نسخه الکترونیکی روزنامه «دنیای خودرو» را هر روز به‌طور رایگان در سایت رسمی ما به نشانی donyayekhodro.com مشاهده فرمایید
شنبه ۲۳ آبان‌ماه ۱۴۰۵ / ۰۴ جمادی‌الثانی ۱۴۴۸ / ۱۴ نوامبر ۲۰۲۶ / سال یازدهم / شماره ۲۶۱۱ / ۱۶ صفحه

۲۶۱۱

دنیای خودرو

نخستین روزنامه خودرویی جهان

DONYAYEKHODRO.COM



عضو کمیسیون صنایع و معادن خانه ملت اعلام کرد:

تحقیق و تفحص از ایران خودرو در کمیسیون صنایع کلید خورد

صفحه ۵



صعود قیمت وانت «آریسان ۲» به ۲ میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان

صفحه ۱۰

نگرانی سازندگان قطعات خودرو از عدم وصول مطالبات و وجود دست‌اندازها در مسیر تولید؛

قطعه‌سازانی که موفق به دیدار با وزیر شدند!

وزیر صنعت، معدن و تجارت با اشاره به شرایط کم‌سابقه کشور از آغاز به کار دولت چهاردهم و ضرورت مواجهه موثر با چالش‌های اقتصادی، رفع موانع تولید، حفظ مزیت‌های صنعتی...

صفحه ۴

تجربه مالکان چه می‌گوید؟ صفحه ۷

کارنامه دو ساله «لوکانو L7» در جاده‌های کشور



بازاریابی خودرو دیجیتال شد؛ جنگ بر سر قیمت جایش را به رقابت بر سر تسهیلات داد!

صادرات خودرو چین افزایش یافت، فروش برقی‌ها در اروپا بالا رفت و آمریکایی‌ها بیشتر قسطی خریدند

صفحه ۸

«پرشیاموبیلیتی» با خودرویی جدید در راه بازار!

مجوز واردات و تولید تمام محصولات برند «IM» در ایران صادر شد

صفحه ۱۲

چین همچنان بزرگ‌ترین تولیدکننده باتری خودروهای برقی خواهد بود؟

زنجیره تامین باتری تحت تاثیر برنامه جدید «بامو»

صفحه ۱۴

استارت Start



امید محمدی
سردبیر

از برقی‌سازی حمل‌ونقل دنیا باید چه درس‌هایی گرفت؟

بازنگری خودروسازان بزرگ جهان در برنامه‌های برقی‌سازی را نباید به معنای پایان دوران خودروهای الکتریکی دانست. آن‌چه امروز در صنعت خودرو جهان اتفاق می‌افتد، بیش از آن‌که عقب‌نشینی از فناوری باشد، بازگشت به واقعیت‌های اقتصادی بازار است...

صفحه ۲

تیترهای امروز Titles

«هیوندای» درصدد تولید انبوه پیشرانه‌های هیبریدی در خاک آمریکا است؛

تزریق ۴۵۰ میلیون دلار به قلب صنعتی آلاباما

صفحه ۶

آغاز فروش محدود موسو «گرند خان» با تحویل ۳۰ روزه و شرایط اعتباری ویژه

صفحه ۱۵

تجلیل «آرین پارس موتور» از پیشکسوتان فوتبال و چهره‌های ماندگار ورزش

صفحه ۱۲

خودرو فرسوده، هزینه‌ای که همه می‌پردازیم؛

پرونده نوسازی ناوگان تجاری باید از بایگانی خارج شود!

صفحه ۹





برانکو «فراستواردن» با قلب تپنده «مگازیلا ۲.۰»

کمپانی فورد در جریان نمایشگاه سما ۲۰۲۶ از رادیکال‌ترین و قدرتمندترین نسخه مدرن برانکو با نام «فراستواردن» (Frostwarden) پرده برداشت؛ خودرویی تک‌ساخت که برای عملیات جست‌وجو و نجات در مناطق یخبندان و قطبی طراحی شده و در مقایسه با آن، حتی نسخه توانمند برانکو رپتور نیز شبیه یک مدل پایه به نظر می‌رسد. برگ برنده اصلی این کانسپت خارق‌العاده در زیر درپوش موتور آن پنهان شده است؛ جایی که پیشرانه جعبه‌ای (Crate Engine) کاملا جدید V۸ ۲.۰ Megazilla برای نخستین بار رونمایی شده است. این نیروگاه ۷.۳ لیتری ۸ سیلندر که با میل‌سوپاپ سفارشی، شاتون‌های فورج‌کاری‌شده و یک سوپرشارژر حجیم ۳.۰ لیتری وپیل (Whipple) تقویت شده، توان خروجی را به بیش از ۱,۲۰۰ اسب‌بخار و گشتاور را به فراتر از ۱,۳۵۶ نیوتون‌متر (۱,۰۰۰ پوند-فوت) می‌رساند؛ ارقامی که خروجی آن را تقریبا به دو برابر نسل اول مگازیلا افزایش داده و آن را به قوی‌ترین موتور جعبه‌ای تاریخ بخش فورد ریسینگ تبدیل کرده است. برای عبور بی‌وقفه از صعب‌العبورترین مسیرهای برفی و صخره‌ای، مهندسان فورد ارتفاع برانکو فراستواردن را با بهره‌گیری از اکسل‌های پورتال پیشرفته و تایرهای غول‌پیکر ۴۲ اینچی گل‌نوردی به شکل چشمگیری افزایش داده‌اند. سیستم تعلیق تخصصی بیلشتاین (Bilstein) وظیفه مهار ضربات را بر عهده دارد و گلگیرهای عریض‌شده برگرفته از مدل رپتور، فضای کافی برای بازی این تایرهای عظیم را فراهم کرده‌اند. در نمای بیرونی، تجهیزاتی نظیر وینچ قدرتمند درون سپر جلو، نوار روشنایی LED زرد رنگ بالای شیشه جلو، باربند فولادی با قابلیت حمل زاپاس، میله‌های محافظ خارجی ستون‌ها برای ایمنی هنگام واژگونی، تخته نجات و مخازن سوخت یدکی خودنمایی می‌کنند.



استارت Start



امید محمدی
سردبیر



از برقی‌سازی حمل‌ونقل دنیا باید چه درس‌هایی گرفت؟

بازنگری خودروسازان بزرگ جهان در برنامه‌های برقی‌سازی را نباید به معنای پایان دوران خودروهای الکتریکی دانست. آن‌چه امروز در صنعت خودرو جهان اتفاق می‌افتد، بیش از آن‌که عقب‌نشینی از فناوری باشد، بازگشت به واقعیت‌های اقتصادی بازار است. رشد هزینه توسعه، سرمایه‌گذاری سنگین در زنجیره تامین باتری، محدودیت زیرساخت شارژ و مهم‌تر از همه، حساسیت مصرف‌کنندگان نسبت به قیمت تمام‌شده خودرو، خودروسازان را به بازنگری در سرعت و شیوه اجرای برنامه‌های برقی‌سازی واداشته است. با این حال، پیش‌بینی فروش حدود ۲۳ میلیون خودرو برقی در سال ۲۰۲۶ و سهم نزدیک به ۲۸ درصدی از بازار خودروهای جدید جهان نشان می‌دهد که مسیر برقی‌سازی همچنان ادامه دارد؛ اما دیگر نمی‌توان آن را مستقل از منطق اقتصاد و تقاضای بازار پیش برد. این تحولات برای ایران یک پیام روشن دارد: برقی‌سازی نباید به یک هدف آماری یا پروژه نمایشی برای اعلام پیشرفت صنعتی تبدیل شود. تجربه جهانی نشان می‌دهد حتی کشورهایی که از نظر فناوری، سرمایه و زیرساخت در موقعیت برتری قرار دارند، در انتخاب سرعت گذار و ترکیب فناوری‌های آینده با احتیاط عمل می‌کنند. بنابراین، نمی‌توان بدون توجه به شرایط اقتصادی، ساختار انرژی، توان تولید داخل و قدرت خرید خانوار ایرانی، نسخه کشورهای پیشرو را در کشور اجرا کرد. نخستین درس برای سیاستگزار صنعتی در کشور، انتخاب نقطه شروع درست است. در شرایطی که شبکه برق کشور با محدودیت‌هایی مواجه است و توسعه زیرساخت شارژ به سرمایه‌گذاری قابل توجه نیاز دارد، اولویت‌بندی ناوگان عمومی، تاکسی‌ها، اتوبوس‌های شهری و موتورسیکلت‌ها می‌تواند نتیجه اقتصادی و زیست‌محیطی ملموس‌تری داشته باشد. پیمایش بالا و الگوی مشخص مصرف انرژی در این ناوگان، امکان محاسبه بازگشت سرمایه را فراهم می‌کند. برقی‌سازی باید از بخش‌هایی آغاز شود که بیشترین منفعت عمومی را با کمترین هزینه ایجاد می‌کنند.

درس دوم، توجه به زنجیره تامین است. مزیت رقابتی خودروسازان پیشرو صرفا در تولید خودروهای برقی خلاصه نمی‌شود؛ تسلط بر فناوری باتری، موتورهای الکتریکی، سامانه‌های مدیریت انرژی، قطعات الکترونیکی و نرم‌افزار، بخش اصلی قدرت صنعتی آن‌ها را شکل می‌دهد. اگر ایران برقی‌سازی را صرفا در واردات خودرو و ایجاد ایستگاه شارژ خلاصه کند، به‌جای ایجاد یک مزیت جدید، وابستگی دیگری به صنعت خودرو تحمیل خواهد کرد. توسعه توان قطعه‌سازی، انتقال فناوری و مشارکت شرکت‌های دانش‌بنیان باید هم‌زمان با ورود محصولات برقی دنبال شود. از سوی دیگر، اصرار بر سلطه یک فناوری نیز خطای راهبردی است. خودروهای هیبریدی و پلاگین-هیبریدی می‌توانند در دوره گذار، با توجه به محدودیت زیرساخت شارژ، گزینه‌های عملیاتی مناسبی باشند. سیاستگزار باید به جای تحمیل فناوری، زمینه رقابت میان راهکارهای مختلف کاهش مصرف سوخت و آلایندگی را فراهم کند. واقعیت این است که برقی‌سازی بدون اصلاح سیاست‌های اقتصادی، تامین مالی پایدار، خدمات پس از فروش و تضمین دسترسی به قطعات، به نتیجه نخواهد رسید. ایران باید از تجربه جهان بیاموزد که آینده صنعت خودرو را نه بخشنامه‌ها و ضرب‌الاجل‌های سیاسی، بلکه توان تولید اقتصادی و استقبال واقعی مشتریان تعیین می‌کند. هدف نباید صرفا افزایش تعداد خودروهای برقی باشد؛ بلکه باید ساخت صنعتی رقابت‌پذیر و برخوردار از فناوری باشد. برقی‌سازی بدون اقتصاد، تنها تغییر شکل وابستگی است؛ اما اگر با توسعه زنجیره تامین و ظرفیت‌های داخلی همراه شود، می‌تواند فرصتی برای بازسازی توان صنعتی کشور باشد.

معادلات خرید و فروش خودرو پیچیده شده است

انتظارات تورمی در بازار راکد!



نهاد علی بیک‌زاده
n.beykzadeh@autoworld.ir

بازار خودرو در شرایطی قرار گرفته که افزایش انتظارات تورمی از یک سو و کاهش قدرت خرید مصرف‌کنندگان از سوی دیگر، معادلات خریدوفروش را پیچیده کرده است. نوسانات نرخ ارز، افزایش هزینه‌های تولید و تامین قطعات، ابهام در سیاست‌های وارداتی و تغییرات مکرر قیمت کارخانه‌ای خودروها، انتظارات فروشندگان را برای افزایش قیمت تقویت کرده، اما در سمت تقاضا نشانه‌ای از شکل‌گیری رونق پایدار دیده نمی‌شود. در چنین شرایطی، بسیاری از خریداران ترجیح می‌دهند برای روشن‌تر شدن وضعیت اقتصادی و مشخص شدن مسیر قیمت‌ها دست نگه دارند؛ در مقابل، فروشندگان نیز به دلیل نگرانی از افزایش هزینه جایگزینی خودرو، تمایل چندانی به تعدیل قیمت‌های پیشنهادی ندارند.

این وضعیت باعث شده بازار خودرو با نوعی بلاتکلیفی مواجه شود؛ به‌گونه‌ای که افزایش قیمت‌های اعلامی الزاما به معنای افزایش معاملات نیست و حتی در مقاطعی که قیمت‌ها روند صعودی دارند، حجم خریدوفروش همچنان پایین باقی می‌ماند. از سوی دیگر، خودرو که در سال‌های گذشته برای بخشی از جامعه نقش کالای سرمایه‌ای و ابزار حفظ ارزش پول را پیدا کرده بود، اکنون به‌دلیل افزایش فاصله قیمت آن با درآمد خانوارها، بیش از گذشته از دسترس مصرف‌کنندگان واقعی خارج شده است. محمدفرح آبادی، کارشناس اقتصادی در گفت‌وگو با «دنیای خودرو» به بررسی تاثیر تورم انتظاری بر رفتار خریداران و فروشندگان، دلایل تداوم رکود معاملات، نقش نوسانات ارزی در تعیین قیمت خودرو، سیاست‌های وارداتی و چشم‌انداز بازار در ماه‌های آینده پرداخت.

بازار خودرو در شرایطی قرار گرفته که از یک طرف انتظارات تورمی و نگرانی از افزایش قیمت‌ها وجود دارد و از طرف دیگر، معاملات با رکود مواجه است. این دوگانگی را چگونه تحلیل می‌کنید؟

آن‌چه امروز در بازار خودرو مشاهده می‌کنیم، نتیجه هم‌زمانی چند متغیر اقتصادی است که بعضا آثار متضادی بر بازار دارند. بر این اساس تورم عمومی، نوسانات نرخ ارز و نااطمینانی نسبت به آینده اقتصاد باعث شده فروشندگان انتظار افزایش قیمت را داشته باشند. درواقع، بسیاری از عرضه‌کنندگان خودرو قیمت امروز را بر اساس هزینه جایگزینی در آینده تعیین می‌کنند و نه صرفا بر مبنای شرایط فعلی بازار.

در عین حال مصرف‌کننده با کاهش قدرت خرید مواجه است و نمی‌تواند متناسب با افزایش قیمت‌ها، تقاضای خود را حفظ کند. در چنین شرایطی، ممکن است فروشنده حاضر به فروش خودرو با قیمت پایین‌تر نباشد؛ اما خریدار نیز توان پرداخت قیمت پیشنهادی را نداشته باشد. نتیجه این تقابل، کاهش تعداد معاملات و شکل‌گیری بازاری است که در آن قیمت‌ها همچنان تحت فشار افزایشی قرار دارند، اما تقاضای موثر توان همراهی با این افزایش را ندارد.

به اعتقاد من، برای تحلیل شرایط فعلی نباید صرفا به قیمت‌های اعلامی در فضای مجازی یا نمایشگاه‌ها توجه کرد. شاخص مهم‌تر، تعداد معاملات قطعی و قیمت واقعی مبادلات است. ممکن است قیمت‌های پیشنهادی افزایش پیدا کنند، اما این افزایش تا زمانی که به معاملات واقعی منجر نشود، نمی‌تواند نشانه رونق بازار تلقی شود.



بازگشت «چکش» افسانه‌ای ای‌ام‌جی با دستان توانمند «HWA»

شرکت مهندسی و تیونینگ نامدار آلمانی HWA که پیش‌تر با ساخت نسخه خیابانی اسطوره CLK GTR و احیای خیره‌کننده مرسدس-بنز ۱۹۰E Evo II جایگاه ویژه‌ای در دنیای رستومودهای مدرن به دست آورده، اکنون با انتشار یک تصویر تیزر در شبکه‌های اجتماعی، از پروژه جاه‌طلبانه بعدی خود پرده برداشت. خطوط کلی و پروفیل جانبی این تصویر مرموز به‌روشنی از باز آفرینی مدرن سدان افسانه‌ای «ای‌ام‌جی همر» (AMG Hammer) بر پایه نسل کلاسیک W124 حکایت دارد؛ خودرویی که در اواسط دهه ۱۹۸۰ میلادی و پیش از ادغام کامل ای‌ام‌جی در ساختار مرسدس‌بنز، به‌عنوان بی‌رحم‌ترین سدان چهار در جهان متولد شد. مدل اصلی که با نام رسمی E۶۰ AMG ۵.۶ شناخته می‌شد، پیشرانه ۶ سیلندر استاندارد را کنار گذاشت و به یک قلب تپنده ۸ سیلندر ۵.۵ لیتری با قدرت ۳۵۵ اسب‌بخار مجهز شد تا شتاب صفر تا ۹۶ کیلومتر بر ساعت را در پنج ثانیه ثبت کند و بعدها با نسخه ۶.۰ لیتری ۳۸۵ اسب‌بخاری لقب تاریخی «چکش» را جاودانه سازد. بر اساس نمای سایه‌روشن منتشر شده، متخصصان HWA ضمن وفاداری کامل به طراحی جعبه‌ای و اصیل اتاق W124، آن را با گرافیک مدرن چراغ‌های LED جلو و عقب به‌روزرسانی کرده‌اند و انتظار می‌رود همانند پروژه پیشین Evo II، شاهد گلگیرهای عضلانی‌تر، بازنگری اساسی در هندسه تعلیق، سیستم ترمز مسابقه‌ای و شاسی تقویت‌شده باشیم. این شرکت آلمانی هدف از این پروژه را وفاداری به ریشه‌های تاریخی در کنار بهره‌گیری از نهایت ظرفیت فناوری‌های روز عنوان کرده است. هر چند جزئیات دقیق قوای محرکه هنوز در هاله‌ای از ابهام قرار دارد، اما گمانه‌زنی‌ها حاکی از آن است که احتمالا پیشرانه ۳.۰ لیتری توئین‌توربو ۶ سیلندر توسعه‌یافته برای پروژه Evo II با خروجی ۴۴۴ اسب‌بخار و ۵۵۰ نیوتون‌متر گشتاور در سینه این سدان کلاسیک قرار گیرد؛ تلفیقی که بار دیگر روح سرکش ای‌ام‌جی‌های مستقل دهه ۸۰ را در خیابان‌های قرن بیست‌ویکم زنده خواهد کرد.

تورم انتظاری چه تاثیری بر رفتار فروشندگان و خریداران گذاشته است؟ آیا می‌توان گفت انتظارات تورمی حتی در شرایط نبود تقاضای واقعی نیز قیمت‌ها را افزایش می‌دهد؟

یکی از ویژگی‌های اقتصادهای تورمی این است که انتظارات مردم می‌تواند پیش از وقوع افزایش واقعی هزینه‌ها بر رفتار بازار اثر بگذارد. زمانی که فروشنده تصور می‌کند نرخ ارز در آینده افزایش پیدا می‌کند یا هزینه خرید خودرو جایگزین بیشتر خواهد شد، طبیعی است که برای فروش دارایی خود عجله نداشته باشد. حتی ممکن است قیمت پیشنهادی را بالاتر از سطحی تعیین کند که خریدار حاضر به پذیرش آن است. در سمت مقابل، خریدار نیز با یک دوراهی مواجه می‌شود. اگر امروز خرید نکند، نگران است که در آینده با قیمت بالاتری روبه‌رو شود؛ اما اگر اکنون اقدام به خرید کند، ممکن است به دلیل کاهش قیمت‌ها یا تغییر شرایط اقتصادی، متحمل زیان شود. این تردید در تصمیم‌گیری به کاهش حجم معاملات منجر می‌شود. بنابراین، انتظارات تورمی لزوما به افزایش تقاضای واقعی منجر نمی‌شود، بلکه گاهی نتیجه آن افزایش قیمت‌های پیشنهادی و هم‌زمان کاهش معاملات است. در چنین وضعیتی، بازار بیش از آن که از عرضه و تقاضای واقعی تبعیت کند، تحت‌تاثیر برداشت فعالان اقتصادی از آینده قرار می‌گیرد.

نقش نرخ ارز در وضعیت فعلی بازار خودرو را چقدر تعیین‌کننده می‌دانید؟ آیا نوسانات ارزی به‌تنهایی می‌تواند افزایش قیمت خودرو را توجیه کند؟

نرخ ارز یکی از متغیرهای مهم و اثرگذار بر بازار خودرو است؛ اما نباید تمام تحولات این بازار را صرفا به آن نسبت داد. صنعت خودرو در بخش‌های مختلف تولید، مونتاژ و واردات به منابع ارزی و زنجیره تامین خارجی وابستگی دارد. بنابراین، افزایش نرخ ارز می‌تواند هزینه واردات قطعات، مواد اولیه و خودروهای کامل را افزایش دهد و در نهایت بر قیمت تمام‌شده اثر بگذارد. با این حال، انتقال اثر افزایش نرخ ارز به قیمت خودرو در همه بخش‌ها یکسان نیست. میزان داخلی‌سازی، موجودی قطعات، ساختار هزینه تولید، وضعیت عرضه و شرایط رقابتی بازار در این زمینه اهمیت دارند. به‌همین دلیل نمی‌توان هر افزایش قیمتی را بدون بررسی ساختار هزینه‌ها، مستقیما به رشد نرخ ارز منتسب کرد. نکته دیگر این است که بازار خودرو به اخبار و انتظارات ارزی نیز واکنش نشان می‌دهد. گاهی پیش از آن که افزایش نرخ ارز در هزینه‌های واقعی تولید و واردات منعکس شود، قیمت‌های پیشنهادی در بازار تغییر می‌کنند. این مساله نشان می‌دهد که باید میان اثر واقعی ارز بر هزینه‌ها و اثر روانی آن بر انتظارات بازار تفاوت قائل شد.

افزایش قیمت کارخانه‌ای محصولات خودروسازان در کنار رشد قیمت بازار آزاد چه تاثیری بر وضعیت معاملات دارد؟ آیا سیاست قیمت‌گذاری فعلی توانسته به تنظیم بازار کمک کند؟

قیمت‌گذاری خودرو از موضوعاتی است که سال‌هاست با چالش‌های مختلفی مواجه شده است. زمانی که قیمت کارخانه‌ای با واقعیت هزینه‌های تولید فاصله داشته باشد، خودروساز با مشکل تامین منابع مالی و حفظ ظرفیت تولید روبه‌رو می‌شود. در مقابل، افزایش‌های مکرر قیمت کارخانه نیز در شرایطی که قدرت خرید مردم کاهش یافته، می‌تواند فشار بیشتری بر مصرف‌کننده وارد کند. مساله اصلی این است که قیمت‌گذاری باید بر اساس یک سازوکار شفاف و قابل پیش‌بینی انجام شود. نمی‌توان از یک طرف انتظار داشت خودروساز با هزینه‌های فزاینده فعالیت کند و از طرف دیگر، بدون اصلاح ساختار هزینه و بهره‌وری، صرفا با دستور اداری قیمت‌ها را کنترل کرد. همچنین باید توجه داشت که فاصله میان قیمت کارخانه و بازار آزاد، زمینه ایجاد رانت و تقاضای غیرمصرفی را فراهم می‌کند. اگر سیاستگزار به‌دنبال اصلاح این وضعیت است، باید به جای تمرکز صرف بر قیمت نهایی، مجموعه‌ای از اصلاحات شامل افزایش بهره‌وری، رقابت‌پذیری، شفافیت فروش و بهبود عرضه را دنبال کند.



در چنین شرایطی، واردات خودرو تا چه اندازه می‌تواند به کاهش التهاب بازار و تعدیل انتظارات تورمی کمک کند؟

واردات خودرو در صورتی می‌تواند نقش موثری در تنظیم بازار داشته باشد که از یک سیاست مقطعی و محدود فراتر برود و به یک برنامه باثبات و قابل پیش‌بینی تبدیل شود. واردات زمانی اثرگذار است که حجم عرضه متناسب با اندازه بازار باشد و مصرف‌کننده بتواند آثار آن را در تنوع محصولات، کیفیت و قیمت مشاهده کند. اگر واردات به تعداد محدودی خودرو و با فرآیندهای پیچیده ارزی، تعرفه‌ای و اداری محدود شود، نمی‌توان انتظار داشت ساختار بازار تغییر محسوسی پیدا کند. در چنین شرایطی حتی ممکن است واردات صرفا به یک عامل روانی تبدیل شود و تاثیر آن بر قیمت خودروهای داخلی و مونتاژی محدود باقی بماند. از سوی دیگر، واردات باید در چارچوب سیاست صنعتی کشور تعریف شود. هدف نباید صرفا جایگزین کردن محصولات خارجی با تولیدات داخلی باشد؛ بلکه باید از رقابت برای ارتقای کیفیت، کاهش هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری استفاده کرد. اگر تولیدکننده داخلی با رقابت واقعی مواجه شود، انگیزه بیشتری برای اصلاح ساختار تولید و پاسخ‌گویی به نیاز مصرف‌کننده خواهد داشت.

با توجه به کاهش قدرت خرید خانوارها، آیا خودرو همچنان می‌تواند به‌عنوان یک کالای سرمایه‌ای مورد توجه مردم قرار گیرد یا این نقش نیز در حال تضعیف است؟

خودرو در اقتصاد ایران به دلایل مختلف، از جمله تورم مزمن و کاهش ارزش پول ملی، در مقاطعی به‌عنوان ابزاری برای حفظ ارزش دارایی مورد توجه قرار گرفته است. با این حال، نباید تصور کرد که این ویژگی می‌تواند بدون محدودیت ادامه پیدا کند. برای تبدیل خودرو به یک دارایی سرمایه‌ای، فرد باید منابع مالی کافی در اختیار داشته باشد و بتواند هزینه‌های نگهداری، استهلاک، بیمه و سایر مخارج آن را نیز تامین کند. با افزایش شدید قیمت خودرو، بخش قابل توجهی از خانوارها عملا از این بازار خارج می‌شوند. به‌همین دلیل، باید میان تقاضای مصرفی و تقاضای سرمایه‌ای تفاوت قائل شد. تقاضای مصرفی به نیاز واقعی خانوار برای استفاده از خودرو وابسته است، اما تقاضای سرمایه‌ای بیشتر از انتظارات تورمی و نگرانی درباره آینده ارزش پول تاثیر می‌پذیرد. در شرایط فعلی، کاهش قدرت خرید باعث شده تقاضای مصرفی محدود شود و هم‌زمان نااطمینانی اقتصادی نیز مانع از تصمیم‌گیری قطعی بسیاری از خریداران شود.

با ادامه شرایط فعلی، چشم‌انداز بازار خودرو تا پایان سال چگونه خواهد بود؟ آیا باید منتظر افزایش قیمت‌ها بود یا احتمال تعدیل قیمت و خروج از رکود نیز وجود دارد؟

پیش‌بینی دقیق بازار خودرو بدون در نظر گرفتن متغیرهای کلان اقتصادی امکان‌پذیر نیست.

نرخ ارز، تورم عمومی، سیاست‌های پولی، وضعیت تولید، میزان واردات و شرایط سیاسی و تجاری کشور، همگی بر مسیر آینده بازار تاثیر دارند. اگر تورم عمومی و انتظارات تورمی ادامه پیدا کند و هزینه‌های تولید و تامین نیز افزایش یابد، نمی‌توان انتظار داشت فشار افزایشی بر قیمت خودرو به‌سرعت از بین برود. اما این موضوع به معنای آن نیست که بازار الزاما با رونق معاملات مواجه خواهد شد. ممکن است قیمت‌ها در سطوح بالاتری قرار بگیرند، اما به‌دلیل کاهش توان خرید خانوارها، حجم معاملات همچنان پایین بماند. در مقابل، اگر ثبات نسبی در بازار ارز ایجاد شود، عرضه خودرو افزایش پیدا کند و سیاست‌های وارداتی و تولیدی از قابلیت پیش‌بینی بیشتری برخوردار شوند، می‌توان انتظار داشت بخشی از انتظارات تورمی تعدیل شود و بازار به سمت شرایط متعادل‌تری حرکت کند. به‌نظر من، مهم‌ترین مساله برای بازار خودرو در شرایط فعلی، بازگشت پیش‌بینی‌پذیری به اقتصاد است. خریدار و فروشنده باید بتوانند با اطمینان نسبی درباره آینده تصمیم بگیرند. تا زمانی که نااطمینانی اقتصادی و بی‌ثباتی سیاستگزاری ادامه داشته باشد، حتی افزایش عرضه نیز ممکن است نتواند به‌تنهایی رکود معاملات را برطرف کند. خروج پایدار از این وضعیت نیازمند مجموعه‌ای از سیاست‌های هماهنگ در حوزه اقتصاد کلان، تولید، واردات و نظام قیمت‌گذاری است.



