phiên bản Premium và Luxury.

Mazda3 sedan lấy cảm hứng từ mẫu concept nổi tiếng Vision Coupe – Mẫu xe Concept đẹp nhất thế giới năm 2018. Mazda3 sedan được thiết kế cho các khách hàng theo xu hướng Phong cách & Quyển rũ với các đường nét thanh thoát và sang trọng, khẳng định vẻ đẹp chuẩn mực vượt thời gian. Nhằm đa dạng hóa sự chọn lựa của khách hàng, Mazda3 sedan cũng có 05 phiên bản; trong đó nhóm động cơ 1.5L gồm 03 phiên bản: Premium, Luxury và Deluxe; nhóm động cơ 2.0L gồm 02 phiên bản: Premium và Luxury.

Với bộ đôi Mazda3 và Mazda3 Sport hoàn toàn mới, cùng với Mazda toàn cầu, Mazda Việt Nam đang bước vào giai đoạn “Sản phẩm thế hệ mới - Kỷ nguyên mới thương hiệu Mazda” với sự phát triển đồng bộ từ sản phẩm, hệ thống phân phối, chất lượng phục vụ khách hàng.

Lâm Yến

MAZDA3 AND MAZDA3 SPORT THE NEW ERA OF MAZDA

On November 4, 2019, in Hanoi, THACO officially launched “All-new duo Mazda3 and Mazda3 Sport - 7th generation products”, opening a new era of Mazda brand with a comprehensive change. The duo owns an architectural design based on the new SkyActiv technology, adds advanced equipment and facilities, active and smart i-Activsense safety system, all based on “Human Centric” philosophy.

Since Mazda cooperated with THACO in 2011, the total sales of Mazda cars in Vietnam has exceeded 130,000, in which Mazda3 sales accounted for the highest proportion with more than 55,000 vehicles, constantly leading the C segment and regularly present in the Top 10 best-selling passenger cars for many consecutive years in the Vietnamese market.

With a long-term strategy to bring Mazda brand into “Japanese luxury car brand, equivalent to high-class European car brands”, based on the philosophy “Human Centric”, Mazda hopes to “Bring joy and happiness to customers” through distinct values - drawn and inherited from Japanese traditional mastery, from Hiroshima heritage, forming the philosophy of Mazda, bringing Mazda’s essentialism.

Based on these unique values, Mazda has created a new generation of products with major breakthroughs in design, technology, and the duo Mazda3 & Mazda3 Sport are the first models of this new generation.

Regarding design, inheriting Kodo design language - the soul of motion, adding the elite values of Japanese traditional arts and the philosophy of “Less is more”, the Mazda design team has el-

evated the new generation of products to reach the artistic level - Car As Art. The design of Mazda3 and Mazda3 Sport is streamlined in a modern style, creating a sense of excitement and liveliness through the glossy shine appearance which can change from different car angles, time of day, and seasons.

Regarding technology, based on the scientific research on the ability to keep the natural balance of humans on the move, Mazda has created SkyActiv-Vehicle Architecture - the vehicle architecture design based on the new SkyActiv technology, which is comprehensively upgraded from tires, suspension, bodywork to the seat structure to optimize natural balance, creating an enjoyable and natural driving experience just like walking on your own feet.

In terms of safety systems, the all-new Mazda3 and Mazda3 Sport are equipped with 7 airbags, including knee airbags for all versions - the only safety standard that excels in the current C segment. Active and smart i-Activsense safety assistance system is also equipped on the Mazda3 and Mazda3 Sport duo with unique features in the segment, such as Mazda Radar Cruise Control (MRCC), Smart Brake Support (SBS), lane keeping and control, blind spot warning and more.



In terms of comfort, the Mazda3 and Mazda3 Sport duo possesses an inner space with modern streamlined design, superior sound insulation, a high-end speaker system with live-music sound quality, the new-generation Mazda Connect system with an 8.8-inch screen, HUD screen which displays information on the windshield, 2-zone automatic climate control with separate air vents for the rear seats, and premium leather interior.

In particular, with the new-generation products, Mazda has designed 02 different models.

Mazda3 Sport is inspired by the famous RX-Vision concept - 2016 Car Design Award winner. Mazda3 Sport is a distinctive sport crossover - Unique Sport Crossover, a harmonious combination of the stable performance of a traditional sedan and the sporty, dynamic design of a crossover, aiming at stylish and active customers. In Vietnam, Mazda3 Sport offers 5 versions, including Premium, Luxury and Deluxe versions for the 1.5L engine models, and Premium and Luxury versions for the 2.0L engine models.

The Mazda3 sedan is inspired by Vision Coupe concept - 2018 Car Design Award winner. Mazda3 sedan is designed for trendy & appealing customers with elegant and luxury lines, confirming time-

less beauty. In order to diversify customer choices, Mazda3 sedan also has 5 versions, 3 versions Premium, Luxury and Deluxe for the 1.5L engine models, and 2 versions Premium and Luxury for the 2.0L models.

With the all-new duo Mazda3 and Mazda3 Sport, together with Mazda worldwide, Mazda Vietnam is entering the stage of “New-generation products - New era of Mazda” with synchronous development of products, distribution system, and customer service quality.

Lam Yen

GIẢI MÃ **MAZDA3** **XE CỦA NĂM 2019** **DO PHỤ NỮ** BÌNH CHỌN

Thiết kế mượt mà, tính năng phong phú hiện đại cùng cảm giác lái ấn tượng là những điểm cộng mà các nữ phóng viên chuyên về xe trên thế giới thuộc tổ chức WWCOTY dành cho Mazda3, dòng xe vừa được bình chọn là xe gia đình tốt nhất cũng như xe của năm 2019.

Vượt qua hàng trăm đối thủ, Mazda3 vừa giành chiến thắng trong cuộc bình chọn thường niên của tổ chức phi lợi nhuận Women's World Car of the Year (WWCOTY), và nhận được sự đánh giá của 41 giám khảo đến từ 34 nước khác nhau trên toàn thế giới. Vì sao dòng xe này lại lọt vào mắt xanh của những nữ phóng viên kỳ cựu chuyên ngành ô tô xe máy như vậy?



Ngoại thất trẻ trung, hiện đại

Điểm cộng đầu tiên của Mazda3 với khách hàng nói chung và phụ nữ nói riêng chắc chắn là ngoại thất. Dù là bản sedan hay hatchback, dòng xe này đều tạo sức hút với thiết kế trẻ trung, hiện đại pha chút phá cách. Đầu xe Mazda3 2019 vẫn giữ lưới tản nhiệt mặt cười cỡ lớn đặc trưng thương hiệu, nhưng đã được tạo hình gãy góc hơn với điểm nhấn là một đường viền mạ chrome phía dưới. Đường viền này nối liền hai cụm đèn pha tạo nên một thiết kế hiện đại và chẵn chu.

Cản trước thiết kế đơn giản với các hốc hút gió nhỏ, tạo nên một hình ảnh cân đối. Hai phiên bản động cơ 1.5L được trang bị đèn pha halogen tự động, trong khi phiên bản 2.0L cao cấp nhất được trang bị đèn pha LED tự động bật tắt, cân bằng góc chiếu sáng và mở rộng góc chiếu khi đánh lái, phiên bản 2.0L này còn được trang bị đèn LED ban ngày. Cả ba đều đi kèm với đèn sương mù dạng LED, tích hợp với đèn báo rẽ được đặt thấp dưới cản trước.

Thân xe Mazda3 ghi điểm với các đường cong uốn lượn, kết hợp với các đường dập mềm mại hơn, nhưng nổi khối rõ nét. Cụm đèn hậu cả hai phiên bản có thiết kế tương tự cụm đèn pha theo, kéo dài và vuốt ngược lên phía thân xe. Đây là chi tiết khác biệt lớn so với phiên bản trước, cụm đèn hậu mới có thiết kế dài hơn và sắc nét hơn. Phiên bản động cơ 1.5L trang bị đèn hậu halogen thông thường trong khi phiên bản động cơ 2.0L có đèn hậu dạng LED hiện đại hơn. Cả ba phiên bản cũng được trang bị đèn phanh thứ ba tích hợp phía sau, tăng cường hiệu quả nhận diện khi phanh dành cho các xe đi phía sau.

Về kích thước tổng thể, phiên bản hatchback có thông số dài x rộng x cao lần lượt là 4460 x 1795 x 1465 (mm), trong khi phiên bản sedan là 4580 x 1795 x 1450 (mm)

Chiều dài cơ sở cả 3 phiên bản là 2700 mm cho không gian nội thất tương đối rộng rãi và bán kính quay vòng tối thiểu ở mức 5,3 mét. Khoảng sáng gầm 155 mm không quá thấp, giúp Mazda3 linh hoạt di chuyển hơn khi đi vào những đoạn đường xấu.

Nội thất rộng rãi và tiện nghi

Nếu sự thu hút của Mazda3 là ở vẻ ngoài, thì điểm giữ chân và lấy lòng khách hàng lớn nhất lại nằm ở khoang lái, nơi có nhiều thay đổi nhất so với thế hệ trước. Bảng táp-lô có thiết kế hiện đại, mang phong cách châu Âu với màn hình trung tâm dựng thẳng đứng, các nút bấm được tinh giảm tối đa, và đường nét chạm trổ tinh tế, vừa phải, giúp cân bằng được

hai yếu tố thể thao và sang trọng.

Vô lăng Mazda3 2019 được bọc da và thiết kế 3 chấu thể thao, có thể điều chỉnh được 4 hướng, đồng thời tích hợp nút điều khiển âm thanh, đàm thoại rảnh tay, điều khiển hành trình và lấy chuyển số sau vô lăng.

Phía sau vô lăng là đồng hồ lái có giao diện thiết kế hiện đại và thể thao. Trung tâm là đồng hồ tua máy lớn dạng cơ, và hai bên là hai màn hình kỹ thuật số cung cấp các thông số vận hành cho người lái. Sau vô lăng phiên bản 2.0L còn được trang bị thêm màn hình HUD ADD ngay tầm quan sát, cung cấp những thông tin cần thiết nhất, giảm thiểu thời gian quan sát xuống đồng hồ lái, giúp người lái tập trung tốt hơn.

Ghế lái trên phiên bản Mazda3 2.0L được trang bị tính năng chỉnh điện, hai phiên bản còn lại được trang bị ghế lái chỉnh tay. Tuy nhiên tất cả phiên bản đều có nội thất được bọc da sang trọng với ghế ngồi thiết kế dạng thể thao, hỗ trợ ôm lưng tốt hơn. Ghế hành khách còn lại có thể chỉnh tay 4 hướng.

Hàng ghế sau cả ba phiên bản đều được trang bị 3 tựa đầu và tựa tay trung tâm tích hợp giá để cốc. Hàng ghế này cũng có thể gập gọn theo tỉ lệ 60:40, giúp mở rộng không gian khoang hành lý khi mua sắm hoặc cần vận chuyển các vật dụng dài.

Không gian hành lý của Mazda3 2019 ở mức vừa đủ cho những hành trình ngắn ngày. Phiên bản sedan có dung tích khoang hành lý là 414L, trong khi phiên bản hatchback có mức 314L, và nếu gập gọn hàng ghế thứ hai, dung tích khoang hành lý có thể lên tới 1.360L.

Ba phiên bản Mazda3 2019 đều được trang bị hệ thống giải trí giống nhau với đầu DVD tích hợp màn hình cảm ứng 7 inch, có thể phát radio và định dạng âm thanh mp3, đi kèm với cổng kết nối AUX, USB, Bluetooth. Nút xoay điều khiển trung tâm Mazda Connect sẽ hỗ trợ tối đa người lái và hành khách khi điều khiển hệ thống giải trí. Hệ thống này có thiết kế tương tự các hãng xe châu Âu, tạo nên nét hiện đại và sang trọng hơn khá nhiều các đối thủ trong phân khúc.

