

LỜI MỞ ĐẦU

Trải qua 3 năm ngồi dưới ghế ngồi trường Đại học Công nghệ Tp.HCM, là 3 năm quý giá nhất trong quãng đời sinh viên của em. Chính thời gian tại đây, dưới sự tận tình và nhiệt huyết của các thầy cô trong khoa Quản Trị Kinh Doanh (QTKD), em đã được rèn dũa, trao đổi và tích lũy những kiến thức cơ bản đến chuyên sâu về chuyên ngành của mình cũng như cách cư xử, cách làm người khi ra ngoài thực tế. Chính vì vậy, được sự giúp đỡ và tạo điều kiện tối đa từ phía nhà trường nói chung và khoa QTKD nói riêng để em được có 2 tháng thực tập tại công ty để làm quen với môi trường công việc thực tế, ứng dụng các kiến thức đã học vào công việc cụ thể, em đã chọn Công ty Cổ phần ô tô Trường Hải để thực tập và rèn luyện. Trường Hải là công ty phân phối, lắp ráp và sản xuất ô tô của Việt Nam có thị phần lớn nhất trên thị trường ô tô tính tới thời điểm hết năm 2015. Trường Hải đã xây dựng được một số thế mạnh nhất định trên thị trường: Thương hiệu ô tô Thaco với nhiều sản phẩm đa dạng ngày càng được người tiêu dùng tin nhiệm, tin dùng, có hệ thống phân phối là các showroom trực thuộc, đại lý ủy quyền rộng khắp cả nước, là công ty Việt Nam duy nhất sản xuất và phân phối đầy đủ các dòng xe tải, bus và du lịch. Một trong những dòng xe gắn liền với sự thành công và tên tuổi công ty từ những ngày đầu thành lập cho tới nay là dòng KIA, dòng xe đã góp phần vào những thành tựu to lớn cũng như giúp giữ vững được vị thế của công ty trong những năm qua. Để có được bước đi đúng đắn cho dòng KIA như trong những năm qua, công ty đã có những chiến lược lâu dài nhằm định hướng mục tiêu kinh doanh, đảm bảo phát triển đúng hướng và hiệu quả trong môi trường kinh doanh đầy biến động. Trong đó có sự góp sức rất lớn từ những chiến lược marketing- một “vũ khí” không thể thiếu trong môi trường cạnh tranh ngày nay. Nhờ có xây dựng chiến lược Marketing mà công ty thấy rõ mục đích và hướng đi trong hoạt động kinh doanh, và qua đó công ty có những biện pháp nhất định cũng như sử dụng hiệu quả nguồn lực của mình để phát triển. Xuất phát từ lý do đó, em quyết định chọn đề tài: “PHÂN TÍCH CHIẾN LƯỢC MARKETING-MIX CHO DÒNG XE DU LỊCH KIA TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN Ô TÔ TRƯỜNG HẢI.” cho báo cáo thực tập của mình.

Trong lúc viết báo cáo chắc chắn không tránh khỏi những sai sót, mong thầy cô tận tình chỉ bảo và giúp em hoàn thiện bài viết của mình.

Em xin chân thành cảm ơn.

CHƯƠNG 1: GIỚI THIỆU CÔNG TY CỔ PHẦN Ô TÔ TRƯỜNG HẢI.(THACO)

1.1. Tóm lược quá trình hình thành và phát triển:

1.1.1. Quá trình hình thành:

Ngày 29/4/1997, sau thời gian làm thủ tục theo luật định, Ủy ban nhân dân tỉnh Đồng Nai đã cấp giấy phép thành lập Công ty số: 003433/GP-TLDN – 02, mang tên CÔNG TY TRÁCH NHIỆM HỮU HẠN Ô TÔ TRƯỜNG HẢI, và ngày 17/5/1997, Sở Kế hoạch Đầu tư tỉnh Đồng Nai cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh cho Công ty số 054148, với tổng vốn theo điều lệ 800 triệu đồng. Với số vốn đầu tư ban đầu 800 triệu đồng và chỉ có 120 cán bộ công nhân viên. Công ty kinh doanh chủ yếu nhập khẩu xe đã qua sử dụng về tân trang lại để cung cấp ra thị trường, đồng thời cung cấp các vật tư phụ tùng cho việc sửa chữa ô tô.