عرضه پیکاپ پنج‌نفره «فتوم» از اواخر سال ۲۰۲۷

در حالی که میانگین قیمت خودروهای برقی در بازار ایالات‌متحده به مرز ۶۲ هزار و ۹۰۰ دلار رسیده است، کمپانی فورد با اعلام استراتژی قیمتی تهاجمی برای پیکاپ تمام‌الکتریکی جدید خود با نام «فتوم» (Fathom) مدل ۲۰۲۸، قواعد رقابت را دگرگون کرد. اندرو فریک، رئیس بخش خودروهای الکتریکی فورد (Modele) رسما تایید کرد که نه تنها تیپ پایه این وانت یکپارچه با احتساب هزینه حمل از ۲۹ هزار و ۹۴۵ دلار آغاز می‌شود، بلکه حتی مجلل‌ترین و فول‌ترین نسخه آن نیز برچسب قیمتی زیر ۴۰ هزار دلار خواهد داشت. به گفته این مقام ارشد، هدف فورد تنها جذب خریداران خودروهای برقی نیست، بلکه این پیکاپ به‌دلیل هزینه‌های عملیاتی به‌مراتب پایین‌تر حتی نسبت به مدل‌های هیبریدی متداول، برای تسخیر سهم مشتریان خودروهای بنزینی طراحی شده است. بر خلاف رقبای اقتصادی که امکانات رفاهی را حذف می‌کنند، تمامی نسخه‌های فتوم به نمایشگر لمسی با اپل کارپلی و اندرویدا توی استاندارد و قابلیت سفارش سامانه رانندگی بدون دست بلوکروز مجهز خواهند بود. پیکاپ پنج‌نفره فورد فتوم که از اواخر سال ۲۰۲۷ روانه بازار می‌شود، از نظر فضای کابین باشاسی بلند محبوب تویوتا و ۴ برابری می‌کند و در عین حال با ثبت شتاب صفر تا ۹۶ کیلومتر بر ساعت ۴.۵ ثانیه‌ای، حتی از هاچ‌بک آتشین تویوتا GR کرولا نیز سریع‌تر است. این محصول نخستین خودرویی است که بر پایه پلتفرم جدید «خودروالکتریکی جهانی» (UEV) شکل می‌گیرد؛ معماری مدرنی که با الگوگیری از فناوری گیگاکستینگ تسلا، از دو قطعه عظیم ریخته‌گری آلومینیومی به‌جای ۱۴۶ قطعه مجزای بدنه فولادی استفاده می‌کند. این وانت به معماری الکتریکی ۴۰۰ ولتی مجهز خواهد بود که شارژ ۱۰ تا ۸۰ درصد باتری را در حدود ۳۰ دقیقه ممکن می‌سازد. افزون بر این، فورد در کارخانه مونتاژ لویی‌ویل کنتاکی از روش تولید سه‌بخشی همزمان بهره می‌برد که در آن بخش‌های بدنه به‌صورت مجزا مونتاژ شده و در انتهای خط به یکدیگر متصل می‌شوند؛ پلتفرمی که قرار است در سال‌های آینده میزبان نسل جدید کراس‌اوورهایی نظیر فورد اسکیپ نیز باشد.



پیگیری یک موضوع
Follow up

افزایش تعرفه، واردات خودرو را محدودتر می‌کند



علی حدادی، عضو هیات‌رئیسه کمیسیون صنایع‌ومعادن مجلس در پاسخ به پرسشی درباره مصوبه افزایش تعرفه واردات خودرو و تاثیر آن بر قیمت‌ها در بازار بیان کرد: «فارغ از این‌که این مصوبه از سوی دولت یا سران قوا اتخاذ شده باشد، جمع‌بندی کمیسیون صنایع‌ومعادن مجلس، مخالفت با افزایش تعرفه واردات خودرو بوده است.» وی اظهار کرد: «اگر بر واردات خودرو تأکید شده، هدف ایجاد توازن در بازار از طریق افزایش عرضه، تقویت تولید و ارتقای کیفیت خودروها بوده است؛ اما افزایش تعرفه واردات نه‌تنها کمکی به تحقق این اهداف نمی‌کند، بلکه می‌تواند مشکلات جدی‌تری را در بازار خودرو ایجاد کند.» عضو هیات‌رئیسه کمیسیون صنایع‌ومعادن مجلس با انتقاد از عملکرد خودروسازان داخلی تصریح کرد: «متاسفانه خودروسازان ما به افزایش قیمت عادت کرده‌اند؛ درحالی که یکی از مطالبات جدی مردم، ارتقای کیفیت خودرو در بخش‌های مختلف از جمله بدنه و سایر اجزای خودرو است.» حدادی ادامه داد: «اگر خودروسازان اقدام به افزایش قیمت می‌کنند، وزارت صنعت، معدن و تجارت، شورای رقابت، شورای حمایت از مصرف‌کنندگان و سازمان تعزیرات حکومتی هرکدام وظایفی دارند که باید به‌درستی به آن عمل کنند.» وی با اشاره به مخالفت کمیسیون صنایع‌ومعادن با افزایش تعرفه واردات خودرو گفت: «جمع‌بندی ما در کمیسیون، با حضور وزیر صنعت، معدن و تجارت نیز این بود که افزایش تعرفه واردات خودرو انجام نشود؛ چراکه این اقدام مشکلات جدی برای بازار ایجاد خواهد کرد.» این نماینده مجلس با تاکید بر ضرورت ایفای تعهدات دولت در زمینه واردات خودرو خاطرنشان کرد: «دولت در قالب بودجه‌های سالانه و برنامه‌های مختلف مکلف است زمینه واردات خودروهایی را فراهم کند که از توجیه اقتصادی برخوردار باشند و بتوانند در سطح جامعه توازن لازم را در بازار ایجاد کنند.» حدادی در ادامه با انتقاد از عملکرد دستگاه‌های مسئول در حوزه واردات خودرو گفت: «متاسفانه وزارت صمت و مجموعه‌هایی که وظیفه اجرای سیاست‌های واردات خودرو را برعهده دارند، به‌خوبی به وظایف خود عمل نکرده‌اند. افزایش تعرفه واردات، جز ایجاد مشکل، محدودتر شدن واردات و تشدید مسائل بازار خودرو نتیجه دیگری نخواهد داشت.» وی در ادامه گفت: «کمیسیون صنایع‌ومعادن در جلسات مختلف خود، از جمله جلسه با حضور وزیر صنعت، معدن و تجارت، مخالفت خود را با افزایش تعرفه واردات خودرو اعلام کرده است.»

نگرانی سازندگان قطعات خودرو از عدم وصول مطالبات و وجود دست‌اندازها در مسیر تولید

قطعه‌سازانی که موفق به دیدار با وزیر شدند!

وزیر صنعت، معدن و تجارت با اشاره به شرایط کم‌سابقه کشور از آغاز به کار دولت چهاردهم و ضرورت مواجهه موثر با چالش‌های اقتصادی، رفع موانع تولید، حفظ مزیت‌های صنعتی و جلوگیری از افزایش هزینه‌های تولید را از اولویت‌های جدی این وزارتخانه برشمرد





به گزارش روزنامه «دنیای خودرو» به نقل از وزارت صنعت، معدن و تجارت، «سیدمحمد اتابک» در دیدار با سازندگان قطعات و مجموعه خودرو با تاکید بر ضرورت تسریع در رفع موانع پیش روی تولیدکنندگان گفت: «تصمیم‌گیری‌های جزیره‌ای و بخشی، مسائل و مشکلات تولید را چندبرابر می‌کند. نباید اجازه دهیم مزیت‌های تولید در کشور از دست برود؛ چراکه تولید، ستون فقرات اقتصاد کشور است و تضعیف آن به معنای آسیب دیدن بنیان‌های اقتصادی خواهد بود.»

تامین انرژی، مستلزم هماهنگی دستگاه‌های مسئول

اتابک با اشاره به ضرورت کنترل هزینه‌های تولید خاطرنشان کرد: «اگر هزینه‌های تولید افزایش پیدا کند و برای مهار آن چاره‌اندیشی نشود، تولیدکنندگان توان ادامه فعالیت و رقابت را از دست می‌دهند. از این رو، باید مراقب باشیم تصمیمات و سیاست‌ها به افزایش غیرضروری هزینه‌های تولید منجر نشود.»

وزیر صنعت، معدن و تجارت در ادامه با اشاره به اهمیت تامین پایدار انرژی برای صنایع اظهار کرد: «با وجود تاکیدهای مکرر رئیس‌جمهور بر ضرورت قطع نشدن برق واحدهای تولیدی، برخی صنایع با محدودیت و قطعی انرژی مواجه شدند که این مساله آسیب‌های جدی به فرآیند تولید وارد کرد. استمرار تولید و حفظ ظرفیت‌های صنعتی کشور مستلزم هماهنگی دستگاه‌های مسئول و توجه به نیازهای واقعی بخش تولید در تصمیم‌گیری‌های مرتبط با تامین انرژی است.»

وی با تاکید بر پیوند مستقیم تامین انرژی و توسعه صادرات افزود: «چنانچه برق و گاز مورد نیاز صنایع به‌صورت پایدار تامین شود، امکان استمرار و افزایش تولید و در پی آن، توسعه صادرات کشور فراهم خواهد شد.»

مشکلات نقدینگی و مطالبات آن‌ها از خودروسازان برطرف شود

اتابک در بخش دیگری از سخنان خود به ضرورت حمایت مالی از زنجیره قطعه‌سازی خودرو اشاره کرد و گفت: «منابع مالی باید به‌گونه‌ای هدایت شود که مستقیما در اختیار قطعه‌سازان قرار گیرد و مشکلات نقدینگی و مطالبات آن‌ها از خودروسازان برطرف شود. همان‌گونه که در سال گذشته نیز به‌جای پرداخت مستقیم منابع به خودروسازان، تامین مالی قطعه‌سازان در دستور کار قرار گرفت، این رویکرد باید با جدیت دنبال شود.»

وی از درخواست برگزاری جلسات مشترک با بانک‌مرکزی برای پیگیری و رفع مشکلات مالی قطعه‌سازان خبر داد و افزود: «حل مسائل نقدینگی این بخش، نقش مهمی در استمرار فعالیت زنجیره‌تامین صنعت‌خودرو و جلوگیری از اختلال در تولید دارد.»

وزیر صمت در پایان با تاکید بر ضرورت توجه هم‌زمان به منافع تولیدکننده و مصرف‌کننده خاطرنشان کرد: «تولیدات داخلی نباید از دسترس مردم خارج شود. افزایش مستمر قیمت تمام‌شده تولید، درنهایت به بازار مصرف و قدرت خرید خانوارها منتقل می‌شود. بنابراین، صیانت از تولید تنها حمایت از بنگاه اقتصادی نیست، بلکه اقدامی برای حفظ قدرت خرید مردم، پایداری بازار و تقویت بنیان‌های اقتصاد ملی است.»

در ادامه این نشست، اعضای انجمن نیز ضمن طرح دیدگاه‌ها و بیان مسائل و دغدغه‌های فعالان زنجیره قطعه‌سازی خودرو، به تشریح مهم‌ترین مشکلات و موانع پیش روی قطعه‌سازان پرداختند و خواستار پیگیری و رفع چالش‌های این بخش شدند.

نوربالا

اعضای انجمن ضمن طرح دیدگاه‌ها و بیان مسائل و دغدغه‌های فعالان زنجیره قطعه‌سازی خودرو به تشریح مهم‌ترین مشکلات و موانع پیش روی قطعه‌سازان پرداختند و خواستار پیگیری و رفع چالش‌های این بخش شدند



نگاه
View

لزوم برخورد جدی با مافیا در بازار لاستیک خودروهای سنگین

به نقل از خانه ملت، زهرا سعیدی سخنگوی کمیسیون صنایع‌ومعادن مجلس شورای‌اسلامی با اشاره به شرایط اقتصادی کشور گفت: «امروز کشور در یک جنگ تمام‌عیار اقتصادی قرار دارد و در چنین شرایط دشواری، مقاومت و صبوری مردم و رانندگان زحمتکش است که امور را پیش می‌برد.»

نماینده مردم مبارکه در مجلس شورای اسلامی در بیان دلایل ناترازی بازار لاستیک خودروهای سنگین خاطرنشان کرد: «نیاز سالانه کشور حدود دو میلیون حلقه لاستیک است و این درحالی است که بیش از ۶۰ درصد لاستیک کامیون‌ها از طریق واردات تامین شده و تنها حدود ۴۰ درصد آن توسط تولیدکننده داخلی تولید می‌شود؛ بنابراین شکاف عمیقی میان عرضه و تقاضا وجود دارد.»

سخنگوی کمیسیون صنایع‌ومعادن مجلس با انتقاد از ضعف نظارت بر فرآیند واردات تصریح کرد: «معاونت بازرگانی وزارتخانه‌های صمت و



راه‌وشهرسازی باید تسلط و نظارت موثرتری بر عملکرد واردکنندگان داشته باشند. اما متاسفانه ارزیابی‌ها نشان می‌دهد نظارت کافی بر عملکرد کسانی که ارز واردات را دریافت کرده، اما کالا را به‌موقع وارد نمی‌کنند، وجود ندارد و واردکنندگان بهانه‌هایی همچون دشواری مسیرهای حمل و هزینه‌های کانتینری را مطرح می‌کنند.» وی ادامه داد: «دولت موظف است تضامین محکمی از واردکنندگان اخذ کند تا کالاها در زمان مقرر و با قیمت واقعی در پایانه‌ها توزیع شود.» سعیدی با اشاره به شکل‌گیری شبکه‌های فساد در این بخش عنوان کرد: «هم‌اکنون یک مافیا در این بازار شکل گرفته است و انتظار می‌رود قوه قضائیه به‌صورت جدی، فوری و قاطع با این مافیا برخورد کند. همچنین در مواردی مشاهده می‌شود پس از پیگیری‌ها، تنها با یک کارمند جزء برخورد شده و اخراج می‌شود؛ درحالی که ریشه فساد و گروه‌های متضرر اصلی، یعنی رانندگان، مغفول می‌مانند؛ بنابراین دولت باید آیین‌نامه‌ها و قوانین خود را متناسب با شرایط جنگی به‌سرعت اصلاح و به‌روزرسانی کند.» سخنگوی کمیسیون صنایع‌ومعادن مجلس در پایان با تاکید بر لزوم پاسخگویی مدیران متولی یادآور شد: «در مجلس دهم با تشکیل کمیته‌ای مشترک میان دستگاه‌های مسئول توانستیم بخش عمده‌ای از مشکلات این صنف را ساماندهی کنیم؛ اما متاسفانه به‌دلیل وقفه‌ای که رخ داد، بار دیگر چالش‌ها افزایش یافته است. به‌زودی در رایزنی مشترک با روسای کمیسیون‌های صنایع و عمران، مدیران و مسئولان حوزه مربوطه را برای پاسخگویی به مجلس فرامی‌خوانیم تا مطالبات بحق این صنف تا حصول نتیجه پیگیری شود.»



جزئیات سبد جدید پیشرانه‌های همی «موپار» برای سال ۲۰۲۷

کمپانی استلانتیس در ادامه چرخش راهبردی خود و بازگرداندن پیشرانه‌های نمادین ۸ سیلندر به سبد محصولات دوج و رم، از طریق برنامه تیونینگ کارخانه‌ای «دایرکت کانکشن» (Direct Connection) موپار در نمایشگاه سما ۲۰۲۶، از ۶ پکیج کامل و آماده نصب پیشرانه‌های جعبه‌ای (CrateEngine) همی ۷۸ پرده برداشت. این مجموعه‌های جدید که به‌همراه کیت کامل سیم‌کشی، حسگرهای اکسیژن، واحد کنترل الکترونیکی پیشرانه (PCM)، پدال گاز و تجهیزات جانبی عرضه می‌شوند، فرآیند تعویض موتور در پروژه‌های تیونینگ و بازسازی خودروهای کلاسیک را به ساده‌ترین شکل ممکن تبدیل کرده‌اند. در رأس این خانواده قدرتمند، پکیج سوپر استاک «هلفنت» (Hellephant) قرار دارد که بر پایه بلوک ۶.۲ لیتری با سوپرشارژر حجیم ۳.۰ لیتری، پولی ۱۳.۰۲ اینچی، دریچه‌گاز ۱۰۵ میلی‌متری، پیستون‌های تقویت‌شده و میل‌لنگ و شاتون‌های فولادی فورج‌کاری‌شده ساخته شده و با سوخت اتانول E85 خروجی حیرت‌انگیز ۱,۰۲۵ اسب‌بخار و گشتاور ۱,۲۸۱ نیوتون‌متر را آزاد می‌کند. برای علاقه‌مندانی که به‌دنبال گزینه‌ای رام‌تر اما همچنان ویرانگر هستند، نسخه سوپرشارژ ۶.۲ لیتری «هل کریت ردآی» (Hellcrate Redeye) با سوپرشارژر ۲.۷ لیتری، بلوک چدنی و توان ۸۸۵ اسب‌بخار و ۱,۰۶۷ نیوتون‌متر گشتاور در نظر گرفته شده است. افزون بر این دو هیولای پرخوران، چهار پیشرانه تنفس‌طبیعی نیز در تریم‌های «استریت استریپ» و «سوپر استاک» عرضه می‌شوند؛ جایی که موتورهای ۵.۷ لیتری با ۳۸۵ اسب‌بخار و نمونه‌های ۶.۴ لیتری با ۴۸۵ اسب‌بخار قدرت در دسترس قرار دارند و در نسخه‌های سوپر استاک به فنر سوپاپ‌های ردآی، پمپ روغن هلکت و خنک‌کننده روغن SRT مجهز شده‌اند. موپار هم‌زمان پکیج‌های جعبه‌ای جعبه‌دنده هشت‌سرعته اتوماتیک TorqueFlite 8HP90 و گزینه‌های دستی ترمک را نیز ارائه می‌دهد.

ویژه‌ها

عرضه بنزین سوپر داخلی در ۸۴ جایگاه سوخت



فهرست جدید جایگاه‌های عرضه بنزین سوپر داخلی منتشر شد. طبق این اطلاعیه ۸۴ جایگاه در ۱۷ استان هم‌اکنون بنزین سوپر داخلی را به مردم عرضه می‌کنند. پیش‌تر اعلام شده بود که قیمت هر لیتر بنزین سوپر داخلی بر اساس توافق جایگاه و پالایشگاه ۱۱۰ هزار تومان تعیین شده است؛ البته نرخ بنزین سوپر داخلی به نسبت نزدیکی به پالایشگاه‌های جنوب تا ۱۰۳ هزار تومان هم عرضه می‌شود.»
طبق آمار شرکت پالایش و پخش تاکنون ۲۲۸ جایگاه مجوز عرضه بنزین سوپر داخلی گرفته‌اند؛ از این تعداد ۱۵۲ جایگاه نسبت به انعقاد قرارداد اقدام و ۸۴ جایگاه عرضه را آغاز کردند.
در تهران نیز ۲ جایگاه ثابت و ۸ جایگاه سیار بنزین سوپر داخلی را به مردم عرضه می‌کنند.

دیگه چه خبر؟

بسته ۱,۴ میلیاردی برای نوسازی وانت‌های فرسوده؛ ۳۰۰ میلیون یارانه اسقاط



فرشاد مقیمی، رئیس سازمان گسترش و نوسازی صنایع (ایدرو) گفت: «در طرح جایگزینی خودروهای فرسوده تفاهم‌نامه‌ای برای تبدیل خودروهای فرسوده باری امضا شد. بخش قابل‌توجهی از این خودروها در حمل‌ونقل بار شهری، توزیع کالا و جابه‌جایی محصولات کشاورزی فعالیت دارند.» وی افزود: «بیش از ۲,۵ میلیون دستگاه وانت در کشور در حال تردد است که حدود ۳۰ درصد آن‌ها فرسوده هستند. این خودروها به عنوان خودرو کار استفاده می‌شوند و تردد بالایی دارند. مدل‌های قدیمی مصرف سوخت زیادی دارند و از نظر آلایندگی و ایمنی هم دچار مشکل هستند. جایگزینی آن‌ها با وانت‌های نو و به‌ویژه دوگانه‌سوز می‌تواند در کاهش مصرف سوخت اثر گذار باشد.»

توئیتر!

سیاست تعرفه‌ای خودرو باید به نفع تولید داخل و رقابت اصلاح شود



نماینده مردم قم در مجلس شورای اسلامی با اشاره به افزایش ۶ برابری ارز تخصیص‌یافته به فعالیت‌های مونتاژی صنعت خودرو، از ۵۰۰ میلیون‌دلار در سال ۱۳۹۸ به ۳ میلیارد‌دلار در سال ۱۴۰۴، خواستار اصلاح نظام تعرفه‌گذاری واردات خودرو و قطعات منفصله شد و تاکید کرد که سیاست‌های تعرفه‌ای باید به‌گونه‌ای تنظیم شود که ضمن حمایت از تولید داخل، به تنظیم بازار و ایجاد رقابت نیز کمک کند.
محمدمنان رئیسی همچنین با اشاره به اینکه سیاست‌های تعرفه‌ای نباید صرفا از منظر حمایت از تولید داخلی مورد توجه قرار گیرد، افزود: «لازم است نقش آن در تنظیم بازار و ایجاد فضای رقابتی نیز لحاظ شود.

خروج صنعت تایر از قیمت‌گذاری دستوری، چشم‌انداز مثبتی برای رشد درآمد و سودآوری تایرسازان است؛

تقویت نقدینگی و افزایش ظرفیت سرمایه‌گذاری برای تولیدکنندگان لاستیک





رامین بیات
r.bayat@autoworld.ir

در پی بررسی وضعیت صنعت تایر در جلسه اخیر ستاد تنظیم بازار به ریاست محمدرضا عارف، معاون اول رئیس‌جمهور، موضوع چالش‌های تولید، هزینه‌های تمام‌شده و شرایط عرضه و تقاضای محصولات تایری مورد بحث و بررسی قرار گرفت. در این جلسه، با توجه به شرایط حاکم بر صنعت و ضرورت حمایت از استمرار تولید، تصویب شد تایر تا پایان سال از شمول قیمت‌گذاری دستوری خارج شود؛ تصمیمی که می‌تواند نقطه عطفی در روند فعالیت شرکت‌های فعال در این صنعت و به‌ویژه بهبود شرایط اقتصادی و مالی آن‌ها باشد. خروج تایر از نظام قیمت‌گذاری دستوری، با فراهم کردن امکان انعطاف بیشتر در تعیین نرخ فروش محصولات، می‌تواند زمینه نزدیک‌تر شدن قیمت‌های فروش به واقعیت‌های اقتصادی و هزینه‌های تولید را فراهم کند. در شرایطی که طی سال‌های اخیر افزایش هزینه مواداولیه، انرژی، دستمزد، حمل‌ونقل و سایر نهاده‌های تولید، فشار قابل‌توجهی بر حاشیه‌سود شرکت‌های تایرساز وارد کرده است، آزادسازی قیمت‌ها می‌تواند به کاهش فاصله میان بهای تمام‌شده و نرخ فروش محصولات منجر شود و از این طریق، ظرفیت سودآوری شرکت را تقویت کند. امکان اصلاح نرخ فروش متناسب با شرایط بازار می‌تواند به رشد درآمدهای عملیاتی و بهبود حاشیه‌سود ناخالص و عملیاتی شرکت منجر شود. این موضوع به‌ویژه برای شرکت‌هایی که با افزایش مستمر هزینه‌های تولید مواجه بوده‌اند، اهمیت بیشتری دارد؛ چراکه در صورت مدیریت صحیح هزینه‌ها و حفظ سطح تقاضا، بخشی از فشار ناشی از رشد بهای نهاده‌ها جبران شده و زمینه بهبود سود خالص و جریان نقد عملیاتی فراهم خواهد شد. از سوی دیگر، بهبود پیش‌بینی‌پذیری درآمدها و افزایش جذابیت اقتصادی تولید، می‌تواند قدرت برنامه‌ریزی شرکت برای توسعه ظرفیت، نوسازی تجهیزات و سرمایه‌گذاری در خطوط تولید را افزایش دهد. همچنین با تقویت منابع مالی داخلی، امکان تامین سرمایه در گردش، مدیریت بهتر خرید مواداولیه و کاهش فشارهای ناشی از محدودیت نقدینگی فراهم خواهد شد؛ عواملی که درنهایت می‌توانند به افزایش پایداری تولید و ارتقای توان رقابتی شرکت در بازار منجر شوند. باید به این موضوع اشاره کرد، تصمیم اخیر ستاد تنظیم بازار را می‌توان گامی در جهت اصلاح سازوکار اقتصادی صنعت تایر و کاهش فشار ناشی از قیمت‌گذاری دستوری بر تولیدکنندگان ارزیابی کرد. این سیاست درصورت اجرای موثر و استمرار آن، ظرفیت آن را دارد که با بهبود تناسب میان قیمت فروش و هزینه‌های تولید، زمینه رشد درآمد، ارتقای حاشیه‌سود و تقویت وضعیت مالی شرکت را فراهم کند. البته میزان اثرگذاری این تصمیم بر عملکرد شرکت، به نحوه اجرای مصوبه، شرایط رقابتی بازار، سطح تقاضا و میزان افزایش واقعی نرخ‌های فروش بستگی خواهد داشت.

تحقیق و تفحص از ایران خودرو در کمیسیون صنایع کلید خورد



به نقل از خانه ملت، مصطفی پوردهقان در انتقاد از نحوه واگذاری سهام سپهر کیش ایرانیان به بهمن‌موتور و تغییر موازنه قدرت در ایران‌خودرو به نفع شرکت کروز گفت: «آن‌چه مسلم است سهام ایران‌خودرو متعلق به مردم است؛ به همین دلیل سال‌ها از آن حمایت شده که صنعت خودروسازی کشور پیشرفت کند؛ اما بعد از آن به تدریج سهام این شرکت واگذار شد و سهام‌های تودلی باعث شده است کروز به سمتی برود که این سهام را خریداری کند تا بتواند انحصار در انحصار شکل دهد و انحصار کامل ایران‌خودرو را در اختیار گیرد و از امتیازی که مردم ایران به حوزه تولید خودرو بومی داده‌اند به نفع خود استفاده کنند.»
وی تصریح کرد: «البته بر اساس گزارشی که به مجلس ارائه شده است سپهر کیش ایرانیان به‌واسطه این‌که سهام خزانه است حق رای ندارد و دلیل اصرار کروز برای خرید این سهم با این هدف که عمده سهامی را در اختیار بگیرد که حق رای ندارد دارای ابهام است؛ چراکه در این خصوص با رای دادگاه روبه‌رو هستیم که سهم خزانه را اعلام کرده است و قطعا در سبد ایران‌خودرو حق رای ندارد؛ اما اگر قرار باشد بعد از خرید این سهام نیز لابی‌ها شکل بگیرند و به نوعی حق رای برای آن در نظر بگیرند، نیاز است دستگاه‌های نظارتی، به‌خصوص دستگاه قضایی جهت بررسی دقیق این موضوع ورود پیدا کنند.»
پوردهقان یادآور شد: «البته ما هم در کمیسیون در این خصوص در حال تدوین طرح تحقیق و تفحص خاص هستیم تا عملکرد ایران‌خودرو را بررسی کنیم که مشخص شود سهام‌های تودلی با چه ظاهر و باطنی پیش می‌روند و قیمت‌گذاری که برای سپهر کیش ایرانیان انجام شده است در چه زمانی صورت گرفته و الان قرار است به چه قیمت به فروش برسد.»
وی افزود: «ما در قانون برنامه هفتم دولت را مکلف کردیم که از تصدی‌گری دست بردارد و سهام خود را به بخش خصوصی واگذار کند؛ با این هدف که خودروسازی کارایی بیشتری داشته باشد و تولیدات خودرو افزایش یابد. اما متاسفانه دولت واگذاری را انجام داد و سپس مانع ورود خودروهای اقتصادی به کشور شد؛ به‌همین دلیل انحصار بازار در اختیار شرکتی قرار گرفت که سهام ایران‌خودرو را خریداری کرد؛ تا جایی که نقش دولت هم در حوزه خودرو کمرنگ شد.»