Hệ thống điều hòa tự động cũng tăng độ tiện nghi cho Mazda3. Mazda3 có thể coi là mẫu xe trang bị tiện nghi nhất nhì phân khúc, tiệm cận cả các mẫu sedan hạng D. Các trang bị khác có thể kể ra như hệ thống khởi động bằng nút bấm tích hợp chìa khóa thông minh, gương chiếu hậu bên trong chống chói tự động, tấm che nắng có trang bị gương và đèn trang điểm, cửa sổ trời.



Cảm giác lái thú vị

Mazda3 được xây dựng hệ thống vận hành dựa trên nền tảng SkyActiv, nhờ đó khả năng vận hành được tối ưu tốt với sự đồng bộ giữa động cơ, khung gầm, thân xe và hộp số. Xe sở hữu 2 phiên bản động cơ gồm SkyActiv-G 1.5L cho công suất tối đa 110 mã lực tại 6000 vòng/phút và mô-men xoắn cực đại 144Nm tại 4000 vòng/phút; và SkyActiv-G 2.0L cho công suất tối đa 153 mã lực tại 6000 vòng/phút và mô-men xoắn cực đại 200Nm tại 4000 vòng/phút.

Tất cả động cơ đều là dạng 4 xy lạnh thẳng hàng 16 van DOHC. Đi kèm với hai cấu hình động cơ là hộp số tự động 6 cấp, có trọng lượng nhẹ, thời gian chuyển số nhanh, mượt mà và giảm tiêu hao nhiên liệu.

Bên cạnh đó, Mazda3 còn trang bị một loạt các công nghệ hỗ trợ vận hành hiện đại nhất như hệ thống dừng/khởi động động cơ thông minh i-Stop, hệ thống kiểm soát gia tốc G-Vectoring Control. Hệ thống này sẽ phân đoán hành vi và phản ứng của người lái, từ đó đưa ra những điều phối gia tốc nhằm hỗ trợ người lái nhanh hơn và chính xác hơn. Ngoài ra, chế độ Sport Mode cũng tăng khả năng trải nghiệm cho người lái với những phản hồi từ động cơ mạnh mẽ và dứt khoát. Những công nghệ này giúp người lái tận hưởng được cảm giác thú vị đồng thời cũng an tâm khi đi trên đường.

Không chỉ vậy, trang bị an toàn cũng là ưu điểm nổi trội của Mazda3 2019. Đây là mẫu xe đầu tiên trong phân khúc được trang bị hệ thống an toàn gần như tương đồng cho cả ba phiên bản. Các trang bị an toàn gồm ABS, EBD, BA, hỗ trợ khởi hành ngang dốc HLA, hệ thống cân bằng điện tử DSC, hệ thống kiểm soát lực kéo chống trượt TCS, hệ thống cảnh báo chống trộm và khóa cửa tự động khi vận hành, camera lùi, 4 túi khí cho phiên bản động cơ 1.5L và 6 túi khí cho phiên bản động cơ 2.0L.

Box:

Chị Ilaria Salzano, đến từ Italia - phóng viên kỳ cựu của báo La Repubblica, cộng tác thường xuyên với các tạp chí Cosmopolitan Italia, báo điện tử Chiechi.it và là đồng chủ biên của chuyên trang về xe Donneinauto.it: “Mazda3 đã thành công trong việc tạo dấu ấn cho khách hàng cả về thiết kế lẫn công nghệ. Một sản phẩm như vậy không dễ kiếm trong phân khúc. Dòng xe này thật sự phong cách và nó luôn gây chú ý khi vận hành trên đường. Hãng xe Nhật đã làm được điều tuyệt vời khi giữ nguyên được bản sắc trong khi đáp ứng được nhiều hơn yêu cầu của khách hàng toàn cầu”.

Chị Anat Daniel, đến từ Israel - cựu biên tập viên của đài phát thanh Radio Darom và chủ biên của chuyên trang về xe Queen of the Road: “Mazda3, một mẫu xe hợp lý dành cho gia đình với thiết kế ấn tượng, thanh lịch từ trong ra ngoài và mang lại cho người lái sự vui thích trên đường”.

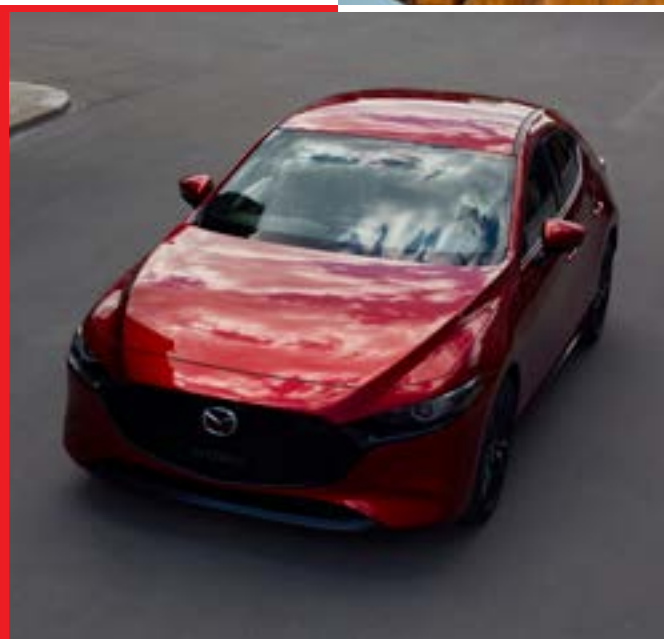
Chị Marta Garcia, đến từ Tây Ban Nha - nữ phóng viên chuyên về ô tô đầu tiên của Tây Ban Nha làm việc cho các báo và tạp chí như Men’s Health, Women’s Health, Elle, Runner’s World và hiện phụ trách chuyên mục về xe tại báo Quo, một tờ báo trực thuộc tạp chí Hearst Magazines: “Mazda3 là một mẫu xe có sự cân bằng rất cao khi kết hợp hài hoà giữa khả năng vận hành, chất lượng, giá cả và tiện nghi”.

Chị Sara Soria, đến từ Tây Ban Nha - phóng viên chuyên về xe với 20 năm kinh nghiệm từng làm việc tại nhiều tạp chí, chuyên trang về xe như Motor 16, Autorevista, Supermotor.com, Masmoto.net...: “Đây là một mẫu xe khiến tôi và nhiều người ngạc nhiên, ấn tượng vì thiết kế, nội thất chất lượng cao, khả năng vận hành linh hoạt nhờ vào khoang lái rộng rãi, tiện nghi”.

Khánh Hòa (Báo Lao động) – Thành viên CLB nữ phóng viên quốc tế

The sleek design, modern features and impressive driving experience are the plus points that Women's World Car of the Year (WWCOTY)'s female car reporters said about Mazda3, the newly selected family car as well as 2019's car of the year.

Outrunning hundreds of rivals, Mazda3 has just won the annual election of the non-profit Women's World Car of the Year (WWCOTY), and received the high appraisal of 41 judges from 34 different countries. Why has this car captured the eyes the automotive female journalists?



DECODING MAZDA3 WOMEN'S CAR OF THE YEAR 2019



Young and modern exterior

The first advantage of Mazda3 in general and for women in particular is definitely the car exterior. Whether it is a sedan or a hatchback, this car is attractive with a youthful and modern design. At the front, the Mazda3 2019 retains the trademark big-sized smiley grille which has become more angular with a chrome border underneath. This border connects two headlights to create a modern and stylish design.

The front bumper bears a simple design with small air intakes, creating a balanced image. The two 1.5L engine versions are equipped with automatic halogen headlights, while the most advanced 2.0L version is equipped with LED lights that automatically turn on and off, balancing the lighting angles and extending the projection angle when driving. This 2.0L version also comes with daytime running lights. All three come with LED fog lamps, integrated with turning indicators mounted below the front bumper.

The body of the Mazda3 scores with wavy curves, combined with softer, but noticeable floating blocks. The taillights of both versions have the same design as the headlight cluster, extending and swiping up towards the body. This is a big difference compared to the previous version. The new taillight has a longer and sharper design. The 1.5L engine version features regular halogen taillights while the 2.0L engine version has more modern LED taillights.

All versions also feature a third integrated rear brake light, which enhances recognition when braking to avoid vehicles at the back.

In terms of overall dimensions, the hatchback version is 4460 x 1795 x 1465 (mm), while the sedan version is 4580 x 1795 x 1450 (mm).

The wheelbase of all versions is 2700 mm, providing relatively spacious interior space and a minimum turning radius of 5.3 meters. The car has a relatively fair ground clearance, 155 mm, enabling it with more flexibility when travelling on bad terrains.

Spacious and comfortable interior

If what is appealing about the Mazda3 is in appearance, the biggest customer retention point is its driver's cabin, where there are most changes compared to the previous generation. The dashboard



has a modern, European-style design with a vertical center screen, minimized buttons, and delicate, moderate carvings that help balance the sporty and luxury elements.

The 2019 Mazda3 steering wheel is covered in leather and 3-spoke design, which can be adjusted in 4 directions, while integrating audio control buttons, hands-free conversations, cruise control and gearshift paddles at the back.

Behind the steering wheel is a watch with a modern and sporty design interface. The center is a large mechanical clock, while its two sides are two digital screens that provide operating parameters for the driver. After the steering wheel on the 2.0L version, there is an additional HUD ADD screen, providing the most necessary information, reducing observation time to the steering wheel, enhancing the driver's focus.

The driver's seat on the 2.0L version is equipped with electric adjustment function. Meanwhile, the other two versions are equipped with a manually-adjusted driver's seat. However, all versions have a luxurious leather interior with sporty seats offering better back support. The remaining passenger seat can be adjusted manually in 4 directions.

On all versions, rear seats are equipped with 3 headrests and integrated cup holders on center armrests. These seats can also be folded in a ratio

of 60:40, expanding the luggage space for shopping bags or long items.

The luggage space stays adequate for short journeys. The sedan version has a luggage compartment capacity of 414L, while the hatchback version has 314L. When the second seat row is folded, the luggage compartment capacity can mount up to 1,360L.

The three versions are furnished with the same entertainment system with a DVD player, a 7-inch touch screen, with radio and mp3 player functions, AUX, USB, and Bluetooth Connectivity. Mazda Connect knob will support the driver and passengers at best in operating the entertainment system. This system has a similar design to European cars, creating a more refined and luxurious feature than multiple competitors in the segment.

The automatic air conditioning system also increases comfort on the Mazda3. The car can be considered as the most comfortable vehicle in the segment, approaching the D-segment sedans. Other amenities are the smart car key, automatic anti-glare interior mirrors, sun visors with mirror and makeup light, sunroof.

Exciting driving feeling

The Mazda3 is built on the SkyActiv-based operating system, so that the car performance is well optimized with the synchronization between the engine, chassis, body and gearbox. The car owns 2 engine versions including SkyActiv-G 1.5L for maximum capacity of 110 horsepower at 6,000 rpm and a maximum torque of 144 Nm at 4,000 rpm; and the SkyActiv-G 2.0L for a maximum capacity of 153 horsepower at 6,000 rpm and a maximum torque of 200 Nm at 4,000 rpm.

All engines have 4 cylinders in line with 16 DOHC valves, and a 6-speed automatic gearbox which offers light, fast, and smooth shift and reduces fuel consumption.