1.1.2. Quá trình phát triển:

_ Từ 1997-2000: Sự cạnh tranh ngày càng nhiều của các công ty ô tô, nhu cầu thị trường ngày càng đa dạng, Công ty đã nắm bắt được và có chính sách phù hợp để ứng phó. Đồng thời, ngày 26/11/1998, Công ty được cấp phép xuất nhập khẩu trực tiếp.

_ Từ 2001-2003: Bắt từ 2001, Công ty đã có chiến lược và mạnh dạn đầu tư một nhà máy lắp ráp ô tô trên diện tích 4 hecta ở Khu công nghiệp Biên Hòa 2, các sản phẩm được sản xuất lắp ráp là xe tải nhẹ và xe bus mang thương hiệu Kia(Hàn Quốc). Bước đầu khẳng định được vị trí công ty trên thị trường ô tô trong nước, đưa doanh số tăng lên 1.000 tỷ đồng/ năm. Bắt đầu hình thành trong tâm trí người tiêu dùng Việt Nam về Thương hiệu Ô tô Trường Hải.

_ Từ 2004-2008: Cuối 2004, Công ty đưa vào hoạt động nhà máy sản xuất và lắp ráp ô tô Chu Lai- Trường Hải với các dòng xe tải, xe bus, thành lập Công ty tàu biển Chu Lai- Trường Hải với 2 chiếc tàu Trường Hải Star I và II, trọng tải 10.000 tấn. Năm 2005: Công ty liên doanh, liên kết các đối tác mở các nhà máy phụ tùng: nhà máy sản xuất ghế ngồi ô tô, nhà máy điện cơ. Năm 2007: Công ty quyết định đầu tư 650 tỷ đồng mở nhà

máy sản xuất, lắp ráp các loại xe du lịch KIA tại khu kinh tế mở Chu Lai, diện tích 30 ha. Tháng 4/2007, công ty chuyển từ Công ty TNHH sang Công ty Cổ phần, mang tên: CÔNG TY CỔ PHẦN Ô TÔ TRƯỜNG HẢI, vốn điều lệ tăng lên 680 tỷ đồng. Năm 2008: Đầu tư mạnh vào kinh doanh địa ốc, phát triển cơ sở hạ tầng khu công nghiệp, mở rộng Cảng Kỳ Hà, đầu tư xây dựng khu đô thị mới tại Tam Phú, tổng vốn đầu tư gần 600 tỷ đồng.

_ Từ 2009-2012: Năm 2009, thành lập nhà máy gia công thép, Công ty TNHH MTV Sản xuất và Lắp ráp Điện lạnh Trường Hải. Năm 2010, Công ty thành lập Nhà máy Vina Mazda. Năm 2011, Công ty thành lập Công ty Cổ phần Sản xuất phụ tùng Ô tô (AUTOCOM). Ngày 22/6/2012, Công ty làm lễ khởi công xây dựng nhà máy sản xuất và chế tạo động cơ (Hyundai) Chu Lai-Trường Hải, thành lập Trung tâm sửa chữa xe Bus Miền Trung đặt tại Khu phức hợp Chu Lai-Trường Hải. Về kinh doanh, Công ty bán được 24.725 xe, sản xuất lắp ráp 22.642 xe, có tổng cộng 40 showroom trực thuộc, trong đó có 29 showroom xe thương mại và 11 showroom xe du lịch

_ Từ 2013-2015: Năm 2013, Thaco đã ký kết với Nhật xuất khẩu xe Mazda sang Lào, ký kết hợp tác với Pháp Sản xuất & Lắp ráp xe Peugeot. Ngày 06/6/2014 Công ty tổ chức đưa vào khai thác tàu TRUONG HAI STAR3 và giới thiệu dịch vụ Logistic trọn gói tại Cảng Chu Lai – Trường Hải. Năm 2015, Thaco đã bán 80.421 xe, tăng 90% so với năm 2014, đạt 38,6% thị phần VAMA. Xe du lịch (Kia, Mazda, Peugeot) đạt doanh số 42.213 xe, tăng 103% so với 2014. Dòng xe thương mại (tải, bus) đạt 38.208 xe, tăng 77% so với năm 2014. Tổng doanh thu năm 2015 đạt 45.846 tỷ đồng (2 tỷ USD), tăng 89% so với 2014, nộp ngân sách 13.856 tỷ đồng. Thaco đã đưa vào hoạt động thêm 15 showroom, nâng tổng số 137 showroom và đại lý trên toàn quốc.