اینفوگرافی
Inphography

رشد درآمد شرکت «ایمن‌خودرو شرق» در هفت ماهه نخست سال جاری

میزان درآمد هفت ماهه	میزان افزایش	درآمد مهرماه
۴,۸۰۲ میلیارد تومان	۳۳ درصد	۴۶۵ میلیارد تومان

شرکت «ایمن خودرو شرق» در هفت ماهه منتهی به مهرماه سال جاری درآمدی بالغ بر ۴,۸۰۲ میلیارد تومان را به ثبت رساند.

چی شد؟

ایران‌خودرو و بانک ملی ایران تفاهم‌نامه همکاری امضا کردند

بانک ملی ایران در ادامه رویکرد خود برای توسعه بازاریابی هدفمند، جذب منابع و گسترش همکاری با بنگاه‌های بزرگ اقتصادی، تفاهم‌نامه همکاری راهبردی با گروه صنعتی ایران‌خودرو امضا کرد. توسعه این همکاری‌ها سبب افزایش گردش منابع و تقویت ارتباط بانک ملی ایران با مجموعه گسترده‌ای از شرکت‌ها و فعالان اقتصادی مرتبط با زنجیره خودروسازی می‌شود.

چرا؟

بازاریابی هدفمند و توسعه همکاری‌های راهبردی

محسن سیفی، مدیرعامل بانک ملی ایران در این مراسم با اشاره به جایگاه صنعت خودرو در اقتصاد کشور، بر ضرورت توسعه همکاری‌های بانکی و صنعتی و بهره‌گیری از ظرفیت بنگاه‌های بزرگ برای تقویت تولید و گسترش تعاملات اقتصادی تاکید کرد.

برای چی؟

استقبال ایران‌خودرو از توسعه تعاملات بانکی

حسن قره‌یی، مدیرعامل ایران‌خودرو نیز با تشریح شرایط عملیاتی و چالش‌های صنعت خودرو، بر اهمیت تامین پایدار نیازهای مالی و حفظ استمرار تولید تاکید کرد. وی همکاری با بانک ملی ایران را فرصتی برای تامین نیازهای ریالی و ارزی این مجموعه و پشتیبانی از زنجیره‌تامین دانست و بر ضرورت گسترش تعاملات مالی و بانکی میان دو مجموعه تاکید کرد.

آماده‌سازی سدان ۶۰۰ اسبی «آلپینا» برای اتوبان‌های آلمان



کمپانی بام‌و تنها چند روز پس از انتشار تصاویر جاسوسی در پیست نوربرگ‌رینگ و رونمایی از یک تصویر تیزر مرموز، جزئیات تازه‌ای از برنامه آزمایش‌های فنی نخستین محصول مشترک خود پس از تصاحب کامل برند «آلپینا» (Alpina) را منتشر کرد. این سدان پرچمدار لوکس که بر پایه نسل جدید سری ۷ توسعه یافته، هم‌اکنون در پیست مشهور ۱۲.۵ کیلومتری سرعتی «ناردو» (Nardò) در ایتالیا تحت سخت‌ترین آزمون‌های پایداری قرار دارد. باواریایی‌ها از این خودرو با عنوان «ماشین کوتاه‌کننده مسافت‌ها» یاد می‌کنند؛ چراکه قادر است با آرامش و آسایش کامل، با سرعتی فراتر از ۳۰۰ کیلومتر بر ساعت (۱۸۶ مایل بر ساعت) در اتوبان‌های بدون محدودیت آلمان حرکت کند. این رویکرد در راستای فلسفه دیرینه آلپینا با شعار «سرعت، نه اسپرت‌گرایی افراطی» شکل گرفته است؛ فلسفه‌ای که برخلاف محصولات بخش M که کیفیت سواری را فدای عملکرد پیست می‌کنند، نهایت شتاب و سرعت را با نرمی و وقار اشرافی ترکیب می‌کند. بام‌و رسما تایید کرده است که قلب تپنده سری ۷ آلپینا یک پیشرانه قدرتمند ۸ سیلندر V۸ خواهد بود. پیش‌بینی می‌شود این نیروگاه نسخه ارتقایافته موتور ۴.۴ لیتری توئین‌توربو بام‌و باشد که در مدل xDrive M۷۶۰ قدرتی معادل ۵۷۰ اسب‌بخار تولید می‌کند؛ اما مهندسان آلپینا خروجی آن را فراتر برده و دست‌کم به مرز ۶۰۰ اسب‌بخار نسل پیشین B۷ خواهند رساند. در نمای ظاهری، اصلاحات آیرودینامیکی ظریف، چهار خروجی اگزوز بیضی‌شکل نمادین آلپینا و نسل جدید رینگ‌های کلاسیک ۲۰ پره این برند خودنمایی می‌کنند که به تایرهای سفارشی مجهز به لایه فوم جاذب صدا پیچیده شده‌اند تا پایداری و سکوت کابین در سرعت‌های بالا تضمین شود. اولیور ویلشنر، معاون بام‌و آلپینا در این باره تاکید کرد که سرعت در ذات این برند نهفته است؛ اما مهم‌تر از عدد نهایی سرعت، حس طبیعی، پایدار و سرشار از اعتماد به‌نفس راننده در چنین سرعت‌هایی است؛ پرچمداری که انتظار می‌رود سال آینده در سمار و نمایی شود

پیش‌درآمدی بر گسترش خانواده «تمراریو»



سوپراسپرت هیبریدی لامبورگینی تمراریو (Temerario) با تکیه بر پیشرانه ۸ سیلندر توئین‌توربویی که تا دور موتور خیره‌کننده ۱۰۰۰۰ دور بر دقیقه اوج می‌گیرد و همراهی سه موتور الکتریکی، از همان ابتدای عرضه نشان داد که در شتاب و عملکرد پا به پای برادر بزرگ‌تر و ۱۲ سیلندر خود یعنی روئلتو حرکت می‌کند. اکنون در حالی که خطوط تولید سنت آگاتا با تمام ظرفیت مشغول مونتاژ این محصول هستند، بخش طراحی «چنترو استیله» (Centro Stile) لامبورگینی از نسخه تولید محدود جدیدی با نام تمراریو تتونرو کپسول (Tettonero Capsule) پرده برداشته است؛ نسخه‌ای کلکسیونی که هرچند همانند مدل‌های سوپرلجرا به‌دنبال کاهش وزن نیست، اما با ترکیبی مسحورکننده از تضادهای رنگی دوگانه، تیراژ تولید آن به تنها ۴۹۹ دستگاه در سراسر جهان محدود شده است و این مسیر را در ادامه موفقیت شاسی بلند تولید محدود اوروس SE تتونرو (با تیراژ ۶۳۰ دستگاه) دنبال می‌کند. فلسفه بصری «تتونرو» که در زبان ایتالیایی به معنای «سقف مشکی» است، بر پایه رنگ‌آمیزی دوگانه و خطوط تهاجمی بدنه شکل گرفته است. در این نسخه ویژه، در پوش موتور، سقف و خطوط تیز کشیده‌شده روی کاپوت و جناحین بدنه با رنگ مشکی عمیق Nero Noctis پوشانده شده‌اند تا در تقابلی چشم‌نواز با پنج رنگ درخشان بدنه شامل زرد Giallo Inti، نارنجی Arancio Xanto، آبی Blu Cepheus، سبز Verde Scandal و بنفش Viola Pasifae قرار گیرند.

تبدیل شیشه‌های عقب و جلو محصولات «مرسدس‌بنز» به پنل ارتباطی هولوگرافیک



کمپانی مرسدس‌بنز در تازه‌ترین دستاورد مهندسی خود، ایده سنتی چسباندن برچسب‌های هشداردهنده روی سپر خودروها را به عصر دیجیتال وارد کرده و فناوری نوینی را برای تبدیل شیشه عقب اتومبیل به یک تابلو پیام‌رسان پیکسلی معرفی کرده است. در این سامانه هوشمند، مجموعه‌ای از دیودهای نوری بسیار ریز (Mini LED) در لایه‌های میانی شیشه عقب تعبیه شده‌اند که در حالت خاموش کاملا نامرئی هستند تا هیچ‌گونه خللی در میدان دید راننده ایجاد نکنند؛ اما در مواقع لزوم روشن شده و پیام‌های گرافیکی و متنی را به رانندگان پشت‌سری مخابره می‌کنند. این پیام‌ها با رویکردی ایمنی‌محور و در عین حال کنایه‌آمیز طراحی شده‌اند. به‌عنوان نمونه، اگر راننده پشت‌سری نور بالای خودرا روشن گذاشته باشد، نماد چراغ جلو با یک خط قرمز بزرگ روی شیشه نقش می‌بندد و در صورت نزدیک شدن بیش از حد خودرو عقبی، پیام «فاصله را حفظ کنید» نمایش داده می‌شود. همچنین هشدار وجود عابر پیاده، تصادف در مسیر پیش‌رو یا اعلام قصد ورود به جای پارک با دنده عقب از دیگر پیام‌های از پیش تعریف‌شده این سیستم هستند که به‌منظور جلوگیری از توهین‌های جاده‌ای، امکان تایپ متن دلخواه توسط راننده در آن مسدود شده است.

«هیوندای» درصدد تولید انبوه پیشرانه‌های هیبریدی در خاک آمریکا است؛

تزریق ۴۵۰ میلیون دلار به قلب صنعتی آلاباما



سهیل سیاوشی
s.siavashi@autoworld.ir

کمپانی خودروسازی هیوندای با تزریق سرمایه هنگفتی بالغ بر ۴۵۰ میلیون‌دلار در مجتمع تولیدی خودرو در شهر مونتگومری ایالت آلاباما، گام بلند تازه‌ای را برای توسعه خطوط تولید پیشرانه‌های نسل جدید و ویژه خودروهای هیبریدی و الکتریکی دارای افزایش‌دهنده بُرد (EREV) در آمریکای شمالی برداشت. این سرمایه‌گذاری راهبردی که با هدف تجهیز تاسیسات تولیدی برای مونتاژ نسخه فیس‌لیفت شاسی‌بلند سانتافه و نسل جدید توسان — از جمله نسخه‌های هیبریدی آن — صورت می‌گیرد، پاسخ مستقیم غول خودروسازی کره‌جنوبی به اشتهای روزافزون بازار آمریکا برای قوای محرکه کم‌مصرف و رهایی از اضطراب پیمایش محسوب می‌شود. بر اساس برنامه زمان‌بندی اعلام‌شده، شاسی‌بلند کلیدی «سانتافه EREV» در نیمه نخست سال ۲۰۲۷ روانه نمایندگی‌ها خواهد شد و با تکیه بر پیشرانه تمام‌برقی و یک موتور درون‌سوز کوچک در نقش ژنراتور، شعاع حرکتی خیره‌کننده‌ای فراتر از ۹۶۵ کیلومتر (۶۰۰ مایل) را هدف‌گذاری کرده است. این طرح توسعه که در راستای راهبرد کلان هیوندای برای عرضه بیش از ۱۰ مدل هیبریدی در آمریکای شمالی و افزایش سهم بومی‌سازی قطعات منطقه‌ای به ۸۰ درصد تا سال ۲۰۳۰ اجرا می‌شود، ضمن مصون‌سازی زنجیره‌تامین در برابر تعرفه‌های تجاری، جایگاه کارخانه ۴ هزار و ۲۰۰ نفری آلاباما را در کنار اَبَر کارخانه جورجیا در قلب تحولات برقی‌سازی تثبیت می‌کند.



خط تولیدی برای کارهای بزرگ

کمپانی هیوندای هم‌اکنون طیف متنوعی از محصولات درون‌سوز، تمام‌الکتریکی و مدل‌های هیبریدی نظیر نسخه فیس‌لیفت کراس‌اوور توسان را در سبد فروش خود جای داده است؛ اما مدیران این خودروساز کره‌ای عزم خود را برای برداشتن گامی به مراتب فراتر در بازار آمریکای شمالی جزم کرده‌اند. در همین راستا، هیوندای با اختصاص سرمایه‌گذاری سنگینی نزدیک به ۴۵۰ میلیون‌دلار در مجتمع تولیدی خود در شهر مونتگومری ایالت آلاباما، طرح گسترده‌ای را برای توسعه خطوط ساخت پیشرانه به‌منظور پشتیبانی از خودروهای هیبریدی و مدل‌های الکتریکی دارای افزایش‌دهنده بُرد (EREV) کلید زده است. این سرمایه‌گذاری زیرساختی پاسخ مستقیمی به نیاز آن دسته از خریدارانی است که ضمن علاقه به تجربه رانندگی نرم و بی‌صدای قوای محرکه برقی، همچنان خواهان یک پشتیبان بنزینی برای سفرهای طولانی و رهایی از دغدغه شارژ هستند؛ رویکردی که به‌زودی ثمره عملی آن در ویترین نمایندگی‌های فروش این برند نمایان خواهد شد.

تجهیز کارخانه آلاباما برای استقبال از سانتافه فیس‌لیفت و نسل جدید توسان

براساس بیانیه رسمی دفتر «کی آیوی»، فرماندار ایالت آلاباما، این سرمایه‌گذاری کلان علاوه‌بر ارتقای بخش موتورسازی، خطوط مونتاژ مجتمع خودروسازی هیوندای در آلاباما (HMMA) را برای تولید نسخه به‌روزشده شاسی‌بلند سانتافه و نسل کاملا جدید کراس‌اوور توسان نیز آماده می‌سازد. مقامات دولتی و مدیران صنعتی این ایالت در مراسم ویژه بیست‌وهشتم اکتبر، ضمن گرامیداشت این تصمیم راهبردی، ارتقای خطوط تولید را پیوندخورده با برنامه جامع توسعه توانمندی‌های قوای محرکه این کارخانه دانستند. فرماندار آلاباما همچنین رسما تایید کرد که نسخه‌های هیبریدی نسل آینده توسان بخش جدایی‌ناپذیری از سبد محصولات آتی این مجتمع خواهند بود؛ اقدامی که به روشنی نشان می‌دهد طرح توسعه مونتگومری تنها یکی از قطعات پازل استراتژی بلندمدت و چندوجهی هیوندای برای تثبیت جایگاه خود در صنعت خودرو جنوب ایالات‌متحده است.

سانتافه EREV؛ عبور از مرز ۹۶۵ کیلومتر پیمایش بدون وابستگی مطلق به ایستگاه‌های شارژ

بخش مربوط به فناوری افزایش‌دهنده بُرد (EREV) در این طرح توسعه، با توجه به شرایط کنونی و تردیدهای خریداران در بازار خودرو، از جذابیت دوچندانی برخوردار است. هیوندای پیش‌تر رسما تایید کرده بود که نسخه افزایش‌دهنده بُرد شاسی‌بلند سانتافه از خطوط تولید کارخانه آلاباما خارج خواهد شد. بر اساس برنامه‌ریزی‌های صورت‌گرفته، این خودرو در نیمه نخست سال ۲۰۲۷ روانه نمایندگی‌های فروش می‌شود و انتظار می‌رود شعاع حرکتی خیره‌کننده‌ای فراتر از ۹۶۵ کیلومتر (۶۰۰ مایل) را ارائه دهد. برای دستیابی به چنین بُرد کم‌نظیری، سانتافه EREV از یک سامانه محرکه تمام‌الکتریکی متعارف بهره می‌برد که با یک پیشرانه درون‌سوز کوچک همراه شده است؛ موتوری که هیچ اتصال مکانیکی مستقیمی به چرخ‌ها ندارد و وظیفه آن صرفا تولید برق برای شارژ مجموعه باتری‌ها در طول مسیر است. نکته حائز اهمیت این‌جاست که هیوندای تاکنون هیچ نسخه تمام‌برقی خالصی از سانتافه با بُرد ۶۰۰ مایلی معرفی نکرده است؛ هرچند این عدد در حال حاضر به‌عنوان هدف مهندسی خودروساز مطرح شده و خریداران باید برای ارزیابی دقیق عملکرد نهایی این شاسی‌بلند، در انتظار انتشار مشخصات رسمی نسخه تولیدی و رتبه‌بندی‌های نهایی بمانند.

مزایا و چالش‌های مهندسی نسل جدید خودروهای افزایش‌دهنده بُرد در گروه هیوندای

درنهایت، مزیت بنیادین خودروهایی نظیر سانتافه EREV یا مدل‌های پرچمدار و لوکس گروه همچون جنسیس EREV GV۹۰ کاملا روشن و ملموس است. رانندگانی که تمایل دارند تردد‌های روزمره و درون‌شهری خود را تنها با تکیه بر نیروی باتری و در سکوت مطلق انجام دهند، دقیقا به همین تجربه دست خواهند یافت؛ اما هر زمان که نیاز به سفرهای طولانی یا پیمایش‌های بین‌شهری پدید آید، پیشرانه درون‌سوز تعبیه‌شده در خودرو وارد مدار شده و انرژی باتری را تامین می‌کند. به بیان ساده‌تر، در این معماری پدیده «اضطراب پیمایش» دیگر هیچ جایگاهی در ذهن مالک نخواهد داشت؛ چراکه شارژ مجدد خودرو در جاده‌ها تنها به یک توقف کوتاه چنددقیقه‌ای در پمپ بنزین نیاز دارد. با این حال، چنین انعطاف‌پذیری بالایی بدون هزینه مهندسی به‌دست نمی‌آید؛ چالش اصلی این فناوری، حمل هم‌زمان وزن اضافی ناشی از ادغام سامانه محرکه الکتریکی با اجزای مکانیکی موتور درون‌سوز است که ملاحظات پیچیده‌تری را در زمینه جانمایی قطعات در شاسی و هزینه‌های نگهداری دوره‌ای به همراه دارد.

خبر
News

بیوک «الکترا GS» هرگز به آمریکا نمی‌رسد

کمپانی بیوک از زمان توقف تولید مدل ریگال در سال ۲۰۲۰ میلادی، عملا هیچ سدان سواری را در بازار ایالات‌متحده عرضه نکرده و سبد محصولات خود در آمریکا را تماما به کراس‌اوورها اختصاص داده است؛ اما در بازار چین روایت کاملا متفاوتی جریان دارد و خریداران گریزان از شاسی‌بلندها گزینه‌های متنوعی همچون سدان برقی الکترا L۷ را پیش رو دارند. اکنون اسناد افشاشده در پایگاه داده وزارت صنعت و فناوری اطلاعات چین (MIIT) پیش از رونمایی رسمی نشان می‌دهند که بازوی چینی جنرال‌موتورز آماده عرضه برادر کوچک‌تر این خانواده با نام بیوک الکترا GS است؛ سدان پلاگین-هیبریدی خوش‌تراشی که تغییرات بنیادینی را نسبت به نسخه مفهومی نمایشگاه خودرو شانگهای ۲۰۲۵ تجربه کرده است. نخستین دگرگونی چشمگیر در گذار از کانسپت به خط تولید، کوچک‌سازی قابل‌توجه ابعاد بدنه است؛ به‌طوری که طول کلی خودرو از ۵,۳۰۰ میلی‌متر (در تراز مرسدس‌بنز کلاس S) به ۴,۹۸۰ میلی‌متر کاهش یافته و فاصله محوری نیز



از ۳,۲۰۰ میلی‌متر به ۲,۸۶۵ میلی‌متر رسیده تا ابعادی هم‌سنگ تویوتا کراون داشته باشد. در نمای ظاهری، چراغ‌های LED جلو به‌صورت معکوس بازطراحی شده و نشان بیوک از روی کاپوت به بخش جلویی سپر منتقل شده است تا چهره خودرو از شباهت بیش از حد به تسلا مدل ۳ فاصله بگیرد. افزون بر این، به‌دلیل قانون قریب‌الوقوع ممنوعیت دستگیره‌های درِ مخفی برقی در چین، دستگیره‌های سنتی جایگزین شده‌اند؛ در حالی که سقف فست‌بک حفظ شده و درِ صندوق عقب برای کارایی بیشتر به‌صورت لیفت‌بک باز می‌شود و نوشتار حروف انگلیسی بیوک میان چراغ‌های جدید عقب خودنمایی می‌کند.

بزرگ‌ترین تحول مهندسی بیوک الکترا GS در زیر در پوش موتور رقم خورده است؛ جایی که برخلاف نسخه مفهومی تمام‌برقی، مدل تولیدی برای پاسخ به تقاضای روزافزون بازار چین به‌عنوان یک خودرو پلاگین-هیبرید (PHEV) روانه نمایندگی‌ها می‌شود. نسخه پایه این سدان از ترکیب یک پیشرانه ۱.۵ لیتری ۴ سیلندر تنفس‌طبیعی با قدرت ۹۷ اسب‌بخار و یک موتور الکتریکی ۲۲۱ اسب‌بخاری بهره می‌برد؛ در حالی که تیپ‌های بالاتر به نسخه توربوشارژ همین پیشرانه بنزینی با خروجی ۱۵۴ اسب‌بخار مجهز شده‌اند. همچنین تصاویر استودیویی منتشرشده تایید می‌کنند که فرمان یوغی (Yoke) کانسپت در نسخه نهایی جای خود را به غربیلک-فرمان دایره‌ای متعارف داده است.

ساخت هاچ‌بک برقی «EV۴GT» با خاک واقعی زمین‌های تنیس «رافائل نادال»



کمپانی خودروسازی کیا موتورز به منظور گرامیداشت بیش از دو دهه همکاری درخشان با رافائل نادال، اسطوره بازنشسته تنیس جهان و مرد شماره یک پیشین رده‌بندی جهانی که ۲۰۹ هفته بر صدر تنیس دنیا تکیه زده بود، هدیه‌ای منحصربه‌فرد و نمادین را به این قهرمان اسپانیایی تقدیم کرد. این خودروساز کره‌ای یک مجسمه تمام‌اندازه و در مقیاس واقعی از هاچ‌بک برقی اسپرت کیا GT EV۴ را با استفاده از خاک واقعی زمین‌های تنیس خلق کرده است؛ زمین‌هایی که نادال در آن‌ها افتخارات تاریخی خود را رقم زد و لقب جاودانه «پادشاه زمین‌های خاکی» را به‌دست آورد. نادال که در اواخر سال ۲۰۲۴ از دنیای حرفه‌ای تنیس خداحافظی کرد، از سال ۲۰۰۶ و بلافاصله پس از فتح نخستین گرند اسلم خود، سفیر جهانی برند کیا بوده است. طراحان مرکز طراحی کیا برای ساخت این اثر هنری استثنایی، خاک رس سنتی مخصوص مجسمه‌سازی و مدلسازی خودرو را با خاک واقعی جمع‌آوری شده از زمین‌های تنیس مونت کارلو، پاریس، رم و مادرید ترکیب کردند. برای شکستن یکنواختی رنگ نارنجی-آخرایی بدنه، از نوارهای طراحی سفیدرنگ برای برجسته کردن خطوط حجمی و شخصیت‌پردازی بدنه GT EV۴ بهره گرفته شده که هم‌زمان تداعی‌گر خطوط سفید زمین تنیس هستند. در بخش‌های مختلف بدنه نیز گرافیک‌های اختصاصی برای ثبت رکوردهای تاریخی نادال نقش بسته است؛ به‌طوری که در نمای جلو عبارت «۶۳ عنوان قهرمانی در زمین خاکی»، روی درپوش موتور رکورد «۸۱ پیروزی پیاپی در زمین خاکی»، در نمای جانبی افتخار کسب «۱۴ قهرمانی آزاد فرانسه» در رولان گاروس از مجموع ۲۲ گرند اسلم انفرادی و در بخش عقب نیز امضای شخصی نادال در کنار عبارت «۵ فصل در رتبه نخست جهان» حک شده است



آیا هیوندای «سانتافه» ۲۰۲۵ ارزش خرید دارد؟

هیوندای سانتافه مدل ۲۰۲۵ با طراحی جعبه‌ای و متفاوت، کابین جادار و امکانات رفاهی مناسب، یکی از گزینه‌های قابل توجه در کلاس شاسی‌بلندهای خانوادگی میان‌رده است. این خودرو با سه ردیف صندلی و ظرفیت حمل حداکثر هفت سرنشین، برای خانواده‌هایی که به فضای کابین و کاربری روزمره اهمیت می‌دهند، انتخاب جذابی محسوب می‌شود. نسخه بنزینی به موتور ۴ سیلندر ۲.۵ لیتری توربوشارژ با قدرت ۲۷۷ اسب‌بخار و گیربکس ۸ سرعته دوکلاچه مجهز است. نسخه هیبریدی نیز با موتور ۱.۶ لیتری توربوشارژ و موتور الکتریکی، در مجموع ۲۳۲ اسب‌بخار قدرت تولید می‌کند. از نقاط قوت سانتافه باید به کیفیت مناسب کابین، نمایشگرهای دوقلوی ۱۲.۳ اینچی، فضای بار کاربردی و تجهیزات ایمنی اشاره کرد. با این حال، ردیف سوم برای بزرگسالان چندان راحت نیست و عملکرد گیربکس دوکلاچه در سرعت‌های پایین نیز می‌تواند با ناهماهنگی همراه باشد. قیمت پایه نسخه بنزینی در بازار آمریکا از ۳۵ هزار و ۷۹۵ دلار آغاز می‌شود. درمجموع، سانتافه ۲۰۲۵ به‌واسطه ترکیب فضای خانوادگی، فناوری و قیمت رقابتی ارزش خرید بالایی دارد؛ به‌ویژه اگر نسخه هیبریدی برای کاهش مصرف سوخت انتخاب شود.

تجربه مالکان چه می‌گوید؟

کارنامه دو ساله «لوکانو L7» در جاده‌های کشور

ارزش واقعی یک خودرو تنها با مشخصات فنی و فهرست امکانات آن مشخص نمی‌شود؛ بلکه در گذر زمان و از خلال تجربه افرادی شکل می‌گیرد که هر روز از آن استفاده می‌کنند. رفت‌وآمدهای روزانه، سفرهای خانوادگی، مسیرهای طولانی و رانندگی در شرایط متفاوت جاده‌ای، همگی بخشی از تجربه‌ای هستند که شناخت دقیق‌تری از یک خودرو به‌دست می‌دهند. نزدیک به دو سال پس از عرضه لوکانو L7 ICE در بازار ایران، مالکان این خودرو فرصت داشته‌اند آن را در موقعیت‌های مختلف تجربه کنند و شناختی فراتر از ویژگی‌های اعلام‌شده در زمان عرضه به دست آورند. از تردد در خیابان‌های پرترافیک شهرها تا سفر در جاده‌های بین‌شهری و مسیرهای کوهستانی، L7 به بخشی از رفت‌وآمدها و تجربه‌های سفر بسیاری از مالکان تبدیل شده است. نتایج نظرسنجی انجام‌شده از مالکان نیز تصویری از دلایل انتخاب این خودرو، ویژگی‌های مورد توجه آن‌ها و انتظاراتشان از آینده محصول و برند ارائه می‌دهد.





همراهی در زندگی روزمره و سفرهای خانوادگی

برای بسیاری از رانندگان، خودرو وسیله‌ای فراتر از یک ابزار حمل‌ونقل است. بخشی از زندگی روزمره خانواده، از رفت‌وآمدهای کاری و خریدهای روزانه گرفته تا گردش‌های آخر هفته و سفرهای طولانی، در ارتباط با خودرو شکل می‌گیرد. به‌همین دلیل آسایش، امکانات کاربردی و فضای مناسب برای سرنشینان از عوامل مهم در انتخاب یک خودرو هستند.

نتایج نظرسنجی نشان می‌دهد بخش قابل توجهی از مالکان لوکانو L7 از این خودرو به‌عنوان وسیله‌نقلیه اصلی خود استفاده می‌کنند. همچنین، تامین آسایش بیشتر برای خانواده یکی از دلایل مهمی بوده که خریداران را به انتخاب این خودرو سوق داده است.

از خیابان‌های شهر تا مسیرهای طولانی

شرایط رانندگی در ایران تنوع زیادی دارد؛ از ترافیک سنگین شهرهای بزرگ تا بزرگراه‌ها، جاده‌های کوهستانی و مسیرهایی که در فصل‌های مختلف سال با شرایط آب‌وهوایی متفاوتی روبه‌رو هستند. برای بسیاری از مالکان، توانایی خودرو در همراهی با این شرایط، بخش مهمی از تجربه استفاده بلندمدت از آن است.