In addition, Mazda3 is also equipped with a range of the most advanced operation technology such as i-Stop, G-Vectoring Control which will judge the driver's behavior and reaction, thereby providing accelerated coordination to assist the driver faster and more accurately. In addition, Sport Mode also enhances the driver's experience with strong and definitive engine feedback. These technologies help the driver enjoy the interesting feeling and security during traveling.

Not only that, safety features is also an outstanding advantage of Mazda3 2019. This is the first model in the segment to be equipped with nearly the same safety system for all of its three versions. The safety features include Anti-Brake System, EBD, BA, Hill Launch Assist, Dynamic Stability Control, Traction Control System, anti-theft system and automatic door lock, a reversing camera, 4 airbags for the 1.5L engine version and 6 airbags for the 2.0L engine version.

Box:

Ilaria Salzano from Italy - a veteran reporter of La Repubblica newspaper, regular collaborator with Cosmopolitan magazine, Chiechi.it and the co-editor of Donneinauto.it put: "Mazda3 has succeeded in creating its reputation towards customers both in design and technology. Such a product is not easy to find in the segment. This model is really stylish and it always attracts attention on the road. The Japanese automaker has done a great job of staying true to its identity while meeting more than the requirements of global customers. "

Anat Daniel from Israel - former radio editor of Radio Darom and editor of the Queen of the Road page: "Mazda3, a family-friendly model with an impressive, elegant design inside out, which gives more fun on the road. "

Marta Garcia from Spain - the first Spanish female automotive reporter working for newspapers and magazines such as Men's Health, Women's Health, Elle, Runner's World and currently in charge of the automotive section at Quo newspaper, a newspaper belonging to Hearst Magazines: "Mazda3 is a model offering a considerably high sense of balance when harmoniously combining performance, quality, price and comfort".

Sara Soria from Spain - an automotive reporter with 20 years working at car-specializing magazines and websites such as Motor 16, Autorevista, Supermotor.com, Masmoto.net ... said: "This is a model that has left me and many people in big surprise and impressed by the design, high quality interior, the ability to operate flexibly thanks to the spacious and comfortable cockpit."

Khanh Hoa (Lao Dong Newspaper) - Member of International Women Journalist Club



SỰ TINH TẾ TRONG TRIẾT LÝ “CAR AS ART” CỦA MAZDA

Tại hầu hết các hãng sản xuất xe hơi, sự thành hình của một mẫu xe luôn bắt đầu bằng một bản phác thảo, đơn giản vì nó là điểm khởi đầu hợp lý nhất cho một ý tưởng thiết kế. Nhưng như mọi khi, Mazda lại làm điều này theo một cách hoàn toàn khác để theo đuổi trọn vẹn tinh thần “Car as Art” – Mỗi chiếc xe là một tác phẩm nghệ thuật được khởi tạo từ đôi tay nghệ nhân.

MAZDA VÀ TINH THẦN “DÁM KHÁC BIỆT”

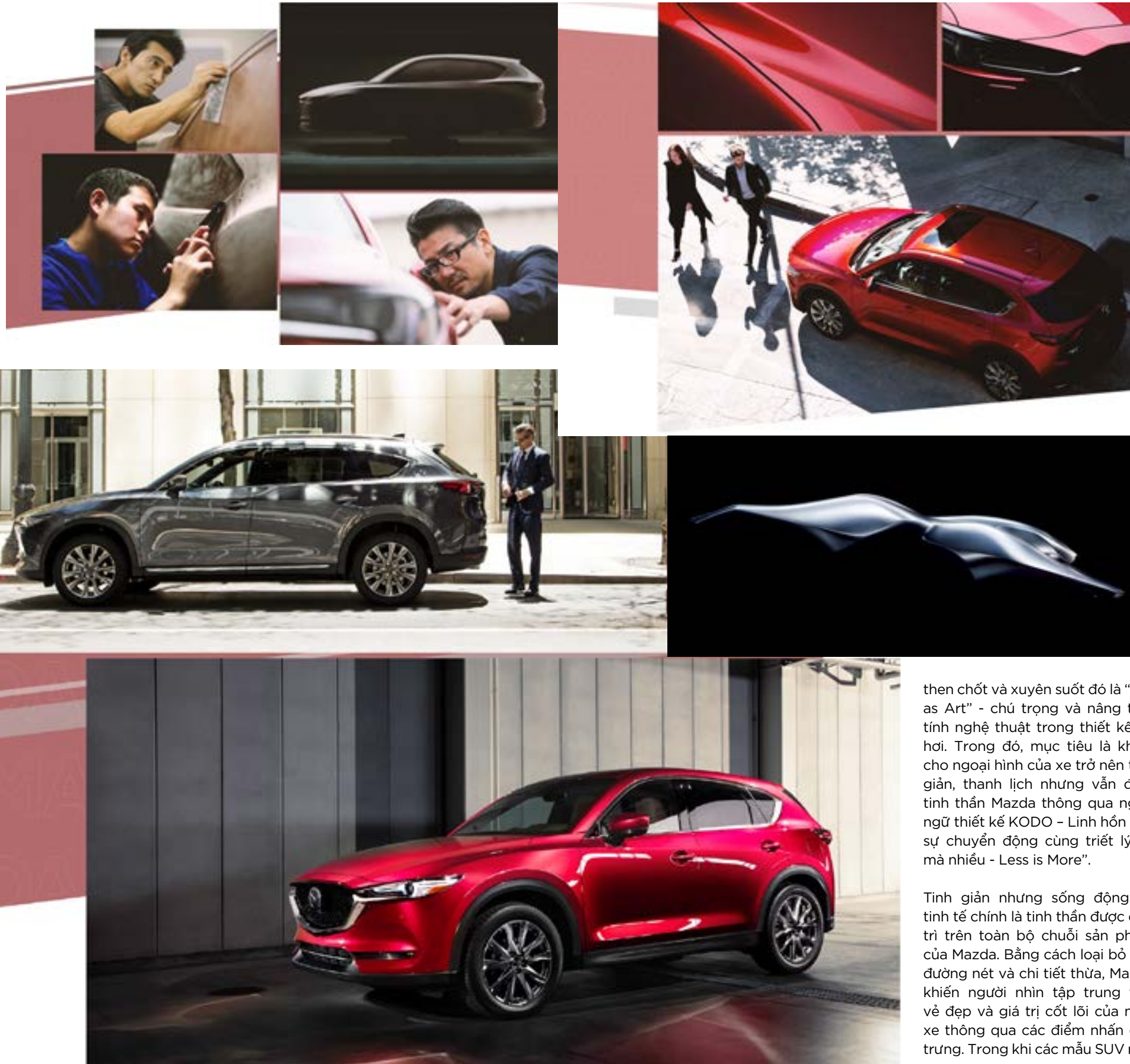
Giám đốc thiết kế toàn cầu của Mazda – ông Ikuo Maeda tin tưởng rằng nếu một nhà thiết kế không thể bày tỏ cảm xúc và lý tưởng ở dạng trừu tượng, anh ta sẽ không thể tạo ra những thiết kế xe đẳng cấp.

Chính vì thế, tất cả các mẫu xe khởi tạo từ Mazda không bắt đầu bằng một bản vẽ mà là một tác phẩm điêu khắc bằng đất sét do các nghệ nhân Takumi thực hiện. Các mẫu vật này được gọi là “Goshintai” – có nghĩa là gửi gắm linh hồn của thần linh vào sự vật trong văn hóa Nhật. Khoảnh khắc kỳ diệu nhất của việc tạo hình chính là khi những khối đất sét không có hình dạng biến thành những mẫu vật mang hình hài tinh tế và có hồn, điều khó có thể làm được bằng công nghệ dựng hình 3D trên máy tính hiện nay. Việc duy trì hình thức tạo mẫu đất sét dù tiêu tốn nhiều chi phí cho thấy quyết tâm của hãng xe Nhật trong việc theo đuổi nghệ thuật thiết kế đỉnh cao trong chế tác xe hơi.

Một điều đặc biệt là dù khởi nguồn chế tác từ những khối đất sét, nhưng Mazda không hề từ bỏ công nghệ tạo hình kỹ thuật số. Sự khác biệt giữa Mazda và các nhà sản xuất ô tô khác là Mazda hiểu được điểm mạnh và điểm yếu của hai phương pháp truyền thống và hiện đại, không bao giờ từ bỏ cái này cho cái kia, mà tận dụng cả hai. Khi Goshintai trừu tượng được hoàn thành, nó được số hóa bằng máy quét 3D và chuyển vào máy tính cho bước thiết kế tiếp theo, trước khi được hiện thực hóa thành một sản phẩm hoàn thiện.

MỖI MẪU XE LÀ MỘT TÁC PHẨM NGHỆ THUẬT

Khi những ý tưởng thiết kế đầu tiên về sản phẩm được đưa ra bàn luận, một trong những chủ đề



CX-5, CX-8 sở hữu những đường nét gợi liên tưởng đến chuyển động của loài báo khi sẵn mỗi giây mạnh mẽ; Mazda2 là mẫu xe nhỏ gọn mang tinh thần vui tươi; Mazda BT-50 với ngoại hình đậm chất off-road thì bộ đôi Mazda3 & Mazda3 Sport mang đến khía cạnh tinh tế trong hai thiết kế đầy khác biệt nhằm tôn vinh cá tính của người sở hữu. Sự tinh tế trong thiết kế còn thể hiện ở từng đường kim mũi chỉ trên vô lăng hay ghế bọc da, từng nút bấm ở không gian trong xe bởi Mazda nhận thức rõ rằng, sự sang trọng là tổng hòa của các chi tiết được chăm chút khéo léo và đầy sự quan tâm.

Hãng xe Nhật cũng tin rằng, vẻ đẹp của một chiếc xe không chỉ đến từ chính bản thân nó mà còn được bổ sung bởi vẻ đẹp mà nó phản chiếu, soi rọi. Đó cũng là lý do tại sao Mazda là một trong những hãng xe đầu tư rất lớn vào việc nghiên cứu và phát triển các màu sơn đặc biệt, thứ được xem như là “lớp áo choàng” rực rỡ soi chiếu vẻ đẹp của môi trường xung quanh chiếc xe, nổi bật trong số đó chính là màu sơn Soul Red Crystal. Màu sơn là một trong những yếu tố chính tạo nên sự tương tác giữa ánh sáng và bóng tối trên thân xe, tạo ra hiệu ứng thị giác chuyển động ngay cả khi xe đang đứng yên.

Có thể nói, tư duy thiết kế đậm chất nghệ thuật này khớp hoàn hảo với tinh thần Jinba-Ittai mà Mazda đang theo đuổi, đó là tạo ra kết nối tinh thần thực thụ giữa chiếc xe và chủ nhân của nó. Đồng thời khẳng định một cách rõ ràng rằng: Mazda không đơn thuần chỉ là một hãng chế tác xe hơi, đây là nơi kiến tạo nên những tác phẩm nghệ thuật đích thực.

Lâm Yến

then chốt và xuyên suốt đó là “Car as Art” - chú trọng và nâng tầm tính nghệ thuật trong thiết kế xe hơi. Trong đó, mục tiêu là khiến cho ngoại hình của xe trở nên tinh giản, thanh lịch nhưng vẫn đậm tinh thần Mazda thông qua ngôn ngữ thiết kế KODO - Linh hồn của sự chuyển động cùng triết lý “Ít mà nhiều - Less is More”.