1.2. Chức năng và lĩnh vực hoạt động:

_ Sản xuất, lắp ráp xe du lịch: THACO là công ty Việt Nam duy nhất sản xuất và lắp ráp xe du lịch với tỷ lệ nội địa hóa cao nhất 46%. Trong đó, THACO với vai trò chính là nhà sản xuất và lắp ráp các dòng xe du lịch Kia, Mazda, Peugeot.

_ Sản xuất, lắp ráp xe bus: Sản phẩm Thaco Bus hiện tạo bao gồm các thương hiệu dòng sản phẩm như Thaco County, Thaco Town, Thaco Universe và Thaco Mobihome.

_ Sản xuất, lắp ráp xe tải: Hiện tại, sản phẩm xe tải/ben mang các thương hiệu như Thaco Towner, Thaco Forland, Thaco Ollin, Thaco Aumark, Thaco-Foton Auman, Thaco Frontier, Thaco Hyundai.

_ Dịch vụ logistic: dịch vụ logistic trọn gói Thaco logistic.

1.3. Cơ cấu tổ chức:

TaiLieu.vn

Nguồn: Phòng Hành Chính THACO

Hình 1.3.1: Sơ đồ tổ chức công ty cổ phần ô tô Trường Hải

1.4. Tình hình hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp trong 3 năm:

Bảng 1.1: Tình hình hoạt động kinh doanh trong 3 năm gần nhất

Đơn vị tính: tỷ đồng

| Chỉ tiêu | 2013 | 2014 | 2015 | 14/13 | 15/14 | | |
|-----------|--------|--------|--------|--------|-------|-------|------|
| | | | | ±Δ | % | ±Δ | % |
| Doanh thu | 13.305 | 24.308 | 32.172 | 11.003 | 183% | 7.864 | 132% |
| Chi phí | 12.165 | 20.979 | 28.372 | 8.814 | 172% | 7.393 | 135% |
| Lợi nhuận | 1.140 | 3.329 | 3.800 | 2.169 | 292% | 471 | 114% |

Nguồn: Phòng Kế Toán THACO.

Nhận xét: Năm 2014 là năm phát triển vượt bậc của công ty khi doanh thu tăng 11.003 tỷ đồng, bằng 183% so với năm 2013, sau đó năm 2015 doanh thu vẫn tăng ổn định ở mức

7.864 tỷ đồng, bằng 132% so với 2014. Sở dĩ có sự tăng trưởng này là do tình hình kinh tế 2014 tăng trưởng tốt, GDP đạt 5,98%, lạm phát thấp, CPI ở mức 1,84%. Giá dầu thế giới giảm mạnh vào cuối năm, cùng với đó là sự nỗ lực phấn đấu từ công ty khi liên tục cải tiến chất lượng, đa dạng các dòng sản phẩm, các ưu đãi về giá, thuế trước bạ..tất cả giúp công ty đạt được những kết quả kinh doanh khả quan như trên.

TÓM TẮT CHƯƠNG 1

Chương 1 của bài báo cáo giới thiệu khái quát về lịch sử hình thành, lĩnh vực hoạt động sản xuất, cơ cấu tổ chức và tình hình kinh doanh trong 3 năm gần nhất của công ty.

Được thành lập từ năm 1997, sau 19 năm đi vào hoạt động với những khó khăn và thiếu thốn ban đầu từ cơ sở vật chất, nhân sự, cho tới công nghệ cũng như môi trường kinh doanh còn chưa được khuyến khích, mở rộng như hiện nay, công ty đã trưởng thành và vượt qua tất cả những khó khăn bước đầu đó để vươn lên trở thành một trong những thương hiệu lớn về sản xuất, lắp ráp và phân phối ô tô trên thị trường Việt Nam và khu vực.