لوکانو L7 با بهره‌گیری از پیشرانه توربوشارژ و سیستم انتقال قدرت چهارچرخ محرک، برای رانندگی در شرایط متنوع طراحی شده است. حالت‌های مختلف رانندگی، از جمله اقتصادی، اسپرت، برف و آفرود نیز به راننده امکان می‌دهند تنظیمات خودرو را متناسب با شرایط مسیر انتخاب کند.

طراحی‌ای که همچنان توجه‌ها را به خود جلب می‌کند

نخستین برداشت بسیاری از خریداران از یک خودرو با طراحی ظاهری آن شکل می‌گیرد؛ اما جذابیت طراحی می‌تواند مدت‌ها پس از خرید نیز بخشی از تجربه مالکیت باقی بماند.

طراحی بیرونی لوکانو L7، خطوط متمایز بدنه و چراغ‌های LED از جمله ویژگی‌هایی هستند که توجه خریداران را به‌خود جلب کرده‌اند. این موضوع در برخی بازخوردهای ثبت‌شده مالکان نیز دیده می‌شود.

یکی از پاسخ‌دهندگان، از L7 با عنوان «خودرو محبوب و زیبا و مناسب برای سفر» یاد کرده است. این نظر نشان می‌دهد که نگاه مثبت به طراحی و جذابیت محصول می‌تواند در کنار انتظارات و دغدغه‌های مشتریان درباره سایر جنبه‌های بازار وجود داشته باشد. کیفیت ساخت و ایمنی نیز از دیگر ابعاد قابل توجه در تجربه مالکیت هستند. استفاده از مواد باکیفیت در فضای داخلی و طراحی کابین با تمرکز بر آسایش سرنشینان، در کنار کسب استاندارد پنج ستاره ایمنی، بخشی از ویژگی‌های این خودرو را تشکیل می‌دهند.

انتظارات مالکان از آینده لوکانو L7

تجربه مالکیت با خرید خودرو به پایان نمی‌رسد. با گذشت زمان، مشتریان علاوه‌بر شناخت بهتر قابلیت‌های محصول، انتظارات و پیشنهادهای تازه‌ای نیز برای بهبود و توسعه آن پیدا می‌کنند.

در میان بازخوردهای ثبت‌شده، برخی مالکان به نسخه‌های احتمالی آینده L7 نیز توجه داشته‌اند. برای نمونه، یکی از پاسخ‌دهندگان پیشنهاد عرضه نسخه‌ای هیبریدی را مطرح کرده و خواستار حفظ طراحی بدنه، فضای کابین و امکانات فعلی خودرو در چنین نسخه‌ای شده است. این پیشنهاد را می‌توان نشانه‌ای از علاقه برخی مشتریان به توسعه محصول، در کنار حفظ ویژگی‌هایی دانست که از ابتدا برای آن‌ها جذاب بوده است.

نزدیک به دو سال تجربه؛ تداوم توجه به نیازهای مالکان

نزدیک به دو سال حضور لوکانو L7 در بازار ایران، این فرصت را فراهم کرده است تا خودرو فراتر از مشخصات اولیه و در شرایط واقعی استفاده ارزیابی شود. تجربه مالکان، توجه آن‌ها به طراحی و امکانات خودرو و پیشنهادهایی که برای توسعه محصول مطرح کرده‌اند، بخشی از شناخت شکل گرفته از L7 در بازار ایران را تشکیل می‌دهد.

نزدیک به دو سال تجربه استفاده در شرایط واقعی، شناخت لوکانو L7 را از مرحله معرفی اولیه فراتر برده و بازخوردهای مالکان نیز به شکل‌گیری تصویری روشن‌تر از جایگاه این محصول کمک کرده است. اکنون توجه به نیازهای مشتریان، بخش مهمی از مسیر پیش روی این برند را تشکیل می‌دهد.

علاقه‌مندان برای آشنایی بیشتر با لوکانو L7، اطلاع از امکانات و مشخصات آن و تجربه رانندگی با این خودرو می‌توانند به کانال‌های رسمی ارتباطی لوکانو مراجعه کنند یا از نمایندگی‌های مجاز این برند در سراسر کشور بازدید به عمل آورند.

«پرشیا موبیلیتی» با خودرویی جدید در راه بازار!

مجوز واردات و تولید تمام محصولات برند «IM» در ایران صادر شد

در پی توسعه فعالیت‌های گروه پرشیا موبیلیتی در حوزه خودروهای پیشرفته و برقی، مجوزهای رسمی واردات و تولید کلیه محصولات برند مطرح Motors IM (آی‌ام موتورز) به صورت انحصاری توسط یکی از شرکت‌های زیرمجموعه این گروه صنعتی دریافت شد.

با دریافت این مجوز، سبد محصولات گروه پرشیا موبیلیتی که پیش‌تر با نام‌های معتبری چون بام، مینی، اوپل، جی‌ای‌سی، نیسان و اخیرا برند آفرودی راکس شناخته می‌شد، اکنون به ویترینی از نوآورانه‌ترین و پیشروترین خودروهای برقی و برافزا جهان مجهز می‌شود. برنامه‌ریزی برای عرضه و مونتاژ سبد پرچمدار این برند، از جمله کراس‌اوور و SUV (نظیر مدل‌های پیشروی LS۶، LS۸، LS۹ و...) و سدان‌های هوشمند، نقطه عطفی در تحول بازار خودروهای برقی و برافزا در ایران رقم خواهد زد.

برند IM Motors به‌عنوان یکی از نمادهای مهندسی نوین خودرو در جهان با معماری دیجیتال و پلت‌فرم‌های برقی و برافزای خیره‌کننده این برند تا به آن‌جا پیش رفته است که حتی گروه خودروسازی (آئودی) (Audi) نیز برای توسعه نسل آتی خودروهای لوکس و الکتریکی خود، به‌طور مستقیم به سراغ فناوری و پلت‌فرم‌های انحصاری IM رفته است.

محصولات برند IM فراتر از وسایل‌نقلیه معمولی و در قامت رایانه‌های متحرک هوشمند، بالاترین مرزهای فناوری و مهندسی را جابه‌جا کرده‌اند؛ تلفیق پلت‌فرم شاسی دیجیتال با سیستم پیشرفته فرمان‌پذیری ۴ چرخ، چابکی خیره‌کننده‌ای در فضاهای شهری و پایداری فوق‌العاده‌ای در سرعت‌های بالا و پیچ‌های تند به ارمغان می‌آورد.



کابین این خودروها با معماری کاملا تعاملی و هوش مصنوعی پیشرفته، فضایی فرازمینی خلق کرده و با تکیه بر معماری ولتاژ فوق‌پیشرفته، نه‌تنها کابوسِ زمان شارژ را معنایی دیگر بخشیده، بلکه در نسخه‌های دو موتوره، شتاب صفر تا صد خیره‌کننده کمتر از ۴ ثانیه را به‌رخ می‌کشد؛ حجمی از قدرت و سرعت که در کنار دژ محکم سیستم‌های ایمنی فعال IM AD، سنسورهای پیشرفته لیدار (LiDAR) و شبکه‌های عصبی عمیق، به همراه صندلی‌های ارگونومیک جاذبه‌صفر، بالاترین ضرایب ایمنی و آسایش را به سرنشینان هدیه می‌دهد.

اخذ مجوز انحصاری تولید و ورود محصولات IM Motors توسط گروه پرشیا موبیلیتی، نویدبخش ورود یکی از عمیق‌ترین دانش‌های فنی خودروسازی برقی و برافزا به کشور است؛ گامی استراتژیک که با توجه به نیاز مبرم کشور به توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل پاک، کاهش آلودگی کلان‌شهرها و همگام‌سازی صنعت خودرو با تازه‌ترین فناوری‌های روز جهان، تحولی بنیادین ایجاد خواهد کرد. بر اساس اعلام این گروه، اطلاعات تکمیلی پیرامون مشخصات دقیق نسخه‌های انتخابی بازار ایران، زمان‌بندی راه‌اندازی خط تولید و نحوه عرضه، به‌زودی از طریق مجاری رسمی این گروه منتشر خواهد شد.

قدرت‌نمایی باوار‌یایی‌ها با موتور ۳ سیلندر

یکی از جذاب‌ترین ویژگی‌های فنی ب‌ام‌و i۸، استفاده از یک پیشرانه ۳ سیلندر ۱.۵ لیتری نوربوشارژ است؛ انتخابی متفاوت برای یک خودرو اسپرت هیبریدی که نشان می‌دهد حجم موتور و تعداد سیلندرها به‌تنهایی تعیین‌کننده عملکرد نیستند. این پیشرانه از خانواده موتورهای B۳۸ ب‌ام‌و بوده و به‌فناوری TwinPower Turbo، تزریق مستقیم سوخت و سیستم زمان‌بندی متغیر سوپاپ‌ها VALVETRONIC مجهز شده است. موتور بنزینی i۸ توانایی تولید ۲۳۱ اسب‌بخار قدرت ۵۸۰۰ آر‌پی‌ام (دور در دقیقه) و حداکثر گشتاور ۳۲۰ نیوتون‌متر در ۳۷۰۰ آر‌پی‌ام را دارد. ب‌ام‌و برای کاهش ارتعاشات ذاتی موتورهای ۳ سیلندر، از یک محور بالانسر استفاده کرده تا عملکرد مجموعه نرم‌تر و متعادل‌تر باشد. اما بخش جذاب ماجرا، همکاری این موتور با پیشرانه الکتریکی محور جلو است. در نسخه اولیه، مجموع خروجی سیستم هیبریدی به ۳۶۲ اسب‌بخار و ۵۷۰ نیوتون‌متر گشتاور می‌رسد. در نسخه به‌روزرسانی‌شده سال ۲۰۱۸ نیز قدرت ترکیبی به ۳۷۴ اسب‌بخار افزایش یافت. این مجموعه شتاب صفر تا ۱۰۰ کیلومتر بر ساعت ۴.۴ ثانیه‌ای را برای این کوپه فراهم می‌کند.



بازاریابی خودرو دیجیتال شد؛ جنگ بر سر قیمت جایش را به رقابت بر سر تسهیلات داد!

صادرات خودرو چین افزایش یافت، فروش برقی‌ها در اروپا بالا رفت و آمریکایی‌ها بیشتر قسطی خریدند

حمید محمدی
h.mohammadi@autoworld.ir

بازار جهانی خودرو در روزهای اخیر وارد مرحله‌ای شده است که در آن صرف معرفی محصول جدید یا افزایش ظرفیت تولید، تضمینی برای رشد فروش نیست. تازه‌ترین تحولات صنعت خودرو نشان می‌دهد خودروسازان بزرگ جهان با سه مساله هم‌زمان مواجه هستند: تغییر الگوی تقاضای مصرف‌کنندگان، افزایش حساسیت مشتریان به قیمت و هزینه مالکیت خودرو و تشدید رقابت میان برندهای سنتی و خودروسازان چینی. در چنین شرایطی، برنامه‌های فروش نیز از الگوی سنتی تخفیف و تحویل خودرو فاصله گرفته و به‌سمت فروش اعتباری، طرح‌های جایگزینی خودروهای قدیمی، بازاریابی دیجیتال، فروش مستقیم و ارائه خدمات یکپارچه حرکت کرده است. بررسی تحولات منتشرشده نشان می‌دهد اگرچه بازار خودروهای برقی در سطح جهانی نشانه‌هایی از رشد را بروز داده، اما این رشد در همه مناطق یکسان نیست. در چین، کاهش تقاضای داخلی و تشدید رقابت قیمتی، خودروسازان را به سمت بازارهای صادراتی سوق داده است؛ در اروپا، رشد تقاضا برای خودروهای برقی و هیبریدی همچنان ادامه دارد و در آمریکا، مساله قدرت خرید مشتریان و هزینه تامین مالی به یکی از عوامل تعیین‌کننده فروش تبدیل شده است.



صادرات چین؛ راه فرار از رکود بازار داخلی

یکی از مهم‌ترین تحولات بازار جهانی خودرو، افزایش صادرات خودروسازان چینی در کنار کاهش فروش داخلی این کشور است. براساس گزارش منتشرشده در ۱۲ نوامبر، صادرات خودروهای سواری چین در اکتبر به حدود ۹۲۷ هزار دستگاه رسید که در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته ۶۲.۳ درصد رشد را نشان می‌دهد. در مقابل، فروش داخلی خودروهای سواری این کشور با افت ۲۷.۴ درصدی به حدود یک‌میلیون و ۷۰۰ هزار دستگاه کاهش یافته است. این ارقام نشان می‌دهد بازار چین با وجود برخورداری از بزرگ‌ترین ظرفیت تولید خودرو در جهان، همچنان از مازاد عرضه و رقابت شدید میان تولیدکنندگان رنج می‌برد. کاهش حمایت‌های خرید، نااطمینانی اقتصادی و جنگ قیمت از جمله عواملی هستند که بر تقاضای داخلی فشار وارد کرده‌اند. در چنین فضایی، خودروسازان چینی دیگر نمی‌توانند تنها به بازار داخلی متکی باشند. افزایش صادرات به اروپا، آمریکای لاتین، خاورمیانه و جنوب شرق آسیا به یکی از محورهای اصلی راهبرد فروش آن‌ها تبدیل شده است. این تغییر صرفا افزایش تعداد خودروهای صادرشده نیست، بلکه نشان‌دهنده تغییر در ساختار بازاریابی شرکت‌های چینی است؛ شرکت‌هایی که برای حفظ رشد، ناچارند شبکه نمایندگی، خدمات پس از فروش، تامین قطعات و شناخت سلیقه مشتریان بازارهای مقصد را توسعه دهند. نکته مهم آن است که صادرات گسترده، بدون ایجاد زیرساخت خدمات و تامین قطعات در بازار مقصد، نمی‌تواند به وفاداری بلندمدت مشتری منجر شود. از همین رو، برخی تولیدکنندگان چینی به‌جای اتکای صرف به صادرات از چین، به سرمایه‌گذاری در کارخانه‌های خارج از کشور نیز روی آورده‌اند.

خودروهای برقی؛ رشد فروش با تکیه بر بازارهای جدید

در حوزه خودروهای برقی نیز تازه‌ترین داده‌های منتشرشده در ۱۲ نوامبر حاکی از رشد فروش جهانی در اکتبر است. براساس گزارش موسسه تحقیقاتی بنچمارک مینرال اینتلیجنس که «رویترز» آن را منتشر کرده، افزایش فروش در اروپا و رشد صادرات خودروسازان چینی به بازارهای خارجی از عوامل اصلی این روند بوده‌اند. فروش جهانی خودروهای تمام‌برقی و هیبریدی شارژی در ماه اکتبر به ۲.۰۹ میلیون دستگاه رسیده که ۸ درصد بیشتر از مدت مشابه سال قبل است. در همین دوره، فروش این خودروها در اروپا ۳۶ درصد افزایش یافته است. البته بخشی از تغییرات بازار آمریکا به پایه مقایسه پایین و تحولات سیاست‌های حمایتی مربوط می‌شود و نباید آن را به معنای بازگشت قطعی تقاضای پایدار در این کشور دانست. برای خودروسازان، پیام این تحولات روشن است؛ بازار خودروهای برقی همچنان ظرفیت توسعه دارد، اما موفقیت در این حوزه به قیمت رقابتی، دسترسی به زیرساخت شارژ، برد حرکتی قابل قبول و هزینه نگهداری وابسته است. به‌همین دلیل، شرکت‌ها در برنامه‌های فروش خود بیش از گذشته بر ارزش اقتصادی محصول و مزایای مالکیت تمرکز می‌کنند.

فروش اعتباری؛ ابزار تازه حفظ قدرت خرید مشتریان

یکی از مهم‌ترین تغییرات در بازاریابی خودروسازان، افزایش نقش تسهیلات مالی و طرح‌های اعتباری است. در شرایطی که قیمت خودرو و هزینه تامین مالی برای بسیاری از خانوارها افزایش یافته، شرکت‌ها به‌جای کاهش گسترده قیمت رسمی محصولات، تلاش می‌کنند هزینه ورود مشتری به بازار را کاهش دهند. تسهیلات کم‌بهره، پیش‌پرداخت پایین، دوره بازپرداخت طولانی‌تر، پیشنهادهای لیزینگ و تخفیف‌های ویژه برای خریداران خودروهای جایگزین، به ابزارهای اصلی رقابت تبدیل شده‌اند. این سیاست به خودروساز ا ن می‌دهد بدون تخریب مستقیم جایگاه قیمتی محصول، شرایط خرید را برای مشتری قابل‌دسترس‌تر کند. درواقع، رقابت از قیمت نهایی خودرو به‌سمت مبلغ پیش‌پرداخت و قسط ماهانه حرکت کرده است؛ موضوعی که در بازارهای پیشرفته اهمیت ویژه‌ای دارد؛ زیرا تصمیم خرید بسیاری از مشتریان نه بر اساس قیمت درج‌شده در کاتالوگ، بلکه بر مبنای توان پرداخت ماهانه اتخاذ می‌شود.

جیلی؛ ترکیب تخفیف، فروش اینترنتی و بازاریابی تعاملی

نمونه قابل توجه این تغییر را می‌توان در برنامه فروش شرکت جیلی مشاهده کرد. این خودروساز چینی در جشنواره سالانه فروش خود، مجموعه‌ای از مشوق‌های خرید را در کنار معرفی محصولات جدید به اجرا گذاشته است. براساس گزارشی که ۱۱ نوامبر منتشر شد، جیلی برای خرید خودرو با جایگزینی محصول قدیمی تا ۱۵ هزار یوآن کمک‌هزینه در نظر گرفته و تخفیف نقدی محصولات خود را نیز تا ۱۸ هزار یوآن افزایش داده است. این برنامه علاوه‌بر بیش از هزار نمایندگی مجاز، از طریق بسترهای رسمی فروش اینترنتی، شبکه‌های اجتماعی و برنامه‌های پخش زنده نیز اجرا می‌شود. یکی از نکات مهم این طرح، ترکیب بازاریابی محصول با مشوق مالی است. جیلی در کنار تخفیف‌ها، فناوری هیبریدی جدید خود را نیز به مشتریان معرفی می‌کند تا تخفیف صرفا به ابزار فروش موجودی انبار تبدیل نشود؛ بلکه به‌فرصتی برای جذب مشتری به محصولات جدید تبدیل شود. این شرکت حتی برای فروش اینترنتی از اعتبار خرید و پیشنهادهای ویژه در برنامه‌های پخش زنده استفاده کرده است. چنین رویکردی نشان می‌دهد بازاریابی خودروسازان چینی به‌سمت ترکیب فروش دیجیتال، تبلیغات تعاملی، معرفی فناوری و تخفیف هدفمند حرکت کرده است.

آمریکا؛ افزایش قیمت خودرو و فشار بر قدرت خرید

در بازار آمریکا، مساله اصلی خودروسازان فقط جذب مشتری نیست؛ بلکه حفظ توان خرید مصرف‌کننده است. داده‌های مربوط به ماه اکتبر نشان می‌دهد متوسط قیمت معامله خودروهای جدید در این کشور به ۵۱ هزار و ۱۰۹ دلار رسیده است؛ رقمی که نسبت به ماه مشابه سال گذشته ۲.۱ درصد افزایش دارد. در همین دوره، متوسط مشوق‌های فروش خودروسازان به ۳ هزار و ۴۹۰ دلار رسیده است. این رقم نشان می‌دهد شرکت‌ها برای حفظ حجم فروش، بخشی از فشار افزایش قیمت را از طریق تخفیف و امتیازهای مالی جبران می‌کنند. از سوی دیگر، متوسط پرداخت ماهانه خریداران خودروهای جدید به ۷۷۶ دلار رسیده است. این شرایط موجب شده مشتریان به سمت خودروهای ارزان‌تر حرکت کنند؛ به‌طوری که فروش خودروهای با قیمت ۲۸ تا ۳۸ هزار دلار نسبت به سال قبل ۹.۶ درصد افزایش داشته است. نکته مهم درباره خودروهای برقی این است که متوسط قیمت معامله آن‌ها در ماه اکتبر به ۵۶ هزار و ۲۲۰ دلار رسیده؛ اما مشوق‌های فروش این محصولات به ۱۱.۳ درصد قیمت معامله رسیده است. به بیان دیگر، خودروسازان برای حفظ جذابیت خودروهای برقی، ناچار به ارائه امتیازهای بیشتری نسبت به میانگین بازار هستند. این وضعیت نشان می‌دهد بازاریابی در آمریکا بیش از گذشته به سمت فروش اقساطی، اجاره بلندمدت، اعتبار خرید و ارائه تخفیف‌های هدفمند حرکت کرده است. در چنین بازاری، شرکتی که بتواند هزینه مالکیت خودرو را برای مشتری کاهش دهد، الزاما نیازی به پایین آوردن قیمت رسمی همه محصولات خود ندارد.

اروپا؛ رقابت بر سر خدمات و هزینه مالکیت خودروهای برقی

در اروپا، رشد فروش خودروهای برقی یکی از مهم‌ترین فرصت‌های پیش روی خودروسازان است. مشوق‌های دولتی، افزایش قیمت سوخت، مقررات آلایندگی و افزایش تعداد مدل‌های عرضه‌شده از عوامل این رشد عنوان شده‌اند. این تحولات نشان می‌دهد سیاست‌های تشویقی همچنان در تغییر رفتار خریداران نقش دارند. درنتیجه، خودروسازان اروپایی برای توسعه فروش محصولات برقی، علاوه‌بر رقابت بر سر قیمت، بر ارائه خدمات شارژ، تضمین باتری، تسهیلات خرید و ارزش فروش مجدد خودرو نیز تمرکز می‌کنند. از منظر بازاریابی، فروش خودرو برقی دیگر صرفا معرفی برد حرکتی و قدرت موتور نیست؛ بلکه مشتری باید نسبت به هزینه شارژ، دسترسی به ایستگاه‌های شارژ، طول عمر باتری و ارزش اقتصادی محصول در دوره مالکیت اطمینان پیدا کند.



نیسان؛ تغییر راهبرد فروش برای خروج از فشار بازار

یکی دیگر از نشانه‌های تغییر شرایط بازار، وضعیت نیسان است. این خودروساز در کنار کاهش هزینه‌ها و تجمیع ظرفیت‌های تولیدی، به توسعه صادرات از چین و تقویت راهبرد فروش خرده‌فروشی در آمریکا توجه کرده است. نیسان در آمریکا تلاش کرده سهم بیشتری از فروش را از طریق تمرکز بر محصولات تولید داخل این کشور و پاسخ‌گویی هرچه بیشتر به نیاز مشتریان به‌دست آورد. در مقابل، افت فروش این شرکت در چین نشان می‌دهد حتی برندهای باسابقه نیز در صورت ناتوانی در تطبیق سریع محصولات و برنامه‌های بازاریابی با نیازهای بازار، با کاهش سهم بازار مواجه می‌شوند. این تجربه نشان می‌دهد راهبرد فروش جهانی دیگر نمی‌تواند یک نسخه واحد برای همه کشورها داشته باشد. خودروسازان باید متناسب با قدرت خرید، سلیقه، سیاست‌های حمایتی و شرایط رقابتی هر منطقه، برنامه فروش جداگانه طراحی کنند.

رقابت جدید؛ فروش خودرو به معنای فروش تجربه مالکیت است

مجموع تحولات اخیر نشان می‌دهد بازاریابی صنعت خودرو در حال عبور از مرحله تبلیغات سنتی و تخفیف‌های عمومی است. شرکت‌ها به‌دنبال آن هستند که از نخستین مرحله آشنایی مشتری با محصول تا تامین مالی، خرید، تحویل، خدمات پس از فروش و حتی فروش مجدد خودرو، ارتباط خود را با خریدار حفظ کنند. قیمت‌گذاری انعطاف‌پذیر، فروش مبتنی بر اعتبار، جایگزینی خودروهای قدیمی، بازاریابی دیجیتال، فروش مبتنی بر خدمات و بومی‌سازی بازارهای صادراتی، به محورهای اصلی این تغییر تبدیل شده‌اند. آن چه از تحولات اخیر بازار جهانی خودرو می‌توان دریافت، این است که صنعت خودرو با بحران یکسانی در تمام مناطق جهان مواجه نیست. در چین، فشار اصلی از ناحیه مازاد عرضه و رقابت قیمتی است؛ در آمریکا، قدرت خرید و هزینه تامین مالی اهمیت بیشتری دارد و در اروپا، توسعه تقاضای خودروهای برقی به سیاست‌های حمایتی و زیرساخت وابسته است. بنابراین خودروسازان نمی‌توانند تنها با افزایش تولید یا عرضه مدل‌های جدید به‌دنبال رشد فروش باشند. شرکت‌هایی در این رقابت موفق‌تر خواهند بود که بتوانند محصول متناسب با قدرت خرید مشتری عرضه کنند، روش پرداخت را انعطاف‌پذیر سازند و تجربه خرید و مالکیت خودرو را بهبود دهند. درواقع، میدان رقابت خودروسازان جهان از کارخانه‌ها و خطوط تولید به شبکه فروش، نظام تامین مالی، خدمات پس از فروش و شناخت رفتار مصرف‌کننده منتقل شده است. در این شرایط، بازاریابی دیگر فعالیتی جانبی در کنار تولید نیست، بلکه یکی از ارکان اصلی راهبرد تجاری خودروسازان محسوب می‌شود.





«کاستر»؛ دوام بالا و استهلاک اقتصادی در ناوگان حمل‌ونقل

مینی‌بوس تویوتا کاستر (Coaster) یکی از محصولات باسابقه خودروساز ژاپنی است که از سال ۱۹۶۳ تاکنون در بازارهای مختلف جهان حضور دارد. مهم‌ترین ویژگی این خودرو، مهندسی متمرکز بر دوام، قابلیت اطمینان و استفاده طولانی‌مدت در شرایط کاری سنگین است. کاستر به‌دلیل ساختار شاسی مستحکم و طراحی مناسب برای جابه‌جایی مستمر مسافر، در ناوگان حمل‌ونقل عمومی، هتل‌ها و شرکت‌های گردشگری کاربرد گسترده‌ای دارد. تویوتا برای افزایش طول عمر این مینی‌بوس از ورق‌های فولادی مقاوم در برابر خوردگی، جوشکاری لیزری اتصالات بدنه و ساختار شاسی تقویت‌شده استفاده کرده است. این ویژگی‌ها مقاومت خودرو را در برابر فشارهای ناشی از تردد مداوم و حرکت در مسیرهای ناهموار افزایش می‌دهند. همچنین دسترسی مناسب به بخش‌های فنی و ساده‌سازی سرویس‌های دوره‌ای، می‌تواند زمان توقف خودرو برای تعمیر و نگهداری را کاهش دهد. بر اساس اطلاعات منتشرشده از سوی تویوتا، کاستر در بیش از ۱۱۰ کشور و منطقه عرضه شده و فروش تجمیعی آن از ۵۵۰ هزار دستگاه عبور کرده است. البته استهلاک پایین آن به نگهداری اصولی، کیفیت قطعات مصرفی و رعایت برنامه سرویس‌های دوره‌ای وابسته است.

خودرو فرسوده، هزینه‌ای که همه می‌پردازیم؛

پرونده نوسازی ناوگان تجاری باید از بایگانی خارج شود!



رضوان علیجانی

پژوهشگر صنعت خودرو

وقتی کامیونی فرسوده همچنان در جاده بار جابه‌جا می‌کند، تصمیم مالک آن فقط یک انتخاب شخصی نیست. مصرف سوخت، آلایندگی و احتمال نقص فنی این وسیله می‌تواند هزینه‌هایی به جامعه تحمیل کند. با این حال، نمی‌توان از راننده‌ای که کامیون ابزار معاش اوست خواست آن را اسقاط کند، بی آن‌که راهی عملی برای خرید جایگزین پیش پایش بگذاریم. مساله اصلی همین‌جاست: اسقاط باید هم برای جامعه سودمند باشد و هم نیاز مالک را در نظر بگیرد. سیاست اسقاط در ایران از مقررات و برنامه‌های اوایل دهه ۱۳۸۰ عبور کرده، در سال ۱۳۸۵ با «ستاد تبصره ۱۳» گسترش یافته و امروز در چارچوبی از جمله ماده ۱۰ قانون ساماندهی صنعت خودرو دنبال می‌شود. اصلاح آیین‌نامه این ماده در سال ۱۴۰۵ نیز تکالیف تولیدکنندگان و سازوکارهایی برای نوسازی ناوگان را تغییر داده است. با وجود این، داشتن قانون به‌تنهایی به معنای خروج خودرو فرسوده از خیابان و جاده نیست.