Tinh giản nhưng sống động và tinh tế chính là tinh thần được duy trì trên toàn bộ chuỗi sản phẩm của Mazda. Bằng cách loại bỏ các đường nét và chi tiết thừa, Mazda khiến người nhìn tập trung vào vẻ đẹp và giá trị cốt lõi của mẫu xe thông qua các điểm nhấn đặc trưng. Trong khi các mẫu SUV như



REFINEMENT IN THE PHILOSOPHY MAZDA'S "CAR AS ART"





MAZDA AND THE SPIRIT “DARE to be DIFFERENT”

Mazda’s global design director, Ikuo Maeda, believes that if a designer cannot express emotions and ideals in abstract form, he will not be able to create classy car designs.

Therefore, all models created by Mazda do not start with a drawing but a clay sculpture made by Takumi artisans. These specimens are called “Goshintai” - sending souls into things in Japanese culture. The most magical moment of shaping is when the shape of clay has no shape transformed into delicate and soulful models, which is difficult to do with 3D rendering technology on



computers nowadays. Maintaining the clay modeling despite its costs shows the determination of the Japanese car company in pursuing the art of superior design in car manufacturing.

A special thing is that although using clay blocks, Mazda did not give up digital imaging technology. The difference between Mazda and other carmakers is that Mazda understands the strengths and weaknesses of traditional and modern methods, never giving up one for the other, but taking advantage of both. When the abstract Goshintai is completed, it is digitized by a 3D scanner and transferred to the computer for the next design step, before being materialized into a finished product.

EVERY CAR MODEL IS AN ART-WORK

When the first product design ideas were discussed, one of the key and cross-cutting themes was “Car as Art” - focusing and enhancing the artistry of the car design. In particular, the goal is

to make the car’s appearance more streamlined, elegant but still in the spirit of Mazda through the KODO design language - The soul of the motion with the philosophy “Less is more”.

Minimized but lively and refined is the spirit that is maintained throughout the entire Mazda product line. By eliminating redundant lines and details, Mazda keeps the viewer focused on the car’s beauty and its core values through its distinctive accents. While SUVs like the CX-5, CX-8 possess lines reminiscent of the cheetahs’ movements during intense hunting, Mazda2 is a compact car with a playful spirit, Mazda BT-50 with bold off-road appearance, the duo Mazda3 & Mazda3 Sport brings subtle aspects in two distinct designs to honor the personality of the owner. The sophistication in the design is also reflected in the stitches on the steering wheel or leather seats, each button in the space of the car for Mazda is well aware that luxury is the sum of details which are taken good care of.

The Japanese automaker also believes that the beauty of a car comes not only from itself but also from the beauty that it reflects and illuminates. That is also why Mazda is one of the car manufacturers to invest heavily in the research and development of special paints, which are considered to be the “cloak” that reflects the beauty of the environment around the car, the highlight of which is the Soul Red Crystal. Paint color is one of the main factors that creates the interaction between light and shadow on the body of the car, creating visual effects in motion even when the vehicle is stationary.

It can be said that this artistic design mindset perfectly matches the spirit of Jinba-Ittai that Mazda is pursuing, that is to create a true spiritual connection between the car and its owner. At the same time, it is clearly affirmed that: Mazda is not just a car maker, this is the place to create true works of art.

Lam Yen





BỘ ĐÔI HOÀN TOÀN MỚI

MAZDA3 và MAZDA3 SPORT



- » SKYACTIV-VEHICLE ARCHITECTURE
- » I-ACTIVSENSE
- » GVC PLUS
- » KODO PHASE II



Hotline CSKH
1900 545 591



THACO NÂNG CẤP VÀ MỞ RỘNG NHÀ MÁY THACO KIA



Chỉ trong 6 tháng, THACO đã hoàn thành nâng cấp và mở rộng toàn diện Nhà máy Thaco Kia. Công suất dây chuyền lắp ráp xe Kia đã được nâng lên 50.000 xe/năm trên tổng diện tích 20 ha với vốn đầu tư 450 tỷ đồng và dưới sự giám sát, hỗ trợ kỹ thuật trực tiếp bởi các kỹ sư, chuyên gia từ Tập đoàn Kia Motors (Hàn Quốc).

Để có được thành quả này, từ tháng 3/2019, THACO đã nghiên cứu, hiện thực hóa ý tưởng thiết kế, sau đó tiến hành mở rộng và nâng cấp toàn diện nhà máy Thaco Kia với sự giám sát và hỗ trợ kỹ thuật trực tiếp từ các kỹ sư, chuyên gia của Tập đoàn Kia Motors - Hàn Quốc. Tháng 9/2019, nhà máy Thaco Kia mới chính thức đi vào hoạt động với công suất được nâng lên đáng kể, từ 20.000 xe/năm lên 50.000 xe/năm, trên tổng diện tích 20 ha với tổng vốn đầu tư 450 tỷ đồng.

Cụ thể, khu vực nhà xưởng được mở rộng thêm 5.000m² và đầu tư nâng cấp dây chuyền sản xuất công nghệ mới nhất theo hướng tự động hóa một cách hợp lý và quản trị theo số hóa, bao gồm:

Dây chuyền hàn được trang bị chuyên biệt cho từng mẫu xe với hệ thống vận chuyển body tự động và được trang bị thiết bị định vị các vị trí hàn, nhằm gia tăng độ chính xác và đảm bảo chất lượng theo tiêu chuẩn của Kia Motors toàn cầu.

Dây chuyền sơn tĩnh điện ED được vận hành tự động, trang bị hệ thống kiểm soát thông số kỹ thuật hiện đại. Dây chuyền sơn màu sử dụng công nghệ sơn ướt (wet on wet) với hệ thống cấp sơn tự động đáp ứng yêu cầu đa dạng về các màu sơn cao cấp theo yêu cầu của khách hàng.



Dây chuyền lắp ráp được đầu tư hoàn toàn mới với băng chuyền tự động và xe tự hành (AGV) cấp phát vật tư, linh kiện một cách chính xác theo kế hoạch sản xuất.

Sản phẩm hoàn thiện trước khi xuất xưởng được kiểm tra nghiêm ngặt theo yêu cầu của Tập đoàn Kia Motors - Hàn Quốc và kiểm tra trên đường thử có chiều dài 2,4 km, mô phỏng đầy đủ các địa hình thực tế, đáp ứng các quy định hiện hành. Nhà máy áp dụng hệ thống quản lý chất lượng theo tiêu chuẩn quốc tế IATF 16949, hệ thống quản lý môi trường ISO 14001 và hệ thống quản lý năng lượng theo tiêu chuẩn ISO 50001 đảm bảo đáp ứng điều kiện xuất khẩu sang các nước khu vực ASEAN.

Nhà máy áp dụng hệ thống điều hành sản xuất trên nền tảng số hóa, kết nối với các dây chuyền sản xuất tự động, đúng với tinh thần của cách mạng công nghiệp lần thứ 4 hướng đến hình thành nhà máy thông minh. Đồng thời, THACO cũng xây dựng văn phòng làm việc mới, triển khai đổi mới showroom trưng bày xe - thiết kế theo tiêu chuẩn nhận diện thương hiệu Kia Motors toàn cầu SI 2.0 (Space Identity 2.0), và bố trí tiểu cảnh bên trong khuôn viên nhà máy, cùng khu vực sân vườn có diện tích 1,5 ha kết hợp với quy hoạch tổng thể của Khu công nghiệp, tạo không gian làm việc xanh - sạch và thân thiện với môi trường.

Nhà máy Thaco Kia sản xuất đầy đủ các phân khúc sản phẩm xe du lịch Kia có chất lượng tương đương với xe Kia được sản xuất tại Hàn Quốc, đồng thời nghiên cứu phát triển các tính năng và phụ kiện theo xe nhằm đáp ứng yêu cầu riêng biệt của



khách hàng. Đặc biệt, THACO hiện đang xúc tiến kế hoạch xuất khẩu xe sang thị trường Asean trong năm 2019, gồm: xuất khẩu xe Kia Sedona sang Thái Lan; xuất khẩu bộ linh kiện SKD xe Kia Cerato và Kia Sedona sang Myanmar. Đặc biệt, trong năm tới, THACO sẽ mở rộng thị trường xuất khẩu sang các nước Malaysia, Campuchia và Philippines.

Phương Nghi

THACO UPGRADES AND EXPANDS THACO KIA FACTORY



In only 6 months, THACO has completed upgrading and expanding Thaco Kia Plant. The capacity of Kia auto assembly line has been raised to 50,000 vehicles per year on a total area of 20 hectares with an investment of VND450 billion and under direct supervision and technical support by engineers and experts from Kia Motors Group (South Korea).

To achieve this achievement, from March 2019, THACO has researched and realized the design concept, then expanded and upgraded Thaco Kia plant with comprehensive supervision and technical support directly from engineers and experts of Kia Motors Group - South Korea. In September 2019, the new Thaco Kia factory officially came into operation with an increased capacity from 20,000 vehicles per year to 50,000 vehicles per year, on a total area of 20 hectares with a total investment of VND450 billion.

Specifically, the factory area has been expanded by an additional 5,000m² and upgraded with the latest technological production lines in the direction of automation and digital management, including:

Welding line is specially equipped for each model with automatic body transport system and equipped with position welding devices, in order to increase the accuracy and quality assurance according to global Kia Motors standards.

ED powder coating line is operated automatically, equipped with modern technical control system. The paint coating line uses wet-on-wet technology with automatic paint supply system to meet the diverse requirements of advanced paint colors at the request of customers.

An entirely new invested assembly line with automatic conveyors and automatic guided vehicles

(AGV) allocating materials and components precisely according to the production plan.

The finished products before rolling out are strictly monitored at the request of Kia Motors Group and tested on a 2.4 km test track which fully simulates the actual terrain, meeting current regulations. The factory applies IATF 16949 international quality management system, ISO 14001 environmental management system and ISO 50001 energy management system to ensure export conditions to ASEAN countries.

The factory applies a production management system based on the digitization platform, connecting with automatic production lines, in line with the spirit of the 4.0 industrial revolution towards forming a smart factory. At the same time, THACO also built a new office, implemented a vehicle showroom innovation - designed according to the global brand recognition standard of Kia Motors - Space Identity 2.0, and arranged a small internal landscape park on an area of 1.5 ha combined with the overall planning of the Industrial Park, creating a green - clean and environmentally friendly working space.

Thaco Kia factory produces a full range of Kia passenger cars as quality as those made in South Korea. The factory also researches and develops features and car accessories to meet the customized requirements. In particular, THACO is currently planning to export cars to the ASEAN market in 2019, including: exporting Kia Sedona cars to Thailand, exporting SKD components for Kia Cerato and Kia Sedona to Myanmar. Especially, next year, THACO will expand its export markets to Malaysia, Cambodia and the Philippines.

Phuong Nghi



KIA ALL-NEW CERATO KHI CẢM XÚC THĂNG HOA CÙNG CÔNG NGHỆ

Đóng vai trò quan trọng trong việc định hình phong cách mới của Kia Việt Nam, mẫu xe sedan thời thượng All-New Cerato thu hút sự quan tâm của đông đảo khách hàng ngay từ những ngày đầu xuất hiện, góp phần khẳng định vị thế thương hiệu trên thị trường ô tô sôi động trong suốt năm 2019 vừa qua.



Sedan - Phân khúc chuẩn mực hàng đầu thị trường

Được đánh giá là mẫu xe chuẩn mực nhất trong tất cả các phân khúc xe du lịch, các sản phẩm thuộc phân khúc sedan C và D luôn đem lại những giá trị hàng đầu xét cả về độ hoàn hảo của kiểu dáng, công năng sử dụng, các nhu cầu về công nghệ tiện ích, giải trí trên xe và tính năng an toàn. Để nói về sự cân bằng giữa các yếu tố trên, những mẫu SUV hay Crossover, bán tải “cơ bắp” rất khó đáp ứng được cho mọi đối tượng khách hàng; hoặc các dòng xe phân khúc A đô thị cũng không sở hữu tất cả các ưu điểm này.