Từ ban đầu lĩnh vực hoạt động chủ yếu của công ty là sản xuất, lắp ráp và phân phối các dòng ô tô mang thương hiệu Hàn Quốc, sau quá trình phát triển, công ty đã xây dựng được cho mình những dòng xe mang thương hiệu riêng của Trường Hải.

Giai đoạn 2009-2012 được xem như giai đoạn bản lề đánh dấu bước phát triển vượt bậc và tiến tới nội địa hóa các dòng xe của công ty. Trong giai đoạn này công ty đã định hướng và thành lập các công ty con, các xưởng gia công nhằm tạo ra chuỗi giá trị gia tăng cho sản phẩm, tạo ra quy trình sản xuất, lắp ráp khép kín và chủ động cho các dòng sản phẩm cũng như dẫn định hình và khẳng định thương hiệu trong tâm trí người dùng Việt. Phần cuối cùng của chương 1 là bảng tóm tắt ngắn gọn về tình hình hoạt động kinh doanh của công ty trong 3 năm gần nhất(2013-2015), từ các số liệu có được, sẽ có cái nhìn tổng quát và nhận định chính xác về định hướng phát triển công ty trong thời gian đã qua cũng như trong thời gian sắp tới.

CHƯƠNG 2: PHÂN TÍCH CHIẾN LƯỢC MARKETING-MIX CHO DÒNG XE DU LỊCH KIA TẠI CÔNG TY CỔ PHẦN Ô TÔ TRƯỜNG HẢI.

2.1. Chiến lược marketing-mix:

2.1.1. Chiến lược sản phẩm:

2.1.1.1. Nhân hiệu sản phẩm:

_ Trong những năm trở lại đây, Kia đã có sự lột xác trong việc định vị sản phẩm. Từ vị trí của một hãng xe giá rẻ, chất lượng thấp, Kia đã vươn lên vị trí cao hơn nhiều bằng việc theo đuổi mục tiêu hàng đầu là mang lại giá trị sử dụng ngày càng cao cho người sử dụng. Phần thưởng xứng đáng dành cho thương hiệu này đó là giành một trong những vị trí đầu bảng chất lượng xe mới 2015 của J.D.Power(vị trí thứ 2). Đây là một sự thay đổi rõ ràng về tổng quan chất lượng xe, thương hiệu Kia đang thể hiện tốc độ tăng trưởng ấn tượng trên thị trường ô tô thế giới, khi luôn được đánh giá là một trong những thương hiệu giá trị, đạt doanh số bán cao. Mới đây, nhờ sự tăng trưởng ấn tượng thương hiệu Kia được xếp vị trí thứ 74 trên tổng 100 thương hiệu tốt nhất thế giới, giá trị thương hiệu Kia còn có mức tăng gần năm lần kể từ năm 2007 và là thương hiệu có tốc độ tăng trưởng cao nhất trên thị trường.

_ Để đạt được những bước tiến vượt bậc như vậy, ở thị trường Việt Nam, Kia đã thực hiện việc định vị hình ảnh sản phẩm, trong tâm trí khách hàng theo định hướng là những dòng sản phẩm lắp ráp trong nước theo công nghệ chuyển giao từ tập đoàn Hàn Quốc Hyundai – Kia với thiết kế đẹp, trang bị nhiều tiện nghi và có mức giá cạnh tranh, đồng thời là dòng xe thân thiện với môi trường, một trong những đột phá chinh phục thị trường của dòng xe Kia là việc giới thiệu những mẫu xe sạch, thân thiện với môi trường kết hợp với việc tiết kiệm nhiên liệu(Kia Moring).Theo báo cáo của Cơ quan bảo vệ môi trường Mỹ, các mẫu xe cỡ nhỏ của Kia đều thải ra khí thải và tiêu thụ nhiên liệu thấp nhất.Các dòng sản phẩm tiêu biểu của Kia Trường Hải:

❖ **Kia Morning:**

_ Dòng sản phẩm Kia New Morning lựa chọn phân khúc A, phân khúc xe hạng nhỏ có mức giá bình dân vào khoảng dưới 400 triệu đồng tập trung vào những khách hàng có thu nhập trung bình – khá, những khách hàng cá nhân hoặc doanh nghiệp vừa và nhỏ, những hãng taxi, những khách hàng lần đầu sử dụng xe ô tô. Kích thước tổng thể 3.595mm x rộng 1.595mm x cao 1.490 mm, Kia Morning sở hữu bề ngoài khá bắt mắt với những đường nét thiết kế cá tính, sáng tạo của lưới tản nhiệt mặt hổ kết hợp hài hòa với hốc hút gió và cụm đèn pha thể thao cùng những trang bị riêng có ở một số phiên bản cao cấp như đèn pha tự động, đèn LED chạy ban ngày, kính lái chống tia UV, tay nắm cửa mạ crôm, gương chiếu hậu chỉnh điện và gập điện tích hợp đèn báo rẽ, cửa sổ trời... Kia Morning được trang bị động cơ I4 DOHC, công nghệ phun xăng điện tử đa điểm với dung tích 1.25L cho công suất tối đa lên đến 87 mã lực và momen xoắn cực đại 120 Nm, mức tiêu hao nhiên liệu trung bình thấp hơn nhiều so với các mẫu xe khác trong cùng phân khúc (chỉ khoảng 5 lít/100km).

_ Về nội thất, Kia Morning được thiết kế trẻ trung với những gam màu sáng, tối đan xen bắt mắt và sang trọng. Mặt táp-lô được tích hợp khá nhiều tính năng hiện đại với những tiện nghi công nghệ được bố trí tỷ mỉ và khoa học hướng đến người lái: ghế da, hệ thống điều hòa tự động, vô lăng gập gù có tích hợp điều khiển âm thanh, kết nối iPod/Aux/Usb, màn hình DVD tích hợp GPS/Bluetooth, khoang hành lý rộng rãi đáp ứng nhu cầu sử dụng của gia đình

❖ **Kia K3:**

_ Kia K3 chính thức tấn công thị trường Việt Nam vào đầu tháng 11/2013 do Thaco lắp ráp và phân phối với hai mô hình sedan và hatchback, gồm 3 phiên bản 1.6MT, 1.6AT và 2.0AT.

_ Kia K3 có sự đột phá vượt bậc về thiết kế, công nghệ so với người tiền nhiệm là Kia Forte. Sau hơn nửa năm ra mắt thị trường Việt Nam, Kia K3 đã chứng tỏ sức mạnh của mình với doanh số trung bình trên 200 xe/ tháng

_ Ở phần đầu xe được trang bị dải đèn LED luôn sáng trong cụm đèn pha. Lưới tản nhiệt và kiểu đèn pha được thiết kế hiện đại và bắt mắt hơn. Cụm đèn hậu trồi ra ngoài khớp với gờ nổi chạy dọc thân xe, chiếc xe được thiết kế dài hơn 30 mm so với mẫu cũ

(Forte), nâng tổng chiều dài lên 4.560 mm, rộng hơn 5 mm (1.780 mm) và thấp hơn 15 mm (1.445 mm).

_ Nội thất xe được cung cấp nhiều thiết bị hiện đại, tiện ích cho người dùng, được đánh giá "vượt cấp" so với một chiếc sedan hạng C. Trên vô lăng của Kia K3 được trang bị 13 nút điều khiển, cung cấp nhiều options cho người sử dụng, bao gồm tính năng về giải trí, âm lượng, điện thoại rảnh tay, thiết lập hành trình, thay đổi chế độ lái... Chất liệu được sử dụng trong cabin chủ yếu là da và một vài chi tiết nhựa cứng cáp, các tiện ích khác như điều hòa tự động hai vùng, hốc gió hàng ghế sau, hệ thống âm thanh 6 loa, AUX, USB, tủ lạnh. Hệ thống trợ lực lái điện, đèn pha tự động, sưởi kính tự động, xi-nhan tích hợp gương chiếu hậu, gương chiếu hậu gập điện, cửa sổ trời. K3 phiên bản 2.0L còn có thêm chức năng nhớ 2 vị trí ghế lái, tính năng này khá tiện lợi, thường chỉ có ở những dòng xe cao cấp.