شکافی که با افزایش قیمت گواهی پُر نمی‌شود

سیدامیر احمدی، دبیر انجمن مراکز اسقاط و بازیافت در گفت‌وگو با «دنیای خودرو» به فاصله میان ارزش خودرو فرسوده و هزینه جایگزینی آن اشاره کرده است؛ فاصله‌ای که به گفته او انگیزه مالکان را کاهش می‌دهد. او شمار اسقاط‌شده‌ها را حدود ۳۵۱ هزار دستگاه در سال ۱۴۰۳، ۲۰۵ هزار دستگاه در سال ۱۴۰۴ و ۱۱۰ هزار دستگاه تا ۱۲ آبان ۱۴۰۵ اعلام کرده است. عدد اخیر، آمار یک سال کامل یا صرفا ۶ ماهه نخست نیست؛ بنابراین نباید بدون ذکر تاریخ با آمار سالانه مقایسه شود. خبر افزایش احتمالی ارزش گواهی‌های اسقاط سواری نیز پاسخ کامل این مساله نیست. حتی اگر پیشنهاد ارزش ۳۰۰ میلیون تومانی مجموع گواهی‌های یک سواری تایید شود، ارزش گواهی با مبلغی که واقعا به مالک می‌رسد یکی نیست. مهم‌تر آن‌که قیمت خودرو جایگزین ممکن است همچنان بسیار فراتر از توان او باشد.

این شکاف برای مالک کامیون یا کشنده سنگین‌تر است: او باید سرمایه‌ای بزرگ‌تر فراهم کند و در دوره تعویض خودرو، احتمالا بخشی از درآمد کاری‌اش را نیز از دست بدهد. طبق اظهارات مدیر ستاد نوسازی ناوگان، حدود ۱۱۴ هزار کشنده فرسوده بالای ۲۶ تن در کشور تردد دارند که ۱۶ هزار دستگاه از آن‌ها بیش از ۵۰ سال عمر دارند.

جایگزین چه باشد؛ کم‌مصرف، هیبریدی یا برقی؟

نوسازی نباید به تعویض هر خودرو قدیمی با هر خودرو نو تقلیل یابد. می‌توان اعتبار حاصل از اسقاط و تسهیلات خرید را به انتخاب وسیله‌ای متناسب با کاربری، مصرف انرژی و شرایط بهره‌برداری پیوند زد. در رفت‌وآمد شهری و مسیرهای قابل پیش‌بینی، خودروهای هیبریدی و برقی می‌توانند بخشی از بازار جایگزینی را شکل دهند؛ البته به شرط دسترسی به محصول مناسب، خدمات پس از فروش، زیرساخت شارژ برای مدل‌های نیازمند آن و تامین مالی قابل‌تحمل برای مالک.

اما نسخه نوسازیِ یک تاکسی یا خودرو توزیع شهری را نباید بدون بررسی لازم به کشنده بین‌شهری تعمیم داد. در حمل بار سنگین و مسیرهای طولانی، قیمت خرید، میزان پیمایش، زمان توقف و دسترسی به شارژ اهمیت تعیین‌کننده دارند. تا زمانی که گزینه برقی برای یک مسیر از نظر فنی و اقتصادی عملی نباشد، جایگزینی کامیون بسیار فرسوده با خودرو کم‌مصرف‌تر و کم‌آلاینده‌تر نیز می‌تواند گامی واقعی باشد. ارزیابی باید بر پایه هزینه کل مالکیت و کاهش واقعی مصرف و آلایندگی انجام شود، نه صرفا نوع پیشرانه.

تجربه کشور هند نیز یادآور همین ضرورتِ طراحی یک زنجیره کامل است: سیاست اسقاطِ این کشور بر آزمون صلاحیت فنی، مراکز مجاز و مشوق‌های جایگزینی تکیه دارد و خروج خودرو را صرفا به عبور از یک سن مشخص فرو نمی‌کاهد.

اولویت را به جاده‌ها برگردانیم

راهکار، یک بسته جداگانه برای ناوگان تجاری است: تسهیلات بلندمدت متناسب با درآمد حمل‌ونقل، قیمت و زمان تحویل قابل‌پیش‌بینی خودرو جایگزین، اعتبار شفاف گواهی اسقاط و حمایت بیشتر از خودروهای پرتردد و پرمصرف. اصلاح آیین‌نامه ماده ۱۰ حتی امکان اعطای گواهی صرفه‌جویی سوخت، در کنار گواهی اسقاط به مالک کامیون یا کشنده واجد شرایط را پیش‌بینی کرده است؛ ظرفیتی که ارزش آن به اجرای روشن و قابل اتکایش بستگی دارد.

اگر سیاست اسقاط فقط تعداد گواهی‌ها را بشمارد، ممکن است کامیون فرسوده همچنان در جاده بماند. معیار موفقیت باید خروج واقعی ناوگان پرمصرف، کاهش مصرف گازوئیل و آلایندگی و حفظ امکان کار برای مالک باشد. بازار خودروهای هیبریدی و برقی بخشی از پاسخ نوسازی است؛ اما برای رسیدگی به ناوگان تجاری، نخست باید جایگزینی را از یک وعده پرهزینه به انتخابی شدنی تبدیل کرد.



اسقاط کامیون در اروپا؛ سن ملاک نیست، ایمنی و آلایندگی تعیین‌کننده‌است

در اتحادیه اروپا برخلاف برخی برداشت‌ها، برای اسقاط کامیون و کشنده یک سقف سنی واحد تعیین نشده است. به‌بیان دیگر، کامیونی که ۲۰ یا حتی ۳۰ سال عمر دارد، صرفا به‌دلیل سن خود ملزم به اسقاط نیست؛ بلکه وضعیت فنی، ایمنی، میزان آلایندگی و امکان ادامه تردد آن اهمیت دارد. سیاست اروپایی در این حوزه بر تفکیک دو موضوع استوار است: کنترل صلاحیت خودرو برای ادامه فعالیت و مدیریت اصولی وسایل‌نقلیه‌ای که واقعا به پایان عمر اقتصادی و فنی خود رسیده‌اند.

بر اساس دستورالعمل ۴۵/۲۰۱۴ اتحادیه‌اروپا، کامیون‌های باری سنگین در گروه‌های فنی N2 و N3 قرار می‌گیرند و باید نخستین معاینه فنی خود را یک سال پس از شماره‌گذاری انجام دهند. پس از آن نیز معاینه‌فنی آن‌ها باید سالانه تکرار شود. این الزام برای کشنده‌ها و تریلرهای سنگین نیز اهمیت دارد و هدف آن اطمینان از سلامت سامانه ترمز، فرمان، شاسی، تجهیزات ایمنی و عملکرد فنی خودرو است. بنابراین، سن بالا به‌تنهایی حکم اسقاط نیست، اما خودرو باید به‌صورت مستمر صلاحیت تردد خود را اثبات کند.

تحول مهم در سال ۲۰۲۶ به مقررات مدیریت پایان عمر خودروها مربوط می‌شود. اتحادیه‌اروپا مقررات جدیدی با هدف اقتصاد چرخشی و بازیافت مواد اولیه تصویب کرده که از ۱۳ اوت ۲۰۲۶ لازم‌الاجرا شده است. این مقررات کامیون‌ها، اتوبوس‌ها و تریلرها را نیز وارد چارچوب جدید مدیریت پایان عمر می‌کند؛ با این حال، توسعه دامنه مقررات برای کامیون‌ها و کشنده‌ها از سپتامبر ۲۰۳۱ اجرایی خواهد شد. بر اساس این چارچوب، جمع‌آوری خودروهای پایان‌یافته، تحویل به مراکز مجاز بازیافت، تخلیه مواد آلاینده و جداسازی قطعات قابل استفاده مجدد و بازیافت، از الزامات اصلی خواهد بود.

موضوع دیگر، استانداردهای آلایندگی و کاهش انتشار دی‌اکسید کربن است. اتحادیه‌اروپا برای ناوگان خودروهای سنگین جدید اهدافی شامل کاهش ۱۵ درصدی انتشار از سال ۲۰۲۵، ۴۳ درصدی از ۲۰۳۰ و ۹۰ درصدی از ۲۰۴۰ تعیین کرده است. این ارقام به عملکرد ناوگان خودروهای جدید تولیدشده مربوط است و نباید با الزام اسقاط کامیون‌های موجود اشتباه گرفته شود. حتی در مارس ۲۰۲۶ نیز شورای اتحادیه اروپا برای خودروسازان سنگین در مسیر دستیابی به اهداف ۲۰۳۰ انعطاف موقت در محاسبه اعتبار آلایندگی در نظر گرفت؛ موضوعی که نشان‌دهنده توجه سیاستگزار اروپایی به واقعیت زیرساخت و اقتصاد حمل‌ونقل است.



برای صنعت حمل‌ونقل ایران، تجربه اروپا یک پیام مهم دارد: نوسازی ناوگان صرفا با تعیین سن فرسودگی و خروج اجباری کامیون‌ها محقق نمی‌شود. ایجاد نظام معاینه‌فنی مستمر، ارزیابی واقعی آلایندگی، دسترسی به‌قطعات و خدمات تعمیراتی، تامین مالی خرید خودروهای جدید و ایجاد شبکه بازیافت تخصصی باید هم‌زمان دنبال شود. اسقاط زمانی اثربخش است که جایگزینی اقتصادی و قابل دسترس برای راننده و شرکت حمل‌ونقل وجود داشته باشد. تجربه اروپا نشان می‌دهد هدف نهایی، صرفا حذف کامیون قدیمی نیست؛ بلکه حفظ ایمنی جاده‌ها، کاهش آلایندگی و بازگشت سرمایه و مواد ارزشمند به چرخه تولید است.

صعود قیمت وانت «آریسان ۲» به ۲ میلیارد و ۲۰۰ میلیون‌تومان

قیمت وانت آریسان ۲ در بازار خودرو با افزایش همراه شد و بهای نسخه صفر کیلومتر این محصول در پایان هفته گذشته به ۲ میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان رسید. وانت آریسان ۲ یکی از محصولات تجاری سبک بازار ایران است که به‌دلیل کاربری باری، هزینه نگهداری و قابلیت استفاده در فعالیت‌های اقتصادی، مورد توجه بخشی از متقاضیان خودروهای کار قرار دارد. این وانت در سال‌های اخیر به یکی از گزینه‌های شناخته‌شده در بخش حمل‌ونقل سبک شهری و بین‌شهری تبدیل شـــده اســـت. رسیدن قیمت این خودرو به محدوده ۲ میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان، بار دیگر توجه‌ها را به روند قیمت‌گذاری در بازار خودروهای تجاری سبک جلب می‌کند؛ بازاری که قیمت محصولات آن علاوه بر شرایط عرضه و تقاضا، از هزینه تولید، وضعیت تحویل خودروها و انتظارات تورمی تاثیر می‌پذیرد. افزایش قیمت وانت‌های کاربری در بازار، به‌طور مستقیم بر هزینه تامین خودرو برای فعالان اقتصادی و مشـــاغلی که به حمل‌ونقل باری وابسته هستند، اثر می‌گذارد. در چنین شرایطی، تداوم رشـــد قیمت‌ها می‌تواند هزینه ورود به فعالیت‌های حمل‌ونقل سبک را نیز افزایش دهد.



کامیونت «زامیادEX» جایگزین وانت‌های فرسوده می‌شود

به گزارش «سایپانیوز» حسین کاظمی طرقی با تشریح جزئیات این طرح بیان کرد: «طرح نوسازی وانت‌های فرسوده با همکاری سازمان گســـترش و نوسازی، گروه خودروسازی سایپا و شرکت زامیاد، با هدف کاهش آلایندگی، ارتقای ایمنی ناوگان حمل‌ونقل بار و فراهم‌سازی امکان جایگزینی خودروهای فرسوده با خودروهای جدید اجرا می‌شود.»
معاون فروش و خدمات پس از فروش زامیاد افزود: «در این طرح، دارندگان وانت‌های فرســـوده واجد شرایط در سراسر کشور می‌توانند خودرو خود را با کامیونت زامیاد EX در دو مدل تک‌سوز و دوگانه‌سوز جایگزین کنند.»
وی با اشاره به شرایط مشارکت در این طرح تصریح کرد: «دارندگان وانت‌هایی که بیش از ۱۵ سال از تاریخ تولید و شماره‌گذاری آن‌ها گذشته باشد و اطلاعات خودرو فرسوده آن‌ها در سامانه ستاد نوسازی ناوگان حمل‌ونقل ثبت شده و به‌تایید رسیده باشد، در صورت برخورداری از سایر شرایط مندرج در بخشنامه، تا زمان تکمیل ظرفیت تعیین‌شده امکان مشارکت در این طرح را خواهند داشت.» کاظمی طرقی در ادامه درباره تســـهیلات بانکی این طرح گفت: «متقاضیان می‌توانند متناسب با شرایط خود، دوره بازپرداخت تسهیلات را بین یک تا دو سال انتخاب کنند.»
وی همچنین از امکان ســـفارش خودرو با کاربری مورد درخواســـت متقاضیان خبر داد و افزود: «متقاضیانی که قصد خرید خودرو با کاربری مشـــخص را دارند، می‌توانند هنگام ثبت سفارش در سایت فروش اینترنتی گروه سایپا، خودرو مورد نظر خود را با کاربری انتخابی سفارش‌گذاری کنند.» کاظمی طرقی درباره مراحل ثبت‌نام نیز توضیح داد: «متقاضیان در مرحله نخست باید با مراجعه به سامانه ستاد نوســـازی ناوگان حمل‌ونقل به‌نشانی nnhk.ir، نسبت به ثبت‌نام اولیه و ثبت اطلاعات خودرو فرســـوده اقدام کنند؛ پس از انتشار بخشنامه این طرح، متقاضیان واجد شرایط می‌توانند از طریق سایت فروش اینترنتی گروه سایپا، نسبت به واریز وجه، تکمیل ثبت‌نام و پذیرش پرونده اقدام کنند.»

جدول قیمت‌های کارخانه و بازار خودروهای داخلی، چینی و خارجی

نام خودرو	قیمت کارخانه (میلیون تومان)	قیمت روز بازار (میلیون تومان)	تغییر قیمت (میلیون تومان)	افزایش / کاهش
پراید۱۵۱GXبالاینرپاششی(۱۴۰۵)	۹۴۷	یک‌میلیاردو۶۳۰	۰	
ساینا(۱۴۰۵)S	۹۹۳	یک‌میلیاردو۷۷۰	۰	
ساینا(۱۴۰۵)GXLدوگانه	یک‌میلیاردو۷۲	۲میلیاردو۱۰	۰	
ساینااتومات(۱۴۰۵)	توقف‌تولید	۰	۰	
سهند۸تیپS(۱۴۰۵)	به‌زودی	یک‌میلیاردو۹۰۰	۰	
سهنداتومات(۱۴۰۵)	به‌زودی	۲میلیاردو۵۱۰	۰	
اطلسS(۱۴۰۴)	یک‌میلیاردو۲۱	یک‌میلیاردو۸۶۰	۰	
اطلسGL(بدون‌سانروف)(۱۴۰۵)	یک‌میلیاردو۱۰۳	۲میلیاردو۲۰	۰	
اطلسG(باسانروف)(۱۴۰۵)	یک‌میلیاردو۱۳۷	۲میلیاردو۱۳۵	۰	
پارس‌نوآ(۱۴۰۵)	یک‌میلیاردو۴۶۰	۳میلیاردو۲۱۰	۰	
کوییکGX(۱۴۰۵)	یک‌میلیاردو۳۱	یک‌میلیاردو۷۶۰	۰	
کوییکGX-R(بدون‌رینگ)(۱۴۰۵)	به‌زودی	یک‌میلیاردو۷۸۵	۰	
کوییکGX-R(بارینگ)(۱۴۰۵)	به‌زودی	یک‌میلیاردو۸۴۰	۰	
کوییکS(۱۴۰۵)	یک‌میلیارد	یک‌میلیاردو۷۴۵	۰	
کوییکRS(سفیدمشکی)(۱۴۰۵)	یک‌میلیاردو۱۲	یک‌میلیاردو۷۵۵	۰	
شاهین(بدون‌سانروف)(۱۴۰۵)	یک‌میلیاردو۴۱۸	۲میلیاردو۹۸۰	۰	
شاهین(باسانروف)(۱۴۰۵)	یک‌میلیاردو۴۵۲	۳میلیاردو۱۷۵	۰	
شاهین‌اتومات(بدون‌مانیتور)(۱۴۰۵)	یک‌میلیاردو۵۲۲	۳میلیاردو۴۶۰	۰	
شاهین‌اتومات‌پلس(بدون‌مانیتور)(۱۴۰۵)	یک‌میلیاردو۸۰۵	۴میلیاردو۱۰۰	۰	
شاهین‌اتومات‌پلس(بامانیتور)(۱۴۰۵)	یک‌میلیاردو۸۳۴	۴میلیاردو۵۱۰	۰	
پادراپلس(۱۴۰۵)	۲میلیاردو۲۰۰	۰	۰	
پادراپلس‌دوگانه(دریچه‌برقی)(۱۴۰۵)	۲میلیاردو۳۰۰	۲میلیاردو۳۷۰	۰	
نیسان‌اکستندEX(۱۴۰۵)	یک‌میلیاردو۸۰۰	۲میلیاردو۵۵۰	۰	
نیسان‌دوگانهEX(۱۴۰۵)	یک‌میلیاردو۹۰۰	۲میلیاردو۸۳۰	۰	
سورن‌پلسXUVP(دریچه‌برقی)(۱۴۰۵)	یک‌میلیاردو۵۳۰	۲میلیاردو۴۳۵	۰	
سورن‌پلسTU5P(فرمان‌هیدرولیک)(۱۴۰۵)	یک‌میلیاردو۸۷۰	۳میلیاردو۲۵	۰	
سورن‌دوگانه(مخزن‌کوچک)(دریچه‌سیمی)(۱۴۰۵)	یک‌میلیاردو۸۰۰	۳میلیاردو۱۳۰	۰	
سورن‌دوگانه(مخزن‌بزرگ)(دریچه‌برقی)(۱۴۰۵)	یک‌میلیاردو۸۱۶	۳میلیاردو۷۰	۰	
سورن‌دوگانه(مخزن‌بزرگ)(دریچه‌سیمی)(۱۴۰۵)	یک‌میلیاردو۸۱۶	۳میلیاردو۴۶۵	۰	
پژو۲۰۷موتورTU3(۱۴۰۵)	یک‌میلیاردو۵۰۲	۲میلیاردو۵۴۰	۰	
پژو۲۰۷دنده‌ای(هیدرولیک)(۱۴۰۵)	یک‌میلیاردو۷۴۹	۲میلیاردو۸۵۰	۰	
پژو۲۰۷دنده‌ای(فرمان‌برقی)(۱۴۰۵)	یک‌میلیاردو۸۰۴	۳میلیاردو۳۰	۰	
پژو۲۰۷پاناراما(بدون‌رینگ)(۱۴۰۵)	یک‌میلیاردو۸۷۸	۳میلیاردو۲۵۵	۰	
پژو۲۰۷پاناراما(بارینگ)(۱۴۰۵)	یک‌میلیاردو۹۲۳	۳میلیاردو۳۰۰	۰	
پژو۲۰۷اتومات(۱۴۰۵)	۲میلیاردو۱۳۴	۴میلیاردو۴۸۰	۰	
پژو۲۰۷پانوراماتومات(۱۴۰۵)	۲میلیاردو۱۸۳	۴میلیاردو۵۷۰	۰	
دناپلس‌توربو۶دنده(بدون‌رینگ)(۱۴۰۵)	یک‌میلیاردو۹۹۰	۳میلیاردو۱۳۰	۰	
دناپلس‌توربو۶دنده(بارینگ)(۱۴۰۵)	۲میلیاردو۴۰	۳میلیاردو۱۷۵	۰	
دناتومات‌آپشنال(۱۴۰۵)	۲میلیاردو۵۳۰	۴میلیاردو۱۸۰	۰	
تارا۶دنده‌V1(۱۴۰۵)	یک‌میلیاردو۸۸۸	۳میلیاردو۱۰۵	۰	
تاراتومات‌V4(۱۴۰۵)	۲میلیاردو۴۷۰	۴میلیاردو۲۰۰	۰	
تاراتومات‌V4توربو(۱۴۰۵)	۲میلیاردو۷۴۰	۴میلیاردو۳۰۰	۰	
رانا‌پلس(ترمزعقب‌کاسه‌ای)(۱۴۰۵)	یک‌میلیاردو۵۳۵	۲میلیاردو۳۸۰	۰	
رانا‌پلس(ترمزعقب‌دیسکی)(۱۴۰۵)	یک‌میلیاردو۵۸۰	۲میلیاردو۴۱۰	۰	
ری‌را۱,۷لیتر(سردنده‌جدید)(۱۴۰۵)	۳میلیاردو۲۳۰	۵میلیاردو۲۴۰	۰	
وانت‌آریسان(بامانیتور)(۱۴۰۵)	یک‌میلیاردو۶۲۸	۲میلیاردو۱۴۰	۰	

نام خودرو	قیمت کارخانه (میلیون تومان)	قیمت روز بازار (میلیون تومان)	تغییر قیمت (میلیون تومان)	افزایش / کاهش
کی‌ام‌سی X۵ (۱۴۰۵)	۴ میلیارد و ۲۹۳	۵ میلیارد	۰	
کی‌ام‌سی ایگل ۱,۵ لیتر (۱۴۰۵)	۲ میلیارد و ۴۸۲	۲ میلیارد و ۶۰۰	۰	
دیگنیتی پرایم (۱۴۰۴)	۲ میلیارد و ۲۹۲	۴ میلیارد و ۶۰۰	۰	
فیدلیتی الیت تیپ ۱ پنج نفره (۱۴۰۵)	۰	۵ میلیارد و ۵۰۰	۰	
فیدلیتی الیت تیپ ۲ هفت نفره (۱۴۰۵)	۵ میلیارد و ۱۸۰	۵ میلیارد و ۷۰۰	۰	
ریسپکت پرایم تیپ ۲ نیوفیس (۱۴۰۵)	۳ میلیارد و ۹۳۰	۴ میلیارد و ۲۰۰	۰	
هایما X۷ (۱۴۰۵)	۰	۴ میلیارد و ۹۰۰	۰	
هایما S۵ پرو (۱۴۰۵)	۰	۴ میلیارد و ۶۰۰	۰	
هایما S۷ پرو (۱۴۰۵)	۰	۵ میلیارد و ۱۰۰	۰	
لاماری ایما (۱۴۰۵)	۳ میلیارد و ۶۵۰	۵ میلیارد و ۶۰۰	۰	
لاماکو اکو ۱,۵ لیتر توربو (۱۴۰۵)	۴ میلیارد و ۴۴۹	۴ میلیارد و ۴۰۰	۰	
فردا ۵۱۱ (۱۴۰۵)	۰	۲ میلیارد و ۵۰۰	۰	
فردا T۵ پلاس (۱۴۰۴)	۰	۵ میلیارد و ۸۰۰	۰	
لوکانو L۷ (۱۴۰۵)	۶ میلیارد و ۲۱۰	۷ میلیارد	۰	
لوکانو L۸ (۱۴۰۵)	۸ میلیارد و ۴۱۰	۹ میلیارد و ۵۵۰	۰	
تیگارد تیسان S۰۵ (۱۴۰۵)	۳ میلیارد و ۶۶۹	۳ میلیارد و ۸۵۰	۰	
بیجینگ U۵ پلاس (۱۴۰۴)	۰	۳ میلیارد و ۵۵۰	۰	
سانگ‌یانگ موسو گرند خان ساهارا (۱۴۰۵)	۱۱ میلیارد و ۹۹۰	۱۲ میلیارد و ۵۰۰	۰	
سانگ‌یانگ موسو گرند خان سیگنچر (۱۴۰۴)	۱۲ میلیارد و ۹۹۰	۱۱ میلیارد و ۸۵۰	۰	

نام خودرو	قیمت کارخانه (میلیون تومان)	قیمت روز بازار (میلیون تومان)	تغییر قیمت (میلیون تومان)	افزایش / کاهش
چانگان CS۵۵ پلاس ۱,۵ لیتر توربو (۲۰۲۵)	۵میلیاردو۸۱۹	۶میلیاردو۲۰۰	۰	
چانگان UNI-T -توربو۱,۵لیتر(۲۰۲۶)	۶میلیاردو۵۸۰	۷میلیاردو۴۵۰	۰	
کیااسپورتیج۴سیلندر توربو(۲۰۲۵)	۸میلیاردو۷۶۲	۹میلیاردو۵۰۰	۰	
کیاEV۵تیپ۷۲۰(۲۰۲۵)	۹میلیاردو۸۰۰	۹میلیاردو۳۰۰	۰	
کیاK۵توربو۱,۵لیتر(۲۰۲۵)	۸میلیاردو۲۶۳	۱۱میلیاردو۴۰۰	۰	
سوزوکی فرانکس هیبرید(۲۰۲۵)	۵میلیاردو۵۰۰	۶میلیارد	۰	
سوزوکی گراندویتارا هیبرید دودیفرانسیل(۲۰۲۵)	۰	۷میلیاردو۳۰۰	۰	
فولکس CrozzPUREPLUS۴.ID(۲۰۲۵)	۰	۷میلیاردو۶۰۰	۰	
فولکس IDUnix اولترا(۲۰۲۵)	۸میلیاردو۳۰۱	۱۰میلیارد	۰	
فولکس IDUnix پیور(۲۰۲۵)	۶میلیاردو۳۰۰	۸میلیارد	۰	
فولکس تی‌راک ۱,۵ لیتر توربو(۲۰۲۵)	۰	۸میلیاردو۵۰۰	۰	
هیوندای پالیسید ۲,۵ لیتر توربو(۲۰۲۶)	۳۵میلیارد	۳۴میلیاردو۵۰۰	۰	
هیوندای سانتافه توربوتک‌دیفرانسیل(۲۰۲۶)	۱۵میلیارد	۱۵میلیاردو۵۰۰	۰	
هیوندای توسان L(۲۰۲۵)	۹میلیاردو۵۰۰	۹میلیاردو۹۰۰	۰	
هیوندای سوناتا ۱,۵ لیتر توربو(۲۰۲۵)	۹میلیاردو۵۹۰	۱۰میلیارد	۰	
هیوندای النترا ۱,۵ لیتر(۲۰۲۵)	۵میلیاردو۵۰۰	۶میلیاردو۸۰۰	۰	
مزدا۶EZمکس ۱,۵ لیتر(۲۰۲۵)	۸میلیاردو۶۰۰	۱۱میلیارد	۰	
مزدا۶۰EREVEZ(۲۰۲۵)	۸میلیاردو۸۰۰	۱۳میلیاردو۳۰۰	۰	
مزدا۵۰-CX(۲۰۲۵)	۷میلیاردو۷۰۰	۱۳میلیاردو۷۰۰	۰	
میتسوبیشی اکلیپس کراس(۲۰۲۶)	۸میلیاردو۵۹۰	۸میلیاردو۷۰۰	۰	
میتسوبیشی اوتلندر ۲,۵ لیتر(۲۰۲۶)	۱۷میلیارد	۱۸میلیاردو۵۰۰	۰	
نیسان آلتیما(۲۰۲۵)	۰	۸میلیارد	۰	
نیسان پاترول۶سیلندر ۳,۵ لیتر(۲۰۲۶)	۰	۶۵میلیارد	۰	
وویافری(۲۰۲۶)	۱۱میلیاردو۴۹۰	۱۳میلیارد	۰	
هاوال H۹(۲۰۲۶)	۱۰میلیاردو۴۰۵	۱۳میلیاردو۵۰۰	۰	
ولوو AWDS۹۰(۲۰۲۶)	۲۹میلیارد	۳۳میلیارد	۰	
ولوور COREXC۷۰(۲۰۲۶)	۱۵میلیاردو۹۰۰	۲۲میلیارد	۰	

خودروهای مونتاژی
خودروهای ایرانی
خودروهای وارداتی



کشف ۱۲۲ تن روغن پایه صنعتی خارج از شبکه در قم

مدیرکل صنعت، معدن و تجارت قم از کشـــف ۱۲۲ تن روغن‌پایـــه صنعتی برای تولید روغن‌موتور که خارج از شبکه عرضه می‌شد، خبر داد.
به گزارش «ایرنا»، وحید کریمی افزود: «بازرسان این اداره‌کل در جریان طرح تشدید بازرسی، یک واحد تولیدی را که اقدام به عرضه خارج از شـــبکه ۱۲۲ تن روغن‌پایه صنعتی که در تولید روغن‌موتور استفاده می‌شد، شناسایی کرده و مالک آن را به مراجع قضایی معرفی کردند.»
وی ارزش این پرونده را ۱۶۵ میلیارد ریال اعلام کرد و گفت: «پرونده تخلف از طریق سامانه سیمبا برای رسیدگی به اداره کل تعزیرات حکومتی استان قم ارسال شده است.»
این مقام مسئول همچنین با تاکید بر نقش مردم در شناسایی تخلفات بازار گفت: «سامانه ۱۲۴ اداره کل صمت قم در طول سال فعال است و شـــهروندان می‌توانند گزارش‌های خود درباره گران‌فروشی، کم‌فروشی، تقلب، قاچاق کالا، احتکار و سایر تخلفات اقتصادی را از طریق این سامانه اعلام کنند.» درعین حال اخیرا ۲۳ هزار و ۲۷۰ لیتر نفت‌گاز یارانه‌ای نیز به ارزش تقریبی ۴۰ میلیارد ریال در این استان کشف شد.