Xe sedan nói chung và các sản phẩm sedan Kia nói riêng có thiết kế sang trọng, thời thượng và mang đậm cá tính trẻ trung với cấu tạo 3 khoang riêng biệt. Cấu tạo thân liền khung và chiều dài xe tương đối lớn, đặc biệt là với phần trọng tâm được đặt thấp nên xe di chuyển rất ổn định, chắc chắn. Ngoài ra, một ưu điểm khác của xe sedan chính là khoang hành lý rộng, chứa được nhiều đồ và tách biệt với khoang hành khách, rất thích hợp cho những chuyến đi xa.

Khẳng định chính mình với “người bạn đồng hành” All-New Cerato

Kia All-New Cerato chính thức ra mắt dịp cuối năm 2018 và đã khẳng định vị thế trong phân khúc C với doanh số ấn tượng gần 12.000 xe bán ra trong suốt năm 2019 vừa qua. Mẫu xe sở hữu ngoại hình đậm chất thể thao và năng động theo phong cách thiết kế Fastback, đi cùng hàng loạt trang bị hiện đại và giá bán cạnh tranh hàng đầu phân khúc.

Lựa chọn một chiếc xe phù hợp để chủ nhân có thể thỏa thích “thăng hoa cảm giác lái”, quả thật không thể không nhắc đến mẫu sedan All-New Cerato của Kia. All-New Cerato được biết đến từ những sự kiện giới thiệu tại nước ngoài và được các chuyên gia đánh giá cao ngay cả khi chưa được ấn định ngày ra mắt tại Việt Nam. Kỳ thực, với đầy đủ những tiện ích hiện đại và công nghệ an toàn chuẩn quốc tế, 4 phiên bản MT, AT, Deluxe, và Premium cao cấp của All-New Cerato chắc chắn sẽ làm hài lòng mọi đối tượng khách hàng với nhiều nhu cầu sử dụng khác nhau.

Phương Nghi

ALL-NEW KIA CERATO

THE CONSONANCE
BETWEEN EMOTIONS
AND TECHNOLOGY

Contributing to redefine Kia brand in Vietnam, the all-new Cerato sedan has captivated the attention since its day 1, confirming the car brand position in Vietnam's market during 2019.



Sedan - The leading car segment

Deemed the standard archetype among the passenger car segments, the sedans in C and D segments constantly provides top-notch values in terms of perfection in styling, functionalities, utilities technology, entertainment, and safety driving. Speaking of the harmony among such features, “muscular” SUVs or crossovers, pickup trucks find it hard to satisfy every customer, neither do the A segment cars.

The sedans in general, Kia sedans in particular, boast luxurious, trendy, and juvenile personality with 3 separate compartments. The unibody design and comparatively big length, especially the core is leveled low, ensure stable driving experience. Besides, another advantage lies in large separate luggage compartment which can accommodate plenty of luggages, a best fit for long journeys.

Defining your personality with the all-new Cerato

All-new Kia Cerato was launched in late 2018, gradually taking its stand in C segment with the impressive sales of nearly 12,000 units in 2019. The car owns a sporty and dynamic appearance, Fastback styling, modern equipment, and competitive prices.

If you are about to choose the car to satisfy your driving needs, the all-new Cerato is one of the kind. The car is known at international car events, highly recommended by experts before it even hit the ground in Vietnam. As a matter of fact, combining all modern utilities and standardized safety technology, the 4 versions MT, AT, Deluxe, and Premium definitely can fulfill all customers of different using demands.

Phuong Nghi

ALL-NEW
CERATO
KHẲNG ĐỊNH PHONG CÁCH MỚI



PHIÊN BẢN NÂNG CẤP
2.0 AT PREMIUM

NĂNG ĐỘNG HƠN - THỂ THAO HƠN



The Power to Surprise



HOTLINE
0938 805 368



Follow us
<http://www.facebook.com/Kiamotorsvietnam>
<http://www.youtube.com/thacokia>
Website
<http://www.kiamotorsvietnam.com.vn>

THACO

KIA SEDONA MỚI
SANG TRỌNG & TIỆN NGHI



The Power to Surprise



CALL CENTER
1900 545 591



Follow us
<http://www.facebook.com/Kiamotorsvietnam>
<http://www.youtube.com/thacokia>
Website
<http://www.kiamotorsvietnam.com.vn>



Là mẫu xe đứng đầu phân khúc xe gia đình 7 chỗ cao cấp cỡ lớn của Kia với doanh số bán ra hơn 8.500 xe tính đến thời điểm hiện tại, Kia Sedona là lựa chọn hàng đầu của nhiều khách hàng nhờ ấn tượng về ngoại thất sang trọng cùng nội thất tiện nghi đẳng cấp nhất phân khúc.

KIA SEDONA

ĐẲNG CẤP CỦA SỰ SANG TRỌNG & TIỆN NGHI

Ngoại thất sang trọng, cuốn hút mọi ánh nhìn

Kia Sedona sở hữu vẻ đẹp ngoại thất sang trọng, mạnh mẽ với mặt ga lăng thiết kế mới theo kiểu ô, kết hợp với viền mạ chrome giúp đầu xe hiện đại và có chiều sâu hơn. Sedona còn được trang bị cửa hông trượt điện và cốp sau đóng mở điện thông minh, đèn pha và đèn sương mù công nghệ LED cao cấp với độ sáng cao hơn đèn HID, giúp người sử dụng luôn vững tay lái khi di chuyển trên những đoạn đường thiếu ánh sáng.

Đuôi xe thiết kế tinh tế với phần kính đen vượt từ cửa hông tới kính cốp sau hài hòa và sang trọng, mũi xe được tạo điểm nhấn với бага mui làm tăng tính thể thao, cuốn hút.

Nội thất rộng rãi, trang bị tiện nghi công nghệ đúng chuẩn xe sang

Kia Sedona với không gian nội thất rộng rãi cùng nhiều trang bị tiện nghi như ghế lái chỉnh điện 12 hướng, gương chống chói ECM và khởi động nút nhấn hỗ trợ thuận tiện, an toàn tối đa cho người lái.

Các hàng ghế của Sedona được điều chỉnh linh hoạt, lối đi giữa hai hàng ghế rộng rãi giúp hành khách dễ dàng di chuyển, đem lại sự thoải mái ở tất cả các vị trí trên xe. Khoang hành lý điều chỉnh linh hoạt với không gian mở rộng đến 4.022 lít, hàng ghế thứ ba gập 6:4, hàng ghế thứ hai dựng thẳng đáp ứng đa dạng nhu cầu sử dụng của gia đình.

Ngoài ra, hệ thống điều hòa 2 dàn lạnh với 3 vùng khí hậu độc lập và cửa gió được bố trí ở tất cả các vị trí giúp người lái và người ngồi sau luôn cảm thấy mát mẻ và thoải mái. Hệ thống âm thanh giải trí AVN màn hình cảm ứng 8 inch, kết hợp GPS, 6 loa Infinity, kết nối USB/AUX/Bluetooth với chất lượng âm thanh sống động.

Động cơ mạnh mẽ, linh hoạt, tiết kiệm nhiên liệu

Với công nghệ hộp số 8 cấp mới, Kia Sedona mang đến cảm giác lái đầm chắc, ổn định khi chạy ở tốc độ cao. Đặc biệt, dù là mẫu xe có kích thước lớn, nhưng Kia Sedona vẫn sở hữu góc đánh lái rộng, bán kính quay vòng nhỏ nên có thể dễ dàng di chuyển trong khu đô thị.

Kia Sedona có 2 tùy chọn với động cơ Diesel 2.2L CRDi công nghệ mới hộp số tự động 8 cấp; động cơ xăng V6 3.3L đi kèm hộp số tự động 6 cấp với chế độ tiết kiệm nhiên liệu Active ECO, giúp xe vận hành mạnh mẽ, tiết kiệm nhiên liệu, được khách hàng đánh giá cao về hiệu quả sử dụng và chi phí.

Theo chứng nhận từ Cục đăng kiểm Việt Nam, mức tiêu hao nhiên liệu trung bình của Kia Sedona phiên bản 2.2 Platinum D là 6,69 lít/100km ngoài đô thị, 10,63 lít/100km trong đô thị và 8,3 lít/100km khi di chuyển kết hợp.

Tính năng an toàn tối ưu, hiện đại theo tiêu chuẩn quốc tế

So với các mẫu xe trong phân khúc, Kia Sedona chính là sự lựa chọn hàng đầu bởi nhiều tính năng an toàn vượt trội khi được trang bị 6 túi khí; hệ thống chống bó cứng phanh ABS; lực phanh điện tử EBD; hỗ trợ lực phanh khẩn cấp BA; hỗ trợ khởi động ngang dốc HAC; cân bằng điện tử ESP; khởi động bằng nút bấm và khóa điện thông minh; khóa cửa xe tự động theo tốc độ; cảm biến hỗ trợ đỗ xe trước; camera lùi, cảnh báo điểm mù... tất cả đem lại sự an toàn tối đa cho khách hàng.

Giá bán hợp lý, chế độ bảo dưỡng tốt nhất

Với giá bán lần lượt 1,129 tỷ; 1,209 tỷ và 1,429 tỷ đồng cho từng phiên bản được nâng cấp Luxury, Platinum D, Platinum G, Kia Sedona được xem là mẫu xe không có đối thủ bởi mức giá bán hợp lý cho một mẫu xe sang trọng và đầy đủ tiện nghi.

Ngoài ra, Kia Sedona là mẫu xe duy nhất trong phân khúc có chính sách bảo hành 3 năm không giới hạn số km với hệ thống showroom theo tiêu chuẩn Kia toàn cầu trải rộng khắp các tỉnh thành trên cả nước, giúp khách hàng chăm sóc, bảo dưỡng xe một cách nhanh chóng, thuận tiện nhất.