_ Xe trang bị động cơ I4 1.6L công suất 94 kW (126 hp), mô-men xoắn 157 Nm thông qua hộp số 6 cấp. Xe cần 5.30 giây để tăng tốc từ 0-60 km/h, 10.30 giây để đạt tốc độ 100 km/h

❖ **Kia Carens:**

_ Carens nổi bật và cá tính với các trang bị mới như: viền đèn sương mù; nẹp bước chân; viền chân cửa kính; viền che mưa; nẹp chống trầy; đèn Led cốp sau. Đặc biệt điểm chú đạo là bộ mâm thể thao 17 inches với bề mặt tiện phù hợp với trào lưu chung của các mẫu xe mới hiện nay.

_ Kia Carens không chỉ là mẫu xe đa dụng hấp dẫn về tính tiện dụng mà còn về tính thẩm mỹ của xe thể hiện từ hình dáng bên ngoài đến nội thất bên trong. Sở hữu chiều dài tổng thể 4,545mm, chiều cao 1,650mm và chiều rộng 1,820mm tạo nên một Kia Carens với không gian rộng rãi và lý tưởng cho một mẫu MPV. Nhấn mạnh sự rộng rãi và đa năng là điều kiện tối ưu trong phân khúc MPV, đó cũng chính là điều khiến Carens thực sự khác biệt so với các đối thủ. Với những đường nét nổi bật đến từ ngôn ngữ mang đậm phong cách của Peter Schreyer, sự hấp dẫn của Carens thể hiện ở nội thất được bố trí phù hợp và rộng rãi cho nhu cầu sử dụng của một gia đình.

_ Carens được trang bị nhiều các tiện nghi hiện đại và cao cấp như: nội thất ghế da cao cấp, âm thanh với DVD tích hợp định vị GPS, máy lạnh điều khiển tự động, trang bị cửa sổ trời hiện đại, vô lăng tích hợp các nút điều chỉnh âm thanh, kính chiếu hậu chỉnh điện và gập điện, ghế lái chỉnh điện cùng khoá mở cửa điều khiển từ xa bằng remote. Carens được trang bị đầy đủ hệ thống lái an toàn như phanh chống bó cứng ABS, 02 túi khí, camera lùi....

❖ **Kia RonDo:**

_ Kia Rondo được giới thiệu tại Việt Nam với 3 phiên bản: G-AT, G-Premium và D AT với mức giá lần lượt là 729 triệu đồng, 828 triệu đồng và 769 triệu đồng.

_ Kia Rondo 2015 có kích thước chiều dài x rộng x cao tương ứng là 4.525 x 1.805 x 1.610 (mm), chiều dài cơ sở 2.750mm, khoảng sáng gầm xe 151mm và bán kính quay vòng tối thiểu 5.5m. Với thiết kế tăng đáng kể về chiều rộng, Kia Rondo mới sở hữu 5+2 chỗ ngồi mang lại cảm giác thoải mái cho không gian bên trong xe đồng thời tăng thêm đáng kể không gian xếp đồ. Nhờ thiết kế cửa xe rộng và sàn xe thấp nên người dùng có thể dễ dàng bước vào hàng ghế sau, điều hòa tự động 2 vùng độc lập, ghế da cao cấp, đèn pha và gạt mưa tự động... Trang bị giải trí trên xe cũng được đầu tư tương xứng với mẫu xe được đánh giá là chuẩn mực cho các dòng xe khác như đầu đọc DVD kèm màn hình cảm ứng 8inch với 6 loa, hỗ trợ kết nối USB, AUX, Bluetooth ...