روانکارهای «کوارتز» برای شبکه نمایندگی‌های قاره سبز به شکل انحصاری تامین می‌شود؛

تمدید قرارداد همکاری «توتال‌انرژی» و «کیا اروپا» تا سال ۲۰۳۱

شرکت توتال‌انرژی (TotalEnergies) و بازوی اروپایی خودروسازی کیا (Kia Europe) با امضای یـــک توافق‌نامه همکاری ۵ ســـاله جدید، اتحاد راهبردی دیرینه خود در حوزه تامین ســـوخت و روانکارهای تخصصی خودرویی را تا پایان ســـال ۲۰۳۱ میلادی تمدید کردند. این قرارداد تازه که در ادامه ۱۵ سال مشارکت مستمر و موفق میان غول یکپارچه انرژی فرانسه و خودروساز پیشرو کره‌ای به امضا رسیده اســـت، تداوم عرضه روانکارهای فوق‌پیشرفته ســـری «کوارتز» (Quartz) را برای تمامی مشتریان و شبکه گسترده نمایندگی‌های رسمی کیا در سراســـر قاره اروپا تضمین می‌کند. این توافق‌نامه فراتر از یک قرارداد تجاری متعارف برای تامین روغن‌موتور، نقشـــه راهی جامع برای انطباق محصـــولات کیا با قوانین ســـخت‌گیرانه زیست‌محیطی اروپا، بهینه‌سازی مصرف سوخت، افزایش طول عمر پیشرانه‌ها و ورود عملی به حوزه اقتصاد چرخشی از طریـــق اجرای «پروژه روغن بازیافتی» به‌شمار می‌رود.



تداوم ۱۵ سال همکاری راهبردی با امضای توافق‌نامه‌فرانکفورت

مراسم رســـمی امضای این توافق‌نامه پنج‌ساله در مقر اروپایی شـــرکت کیا واقع در شـــهر فرانکفورت آلمان برگزار شـــد و طی آن، «شـــورد نیپینگ» مدیر ارشد عملیات (COO) کیا اروپا و «ژان پاریزو» مدیر بخش سازندگان اصلی تجهیزات (OEM) و فروش مرکزی در واحد تجـــاری خودرو توتال‌انـــرژی لوبریفینتس، اسناد تمدید این مشارکت صنعتی را به امضا رساندند. ریشـــه‌های این همـــکاری به ســـال ۲۰۱۱ میلادی بازمی‌گردد؛ زمانی که دو شرکت نخستین توافق‌نامه همکاری جهانی خود را پایه‌گذاری کردند و از آن تاریخ تاکنون، هر پنج سال یک‌بار با ارزیابی دستاوردهای فنی و تجاری، قـــرارداد خود را تمدید کرده‌اند. بر پایه مفاد توافق جدید، برند کیا همچنان روانکارهای توتال‌انرژی را به‌عنوان گزینه پیشـــنهادی و رسمی به مشتریان و نمایندگی‌های مجاز خود در اروپا توصیه خواهد کرد و در مقابل، توتال‌انرژی تامین پایدار روغن‌موتورهای سری کوارتز را برای این شبکه گسترده برعهده خواهد داشت.

نقش روانکارهای پیشرفته کوارتز در کاهش مصرف سوخت و پاس کردن قوانین اروپا

در شرایطی که خودروسازی اروپا تحت نظارت دقیق‌ترین مقررات آلایندگی و بهـــره‌وری انرژی قرار دارد، انتخاب روانکار مهندسی‌شده و مورد تایید خودروساز (OEM) نقشی تعیین‌کننده در عملکرد واقعی موتور ایفا می‌کند. مدیران هـــر دو مجموعه تاکید کرده‌انـــد که در اختیار گذاشتن روانکارهای مبتنی بر فناوری‌های پیشرفته به مشتریان، به محصولات کیا کمک می‌کند تا ضمن انطباق کامل با قوانین سخت‌گیرانه اتحادیه اروپا، استانداردهای اختصاصی داخلی این خودروســـاز را در زمینه کاهش مصرف سوخت و افزایش طول عمر و دوام خودرو محقق سازند. شورد نیپینگ، مدیر ارشد عملیات کیا اروپا، در حاشیه این مراســـم اظهار داشـــت که تمدید شراکت با توتال‌انرژی گامی مهم در راستای تقویت رقابت‌پذیری این برند در بازار اروپا و تضمین رضایت مشـــتریان برای استفاده بلندمدت از خودروهای‌شان محسوب می‌شود. به گفته وی، همکاری نزدیک با توتال‌انرژی به کیا اجازه می‌دهد تا کیفیت خدمات را پیوســـته ارتقا داده، تجربه مالکیت خودرو را بهبود بخشـــد، عملکرد فنی خودرو را تضمیـــن کند و ارزش و اطمینان خاطر بیشـــتری را به مشتریان اروپایی ارائه دهد.

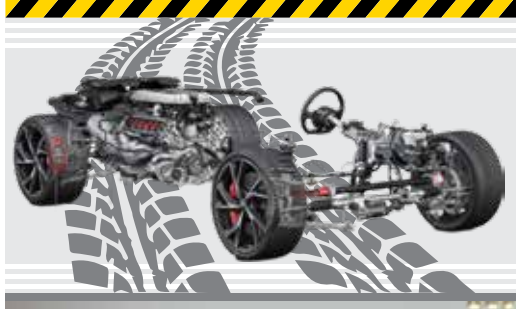
ارتقای رقابت‌پذیری خدمات پس از فروش و توانمندسازی شبکه نمایندگی‌ها

بخش مهمی از دســـتاوردهای این اتحاد ۱۵ ساله، در پیوند میـــان دانش فنی تولید روانکارهـــا با برنامه‌های حمایتی و بازاریابی در شـــبکه خدمـــات پس از فروش خلاصه می‌شـــود. طی یـــک دهه و نیم گذشـــته، این مشـــارکت پشـــتوانه طیف گســـترده‌ای از پروژه‌های مشترک و طرح‌های بازاریابی بوده است که در چارچوب توافق‌نامه جدید تا سال ۲۰۳۱ نیز تداوم خواهند یافت. این برنامه‌ها ابزارهای تخصـــصی و عملیاتی لازم را در اختیار نمایندگی‌هـــای اروپایی کیا قـــرار می‌دهند تا مراقبت‌هـــای پس از فروش را در بالاترین ســـطح ارائه دهند، اســـتانداردهای خدماتی خود را ارتقا بخشـــند و شـــاخص‌های رضایت مشـــتریان را بهبود دهند. ژان پاریزو، مدیر بخش OEM در توتال‌انرژی لوبریفینتس نیز این تمدید قرارداد را فراتر از ادامه ۱۵ سال همکاری موفق دانست و آن را تعهدی مشترک برای شکل دادن به فصل بعدی جابه‌جایی و حمل‌ونقل توصیف کرد. وی تصریح کرد که ترکیب پیشـــگامی کیا در فناوری‌های پیشـــرفته خودرویی با تخصـــص توتال‌انرژی در تولید روانکارها و سیالات با عملکرد بالا، موجب توانمندسازی نمایندگی‌هـــای کیا، ارتقای تجربـــه مالکیت خودرو و ارائه راهکارهای ممتاز و آماده برای آینده به مشتریان بیشتری در سراسر اروپا خواهد شد.



تکنولوژی فرمان برقی «آئودی R8»؛ دقت مهندسی در سرعت‌های بالا

آئودی R8 به سیستم فرمان الکترومکانیکی Electromechanical Power Steering مجهز شده است که برخلاف سامانه‌های هیدرولیکی، برای تامین نیروی کمکی فرمان از موتور الکتریکی استفاده می‌کند. این فناوری علاوه‌بر کاهش وابستگی به پمپ هیدرولیک و اتلاف انرژی ناشی از آن، امکان تنظیم میزان نیروی کمکی متناسب با سرعت خودرو را فراهم می‌کند. در نسل دوم R8، سیستم فرمان از نوع دنده‌شانه‌ای و پینیونی است و به‌صورت استاندارد با نیروی کمکی متغیر وابسته به سرعت فعالیت می‌کند. نکته مهم‌تر، امکان سفارش سیستم Dynamic Steering است که با استفاده از مجموعه چرخ‌دنده‌های فوقانی، نسبت فرمان را متناسب با شرایط رانندگی تغییر می‌دهد. این نسبت در برخی نسخه‌ها بین ۱۰٫۵ به یک تا ۱۵٫۸ به یک قابل تنظیم است. در سرعت‌های پایین، فرمان پذیری راحت‌تر شده و راننده برای مانور و پارک به چرخش کمتری در غربیلک فرمان نیاز دارد؛ در مقابل، هنگام حرکت با سرعت بالا، عملکرد فرمان آرام‌تر و پایدارتر می‌شود. همچنین سامانه Audi Drive Select با تنظیم ویژگی‌های فرمان در حالت‌های مختلف رانندگی، به بهبود ارتباط راننده با سطح جاده و افزایش دقت هندلینگ کمک می‌کند.



پیشکسوتان فوتبال ایران در رویدادی با محوریت مسئولیت اجتماعی، تجلیل از چهره‌های ماندگار ورزش و حمایت از ارزش‌های انسانی گردهم آمدند؛

«فوتبال برای زندگی»؛ پیوند ماندگار ورزش، همدلی و مسئولیت اجتماعی با حمایت گروه «آرین»



رویداد خیریه «فوتبال برای زندگی» روز جمعه ۲۲ آبان‌ماه ۱۴۰۵، با حمایت گروه آرین و با حضور جمعی از مدیران ارشد این مجموعه، پیشکسوتان فوتبال ایران، پرسنل گروه آرین و با همراهی رسانه‌های مطرح برگزار شد.

این رویداد در راستای تعهد گروه آرین به ایفای مسئولیت‌های اجتماعی و با هدف بهره‌گیری از ظرفیت اثرگذار ورزش در ترویج فرهنگ همدلی، حمایت از اقدامات انسان‌دوستانه و پاسداشت جایگاه چهره‌های ماندگار فوتبال کشور برنامه‌ریزی شد.

«فوتبال برای زندگی» فراتر از یک رقابت ورزشی، فرصتی برای گردهمایی نسل‌های مختلف فوتبال ایران و همراهی خانواده بزرگ گروه آرین در مسیری مشترک با محوریت مسئولیت‌پذیری اجتماعی بود.

آغاز رویداد با گردهمایی مدیران گروه آرین و پیشکسوتان فوتبال ایران

برنامه‌های این رویداد از صبح روز جمعه با برگزاری نشستی ویژه در هتل المپیک تهران آغاز شد؛ نشستی که با حضور مدیران ارشد گروه آرین و جمعی از ستارگان و پیشکسوتان پرافتخار تیم ملی فوتبال ایران و بازیکنان استقلال اهواز، در فضایی صمیمانه و به‌منظور تجلیل از چهره‌های ماندگار ورزش کشور برگزار شد.

این گردهمایی که با صرف صبحانه همراه بود، فرصتی برای دیدار و گفت‌وگوی مستقیم مدیران مجموعه با پیشکسوتان فوتبال و تبادل دیدگاه پیرامون نقش ورزش در تقویت همبستگی اجتماعی و توسعه فعالیت‌های انسان‌دوستانه فراهم آورد.

از دیگر بخش‌های شاخص این نشست، قدردانی از پیشکسوتان، به‌ویژه ابراهیم تهامی بود. در این قسمت از رویداد، به رسم یادبود هدایایی به پیشکسوتان حاضر اهدا شد.

در این بخش، سخنان پیشکسوتان فوتبال، مدیر مارکتینگ و مدیرعامل گروه خودروهای سواری آرین، بر اهمیت حفظ و پاسداشت جایگاه پیشکسوتان به‌عنوان سرمایه‌های ارزشمند ورزش کشور متمرکز بود. همچنین، نقش فوتبال فراتر از یک فعالیت ورزشی و ظرفیت آن برای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی، ایجاد همبستگی و کمک به گروه‌های نیازمند مورد تاکید قرار گرفت. حاضران در این نشست، با اشاره به اهمیت مشارکت و حمایت بخش خصوصی، بر ضرورت همراهی بنگاه‌های اقتصادی با فعالیت‌های خیریه و استفاده از ظرفیت‌های اجتماعی و فرهنگی فوتبال برای گسترش اقدامات عام‌المنفعه تاکید کردند. این نشست، مقدمه‌ای برای ادامه برنامه‌های روز و حضور مشترک مدیران و پیشکسوتان در مسابقه خیریه «فوتبال برای زندگی» بود.

گردهمایی خانواده بزرگ گروه آرین در کنار ستارگان فوتبال ایران

در ادامه برنامه، حاضران راهی ورزشگاه راه‌آهن شدند تا مسابقه دوستانه میان پیشکسوتان تیم ملی فوتبال ایران در جام جهانی ۱۹۹۸ و تیم استقلال اهواز را دنبال کنند.

این مسابقه با همراهی پرسنل گروه آرین، جمعی از مدیران مجموعه و حضور نمایندگان رسانه‌های معتبر خودرویی، ورزشی، اقتصادی و سیاسی به بستری برای تعامل میان ورزش، صنعت و فعالیت‌های اجتماعی تبدیل شد.

حضور پرسنل شرکت‌های زیرمجموعه گروه آرین در کنار مدیران و پیشکسوتان فوتبال، از جلوه‌های شاخص این گردهمایی بود؛ حضوری که بر اهمیت مشارکت جمعی و نقش سرمایه انسانی سازمان در همراهی با برنامه‌های مسئولیت اجتماعی تاکید داشت.

بیش از ۲۵۰ نفر از کارکنان مجموعه و ۶۰ خبرنگار حاضر در ورزشگاه راه‌آهن، با در دست داشتن پرچم‌های رنگی با نشان‌های «فوتبال برای زندگی»، «آرین»، «لاماری» و «آرینا درایو»، جلوه‌ای ویژه به سکوهای ورزشگاه بخشیده بودند.





ادای احترام به چهره‌های ماندگار فوتبال ایران

بخش مهمی از مراسم «فوتبال برای زندگی» به گرامیداشت یاد و خاطره چهره‌های فقید فوتبال کشور اختصاص داشت.

در آغاز مسابقه، بازیکنان و داوران با بازوبندهای مشکی وارد زمین شدند و حاضران با رعایت یک دقیقه سکوت، یاد دو تن از چهره‌های درگذشته فوتبال ایران در هفته اخیر، مرحوم حمید علیدوستی و مرحوم حسن حبیبی را گرامی داشتند.

همچنین، در کنار زمین مسابقه، جایگاه یادبودی با تصاویری از این دو چهره فقید تدارک دیده شده بود. بازیکنان دو تیم نیز با قرار دادن شاخه‌گل‌هایی در کنار تصاویر این دو مرحوم، یاد و خاطره آن‌ها را گرامی داشتند و به آن‌ها ادای احترام کردند؛ اقدامی نمادین برای گرامیداشت یاد و خاطره آن‌ها و ادای احترام به میراث ورزشی و جایگاه ماندگارشان در تاریخ فوتبال کشور.

در دقیقه یازدهم مسابقه نیز، به نشانه شماره پیراهن حمید علیدوستی، مراسمی نمادین با همراهی و تشویق حاضران برگزار شد.

این بخش از برنامه با هدف پاسداشت خاطره و خدمات چهره‌هایی طراحی شده بود که نام و یاد آن‌ها بخشی از هویت و تاریخ فوتبال ایران به‌شمار می‌رود.

حضور تیم‌های فوتبال افراد دارای سندرم داون؛ جلوه‌ای از مشارکت و فرصت برابر

یکی از بخش‌های ویژه و معنادار رویداد «فوتبال برای زندگی»، برگزاری مسابقه‌ای افتخاری میان تیم‌های متشکل از افراد دارای سندرم داون در فاصله میان دو نیمه مسابقه اصلی بود.

این برنامه با هدف تاکید بر اهمیت مشارکت اجتماعی، فرصت برابر برای حضور در فعالیت‌های ورزشی و تقویت نگاه فراگیر به ورزش برگزار شد.

حضور این ورزشکاران در زمین مسابقه، جلوه‌ای از ظرفیت فوتبال برای گردهم‌آوردن افراد با توانایی‌ها و شرایط متفاوت بود؛ پیامی که با رویکرد انسان‌محور و اهداف اجتماعی «فوتبال برای زندگی» هم‌راستا بود.

تلفیق هنر و صنعت خودرو در حاشیه مسابقه

در بخش دیگری از این رویداد، بانوی هنرمند دارای معلولیت که میهمان افتخاری مراسم بود، تابلویی با طرح نقشه ایران و نشان تجاری لاماری را به مدیرعامل گروه خودروهای سواری آرین اهدا کرد.

فوتبال برای امید؛ رویکرد اجتماعی گروه آرین

رویداد «فوتبال برای زندگی» در چارچوب فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی گروه آرین و با هدف حمایت از آزادی دو زندانی محکوم به قصاص از مسیر قانونی و جلب حمایت برای تامین هزینه‌های درمان جناب آقای ابراهیم تهامی، از پیشکسوتان تیم استقلال اهواز برنامه‌ریزی شد.

انتخاب فوتبال به‌عنوان محور این رویداد، با توجه به جایگاه اجتماعی این ورزش و ظرفیت آن برای جلب مشارکت عمومی، بستری برای پیوند میان مسئولیت‌پذیری سازمانی و فعالیت‌های انسان‌دوستانه فراهم کرد.

همراهی پیشکسوتان فوتبال ایران، حضور پرسنل و مدیران گروه آرین و مشارکت جامعه رسانه‌ای، ابعاد متفاوت این رویکرد را در قالب یک رویداد مشترک به نمایش گذاشت

همراهی رسانه‌ها در بازتاب پیام «فوتبال برای زندگی»

حضور نمایندگان رسانه‌های معتبر ورزشی، خودرویی، اقتصادی و سیاسی و پوشش بخش‌های مختلف مراسم، نقش مهمی در انعکاس اهداف و پیام اجتماعی این رویداد داشت.

از گردهمایی صبحگاهی مدیران و پیشکسوتان در هتل المپیک تا برگزاری مسابقه فوتبال، برنامه‌های یادبود و حضور ورزشکاران دارای سندرم داون و هنرمند دارای معلولیت، این رویداد مجموعه‌ای متنوع از برنامه‌های ورزشی، فرهنگی و اجتماعی را دربر گرفت. تنوع این بخش‌ها، علاوه‌بر ایجاد فرصت برای تعامل و هم‌افزایی میان چهره‌های ورزشی و مدیران، زمینه مناسبی برای بازتاب رسانه‌ای ابعاد مختلف رویداد و تولید محتوای خبری و تصویری فراهم کرد.

فراتر از ۹۰ دقیقه؛ تداوم یک مسئولیت اجتماعی

«فوتبال برای زندگی» تلاشی برای به‌کارگیری ظرفیت ورزش در خدمت اهداف انسانی و اجتماعی بود؛ رویدادی که در آن، رقابت ورزشی در کنار تجلیل از پیشکسوتان، تکریم یاد درگذشتگان، توجه به توانمندی‌های افراد دارای معلولیت و حمایت از اقدامات خیریه قرار گرفت.

گروه آرین با حمایت از این برنامه، بر اهمیت نقش بنگاه‌های اقتصادی در مشارکت فعال و مسئولانه در مسائل اجتماعی تاکید کرد؛ رویکردی که مسئولیت اجتماعی را فراتر از یک فعالیت مقطعی و در پیوند با ارزش‌های انسانی و مشارکت جمعی تعریف می‌کند.

«فوتبال برای زندگی» جلوه‌ای از پیوند ورزش و مسئولیت اجتماعی بود؛ رویدادی که با تکیه بر ظرفیت همبستگی‌آفرین فوتبال، بستری برای پاسداشت ارزش‌های انسانی، ترویج فرهنگ همدلی و تحقق اهداف انسان‌دوستانه فراهم آورد.



کشف ۱۰ هزار حلقه لاستیک قاچاق در قم

مدیرکل صنعت، معدن و تجارت قم از کشف و توقیف ۱۰ هزار حلقه لاستیک سبک و سنگین به ارزش ۸۰۰ میلیارد ریال در جریان بازرسی از سه انبار در استان خبر داد.
وحید کریمی با اعلام این خبر اظهار کرد: «این محموله در جریان طرح تشدید نظارت و بازرسی و طی گشت مشترک با حضور بازرسان صمت، نیروهای اطلاعات سپاه، تعزیرات حکومتی و یگان تکاوری کشف و توقیف شد.» مدیرکل صنعت، معدن و تجارت قم افزود: «در بازرسی از سه انبار، ۱۰ هزار حلقه انواع لاستیک ایرانی و خارجی سبک و سنگین، کامیونی و کشاورزی شناسایی شد که به‌دلیل ثبت‌نشدن کالاها در سامانه جامع انبارها، تخلف موضوع تبصره ۴ ماده ۱۸ قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز برای آن‌ها اعمال شد.» کریمی با اشاره به این‌که هر سه انبار متعلق به یک شخص حقیقی بوده است، تصریح کرد: «با دستور معاون قضایی تعزیرات حکومتی استان، کالاهای مکشوفه به انبار اداره کل جمع‌آوری و فروش اموال تملیکی استان تحویل شد و پرونده‌های مربوط نیز از طریق سامانه سیمبا به اداره کل تعزیرات حکومتی قم ارسال شده است.» به گزارش «ایسنا» سامانه ۱۲۴ این اداره کل به‌صورت مستمر آماده دریافت گزارش‌های مردمی درباره تخلفاتی از جمله گران‌فروشی، درج نکردن قیمت، کم‌فروشی، تقلب، قاچاق کالا و احتکار است.

بازخوانی یک قاعده سنتی در عصر پلیمرهای نوین و نانوسیلیکا؛

تایرهای کم‌کارکرد پس از ۵ سال به بمب ساعتی بدل می‌شوند!



سهیل سیاوشی
s.siavashi@autoworld.ir

قانون سنتی تعویض ۵ ساله تایر، یکی از شناخته‌شده‌ترین و مناقشه‌برانگیزترین آموزه‌های حوزه ایمنی و نگهداری خودرو در سراسر جهان به‌شمار می‌رود؛ قاعده‌ای که به رانندگان توصیه می‌کند بدون توجه به میزان پیمایش خودرو و حتی با وجود باقی ماندن عمق آج استاندارد، پس از گذشت نیم‌دهه از تاریخ تولید، نسبت به تعویض تایر اقدام کنند. با این حال، در سال‌های اخیر و هم‌زمان با جهش چشمگیر در فناوری سنتز پلیمرها، بهره‌گیری از آمیزه‌های سیلیکای پیشرفته و ارتقای چشمگیر مقاومت ساختاری منجید و تسمه‌های فولادی، این پرسش بنیادین در میان کارشناسان و مصرف‌کنندگان شکل گرفته است که آیا این سقف زمانی همچنان مبنایی علمی دارد یا صرفا توصیه‌ای محافظه‌کارانه برای ترغیب بازار به خریدهای مکرر است؟ ارزیابی‌های مهندسی نشان می‌دهند که اگرچه مرزهای انعطاف‌پذیری کائوچو جابه‌جا شده و در شرایط ایده‌آل می‌توان طول عمر بالاتری را انتظار داشت، اما فرسودگی ساختاری و شیمیایی تایر در گذر زمان پدیده‌ای کاملا ملموس است که نادیده گرفتن آن عواقب فاجعه‌باری به همراه دارد.

سازوکار تخریب حرارتی-اکسیداتیو؛ فرسایش خاموش پلیمرها در گذر زمان

علت اصلی که تایرسازان را به تعیین ضرب‌الاجل‌های زمانی وادار می‌سازد، تغییرات ساختاری در سطح مولکولی لاستیک است. فرآیند تولید تایر بر پایه ولکانیزاسیون و پخت ترکیبات کائوچوی طبیعی و سنتزی به‌همراه گوگرد و دوده استوار است؛ پیوندهایی شیمیایی که با گذشت زمان و در مجاورت اکسیژن محیط دستخوش پدیده‌ای به‌نام «تخریب حرارتی-اکسیداتیو» می‌شوند. در این فرآیند، نفوذ مداوم مولکول‌های اکسیژن به درون ماتریکس پلیمری، زنجیره‌های انعطاف‌پذیر لاستیک را شکسته و ساختار ارتجاعی آن را سخت و شکننده می‌کند. این فرسایش در مراحل نخست به شکل ترک‌های بسیار ریز و میکروسکوپی در عمق لایه‌ها رخ می‌دهد، اما به مرور زمان به سطح دیواره‌ها و شیارهای آج سرایت می‌کند. با سخت‌شدن کائوچو، چسبندگی خودرو به سطح جاده به شکل چشمگیری افت کرده و خطر پوسته شدن لایه‌ها یا ترکیدگی ناگهانی تایر در فشارهای دینامیکی به اوج می‌رسد.

کاتالیزورهای محیطی؛ از حرارت سوزان تا فشار باد نامناسب

شتاب زوال شیمیایی لاستیک در تمامی شرایط یکسان نیست و عوامل محیطی متعددی می‌توانند این فرآیند را تسریع کنند. اقلیم‌های گرمسیری، تابش مداوم پرتوهای فرابنفش خورشید و رانندگی روی آسفالت داغ، ضرب‌آهنگ شکست زنجیره‌های پلیمری را دوچندان می‌کند؛ به‌طوری که تایرهای تحت تابش آفتاب مستقیم، بسیار زودتر از تایرهای مناطق سردسیر دچار خستگی و ترک می‌شوند. افزون بر شرایط اقلیمی، تنظیم نبودن فشار باد نیز اثر مخربی بر طول عمر ساختاری دارد. حرکت با باد کمتر از حد استاندارد سبب تغییر شکل پیوسته و خمش شدید دیواره تایر شده و دمای درونی آن را به شدت بالا می‌برد؛ گرمایی مخرب که به مثابه یک فرآیند پخت ناخواسته عمل کرده و تخریب درونی بافت لاستیک را تشدید می‌کند. تماس مداوم با رطوبت، نمک‌های جاده‌ای مورد استفاده در زمستان و گازهای خورنده صنعتی نظیر ازن نیز عمر مفید دیواره‌ها را کوتاه‌تر می‌سازند.