Bội Châu



KIA SEDONA HIGH LEVEL OF LUXURY AND COMFORT

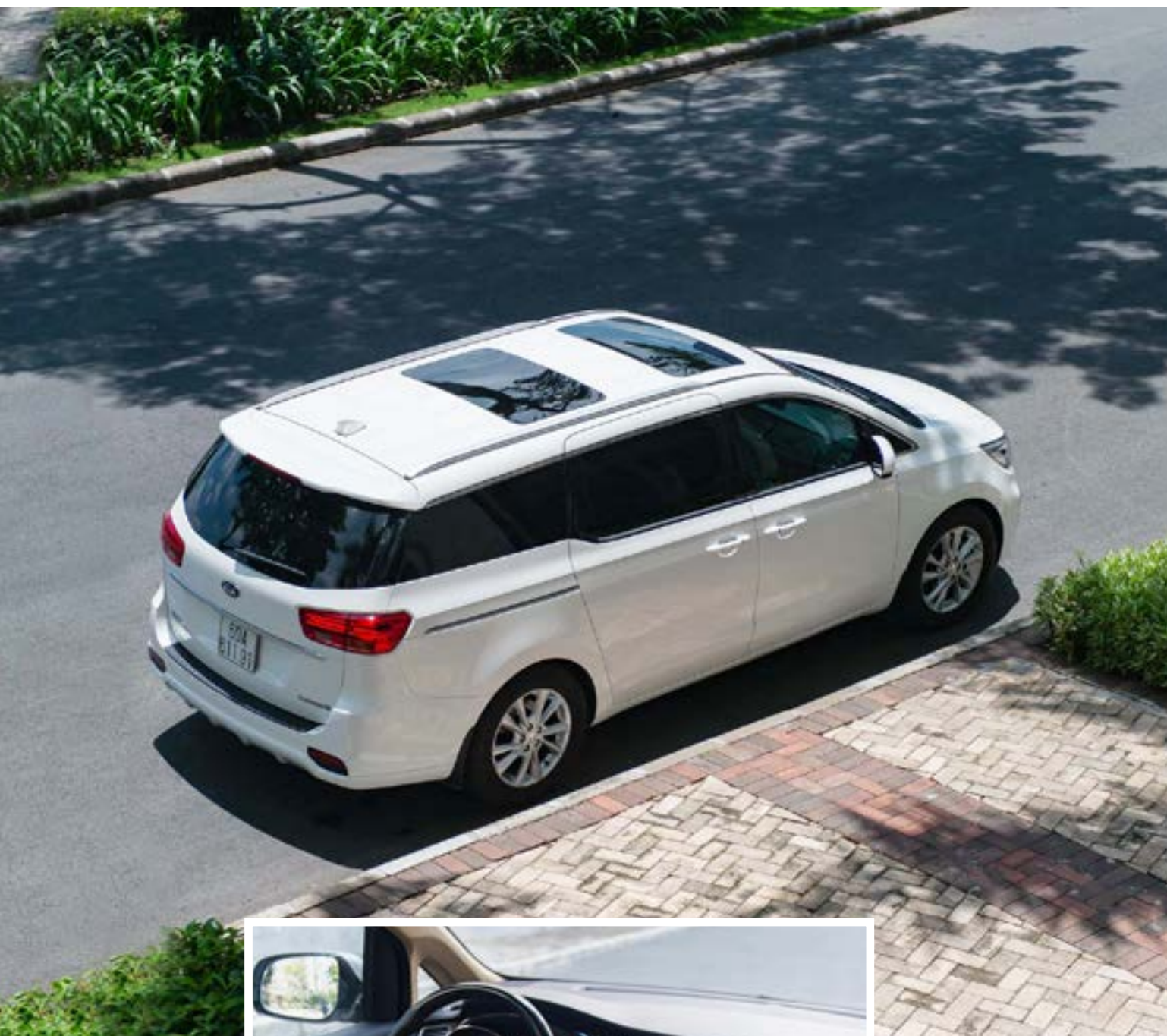
As the flagship model of KIA's full-sized 7-seater family car segment with more than 8,500 units sold to date, Kia Sedona is the first choice of many customers thanks to the impressive exterior, luxurious interior with high class amenities.

Luxurious and appealing exterior

Kia Sedona possesses a luxurious and powerful exterior beauty with a new umbrella-style steering wheel, combined with the chrome trim to create more modernity and depth to the car head. Sedona is also equipped with electric sliding side doors and smart electric tailgate, headlights and high-tech LED fog lamps with more brightness than HID lamps, helping users firmly control the steering wheel when traveling on low light roads.

The exquisite tail car along with the black glass





stretched from the side door to the tailgate glass make a harmonious and luxurious combination. The roof is accented with a roof rack to increase the sportiness and attractiveness.

Spacious interior equipped with luxury hi-tech amenities

Kia Sedona has a spacious interior space and numerous amenities such as 12-direction electrically-adjusted driver's seat, ECM anti-glare mirrors and push-button start support to offer optimal convenience and safety for the driver.

The Sedona seats are flexibly adjusted. The spacious two-row aisle makes it easy for passengers to travel, providing comfort in all positions of the car. Flexible luggage compartment with space to expand to 4,022 liters, the third row seats folded 6: 4, the second row erect to meet diverse needs of the family.

In addition, the air conditioning system with 2 indoor units and 3 independent climates and air vents are arranged in all positions to offer coolness and comfort to the driver and passengers. The AVN entertainment audio system with an 8-inch touch screen, combined GPS, 6 Infinity speakers, USB / AUX / Bluetooth connectivity with vivid sound quality.

Powerful, flexible, and fuel-efficient engine

With new 8-speed gearbox technology, Kia Sedona brings solid, stable driving at high speed. In particular, despite its large size, Kia Sedona still possesses a wide steering angle, small turning radius so it can be easily moved in urban areas.

Kia Sedona has 2 options: one version with 2.2L CRDi Diesel engine and new 8-speed automatic transmission, and the other 3.3L V6 petrol engine comes with a 6-speed automatic transmission with Active ECO fuel-saving mode, ensuring effective operation and fuel economy. The car also receives high appreciation from customers for its efficiency and cost.

Certified by the Vietnam Registry Department, the average fuel consumption of Kia Sedona version 2.2 Platinum D is 6.69 liters / 100km outside the city, 10.63 liters / 100km in urban areas and 8.3 liters / 100km for combined travel.

Optimal and modern safety features in line with international standards

Compared to other models in the segment, Kia Sedona is the first choice because of its outstanding safety features: 6 airbags, anti-lock braking system ABS, electronic brake force distribution EBD, brake assistant BA, hill-start assist control HAC, Electronic stability program ESP, start with push button and smart electric lock, auto door lock according to speed, front parking assist sensor, reversing camera, blind spot warning.

Reasonable price, best maintenance regime

With the selling price of VND1.129 billion, VND1.209 billion and VND1.429 billion for each of the upgraded versions Luxury, Platinum D, Platinum G, Kia Sedona is considered unbeatable because of the reasonable price for a luxury and fully equipped model.

In addition, Kia Sedona is the only model in the segment to have a 3-year unlimited warranty policy with Kia global showroom system across the country, promising the most rapid and convenient customer service and car maintenance.

Boi Chau



THACO

“HÙNG MẠNH MÀ YÊU THƯƠNG, KINH DOANH MÀ NHÂN ÁI”

Đây là câu hát quen thuộc trong ca khúc Trường Hải niềm tin của tác giả Cao Hồng Sơn, thể hiện rõ nét tinh thần chia sẻ với xã hội của THACO. Trong nhiều năm qua Tập đoàn đã duy trì các hoạt động từ thiện ở nhiều quy mô và hình thức khác nhau, hỗ trợ hàng trăm tổ chức, cá nhân cần được giúp đỡ, lan tỏa những giá trị nhân văn tốt đẹp trong cộng đồng.



Xây nên những công trình xã hội

Hàng năm, THACO luôn dành một phần kinh phí lớn ủng hộ quỹ vì người nghèo nhiều tỉnh thành trên cả nước để xây dựng các công trình hạ tầng phục vụ dân sinh. Cụ thể hơn đó là hoạt động xây dựng nhà tình nghĩa cho các hộ gia đình còn chịu nhiều thiệt thòi trong cuộc sống. Giữa các vùng đất hoang vu trợ trợ cát sỏi, nhiều căn nhà khang trang vững chãi mọc lên hứa hẹn giúp các hộ gia đình khó khăn gạt đi lo toan về nơi ăn chốn ở.

Cùng với việc ủng hộ để xây nhà dân sinh, THACO cũng hỗ trợ cho việc phát triển giao thông ở nhiều địa phương. Tại Đồng Tháp, khu vực kênh Nguyễn Văn Tiếp A luôn là điểm nóng ngập lụt và gây nhiều khó khăn trong việc di chuyển của người dân mỗi mùa mưa lũ. Trước hoàn cảnh đó, THACO đã đóng góp 5 tỷ đồng vào tổng kinh phí 13 tỷ xây dựng cây cầu Đốc Bình Kiều nối đôi bờ kênh, khởi công ngày 4/9/2019 trong sự hân hoan của cư dân địa phương. Cây cầu là mong muốn cấp thiết của bà con khi giúp việc đi lại dễ dàng hơn, đặc biệt các em học sinh có thể đến trường thuận tiện và an toàn. Trước đó ngày 9/1/2019, 5 cây cầu nông thôn mà Công ty tài trợ cũng đã được bàn giao cho tỉnh Long An. Đây là 5 trong số hơn 20 cầu dân sinh mà THACO hỗ trợ xây dựng trong 2 năm 2018 và 2019.

Ở quy mô lớn hơn, Dự án xây dựng nút giao thông 2 tầng ở Xã Tam Hiệp, huyện Núi Thành, tỉnh Quảng Nam là một công trình lớn mà THACO đóng góp cho xã hội. Với số tiền đầu tư lên đến 600 tỷ đồng (tức 100% vốn doanh nghiệp), công trình đã góp phần không nhỏ cho sự phát triển của toàn khu vực: giải quyết vấn đề ùn tắc giao thông đoạn qua Khu Kinh tế Chu Lai, hoàn chỉnh mạng lưới giao thông theo quy hoạch, tạo nên biểu tượng cảnh quan đẹp để đẩy mạnh phát triển ngành du lịch địa phương.

Hỗ trợ người nghèo khắc phục đời sống khó khăn

Vào mỗi dịp Xuân về, THACO tổ chức đoàn công tác đi thăm hỏi, động viên và trao quà tết đối với những hộ gia đình có thu nhập thấp ở nhiều địa phương trên cả nước. Tết Mậu Tuất 2018, THACO đã ủng hộ 25 tỷ đồng, Tết Nguyên đán Kỷ Hợi 2019 là 35 tỷ đồng. Số tiền này được trao cho quỹ “Vì người nghèo” trong chương trình “An sinh Xã hội” của 42 tỉnh, thành trên cả nước nhằm giúp đỡ các gia đình có hoàn cảnh khó khăn, trẻ em mồ côi, người khuyết tật, người già cô đơn... có điều kiện đón Tết đầy đủ, sum vầy.

Một hoạt động khác không thể không nhắc đến là hiến máu nhân đạo. Hiểu được tình trạng thiếu hụt

máu dự trữ cho hoạt động khám chữa bệnh, tháng 6 hàng năm là thời điểm THACO khởi động chương trình hiến máu nhân đạo, triển khai trên quy mô toàn hệ thống. Từ các khối văn phòng lớn tại TP.HCM, Hà Nội, Chu Lai đến các chi nhánh trên toàn quốc đều chung tay tham gia, nhiệt tình giúp sức. Tại Khu công nghiệp Thaco Chu Lai còn thành lập “Ngân Hàng máu sống” luôn sẵn sàng cho các trường hợp cần máu khẩn cấp. Truyền thống hiến máu nhân đạo này đã được THACO duy trì trong suốt 12 năm qua, đóng góp gần 20.000 đơn vị máu phục vụ cho công tác khám chữa bệnh trên cả nước.

Quan tâm đến lĩnh vực giáo dục

Không dừng lại ở việc chung tay khắc phục khó khăn về vật chất, THACO cũng luôn chú trọng đề cao việc đóng góp cho sự phát triển đời sống tinh thần, đặc biệt là các hoạt động văn hóa giáo dục. Trong những năm qua, Công ty đã tài trợ hàng ngàn suất học bổng cho các trường hợp học sinh nghèo vượt khó, những tấm gương phấn đấu vươn lên trong học tập. Tiêu biểu trong số đó là quý Vượt khó vì tương lai do báo Đồng Nai tổ chức, THACO đã tài trợ quỹ học bổng này trong 7 năm liên tiếp, với số tiền lên đến 3 tỷ đồng.