_ Các phiên bản của Rondo mới đều được đi kèm hộp số tự động 6 cấp và hệ dẫn động cầu trước. Trong đó, phiên bản G-AT và G-Premium sử dụng động cơ xăng Nu 2.0L, 4 xi-lanh thẳng hàng có khả năng sản sinh công suất tối đa 150 mã lực tại vòng tua 6.500 vòng/phút, mô-men xoắn cực đại đạt 194Nm tại vòng tua 4.800 vòng/phút. Phiên bản động cơ dầu Diesel tăng áp 1.7L, 4 xi-lanh thẳng hàng có khả năng sản sinh công suất 135 mã lực tại vòng tua 4.000 vòng/phút, mô-men xoắn cực đại lên đến 320 Nm tại dải vòng tua 1.750 - 2.500 vòng/phút.

❖ **Kia Sorento:**

_ Có mặt trên thị trường từ đầu năm 2002, mẫu SUV cỡ trung Kia Sorento đã gặt hái được khá nhiều thành công nhất là tại thị trường quê nhà và các nước Đông Nam Á, Nga và Đông Âu

_ Kia Sorento 2015 có kích thước tổng thể dài x chiều cao là 4.780 x 1.890 x 1.685mm, chiều dài cơ sở 2.780 mm, tăng 80 mm so với phiên bản cũ, cụm đèn pha cũng được thiết kế lại theo hướng vuốt rộng về phía sau. Cản trước mềm mại hơn, đèn sương mù to và rộng hơn so với phiên bản cũ, rang bị bộ vành đúc hợp kim 19 inch kết hợp với lốp cỡ 235/55 R19.

_ Ghế xe được bọc da với 4 tùy chọn khác nhau về màu sắc. Vô-lăng được thiết kế mới có các phím bấm tích hợp có chức năng sưởi, điều hòa độc lập 2 vùng lạnh. được trang bị hệ thống âm thanh với đầu đọc 6 đĩa kèm màn hình của Infiniti kết hợp với hệ thống loa JBL. Giống các mẫu Sorento trước, phiên bản 2015 được trang bị cửa sổ trời panorama với 2 chế độ đóng mở tự động. Gương chiếu hậu bên trong tự mở là trang bị chuẩn. Bên cạnh đó, Sorento 2015 còn được trang bị thêm camera toàn cảnh hiển thị thông tin trên màn hình trung tâm xe.

_ Bản động cơ xăng 2,4 lít 4 xi-lanh thẳng hàng có khả năng sản sinh công suất 188 mã lực, mô-men xoắn cực đại 241 Nm. Sức mạnh này giúp xe có khả năng tăng tốc từ 0 lên 100 km/h trong 10,4 giây trước khi đạt tốc độ tối đa 202 km/h. Tùy chọn hộp số tự động 6 cấp có thể giúp xe tăng tốc từ 0-100 km/h trong khoảng 10,5 giây và có tốc độ tối đa 195 km/h. Bản cấp thấp động cơ dầu 2 lít, 4 xi-lanh thẳng hàng có khả năng sản sinh công suất 185 mã lực, mô-men xoắn cực đại 402 Nm. Khi kết hợp với hộp số tự động 6 cấp, sức mạnh trên giúp xe tăng tốc từ 0-100 km/h trong 10,4 giây và có tốc độ tối đa 200 km/h. Cuối cùng, bản động cơ dầu 2,2 lít, 4 xi-lanh thẳng hàng sản sinh công suất 200 mã lực, mô-men xoắn cực đại 441 Nm. Với hộp số tự động 6 cấp, xe có khả năng tăng tốc từ 0 lên 100 km/h trong khoảng 9,6 giây và tốc độ tối đa 203 km/h.

❖ **Kia Rio:**

_ Rio sedan 2014 có kích thước tổng thể dài x rộng x cao tương ứng 4.365 x 1.720 x 1.455 mm, chiều dài cơ sở của xe là 2.570 mm. được trang bị đèn pha Halogen tích hợp dải đèn LED chạy ban ngày. Rio Sedan 2014 sở hữu thiết kế thể thao và hiện đại. Lưới tản nhiệt hình "miệng hùm" mạnh mẽ phía trước giúp mẫu Sedan này khỏe khoắn và "bề thế".

_ Cabin của Kia Rio sở hữu một thiết kế giản dị nhưng vẫn mang đậm dấu ấn của phong cách châu Âu. Nội thất của Rio sedan 2014 có vô lăng bọc da tích hợp nút điều