معمای زاپاس‌های دست‌نخورده؛ پیر شدن تایر در تاریکی صندوق عقب

یکی از خطرناک‌ترین باورهای رایج میان مالکان خودرو این است که تایر کم‌کارکرد یا زاپاس بدون استفاده، همواره در شرایط نو باقی می‌ماند. حقیقت مهندسی این است که ترکیبات لاستیکی حتی در شرایط سکون کامل در تاریکی انبار یا محفظه صندوق عقب نیز فرایند پیر شدن را متوقف نمی‌کنند؛ هرچند سرعت این واکنش کمتر از تایر زیر خودرو است. وضعیت در خودروهایی که چرخ زاپاس آن‌ها به‌صورت آویزان در زیر شاسی یا نصب‌شده روی در عقب تعبیه شده، بسیار وخیم‌تر است؛ زیرا این چرخ‌ها بدونَ کارکرد مکانیکی، پیوسته در معرض باران، آلودگی‌های شیمیایی، دوده اگزوز و گردوغبار قرار دارند. گزارش‌های سوانح جاده‌ای بارها نشان داده‌اند که رانندگان هنگام پنچری، زاپاسی هفت یا هشت‌ساله باظاهر آج بی‌نقص را به کار گرفته‌اند و تایر به محض مواجهه با بار محوری و سرعت‌های اتوبانی، به‌دلیل از دست‌رفتن انسجام ساختاری دیواره دچار متلاشی شدن ناگهانی شده است.

تله خریدهای پرریسک؛ شناسنامه ۴ رقمی DOT و لاستیک‌های رسوبی

هنگام تهیه تایر جدید، وجود روکش نایلونی و برچسب‌های براق کارخانه هرگز به معنای تازه بودن فرآورده نیست. زنجیره تامین تایر همواره با لاستیک‌های رسوب‌کرده در انبارها مواجه است که فروشندگان برای رهایی از زیان، آن‌ها را به‌عنوان تایر نو به بازار تزریق می‌کنند. برای جلوگیری از این تله تجاری، رانندگان باید شناسه چهاررقمی حک‌شده روی دیواره تایر پس از عبارت DOT را به‌دقت بررسی کنند. دو رقم نخست نشان‌دهنده هفته ساخت و دو رقم دوم بازتاب‌دهنده سال میلادی تولید هستند. خرید تایری که بیش از یک سال از زمان خروج آن از خط تولید سپری شده باشد، به معنای از دست رفتن بخش مهمی از سال‌های ایمن کارکرد آن پیش از نصب زیر خودرو است؛ موضوعی که در صورت الزام به خرید، باید با تخفیف‌های قیمتی چشمگیر توسط فروشنده جبران شود.

موضع رسمی تایرسازان؛ خط قرمز ۱۰ ساله میشلن و کونتیننتال

بزرگ‌ترین برندهای تایرسازی دنیا نظیر میشلن، کونتیننتال و پیرلی رویکردی چندمرحله‌ای نسبت به سن تایر اتخاذ کرده‌اند. میشلن رسما توصیه می‌کند که تایرها پس از رسیدن به سن ۵ سالگی، دست‌کم یک بار در سال توسط متخصصان مجرب ارزیابی شوند. تایرسازان بازه زمانی ۶ تا ۸ سال را دوره ریسک‌فزاینده نام‌گذاری کرده‌اند که معاینات در آن باید به‌سالی دوبار افزایش یابد. درنهایت، صرف‌نظر از میزان آج باقی‌مانده و سلامت ظاهری، مرز ۱۰ سالگی به‌عنوان خط قرمز مطلق و پایان عمر قطعی تایر شناخته شده و تعویض آن اجباری است. در این بررسی‌های فنی، تکنسین‌ها افزون بر عمق آج، محیط شانه، محل درگیری طوقه با رینگ و دیواره جانبی تایر را برای ردیابی هرگونه برآمدگی، گسستگی سیم‌ها و ریز ترک‌های طولی مورد ارزیابی دقیق قرار می‌دهند.

پارادوکس کارکرد و زمان در خودروهای کم‌پیمایش

نگرانی‌های ناشی از قانون ۵ ساله عموما برای رانندگان با پیمایش‌های بالای سالانه مصداق پیدا نمی‌کند؛ زیرا این دسته از رانندگان با کارکردهای متداول سالانه ۲۰ تا ۳۰ هزار کیلومتر، آج تایر را در همان سال‌های سوم یا چهارم مصرف کرده و ناچار به تعویض می‌شوند. مخاطب واقعی این هشدارها، مالکان خودروهای خانوادگی یا اتومبیل‌های دوم هستند که سالانه کمتر از ۸ هزار کیلومتر پیمایش ثبت می‌کنند. در این قبیل وسایل‌نقلیه، فرسودگی ظاهر آج سالم، راننده را به اشتباه می‌اندازد؛ غافل از این‌که لاستیک به‌دلیل خشکی مفرط، خواص ارتجاعی و قدرت چنگ‌زنی خود را از دست داده و در مانورهای اضطراری یا جاده‌های بارانی، خط ترمز بسیار طولانی‌تری را ثبت خواهد کرد. از این رو، قانون پنج‌ساله اگرچه پایان حیات یک تایر مدرن و باکیفیت نیست، اما مرز مشخصی برای ورود به دوران نظارت دقیق و احتیاط حداکثری به‌شمار می‌رود.

کویر تایر (ایران)	گل تایر	مدل	سایز تایر (میلی‌متر)	قطر رینگ (اینچ)	فاق تایر	وزن قابل تحمل (کیلوگرم)	حداکثر سرعت (کیلومتر بر ساعت)	قیمت بازار تهران (یک جفت- ریال)	خودرو پیشنهادی
	KB12 و 26		165/65R13	۱۳	۶۵	۴۱۲	۱۹۰	۲۴,۸۰۰,۰۰۰	ام وی ام ۱۱۰-ساپیا ۱۳۱-ساپیا ۱۳۲
	KB2000		175/60R13	۱۳	۶۰	۴۱۲	۲۱۰	۲۶,۰۰۰,۰۰۰	انواع پراید
	KB14و36		175/70R13	۱۳	۷۰	۴۷۵	۱۹۰	۲۸,۰۰۰,۰۰۰	پیکان-ریو-تیبا
	KB88		185/60R14	۱۴	۶۰	۴۷۵	۲۱۰	۲۶,۰۰۰,۰۰۰	تیبا ۲
	KB27و22		185/65R14	۱۴	۶۵	۵۳۰	۲۱۰	۲۷,۴۰۰,۰۰۰	پژو ۲۰۶-پژو ۴۰۵-پرشیا
	KB27و22		185/65R15	۱۵	۶۵	۵۶۰	۲۱۰	۲۸,۱۰۰,۰۰۰	سمند-تندر ۹۰-دنا-ساندرو-ساندرواستپ وی-زانتیا
	KB77و44		205/60R14	۱۴	۶۰	۵۶۰	۲۱۰	۳۱,۸۰۰,۰۰۰	اسپرت انواع پژو
	KB77		205/60R15	۱۵	۶۰	۶۱۵	۲۱۰	۳۱,۸۰۰,۰۰۰	اسپرت سمند-تندر ۹۰-دنا-ساندرو-ساندرواستپ وی
	KB44		205/50R16	۱۶	۵۰	۵۴۵	۲۴۰	۳۷,۴۰۰,۰۰۰	دانگ فنگ H۳۰ کراس-دنا پلاس توربو
	KB55		205/55R16	۱۶	۵۵	۶۱۵	۲۴۰	۴۰,۵۰۰,۰۰۰	مگان-سراتو-جک S۳-چری X۲۲-تویوتا یاریس
	KB66		215/65R16	۱۶	۶۵	۸۵۰	۲۱۰	۵۷,۰۰۰,۰۰۰	لیفان X۶۰-ام وی ام X۳۳
	KB55		205/50R17	۱۷	۵۰	۵۸۰	۲۴۰	۴۳,۵۰۰,۰۰۰	آریزو ۵ و ۶-آریا
	KB57		215/55R17	۱۷	۵۵	۶۷۰	۲۷۰	۴۳,۷۰۰,۰۰۰	تویوتا کمری-سوناتا
	KB66		215/60R17	۱۷	۶۰	۷۱۰	۲۱۰	۶۴,۹۰۰,۰۰۰	ام وی ام X۳۳S-هایما S۵ - خودرو فردا SX۵
	KB200		215/50R17	۱۷	۵۰	۶۱۵	۲۷۰	۵۵,۹۰۰,۰۰۰	چانگان-سراتو
	KB700		225/65R17	۱۷	۶۵	۸۵۰	۲۱۰	۶۱,۱۰۰,۰۰۰	تیگو۵-سوزوکی ویتارا-BYD S۶
	KB700		235/65R17	۱۷	۶۵	۹۰۰	۲۱۰	۶۱,۶۰۰,۰۰۰	هایما SV
	KB444		245/70R17	۱۷	۶۵	۱,۰۶۰	۱۸۰	۸۵,۷۰۰,۰۰۰	زاگرس-صحرا
	KB900		265/65R17	۱۸	۴۵	۱,۱۲۰	۲۱۰	۸۷,۶۰۰,۰۰۰	پرادو-پیکاپ فوتون-آسنا (آمیکو)
	KB909		285/70R17	۱۸	۵۵	۱,۲۸۵	۱۹۰	۱۱۰,۳۰۰,۰۰۰	پیکاپ G۹
	KB200		215/45ZR18	۱۸	۵۵	۶۵۰	۲۷۰	۵۵,۲۰۰,۰۰۰	تیوولی
	KB300		215/55R18	۱۸	۵۵	۶۹۰	۲۷۰	۶۰,۵۰۰,۰۰۰	فونیکس FX-ری را-خودرو فردا T۵-سوبا M۴
	KB500		225/55R18	۱۸	۶۰	۷۵۰	۲۴۰	۵۹,۰۰۰,۰۰۰	جک S۵-توسان-کوراندو
	KB800		235/55R18	۱۸	۶۰	۸۰۰	۲۱۰	۶۶,۳۰۰,۰۰۰	اسپورتیج-دیگنیتی
	KB700		225/60R18	۱۸	۶۰	۸۰۰	۲۱۰	۶۱,۴۰۰,۰۰۰	تیگو۷-ب ام وایکس ۳ (۲۰۲۰-۲۰۱۷)-رنو کولیوس-SWM
	KB700		235/60R18	۱۸	۶۰	۸۷۵	۲۱۰	۶۴,۶۰۰,۰۰۰	سانتافه-اسپورتیج-هیوندای IX۵۵-لکسوس
	KB900		265/60R18	۱۸	۶۰	۱,۰۶۰	۲۱۰	۸۸,۵۰۰,۰۰۰	پیکاپ تویوتا-T۸ (کرمان خودرو)
	KB700		225/55R19	۱۹	۵۵	۸۲۵	۲۴۰	۶۷,۱۰۰,۰۰۰	هایما S۸-اکستریم LX
	KB800		R19 235/50	۱۹	۵۰	۷۷۵	۲۷۰	۶۵,۲۰۰,۰۰۰	Plug ۸ Tiggo
	KB700		R19 235/55	۱۹	۵۵	۸۲۵	۲۴۰	۶۷,۲۰۰,۰۰۰	سانتافه نیو-لکسوس RX-تویوتا راو ۴-سورنتو SX
	KB545		ZR20 245/45	۲۰	۴۵	۸۷۵	۲۷۰	۶۳,۸۰۰,۰۰۰	اکستریم TXL
	KB570		ZR20 245/50	۲۰	۵۰	۸۵۰	۲۷۰	۶۴,۸۰۰,۰۰۰	اکستریم VX
	KB555		ZR20 255/45	۲۰	۴۵	۸۲۵	۲۷۰	۷۳,۵۰۰,۰۰۰	فیدلیتی-رکستون

چرا «کونتیننتال» مورد اعتماد است؟

کمپانی آلمانی کونتیننتال (Continental) یکی از تولیدکنندگان مطرح تایر در جهان است که کیفیت ساخت، ایمنی و دوام محصولات را در اولویت فعالیت‌های مهندسی خود قرار داده است. یکی از ویژگی‌های مهم تایرهای این برند، استفاده از ترکیبات لاستیکی مهندسی‌شده، لایه‌های تقویت‌کننده فولادی و الیاف نساجی است که با هدف افزایش چسبندگی، پایداری و مقاومت در برابر سایش توسعه یافته‌اند. فرآیند تولید تایر در کونتیننتال شامل مراحل متعددی از ترکیب مواداولیه و ساخت اجزا تا مونتاژ، ولکانیزاسیون و کنترل نهایی کیفیت است. هر تایر پس از تولید، تحت بازرسی‌های ظاهری، تصویربرداری با اشعه ایکس و بررسی یکنواختی ساختاری قرار می‌گیرد تا عیوب احتمالی شناسایی شوند. نکته قابل توجه، گستردگی آزمایش‌های این شرکت است؛ کونتیننتال اعلام کرده که سالانه حدود ۲۵ میلیون کیلومتر آزمون توسعه‌ای برای مدل‌های جدید تایر انجام می‌دهد. این آزمایش‌ها عملکرد ترمزگیری در مسیرهای خشک و خیس، میزان سایش، صدای غلتشی و مقاومت حرکتی را ارزیابی می‌کنند. چنین رویکردی در کنار توسعه فناوری‌های جدید، به بهبود دوام و قابلیت اطمینان تایرها کمک می‌کند؛ هرچند عمر مفید هر تایر به شرایط استفاده و نگهداری نیز وابسته است.



چین همچنان بزرگ‌ترین تولیدکننده باتری خودروهای برقی خواهد بود؟

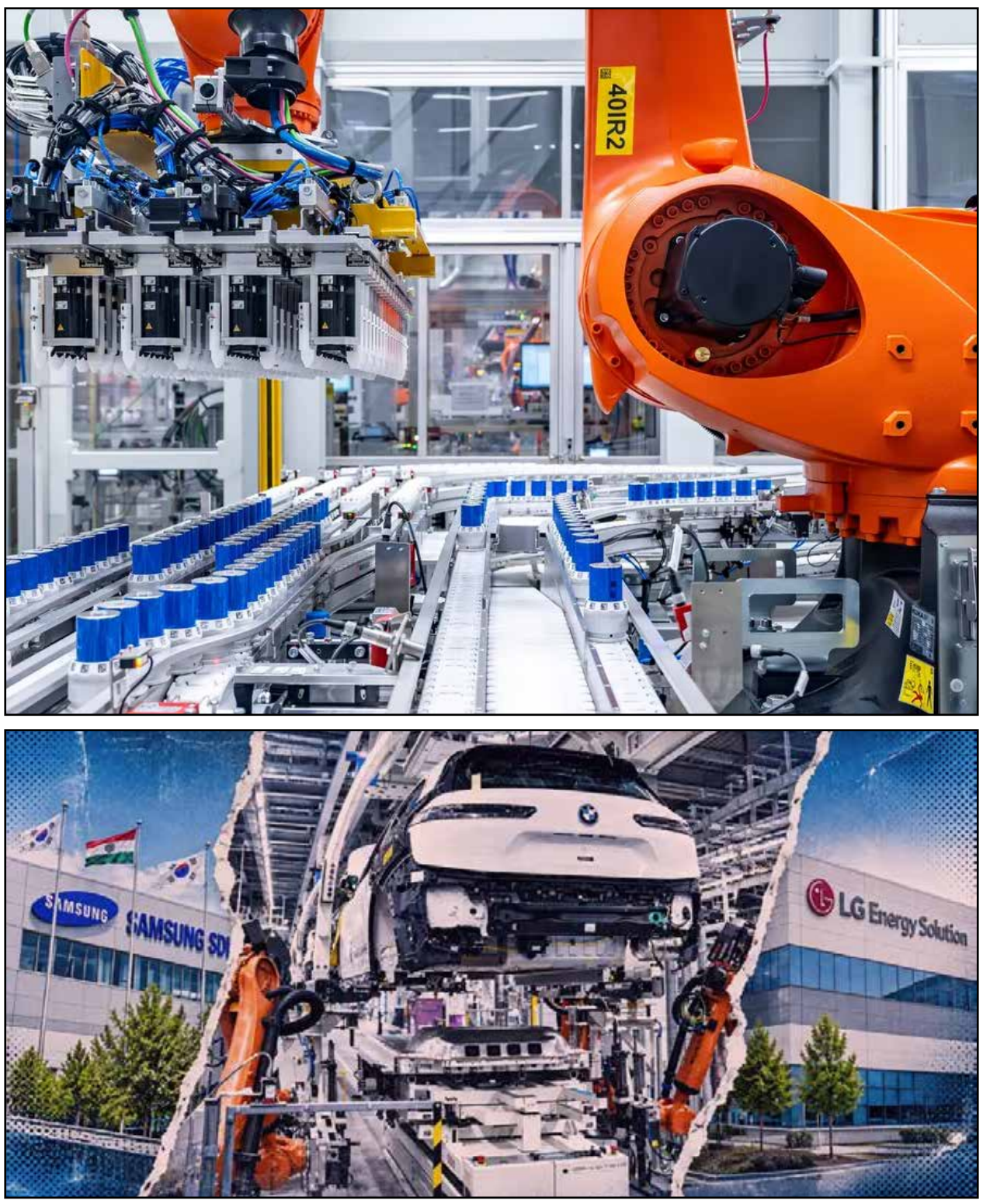
زنجیره‌تامین باتری تحت‌تاثیر برنامه جدید «ب‌ام‌و»

خودروسازان اروپایی و آمریکایی تلاش می‌کنند با سرمایه‌گذاری منطقه‌ای و همکاری با شرکت‌های آسیایی، وابستگی‌های پرمخاطره خود را کاهش دهند



میترا شهبازی
m.shahbazi@autoworld.ir

تغییر راهبرد تامین باتری ب‌ام‌و با ورود سامسونگ اس‌دی‌آی و ال‌جی انرژی سولوشن به شبکه تامین سلول‌های نسل ششم، نشان می‌دهد رقابت در صنعت خودروهای برقی از مرحله توسعه محصول فراتر رفته و به مدیریت زنجیره‌تامین، امنیت مواداولیه، بومی‌سازی تولید و کاهش مخاطرات سیاسی و تجاری رسیده است؛ مسیری که در آن، خودروسازان بزرگ تلاش می‌کنند فاصله میان تولیدکننده باتری و کارخانه خودروسازی را به حداقل برسانند. صنعت خودرو جهان درحال تجربه تغییر مهمی در تعریف مزیت رقابتی است. در گذشته، توان مهندسی، کیفیت محصول، ظرفیت تولید و شبکه فروش از مهم‌ترین عوامل موفقیت خودروسازان به‌شمار می‌رفتند؛ اما با گسترش خودروهای برقی، زنجیره‌تامین باتری به یکی از تعیین‌کننده‌ترین بخش‌های رقابت تبدیل شده است. باتری نه‌تنها بخش قابل‌توجهی از هزینه تمام‌شده خودروهای الکتریکی را تشکیل می‌دهد، بلکه بر پیمایش، سرعت شارژ، وزن، ایمنی و حتی ارزش اقتصادی محصول در بازار خودروهای دست‌دوم اثرگذار است. در چنین شرایطی، ب‌ام‌و با توسعه شبکه تامین منطقه‌ای و امضای قراردادهای جدید با دو شرکت بزرگ کره‌ای، در حال بازتعریف ساختار تامین باتری خودروهای نسل آینده خود است. براساس اعلام رسمی گروه ب‌ام‌و در ۹ نوامبر ۲۰۲۶، این خودروساز آلمانی قراردادهای جدیدی با سامسونگ اس‌دی‌آی و ال‌جی انرژی سولوشن برای تامین سلول‌های باتری ولتاژبالای نسل ششم منعقد کرده است. مطابق این توافق، سامسونگ اس‌دی‌آی تامین سلول‌های مورد نیاز ب‌ام‌و در اروپا را برعهده خواهد داشت و ال‌جی انرژی سولوشن نیز برای بازار آمریکای شمالی فعالیت می‌کند. تحویل این سلول‌ها از اواخر دهه جاری میلادی آغاز خواهد شد. هرچند ارزش مالی قراردادها و حجم دقیق سفارش‌ها اعلام نشده، اما اهمیت این همکاری را باید در تغییر ساختار شبکه تامین ب‌ام‌و جست‌وجو کرد.



پایان اتکا به زنجیره‌تامین متمرکز

ب‌ام‌و پیش از این نیز از سلول‌های باتری تولیدکنندگان بزرگی همچون کاتل و ایو انرژی استفاده می‌کرد. با اضافه شدن سامسونگ اس‌دی‌آی، تعداد تامین‌کنندگان سلول این شرکت در اروپا به سه مجموعه می‌رسد. در بازار آمریکا نیز ال‌جی انرژی سولوشن به شبکه تامین ب‌ام‌و اضافه می‌شود. این سیاست را می‌توان بخشی از راهبرد «تامین محلی برای تولید محلی» دانست؛ رویکردی که براساس آن، قطعات اصلی خودرو تا حد امکان از تامین‌کنندگانی تهیه می‌شوند که در همان منطقه جغرافیایی کارخانه تولید خودرو فعالیت دارند. اهمیت این تغییر تنها به کاهش هزینه حمل‌ونقل محدود نمی‌شود؛ در زنجیره‌تامین باتری، هرگونه اختلال در حمل‌ونقل دریایی، محدودیت‌های تجاری، تغییر تعرفه‌ها، تحریم‌های فناوری یا محدودیت صادرات مواداولیه می‌تواند برنامه تولید یک خودروساز را با مشکل مواجه کند. هنگامی که سلول باتری از یک قاره به قاره دیگر منتقل می‌شود، علاوه‌بر هزینه حمل، زمان تحویل و مخاطرات ناشی از تاخیر نیز افزایش می‌یابد. بنابراین، تامین منطقه‌ای به ب‌ام‌و امکان می‌دهد بخشی از مخاطرات مربوط به تجارت بین‌المللی را کاهش دهد و انعطاف بیشتری در برنامه‌ریزی تولید داشته باشد. البته این رویکرد به معنای حذف تامین‌کنندگان آسیایی یا پایان خرید جهانی نیست؛ بلکه هدف، ایجاد شبکه‌ای متنوع‌تر و متوازن‌تر است تا وابستگی به یک تولیدکننده یا منطقه خاص کاهش یابد.

پنج مرکز تولید باتری در کنار کارخانه‌های خودرو

یکی از بخش‌های مهم راهبرد جدید ب‌ام‌و، توسعه پنج مرکز تولید و مونتاژ باتری‌های ولتاژبالا در نزدیکی کارخانه‌های خودروسازی است. این مراکز در ایرباخ-اشتراوس‌کرشن در ایالت بایرن آلمان، دبرتسن مجارستان، شنیانگ چین، وودراف در ایالت کارولینای جنوبی آمریکا و سان‌لوئیس پوتوسی مکزیک قرار دارند. این ساختار به ب‌ام‌و اجازه می‌دهد زنجیره تولید را در چند منطقه مهم بازار خودرو سازمان‌دهی کند. در چنین مدلی، سلول‌های باتری از تامین‌کننده منطقه‌ای به مراکز مونتاژ باتری منتقل می‌شوند و سپس مجموعه باتری در نزدیکی خطوط تولید خودرو مورد استفاده قرار می‌گیرد. از نظر مهندسی تولید، این رویکرد چند مزیت دارد. نخست آن‌که جابه‌جایی مجموعه‌های سنگین باتری در مسافت‌های طولانی کاهش پیدا می‌کند. دوم این‌که هماهنگی میان تامین‌کننده سلول، تولیدکننده مجموعه باتری و کارخانه خودرو آسان‌تر می‌شود. سوم این‌که در صورت بروز نقص کیفی یا تغییر در مشخصات فنی، امکان هماهنگی سریع‌تر میان بخش‌های مختلف زنجیره‌تامین وجود دارد. البته ایجاد چنین شبکه‌ای مستلزم سرمایه‌گذاری قابل‌توجه، استانداردسازی فرآیندهای تولید و هماهنگی دقیق میان تامین‌کنندگان در مناطق مختلف است. به‌همین دلیل، ب‌ام‌و تاکید کرده که توسعه زنجیره‌تامین منطقه‌ای بدون حضور شرکای فناورانه توانمند و فراهم بودن شرایط اقتصادی و مقرراتی مناسب امکان‌پذیر نیست.

نسل ششم باتری؛ تغییر در معماری فنی خودرو

هم‌زمان با اصلاح شبکه تامین، ب‌ام‌و درحال توسعه نسل ششم باتری‌های ولتاژبالای خود برای محصولات مبتنی بر معماری نویه کلاسه است. یکی از تغییرات اصلی در این نسل، استفاده از سلول‌های استوانه‌ای بزرگ با قطر ۴۶ میلی‌متر است؛ درحالی که این شرکت در نسل‌های قبلی بیشتر از سلول‌های منشوری استفاده می‌کرد. سلول‌های نسل ششم در دو ارتفاع ۹۵ و ۱۲۰ میلی‌متری طراحی شده‌اند و براساس اطلاعات منتشرشده، چگالی انرژی آن‌ها نسبت به نسل قبلی حدود ۲۰ درصد افزایش یافته است. افزایش چگالی انرژی به این معناست که می‌توان در حجم یا وزن مشخص، انرژی بیشتری ذخیره کرد؛ موضوعی که به بهبود پیمایش خودرو و مدیریت فضای مورد نیاز باتری کمک می‌کند. در این معماری، ب‌ام‌و از روش «سلول به بسته باتری» استفاده می‌کند. در این روش، سلول‌ها بدون نیاز به برخی اجزای میانی متداول در ساختارهای قدیمی‌تر، مستقیما در مجموعه باتری ادغام می‌شوند. کاهش تعداد اجزای واسط می‌تواند به بهبود بهره‌وری فضایی، کاهش وزن و ساده‌ترشدن ساختار بسته باتری کمک کند. همچنین در روش «بسته باتری به بدنه»، مجموعه باتری در ساختار کلی بدنه خودرو نقش سازه‌ای پیدا می‌کند. این شیوه طراحی، رابطه میان مهندسی بدنه و سامانه ذخیره انرژی را تغییر می‌دهد و نیازمند هماهنگی دقیق میان بخش‌های سازه‌ای، ایمنی و حرارتی خودرو است.

نکته مهم آن است که بهبود عملکرد باتری تنها به افزایش چگالی انرژی وابسته نیست. مدیریت حرارتی، پایداری شیمیایی سلول‌ها، کنترل جریان شارژ و تخلیه، سامانه مدیریت باتری و ایمنی در برابر گسترش حرارتی نیز از عوامل تعیین‌کننده عملکرد واقعی این مجموعه هستند

حفظ دانش فنی در کنار برون‌سپاری تولید

نکته قابل‌توجه در راهبرد ب‌ام‌و آن است که این شرکت با وجود همکاری گسترده با تولیدکنندگان تخصصی باتری، توسعه دانش فنی داخلی را کنار نگذاشته است. این خودروساز سه مرکز تخصصی در ایالت بایرن برای تحقیق، توسعه، تولید آزمایشی و بازیافت باتری ایجاد کرده است. مرکز تخصصی توانمندی سلول باتری در مونیخ بر توسعه و بررسی فناوری‌های سلولی آینده تمرکز دارد. مرکز تخصصی تولید سلول در پارسدورف نیز فرآیند تولید سلول‌ها را در مقیاس آزمایشی و نزدیک به تولید انبوه بررسی می‌کند تا کیفیت و بهره‌وری فرآیندهای صنعتی پیش از انتقال به خطوط تولید شرکای تجاری ارزیابی شود. در کنار این دو مجموعه، مرکز تخصصی بازیافت سلول در سالشینگ با تمرکز بر بازیافت مستقیم مواد باتری فعالیت می‌کند. در این روش تلاش می‌شود مواد فعال قطب‌های مثبت و منفی با حفظ ساختار شیمیایی خود بازیابی شوند تا امکان استفاده مجدد از آن‌ها در فرآیند تولید فراهم شود. این رویکرد اهمیت زیادی دارد؛ زیرا در آینده، رقابت بر سر باتری تنها به ظرفیت تولید سلول محدود نخواهد بود. دسترسی به لیتیوم، نیکل، کبالت و سایر مواد مورد نیاز، هزینه استخراج و فرآوری، میزان وابستگی به واردات و توان بازیابی مواد از باتری‌های مستعمل نیز در تعیین مزیت رقابتی خودروسازان نقش خواهند داشت.