Bên cạnh đó, THACO cũng tham gia góp sức để bồi dưỡng, tìm kiếm nhân tài cho đất nước. Có thể kể tới Đường lên đỉnh Olympia, cuộc thi kiến thức nổi tiếng trên sóng Đài Truyền hình Việt Nam. Từ năm 2017, với số tiền tài trợ gần 80 tỷ đồng trong thời hạn 5 năm, THACO đã đồng hành cùng nhiều nhà vô địch chinh phục đỉnh cao tri thức. Ở quy mô nhỏ hơn, trong suốt 4 năm qua kể từ 2016, THACO cũng đã tài trợ cho cuộc thi Học trò xứ Quảng, gameshow hấp dẫn và giàu ý nghĩa cho lứa tuổi học sinh THPT tỉnh Quảng Nam. Qua những sân chơi tri thức này, THACO đã góp phần thắp sáng ngọn lửa đam mê học hỏi, nâng cao ý thức trách nhiệm của các em học sinh với sự phát triển của xã hội và đất nước.

Trên thực tế, những hoạt động kể trên chỉ là một phần rất nhỏ trong quá trình thực thi trách nhiệm xã hội mà THACO triển khai nhiều năm qua. THACO là minh chứng cho thấy: Sự phát triển của một doanh nghiệp không chỉ dừng ở những con số doanh thu lợi nhuận; chính những giá trị xã hội được tạo ra, hay góp phần lan tỏa mới cho thấy con đường đi của doanh nghiệp đó là phù hợp và bền vững.

Nhật Minh

THACO "STRONG BUT LOVING, BUSINESS BUT SYMPATHETIC"

This is a familiar line in Truong Hai Niem Tin by Cao Hong Son, expressing THACO's spirit of CSR. Over the years, the Group has maintained charitable activities in various scales and forms, supporting hundreds of organizations and individuals in need, spreading good human values in the community.

Building social constructions works

Every year, THACO donates a large part of the fund to support Fund for the needy in many provinces and cities across the country to build community infrastructure works. More specifically, the auto-maker constructed gratitude houses for disadvantaged households in their lives. Amidst the barren wasteland, many spacious and stable houses sprouted up, promising to help difficult families in terms of accommodation.

Along with building charity houses, THACO also supports the development of transportation in many localities. In Mekong Delta's Dong Thap province, Nguyen Van Tiep A canal is always flooded and causes difficulties for traffic every rainy season. Under these circumstances, THACO contributed VND5 billion to the total cost of VND13 billion to build Doc Binh Kieu Bridge which connects the canal banks. The construction started on September 4, 2019 in the joy of the local residents. The bridge is an urgent desire for easier travel, especially for students. Earlier on January 9, 2019, five rural bridges that the Company sponsored were also handed over to Long An province. These are 5 of more than 20 rural bridges that THACO has funded in 2018 and 2019.

On a larger scale, the project of 2-level intersection in Tam Hiep Commune, Nui Thanh District, Quang Nam Province is a major project that THACO contributes to the society. With an investment of up to VND600 billion (from 100% of enterprise capital), the project has contributed significantly to the de-

velopment of the whole region: solving the traffic congestion through Chu Lai Economic Zone, completing the planned transportation network, creating a beautiful landscape icon to boost the development of the local tourism industry.

Helping the needy through hardship

Every spring, THACO organizes a working group to visit, encourage and give gifts to low-income households in many localities across the country. In the Lunar New Year of 2018, THACO donated VND25 billion, while the sponsorship in 2019 Lunar New Year was VND35 billion. Such amounts were granted to "Fund for the needy" in the "Social Security" program of 42 provinces and cities across the country to help disadvantaged families, orphans, people with disabilities, lonely elders ... having a better Tet festival.

Another significant activity is blood donation. Recognizing the shortage of blood reserve for medical examination and treatment, June is the time when THACO launches humanitarian blood donation program, implementing on a system-wide scale. From large office blocks in Ho Chi Minh City, Hanoi, and Chu Lai to branches across the country, they all joined enthusiastically in the program. At Thaco Chu Lai Industrial Park, a "blood bank" has been established, always ready for emergencies. This tradition of blood donation has been maintained by THACO for the past 12 years, contributing nearly 20,000 units of blood for medical examination and treatment nationwide.



Interested in the field of education

Not stopping at supporting materially, THACO also always attaches great importance to the contribution to the development of spiritual life, especially cultural and educational activities. Over the years, the Company has sponsored thousands of scholarships for poor and learning-oriented students to overcome difficulties. Among them is the Fight for Future Fund organized by Dong Nai newspaper, THACO has sponsored this scholarship fund for 7 consecutive years, with the amount of up to VND3 billion.

Besides, THACO also contributes to fostering and finding talents for the country. These include Road to Olympia, a famous knowledge contest on Vietnam Television. Since 2017, with nearly VND80 billion of funding in 5 years, THACO has accompanied many champions to conquer the pinnacle of knowledge. On a smaller scale, since 2016, THACO has also sponsored Quang Nam Student Competition, an interesting and meaningful game show for the high school students in Quang Nam province. With these knowledge playgrounds, THACO has contributed to lighting the fire of passion for learning, raising the sense of responsibility in the students with the development of society and the country.

In fact, the above activities are only a very small part in the implementation of social responsibility that THACO has implemented over the years. THACO is a living proof: the development of a business does not stop at profits, it is the social values it has created or contributed to spread out that demonstrate such path is appropriate and sustainable.

Nhat Minh



THACO CHUNG TAY BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG

Luôn xem bảo vệ môi trường là trách nhiệm của tập thể lãnh đạo và cán bộ công nhân viên, những năm qua THACO đã có nhiều hành động ý nghĩa để cùng chung tay xây dựng một môi trường xanh - sạch - đẹp.





Hạn chế sử dụng đồ nhựa dùng một lần để bảo vệ môi trường

Trước thực trạng rác thải nhựa gây ảnh hưởng lớn môi trường sống của cả nhân loại, THACO đã có hành động cụ thể để góp phần vào việc bảo vệ môi trường, đó chính là hạn chế sử dụng sản phẩm nhựa dùng 1 lần. Từ ngày 17/9/2019, THACO không sử dụng nước đóng chai để phục vụ cho các cuộc họp, hội nghị hay tiếp khách, thay vào đó sẽ chuyển sang sử dụng ly, tách làm bằng gốm sứ hay thủy tinh. Trường hợp các sự kiện lớn, ban tổ chức ưu tiên phương án không sử dụng nước đóng chai. Trường hợp phải sử dụng thì hạn chế và có kiểm soát về số lượng. Đối với xe đưa đón CB.CNV, THACO chỉ sử dụng nước uống đóng chai nếu thời gian di chuyển liên tục từ 2 tiếng trở lên. Đây là một hành động thực tế nhằm bảo vệ môi trường, thể hiện đúng tinh thần chia sẻ trách nhiệm với xã hội mà THACO luôn thực hiện trong nhiều năm qua. Tại các đơn vị, chi nhánh, song song với việc hạn chế rác thải bằng cách không sử dụng chai nhựa, CB.CNV tại mỗi đơn vị cũng đã trở thành “đại sứ” của THACO để cùng mang thông điệp và ý nghĩa của chương trình này đến với quý khách hàng. Ngoài việc không sử dụng chai nhựa tại nơi làm việc, THACO cũng kêu gọi CB.CNV hạn chế các sản phẩm được làm từ nhựa như ống hút, ly nhựa, các hộp nhựa sử dụng 1 lần... Những hành động này tuy nhỏ đối với mỗi cá nhân nhưng có ý nghĩa và tác động to lớn khi cả cộng đồng cùng thực hiện, góp phần bảo vệ môi trường sống của chúng ta hiện nay cũng như trong tương lai.

Hoạt động làm sạch môi trường sống

Trước khi thực hiện việc hạn chế sử dụng sản phẩm nhựa dùng 1 lần,

trong những năm qua THACO cũng đã có rất nhiều hoạt động thể hiện sự quan tâm của Tập đoàn đến môi trường. Tại Khu công nghiệp Thaco - Chu Lai, mỗi năm, Đoàn viên thanh niên tại các nhà máy, đơn vị đều tổ chức ngày lễ ra quân dọn vệ sinh môi trường bằng cách tiến hành nạo vét cống rãnh, phát quang bụi rậm khu vực trong và ngoài khuôn viên các nhà máy; vớt rác, làm sạch bờ kè sông khu vực Cảng Chu Lai. Hoạt động này góp phần đem lại cảnh quan xanh - sạch - đẹp cho Khu công nghiệp Thaco - Chu Lai và khu dân cư lân cận, đồng thời nâng cao ý thức trách nhiệm của Đoàn viên thanh niên và lan tỏa tinh thần trách nhiệm đến người dân trong việc bảo vệ môi trường sống, môi trường làm việc, góp phần bảo vệ sức khỏe con người và cộng đồng nói chung.

Xây dựng một Khu công nghiệp Thaco - Chu Lai với màu xanh bao phủ

Một điều ấn tượng có thể dễ dàng nhận thấy tại Khu công nghiệp Thaco - Chu Lai đó là việc chú trọng đến diện tích phủ xanh tại các nhà máy, đơn vị. Hàng chục ngàn cây xanh và hoa cỏ được trồng khắp khuôn viên của các nhà máy và đường giao thông nội bộ, tạo nên không khí trong lành và cảnh quan thân thiện với môi trường, gần gũi với thiên nhiên. Có thể thấy công tác bảo vệ môi trường tại đây được quan tâm đặc biệt. Hệ thống xử lý nước thải được đầu tư máy móc hiện đại, tiên tiến nhất, rác thải cũng được phân loại rõ ràng ngay tại chỗ. Với sự tích cực trong công tác bảo vệ môi trường, trong năm 2018, UBND tỉnh Quảng Nam đã ban hành Công văn số 3657/UBND-KTN, về việc bình chọn Công ty TNHH MTV sản xuất xe Bus Thaco và Công ty TNHH sản xuất chuyên dụng THACO của Khu công nghiệp Thaco - Chu Lai là 2 trong 10 đơn vị tiêu biểu trong công tác bảo vệ môi trường.

Trong bối cảnh trái đất đã, đang ngày một nóng dần lên, môi trường sống đang bị hủy hoại bởi sự ô nhiễm, bảo vệ môi trường là một hoạt động rất cần thiết để đảm bảo sức khỏe và chất lượng cuộc sống của con người. Những hành động của THACO đã nhận được sự hưởng ứng nhiệt tình của CB.CNV. Hy vọng mỗi CB.CNV của THACO sẽ tiếp tục trở thành 1 “đại sứ” để lan tỏa đi thông điệp và ý nghĩa của việc bảo vệ môi trường.

Thứ Nguyễn

THACO JOINS ENVIRONMENT PROTECTION

Acknowledging environmental protection is a significant responsibility, THACO has implemented meaningful campaigns in order to build a green-clean-clear environment.





Limiting single-use plastic wares

Facing the fact that plastic waste can negatively affect the living environment, THACO has carried out the limiting of single-use plastic wares. From September 17, 2019, THACO will not use water bottles in meetings, conventions, and use glass or ceramic cups instead. In big conventions, the company also prefers not using bottled water. If needed, the number of bottles will be limited and under control. On staff buses, water bottles can only be used when the journey takes more than 2 hours. This action represents THACO's strong CSR spirit over the years.

At the branches, in addition to limiting plastic bottles, the employees become THACO ambassadors to communicate the message to customers. Apart from using plastic bottles, THACO also urges its members to limit plastic wares. Such small actions can contribute to the bigger positive impacts in the community, helping protect the living environment for a better future.

Cleaning the living environment

Prior to limiting single-use plastic wares, THACO has implemented numerous environmental-friendly activities. At THACO - Chu Lai Industrial Park, on an annual basis, the Youth Unionists at the factories and units organize cleaning activities such as sewage cleaning, bushes clearance in and outside of their units, collecting wastes along the river banks in Chu Lai Port area. This activity not only brings about clean environment for the industrial park and nearby but also raises public awareness among the youths and community in environment protection and community health.

Building a green THACO - Chu Lai Industrial Park

An interesting and noticeable thing about THACO - Chu Lai Industrial Park is the greenery at the factories and units. Thousands of trees and plants are grown around the area and along internal roads, creating clean and friendly landscape. The waste treatment system includes modern and advanced machinery, and the wastes are categorized at the spot. With much enthusiasm in environment protection, in 2018, Quang Nam People's Committee selected Bus Thaco and THACO Specialized Manufacture companies as 2 out of 10 representative units in protecting the environment.

Facing the global warming and heavy pollution, the environment protection is an essential part in human life. Such environment-related activities were warmly welcome by THACO employees who continue to be its ambassadors in this important global issue.

Thu Nguyen





THƯ PHÁP NGHỆ THUẬT VÀ NÉT ĐẸP VĂN HÓA NGÀY XUÂN

“Mỗi năm hoa đào nở

Lại thấy ông đồ già

Bày mực Tàu, giấy đỏ

Bên phố đông người qua...

(Trích thơ “Ông đồ” của Vũ Đình Liên)

Hình ảnh ông Đồ, mực Tàu, giấy đỏ trở nên rất đời thân thương trong kí ức về Tết xưa của người Việt. Những nét chữ “rồng bay phượng múa” đó được gọi là thư pháp, là cách xin chữ - cho chữ đầu Xuân như một nghệ thuật đặc sắc không thể thiếu trong nét đẹp văn hóa của dân tộc ta.

Thư pháp trên thế giới

Thư pháp là môn nghệ thuật có tính lịch sử, cũng như mang nét đặc sắc riêng của yếu tố địa lý, vùng miền. Từ xa xưa, thư pháp đã xuất hiện ở nhiều nước trên thế giới với đa dạng cách thể hiện và tên gọi khác nhau.

Ở Trung Quốc, thư pháp là phương tiện để truyền tải tâm ý của người viết, song hành cùng tranh thủy

mặc, thư pháp được xem là một môn nghệ thuật đỉnh cao và phát triển mạnh mẽ từ xưa cho đến ngày nay.

Tại Nhật Bản, thư pháp được xem là một loại hình nghệ thuật siêu phàm, thanh thoát và thường do các thiền sư thể hiện, gắn liền với nghệ thuật thiền đạo (được gọi là thư đạo), trọng ý hơn trọng hình.

Đối với các nước phương Tây, thư pháp có phong cách khác. Chữ được viết nắn nót theo chuẩn mực và tỷ lệ, trình bày rõ ràng và nhằm nhấn mạnh những chủ đề cần thiết. Thư pháp phương Tây được thể hiện bằng nhiều phương tiện: bút sắt, cọ, thước, compa, êke...

Thư pháp ở Việt Nam

Trong dòng chảy văn hóa truyền thống dân tộc, thư pháp được xem là một mạch ngầm, lặng lẽ trường tồn với thời gian, có vị trí đáng kể và hàm chứa nhiều giá trị nhân bản, đạo đức trong thế giới nghệ thuật. Cùng với hội họa, âm nhạc, thi ca... thư pháp được nhìn nhận là nghệ thuật đặc thù “cao cấp”, là biểu tượng thẩm mỹ của các nền văn hóa dân tộc Việt Nam nói riêng, các nước phương Đông nói chung.

Thư pháp chữ Hán Việt Nam: Có thể nói rằng “khởi thủy của thư pháp Việt Nam là văn tự Hán mà người có công truyền bá đầu tiên là Vương Sĩ Nhiếp (thời nhà Hán những năm đầu công nguyên). Điều đặc biệt là ngay từ khi chữ Hán được tiếp nhận, cha ông ta đã nhận thức được đặc trưng, bản chất của hệ văn tự này và sớm coi trọng nghệ thuật thư pháp” (theo Hoàng Anh Sướng).

Xuôi theo dòng thời gian, thư pháp chữ Hán tại Việt Nam cũng êm đềm lặng lẽ như chính sự lặng lẽ của tự thân bộ môn này. Mặc dù ở Việt Nam không có những bậc thư pháp kỳ tài như Trương Húc, Vương Hy Chi... (Trung Hoa), hay Bạch An, Thiết Chu... (Nhật Bản), nhưng chúng ta cũng có những danh sĩ như: chúa Trịnh Sâm, nhà thơ Cao Bá Quát, Phan Bội Châu... Họ thể hiện được những nét bút tài hoa, sống động có hồn. Đó cũng chính là bản thể đích thực, là tinh hoa, sức sống mạnh mẽ của thư pháp.

Thư pháp chữ Quốc ngữ: Bên cạnh thư pháp chữ Hán, trong những năm gần đây, ở nhiều nơi trên khắp đất nước, “thư pháp chữ Việt” hay “thư pháp chữ Quốc ngữ” (chữ Latinh) đã bắt đầu khởi sắc và trở thành phong trào phát triển khá mạnh mẽ. Từ việc in trên sách báo, viết trên lịch, đến vẽ trên áo, thêu trên vải, cũng như những cuộc triển lãm lớn, nhỏ ở khắp mọi nơi được công chúng quan tâm.

Viết thư pháp chữ quốc ngữ ngày càng phát triển mạnh mẽ trong cả nước, nhiều câu lạc bộ thư pháp được ra đời tạo thêm sân chơi mới cho nhiều người, đặc biệt là giới trẻ rất đam mê môn nghệ thuật này. Nhiều cuộc triển lãm về thư pháp cũng giúp ích cho việc sáng tạo và phát triển không ngừng của môn nghệ thuật truyền thống, giúp thư pháp đi sâu vào đời sống thực tại. Đi đến đâu trên đất nước Việt chúng ta cũng dễ dàng bắt gặp những tác phẩm thư pháp: biển hiệu, tiêu đề trên bao bì của một số loại sản phẩm, trên bìa các sách, trong đền chùa, trong các quán cà phê...

Thư pháp Việt là một nghệ thuật: Có thể nói, thư pháp đã trở thành một môn nghệ thuật dùng để thể hiện tâm tư tình cảm của con người, chứa đựng giá trị truyền thống dân tộc mang tính chất giáo dục con người về đạo đức, nhân sinh quan trong cuộc sống.

Thư pháp Việt - nét đẹp văn hóa ngày Xuân

Hương vị thưởng thức ngày Tết cổ truyền của ông cha ta ngày xưa gói gọn trong hai câu đối: “Thịt mỡ, dưa hành, câu đối đỏ. Cây nêu, tràng pháo, bánh chưng xanh”. Năm cũ sắp trôi qua, khi mọi nhà đã sắm sửa được cái tết về vật chất, nồi bánh chưng đang sôi, bàn thờ gia tiên đã mãn quả, ông Táo đang về Trời, trẻ con nô nức pháo hoa áo mới, thì chủ nhà cũng không quên đi xin câu đối - con chữ mang về để đón chào năm mới. Đây là một nét đẹp văn hóa ngày Xuân không thể vắng thiếu trong tâm linh người Việt.

Ở Hà Nội, thường bắt đầu vào ngày mừng 2 Tết, tại các phố như Bà Triệu, Lý Thường Kiệt, Văn Miếu... sẽ diễn ra hoạt động cho chữ đầu năm. Đặc biệt ấn tượng nhất là ở Văn Miếu Quốc Tử Giám, đến đây chúng ta luôn cảm nhận được không khí náo nức, phấn khởi của những người đến xin chữ, họ mang trong lòng ước nguyện cho bản thân, gia đình một năm mới đủ đầy, bình an, may mắn và hạnh phúc.





Tại thành phố Hồ Chí Minh, cứ mỗi dịp Tết đến, chúng ta lại thấy các “ông Đồ” ngồi dọc trên những con phố ở Quận 1. Người dân có thể mua một bức thư pháp có sẵn hoặc xin các “ông Đồ” cho chữ theo yêu cầu. Mỗi bức thư pháp thường được người chủ sở hữu treo ở nơi trang trọng, tôn nghiêm, vừa để trang trí, vừa để răn dạy con cháu những lối sống ở đời, hoặc dạy cho con cháu những đức tính quý báu như: trí, dũng, tâm, nhẫn... mà ông bà ngày xưa đã truyền dạy cho chúng ta qua từng dòng thư pháp ấy.

Thư pháp là một nghệ thuật truyền thống của Việt Nam và nghệ thuật ấy được gìn giữ, phát triển từ đời này sang đời khác như một minh chứng cho sự trường tồn. Sau bao thăng trầm, ngày nay thư pháp được khởi sắc ở những phương diện mới mẻ mà vẫn giữ được cốt cách tinh thần dân tộc. Thú chơi thư pháp thanh tao không chỉ dành cho người lớn tuổi mà cả những người trẻ tuổi cũng rất đam mê.

Nguyễn Bích Ngọc (tổng hợp)

Ảnh: Bùi Đăng Thanh



Nhớ Tết

Cái lạnh luồn vào tay áo
Nôn nao nhớ buổi chợ chiều
Theo mẹ, con đi chơi Tết
Bàn chân lú rú niềm vui!

Đã qua bao nhiêu năm cũ
Mà như mới vừa hôm qua
Đường trơn lấm lem bùn đất
Mùi hương trầm thoảng gần xa...

Mùa xuân trong từng xếp lá
Trầu không, cau, chuối, kiệu, hành...
Chiếc làn trữu đôi tay mẹ
Háo hức con rào bước nhanh!

Tết về từ trong bếp mẹ
Tết về từ bàn tay cha...
Giao thừa đến trong giấc ngủ
Râm ran tiếng pháo nổ nhà

Mẹ ơi bao nhiêu cái Tết
Vẫn không quên được Tết quê
Dấu chân con đường đất đỏ
Mỗi mắt con ngóng trông về!

Nguyễn Bích Ngọc

2020

CHÚC MỪNG NĂM MỚI

"Kính chúc Quý đối tác, Quý khách hàng,
Năm mới An khang, Thịnh vượng"



**THACO GARDEN
LUXURY**
XE BUS GHẾ NGỒI CAO CẤP 16 CHỖ



THACO GARDEN



THACO MEADOW



THACO BLUESKY



THACO MOBIHOME

VĂN PHÒNG ĐIỀU HÀNH KINH DOANH XE TẢI & BUS THACO

Tầng 16, Tòa nhà SOFIC, khu đô thị Sala,
số 10 đường Mai Chí Thọ, Quận 2, TP HCM

Hotline
0933 805 304

Website
www.thacobus.vn





Phở mùa xuân

Choàng khăn đi xuống phố
Rét ngọt lượn bờ vai
Dường như mùa rạo rực
Thấp hồng đôi má ai?

Bàn tay khe khẽ chạm
Kí ức chợt trở về
Nhớ một mùa xuân cũ
Hát khúc tình đam mê!

Phím đàn buông lỡ nhịp
Người đã vội vàng đi
Gió xuân buồn độ ấy
Mơ man mãi câu gì?

Phố chợt bừng sắc đỏ
Một ngày ta gặp nhau
Trao vội lời trong gió
Bâng khuâng nhớ xuân đầu!

Nguyễn Bích Ngọc

THACO

2020
CHÚC MỪNG NĂM MỚI
"Kính chúc Quý đối tác, Quý khách hàng,
Năm mới An khang, Thịnh vượng"



KIA NEW FRONTIER

VĂN PHÒNG ĐIỀU HÀNH KINH DOANH XE TẢI & BUS THACO

Tầng 16, Tòa nhà SOFIC, khu đô thị Sala,
số 10 đường Mai Chí Thọ, Quận 2, TP HCM

Hotline
0933 805 807

Website
www.thacotruck.vn