رقابت آینده بر سر امنیت زنجیره‌تامین

تغییر راهبرد ب‌ام‌و را باید در چارچوب رقابت گسترده‌تر صنعت خودرو جهان ارزیابی کرد. چین در سال‌های اخیر با توسعه ظرفیت تولید سلول باتری، فرآوری مواداولیه و ایجاد شبکه گسترده تامین قطعات، جایگاه مسلطی در زنجیره ارزش خودروهای برقی به‌دست آورده است. در مقابل، خودروسازان اروپایی و آمریکایی تلاش می‌کنند با سرمایه‌گذاری منطقه‌ای و همکاری با شرکت‌های آسیایی، وابستگی‌های پرمخاطره خود را کاهش دهند. در این میان، راهبرد ب‌ام‌و یک پیام روشن برای صنعت خودرو دارد: برون‌سپاری تولید لزوما به معنای واگذاری کنترل فناوری نیست و تولید منطقه‌ای نیز الزاما به معنای قطع ارتباط با شبکه جهانی تامین نیست. خودروساز می‌تواند تولید سلول را به شرکت‌های متخصص بسپارد، اما هم‌زمان دانش طراحی، آزمون، ارزیابی کیفیت، مدیریت باتری و بازیافت را در داخل مجموعه خود حفظ کند.

درنهایت، مزیت رقابتی صنعت خودروهای برقی در سال‌های آینده تنها با افزایش پیمایش یا کاهش زمان شارژ تعریف نخواهد شد. شرکتی موفق‌تر است که بتواند باتری را با هزینه رقابتی، کیفیت پایدار و دسترسی مطمئن تامین کند و در برابر اختلالات تجاری و سیاسی انعطاف‌پذیر باشد. اقدام جدید ب‌ام‌و نشان می‌دهد زنجیره‌تامین باتری از یک موضوع پشتیبانی و تدارکاتی به یکی از ارکان اصلی راهبرد صنعتی خودروسازان تبدیل شده است؛ تغییری که احتمالا سایر بازیگران بزرگ صنعت خودرو نیز ناچار به پیروی از آن خواهند شد.

نوربالا

ب‌ام‌و پیش از این نیز از سلول‌های باتری تولیدکنندگان بزرگی همچون کاتل و ایو انرژی استفاده می‌کرد. با اضافه شدن سامسونگ اس‌دی‌آی، تعداد تامین‌کنندگان سلول این شرکت در اروپا به سه مجموعه می‌رسد

روزنامه دنیای خودرو | شنبه ۲۳ آبان‌ماه ۱۴۰۵. سال یازدهم. شماره ۲۶۱۱



کیفیت هوای پایتخت در شرایط «ناسالم برای گروه‌های حساس»

به نقل از «ایسنا» میانگین کیفیت هوای تهران طی ۲۴ ساعت گذشته با آلاینده «ذرات معلق کمتر از ۲.۵ میکرون» روی عدد ۱۱۳ و در وضعیت «ناسالم برای گروه‌های حساس» قرار داشت. میانگین کیفیت هوا هم‌اکنون با آلاینده «ذرات معلق کمتر از ۲.۵ میکرون» نیز روی عدد ۱۲۱ و در شرایط ناسالم برای گروه‌های حساس است. در این شرایط مبتلایان به بیماری‌های قلبی یا ریوی، سالمندان و کودکان باید فعالیت‌های طولانی یا سنگین خارج از منزل را کاهش دهند. لازم به‌ذکر است از ابتدای امســـال تاکنون، کیفیت هوای پایتخت، ۱۳ روز در وضعیت «پاک»، ۱۹۱ روز در وضعیت «قابل قبول» و ۳۱ روز در وضعیت «ناسالم برای گروه‌های حساس» و ۲ روز در وضعیت «ناسالم» قرار داشته است.

شاخص کیفیت هوا (AQI) به ۶ دسته اصلی تقسیم‌بندی می‌شود. براساس این تقسیم‌بندی، از عدد صفر تا ۵۰ هوا «پاک»، از ۵۱ تا ۱۰۰ هوا «قابل قبول یا متوسط»، از ۱۰۱ تا ۱۵۰ هوا «ناسالم برای گروه‌های حساس»، از ۱۵۱ تا ۲۰۰ هوا «ناسالم»، از ۲۰۱ تا ۳۰۰ هوا «بسیار ناسالم» و از ۳۰۱ تا ۵۰۰ شرایط کیفی هوا «خطرناک» است.

موتورسواری زنان فقط از روی علاقه نیست پای محدودیت در حمل و نقل به شیوه های دیگر هم در میان است

در برابر اجرای مصوبه دولت مقاومت می‌شود!

به گزارش روزنامه «دنیای خودرو» به نقل از «ایســـنا»، چندسالی اســـت که زنان در خیابان‌های شهر، پشت فرمان موتورسیکلت می‌نشینند؛ برخی برای رسیدن به محل کار، بعضی برای رفت‌وآمد به دانشـــگاه و گروهی نیز برای فرار از هزینه‌های سنگین حمل‌ونقل و دشواری استفاده از وســـایل نقلیه عمومی. با این حال، در حالی که حضور زنان موتورسوار دیگر پدیده‌ای نا آشنا در خیابان‌های شهر نیست، مساله‌ای به ظاهر ساده همچنان به یکی از گره‌های سیاستگزاری و مدیریت ترافیک کشور تبدیل شده است: چرا زنی که امکان خرید موتورسیکلت دارد، در خیابان از آن استفاده می‌کند و حتی سال‌ها تجربه رانندگی با آن را به دست آورده، همچنان برای دریافت گواهینامه با بلاتکلیفی مواجه است؟



ماجرا فقط بر سر یک کارت یا مجوز رانندگی نیست؛ پای حق دسترسی برابر به امکانات حمل‌ونقل، مســـئولیت دولت در قبال ایمنی شهروندان، آموزش رانندگی، خســـارات ناشی از تصادفات، مسئولیت‌های کیفری و مدنی، پوشش‌های بیمه‌ای و حتی اعتماد عمومی به قانون در میان است. پرسش مهم‌تر این است که وقتی زنان در عمل موتورسیکلت می‌رانند، آیا محروم ماندن آن‌ها از آموزش و گواهینامه، به کاهش تخلفات و حوادث منجر می‌شود یا صرفا آن‌ها را در موقعیتی آسیب‌پذیرتر قرار می‌دهد؟

از یک ســـو زهرا بهروزآذر، معاون امور زنان و خانواده رئیس‌جمهور از حل شدن موضوع در مسیر قانونی و تکلیف پلیس به اجرای مصوبه دولت سخن می‌گوید و از سوی دیگر جانشین رئیس پلیس راهور فراجا اعلام می‌کند که هنوز چیزی به این پلیس ابلاغ نشده است. این دو موضع، بیش از هر چیز، ناهماهنگی دستگاه‌های مسئول و سرنوشت حقوق شهروندانی را برجسته می‌کند که میان تصمیم دولت و اجرای آن گرفتار شده‌اند. برای فهمیدن ابعاد این بلاتکلیفی، باید به مسیر قانونی موضوع بازگشـــت. هیات وزیران هشـــتم بهمن ۱۴۰۴، تصویب‌نامه‌ای را به استناد اصل ۱۳۸ قانون اساسی تصویب کرد که بر اساس آن، فرماندهی کل انتظامی جمهوری اسلامی ایران مکلف شـــد برای صدور گواهینامه موتورسیکلت بانوان اقدام کند. مطابق این مصوبه، آموزش عملی متقاضیان باید از طریق مربیان زن انجام شود و آزمون نیز با اولویت افسران زن و در صورت کمبود، توسط آزمون‌گیرندگان مرد واجد صلاحیت و با رعایت ملاحظات شـــرعی، زیر نظر مستقیم پلیس راهور برگزار شود. این تصویب‌نامه با شماره ۱۸۹۷۲۷ در تاریخ ۱۴ بهمن ۱۴۰۴ از ســـوی معاون اول رئیس‌جمهور ابلاغ شد. بنابراین، موضوع صرفا یک وعده یا پیشنهاد کارشـــناسی نیست و برای آن یک چارچوب مصوب دولتی وجود دارد.

اما نکته قابل تامل این‌جاست که تصویب و ابلاغ یک مصوبه، زمانی معنا پیدا می‌کند که شهروند بتواند نتیجه آن را در زندگی روزمره خود مشاهده کند. چند روز قبل (۱۷ آبان ۱۴۰۵)، زهرا بهروزآذر بار دیگر اعلام کرد که موضوع از نظر قانونی حل شـــده و پلیس موظف به اجرای مصوبه است؛ اما سردار احمد کرمی‌اسد، جانشین رئیس پلیس راهور فراجا در گفت‌وگویی با یکی از خبرگزاری‌ها، در واکنش به همین اظهارات گفت تاکنون چیزی در این زمینه به پلیس ابلاغ نشده است.

این‌جا دیگر نمی‌توان مساله را صرفا به اختلاف برداشت دو مقام تقلیل داد. اگر مصوبه دولت در چهاردهم بهمن ۱۴۰۴ ابلاغ شده، چرا در آبان ۱۴۰۵ هنوز مقام اجرایی مسئول از عدم دریافت ابلاغ مصوبه سخن می‌گوید؟ اگر مصوبه برای اجرا نیازمند دستورالعمل، سازوکار آموزشی، تخصیص امکانات یا هماهنگی دیگری است، کدام دستگاه مسئول تامین آن بوده و چرا تاکنون نتیجه روشنی به شهروندان ارائه نشده است؟

درواقع، دولت از یک ســـو می‌گوید مسیر قانونی باز شده و پلیس باید اقدام کند و از سوی دیگر، پلیس می‌گوید هنوز ابلاغی دریافت نکرده است. در این میان، زنی که هر روز برای رفتن به محل کار یا دانشگاه پشت موتورسیکلت می‌نشیند، نه به مصوبه اجرایی دسترسی دارد و نه می‌تواند از وضعیت خود اطمینان حقوقی داشته باشد. این همان شکاف خطرناک میان سیاستگزاری و اجراست؛ شکافی که هزینه آن را نه مقام صادرکننده مصوبه، نه دستگاه متولی و نه مســـئولان اظهارنظرکننده، بلکه شـــهروندی می‌پردازد که در خیابان با خطر تصادف و پیامدهای قانونی آن مواجه است.

مشکل صدور گواهینامه بانوان کجاست؟

نکته دیگر این‌که سخنگوی وزارت کشـــور نیز ۳۱ تیر ۱۴۰۵ از رفع موانع قانونی و فقهی و نظر مثبت این وزارتخانه نسبت به صدور گواهینامه زنان خبر داده بود. بنابراین، با کنار هم قرار دادن مواضع وزارت کشور، معاونت امور زنان و خانواده و پلیس راهور، پرسش مانع واقعی اجرای مصوبه جدی‌تر می‌شود که آیا مشکل در تفسیر مقررات است؟ یا نبود دستورالعمل اجرایی، کمبود مربی و افسر زن و یا ناهماهنگی میان دستگاه‌ها؟

خیابان از قانون جلو زده است

روایت شهروندان و موتورســـوارانی که با آن‌ها گفت‌وگو شده است، نشان می‌دهد مساله موتورسواری زنان دیگر یک بحث فرضی یا مربوط به آینده نیســـت. زنان همین امروز در خیابان‌ها موتورسیکلت می‌رانند؛ برخی سه تا چهار سال سابقه موتورسواری دارند، بعضی برای رفت‌وآمد روزانه از آن استفاده می‌کنند و شماری نیز با وجود علاقه، به‌دلیل نگرانی از پیامدهای قانونی و حوادث احتمالی هنوز جرات نکرده‌اند آموزش و موتورســـواری را آغاز کنند.

یکی از دختران جوان موتورسوار که حدود سه تا چهار سال سابقه رانندگی با موتورسیکلت را دارد، به خبرنگار «ایسنا» درباره مشکلات رانندگی بدون گواهینامه می‌گوید: «خیلی مشـــکلات به وجود می‌آید؛ چراکه گواهینامه ندارم» و درخواست اصلی‌اش از مسئولان این است که اجازه دهند گواهینامه برای زنان صادر شود.

ملیحه، یکی دیگـــر از زنان موتورســـوار، اگرچه تاکنـــون تجربه برخورد مستقیم با پلیس را نداشـــته، اما می‌گوید نگرانی اصلی او نه برخورد مردم، بلکه وضعیت قانونی و بیمه‌ای است. به گفته او، وقتی سازوکار رسمی برای دریافت گواهینامه وجود ندارد، زنان ناچارند در شرایطی موتورسواری کنند که نسبت به پیامدهای یک تصادف اطمینان ندارند. او معتقد است دولت باید با فراهم کردن پشتوانه قانونی، این احساس بلاتکلیفی را از میان بردارد سودابه رضوی نیز که به موتورسواری علاقه دارد اما هنوز فرصت یادگیری آن را پیـــدا نکرده، بر ضرورت ایجاد کلاس‌های آمـــوزشی و امکان ثبت‌نام رســـمی زنان تاکید می‌کند. از نگاه او، موتورسیکلت در شرایطی که هزینه خرید خـــودرو و رفت‌وآمد افزایش یافته، می‌توانـــد گزینه‌ای اقتصادی‌تر برای جابه‌جایی باشد؛ البته به شـــرط آنکه آموزش و صدور گواهینامه نیز در دسترس باشد.

وی با اشـــاره به افزایش هزینه‌ها و دشواری خرید خودرو، موتورسیکلت را گزینه‌ای مقرون‌به‌صرفه‌تر برای بخشی از شـــهروندان می‌داند. این مساله به‌ویژه برای زنان شاغل، دانشجویان و افرادی که باید چندین مسیر روزانه را طی کنند، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند.

این روایت‌ها یک واقعیت مهم را آشکار می‌کند؛ سیاستگزار نمی‌تواند صرفا با فراهم‌نکردن امکان رسمی آموزش و صدور گواهینامه، انتظار داشته باشد نیاز اجتماعی به استفاده از موتورسیکلت از بین برود. وقتی وسیله‌نقلیه در خیابان حضور دارد و شهروند به دلایل اقتصادی یا شغلی به آن نیاز پیدا کرده است، محروم کردن او از آموزش رسمی و آزمون استاندارد، لزوما به معنای حذف خطر نیست؛ بلکه ممکن است به معنای واگذاری آموزش به تجربه شخصی، آزمون و خطا و یادگیری در محیط پرخطر خیابان باشد.

وقتی موتور جای خودرو را می‌گیرد؛ مساله فقط علاقه نیست

در تحلیل موتورسواری زنان، نباید تمام موضوع را به علاقه شخصی، تفریح یا تغییر نگرش فرهنگی جامعه تقلیل داد. بخشی از ماجرا به اقتصاد خانوار و هزینه‌های روزمره زندگی شهری بازمی‌گردد.

یک فروشنده موتورسیکلت در تهران در گفت‌وگو با «ایسنا» یکی از موانع اصـــلی مراجعه کنندگان زن برای خرید موتورسیکلـــت را افزایش قیمت موتورسیکلت می‌داند و می‌گوید گرانی این وسیله، خرید آن را برای بسیاری از زنان دشوار کرده است. با این حال، به گفته او، زنان همچنان برای خرید مراجعه می‌کنند و در صورت حل شدن مساله گواهینامه، امکان استفاده از این وسیله برای آن‌ها بیشتر فراهم خواهد شد.

موتورسیکلت در بسیاری از شـــهرها می‌تواند هزینه و زمان جابه‌جایی را کاهش دهد؛ اما این مزیت اقتصادی زمانی پایدار اســـت که استفاده از آن در چارچوب قانون، آمـــوزش و ایمنی صورت گیـــرد. در غیر این صورت، صرفه‌جویی در هزینه رفت‌وآمد ممکن اســـت با یک تصادف به خسارتی سنگین تبدیل شود؛ خســـارتی که نه‌تنها هزینه تعمیر وسیله‌نقلیه، بلکه هزینه درمان، از کارافتادگی، خســـارت به دیگـــران و حتی تبعات قضایی را در پی دارد.

در این میان، سیاســـتگزار باید به یک پرسش اقتصادی اساسی پاسخ دهد و آن هم این‌که آیا محروم ماندن زنان از امکان قانونی موتورسواری، هزینه استفاده از حمل‌ونقل را برای آن‌ها کاهش می‌دهد یا با سوق دادن بخشی از آن‌ها به استفاده غیررسمی از موتورسیکلت، هزینه‌های پنهان و آشکار بیشتری به خانواده و نظام عمومی تحمیل می‌کند؟

آغاز فروش محدود موسو «گرند خان» با تحویل ۳۰ روزه و شرایط اعتباری ویژه

صنایع خودروسازی ایلیا از آغاز نخستین مرحله فروش فوری و اعتباری پیکاپ کره‌ای موسو گرند خان در سال ۱۴۰۵ با ظرفیت محدود، تحویل ۳۰ روزه و شرایط پرداخت اعتباری بدون کارمزد خبر داد.

به نقل از شرکت صنایع خودروسازی «ایلیا» فروش پیکاپ دو دیفرانسیل موسو گرند خان از ۲۰ آبان‌ماه آغاز شده و تا زمان تکمیل ظرفیت ادامه خواهد داشت. یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های این طرح، تحویل ۳۰ روزه در کنار امکان پرداخت مرحله‌ای و اعتباری بدون کارمزد است که شرایطی مناسب برای متقاضیان خرید این پیکاپ کره‌ای فراهم می‌کند. بر اساس اعلام این شرکت، موسو گرند-خان در این مرحله با قیمت‌های ۱۳ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان و ۱۴ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان در سه رنگ مشکی، خاکستری و سفید عرضه خواهد شد. متقاضیان می‌توانند از تاریخ اعلام‌شده با مراجعه به صفحه رسمی فروش صنایع خودروسازی ایلیا یا نمایندگی‌های مجاز این شرکت در سراسر کشور نسبت به ثبت‌نام اقدام کنند.

با توجه به ظرفیت محدود عرضه و شرایط ویژه این مرحله، علاقه‌مندان می‌توانند با ثبت‌نام در زمان مقرر، از فرصت خرید موسو گرند خان با تحویل ۳۰ روزه و شرایط اعتباری بدون کارمزد بهره‌مند شوند.





شرایط فروش فوری و محدود شرکت صنایع خودروسازی ایلیا

MUSSO
Made in KOREA

آغاز طرح: ۱۴۰۵/۰۸/۲۰ - پایان اعتبار: همزمان با تکمیل ظرفیت
تاریخ ابلاغ: ۱۴۰۵/۰۸/۱۹

خودروی موسو گرند خان KGM تحصیل شرکت بنگاه پنگ گره جنوبی، تولید صنایع خودرو سازی ایلیا

کد طرح فروش	قیمت نهایی (ریال)	پیش پرداخت	مرحله اول یک فقره چک به تاریخ ۲۰ روز پس از زمان تحویل	مرحله دوم یک فقره چک به تاریخ ۲۰ روز پس از زمان تحویل	مرحله سوم یک فقره چک به تاریخ ۹۰ روز پس از زمان تحویل	مرحله چهارم یک فقره چک به تاریخ ۱۳۰ روز پس از زمان تحویل	سود مشارکت (میانگین)	سود تاخیر (میانگین)	سود احتراض (میانگین)	رنگ های قابل عرضه	زمان تحویل
SK-KGM-4509	۱۳۵	۹۵	۱۲	۱۲	۱۲	۱۲	۰ درصد	۲.۵ درصد	۱۸ درصد	مشکی سفید خاکستری	فوری
SK-KGM-4510	۱۴۵	۸۵									

- کلیه مبالغ اعلامی به ریال می باشد. شایان ذکر کلیه چک ها در زمان عقد قرارداد دریافت میگردد

مشخصات محصول: حجم موتور ۲ لیتر توربوشارژ - قدرت موتور ۲۲۵ اسب بخار - گشتاور ۴۵۰ نیوتن متر - گیربکس ۸ چند توانایی ساعت AISIN ژاپن - محور محرک دو دیفرانسیل AWD - شاسی مستقل -جهار کابه تولادی ساخت شرکت POSCO کره جنوبی)
متقاضیان خرید می توانند جهت مشاهده لیست نمایندگی ها و همچنین اطلاع از مشخصات فنی، امکانات و تجهیزات فنی و رفاهی خودرو ۲۶۰ درجه داخلی و خارجی، توزیع رنگ و لاستیک ها و اتاق خودرو به وبسایت شرکت مندرج در ذیل بخشنامه مراجعه نمایند.

ملاحظات

۱- مدت زمان گارانتی عمومی‌ها پنج سال یا ۱۵۰/۰۰۰ کیلومتر می‌باشد. هر کدام که زودتر فرا برسد ۲- تخصیص و توزیع خودروها بر اساس اولویت تاریخ ثبت نام و تاریخ تکمیل وجه می‌باشد. ۳- متقاضی خرید مکلف است کلیه وجوه پرداختی را به یکی از حساب‌های اعلام شده از سوی شرکت صنایع خودروسازی ایلیا پارس نماید. در صورت عدم رعایت موضوع مذکور شرکت هیچگونه تعهد و مسئولیتی در قبال متقاضی نخواهد داشت. ۴- مبلغ خودرو تا پایان تسویه حساب تهایی بر رهن شرکت خودروسازی ایلیا می باشد لذا ضرورت دارد «صدارسیدنی مشتری از طریق یکی از سامانه های معتبر اخذ و به شرکت ارائه شود. ۵- حق الزحمه ثبت‌نام‌های مجاز توسط شرکت تامین و پرداخت می‌گردد. بنابراین دریافت هرگونه وجه اضافی توسط نمایندگی تحت هر عنوان غیر مجاز و برخلاف مقررات شرکت می باشد. ۶- صاحب امتیاز نمایندگی مجاز به ثبت نام خود نبوده و کد ملی وی در لیست محدودیت ثبت نام می‌باشد. ۷- سود تاخیر در تحویل طی هفت روز کاری محاسبه و عودت وجه اضافه طی ۲۰ روز کاری انجام خواهد شد. ۸- سود تاخیر در تحویل به پرونده ای اختصاص می یابد که بر اساس این بخشنامه و در زمان مقرر اسناد مشارکت و همچنین چک های مدت دار و وجه دعوتنامه را پرداخت نموده باشد. ۹- نصب طرح فروش در تابلو اعلانات نمایندگی الزامی است. ۱۰- زمان تحویل خودرو حداکثر ۳۰ روز متناسب با موجودی مدل و رنگ مورد نظر خریدار در زمان ثبت نام می باشد.

"دریافت فرم ویژه جهت ثبت نام از طریق سامانه رسمی شرکت صنایع خودروسازی ایلیا به نشانی https://ilia-auto.com/sale/ انجام می‌شود."

لینک صفحه فروش | لینک صفحه تحویل

«دنیای خودرو» نخستین و تنها روزنامه اختصاصی صنعت و بازار خودرو
نخستین روزنامه خودرویی جهان
دنیای خودرو
صاحب امتیاز و مدیر مسئول: خشایار نظریان رستمی
رئیس شورای سیاستگزاری: حسین نظریان رستمی
زیر نظر شورای سردبیری
نشانی: تهران- میدان هفت‌تیر- خیابان مفتح‌جنوبی- خیابان ورکش- پلاک ۱۹- ط ۳
تلفن تماس: ۸۸۳۰۶۷۶۱- ۸۸۳۰۸۱۰۲-۰۲۱
پست الکترونیکی: info@Autoworld.ir
نشانی اینترنتی: www.donyayekhodro.com
سامانه پیام کوتاه: ۳۰۰۰۶۷۴۰۰۰

تهران ۱۶ / ۱۲ | اصفهان ۲۰ / ۸ | شیراز ۲۵ / ۱۱ | مشهد ۲۸ / ۹ | تبریز ۱۵ / ۹ | ارومیه ۱۶ / ۶ | رشت ۲۲ / ۱۳ | گرگان ۲۴ / ۱۳ | ساری ۲۶ / ۱۴ | شهرکرد ۱۴ / ۸ | اهواز ۳۳ / ۲۲ | یزد ۲۷ / ۱۴ | کرمان ۲۳ / ۹ | بندرعباس ۳۰ / ۲۵ | زاهدان ۲۶ / ۱۱

حرف آخر
The Last Word



حمید محمدی
h.mohammadi@autoworld.ir



آغاز نوآوری در صنعت خودرو با ستاره اشتوتگارتی

مرسدس‌بنز را نمی‌توان صرفا یک خودروساز لوکس آلمانی دانست؛ این شرکت در طول بیش از یک قرن فعالیت، نقش مهمی در شکل‌گیری فناوری‌های مدرن خودرو داشته است؛ از اختراع نخستین خودرو مجهز به موتور احتراق‌داخلی توسط «کارل بنز» در سال ۱۸۸۶ گرفته تا توسعه سامانه‌های ایمنی و فناوری‌های رانندگی خودکار، بسیاری از دستاوردهای این برند بعدها به استانداردهای رایج صنعت‌خودرو تبدیل شدند. یکی از مهم‌ترین نوآوری‌های مرسدس‌بنز، توسعه ساختار جذب انرژی تصادف یا بدنه مچاله‌شونده (Crumple Zone) در دهه ۱۹۵۰ بود. این فناوری با تغییر شکل کنترل‌شده بخش‌هایی از بدنه، انرژی برخورد را جذب می‌کند و از انتقال مستقیم نیرو به کابین جلوگیری می‌کند. همچنین معرفی سیستم ترمز ضدقفل ABS در سال ۱۹۷۸ و سامانه کنترل پایداری ESP در سال‌های بعد، نقطه عطفی در ارتقای ایمنی فعال خودروها محسوب می‌شود. نوآوری‌های این خودروساز به بخش ایمنی محدود نمانده است. سامانه PRE-SAFE در سال ۲۰۰۲ با تشخیص شرایط بحرانی، پیش از وقوع تصادف اقدامات حفاظتی لازم را انجام می‌دهد. در حوزه رانندگی خودکار نیز مرسدس‌بنز در سال ۲۰۲۱ نخستین تاییدیه بین‌المللی تولید انبوه برای سامانه رانندگی خودکار مشروط سطح ۳ را دریافت کرد. امروز نیز توسعه فرمان‌پذیری الکترونیکی بدون اتصال مکانیکی (Steer-by-Wire)، معماری نرم‌افزاری MB.OS و فناوری‌های ولتاژ ۸۰۰ ولتی در خودروهای برقی، نشان‌دهنده تداوم این رویکرد مهندسی است. اهمیت فعالیت مرسدس‌بنز در این است که نوآوری‌های آن تنها به محصولات این برند محدود نمی‌شوند؛ بلکه با الگوبرداری و توسعه توسط دیگر خودروسازان، بر استانداردهای ایمنی، کیفیت و فناوری کل صنعت‌خودرو تاثیر می‌گذارند.

بیلبورد
Billboard



معرفی فناوری شاخص شاسی‌بلند لوکس اینفینیتی

اینفینیتی در کمپین معرفی QX80 مدل ۲۰۲۶، سیستم صوتی پیشرفته Klipsch Reference Premiere را به‌عنوان یکی از شاخص‌ترین فناوری‌های رفاهی این شاسی‌بلند لوکس برجسته کرده است. این مجموعه در تیپ‌های SPORT و AUTOGRAPH دارای ۲۴ بلندگو، تقویت‌کننده ۱۲۰۰ واتی و فناوری صدای فراگیر سه‌بعدی DJX است. قابلیت Individual Audio نیز امکان پخش مستقل صدا از بلندگوهای تعبیه‌شده در پشت‌سری صندلی‌ها را فراهم می‌کند تا راننده تماس تلفنی یا راهنمای مسیریابی را بدون مزاحمت برای سایر سرنشینان بشنود.

نکته آموزشی

پلوس خودرو؛ انتقال قدرت با حداقل لرزش و اتلاف انرژی

پلوس یکی از اجزای مهم سیستم انتقال قدرت است که وظیفه دارد نیروی چرخشی گیربکس یا دیفرانسیل را به چرخ‌های محرک منتقل کند. این مجموعه معمولا از یک محور و دو مفصل سرعت ثابت تشکیل شده است که امکان انتقال گشتاور را هنگام حرکت سیستم تعلیق و تغییر زاویه فرمان فراهم می‌کنند. مهم‌ترین نکته در نگهداری پلوس، بررسی سلامت گردگیرهای لاستیکی آن است. پارگی گردگیر باعث خروج گریس مخصوص و ورود گردوغبار و رطوبت به مفصل می‌شود و می‌تواند سایش و خرابی زودهنگام آن را به‌دنبال داشته باشد. شنیدن صدای تق‌تق هنگام دور زدن، به‌ویژه در شتاب‌گیری، می‌تواند نشانه خرابی مفصل بیرونی باشد. بنابراین بازدید دوره‌ای گردگیرها، بست‌ها و نشتی گریس اهمیت زیادی دارد.

