خبر خودرو

تعامل خودروسازان با دانشگاه‌ها برای ارتقای کیفیت



نایب‌رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس گفت: «خودروسازان باید با دانشگاه‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان همکاری کنند و از طریق تولید مشترک با شرکت‌های خارجی، برای ارتقای کیفیت و اجرای استانداردهای تعیین‌شده در محصولات خود اقدام کنند.»

روح‌الله عباسپور درباره لایحه الحاق تبصره ۳ به ماده ۴ قانون ساماندهی صنعت خودرو، با اشاره به اینکه این لایحه به واردات خودرو مربوط می‌شود، گفت: «واردات خودرو در شرایط فعلی ضروری است تا خودروسازان داخلی در رقابت با محصولات خارجی، هم کیفیت خودروهای خود را افزایش دهند و هم برای کاهش قیمت محصولات تلاش کنند.»

نماینده مردم بوئین‌زهرا و آوج در مجلس ادامه داد: «انتظار می‌رود خودروسازان در تعامل با دانشگاه‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان و همچنین از طریق تولید مشترک با شرکت‌های خارجی، برای ارتقای کیفیت و رعایت استانداردهای تعیین‌شده در خودروهای خود اقدام کنند.»

او درباره لایحه جدید دولت برای تغییر نحوه واردات خودرو که در صحن علنی مجلس مطرح شده است، گفت: «تاکنون نحوه واردات خودرو مطابق با اهداف قانونگذار پیش نرفته است. بویژه در زمینه واردات خودروهای کارکرده با عمر کمتر از پنج سال، اقدامی که مورد انتظار قانون بوده، انجام نشده است.»

به گزارش خانه ملت، عباسپور ادامه داد: «هدف قانونگذاران این است که از تولیدکنندگان داخلی حمایت شود و مردم نیز از محصولات داخلی استفاده کنند. از سوی دیگر، مطابق قانون نباید خودروهایی که مشابه داخلی دارند، بدون ضابطه وارد شوند. در عین حال باید برای واردات خودروهای باکیفیت خارجی که می‌توانند زمینه رقابت و ارتقای کیفیت خودروهای داخلی را فراهم کنند، برنامه‌ریزی شود.»

ماشین وارداتی

Yoyo؛ خودرویی کوچک برای خیابان‌های شلوغ



یکی از متفاوت‌ترین خودروهای هفتمین نمایشگاه خودروی تهران، Yoyo بود؛ خودرویی کوچک و دونفره که نه با قدرت موتور و ابعاد بزرگ، بلکه با شیوه ساخت متفاوتش جلب توجه می‌کرد. این محصول متعلق به شرکت XEV است و برای رفت‌وآمدهای درون‌شهری طراحی شده؛ خودرویی برقی که بخش قابل‌توجهی از قطعات آن با استفاده از فناوری چاپ سه‌بعدی ساخته می‌شود. Yoyo حتی از مینی‌خودروی Mini EV شرکت هونگ‌گوانگ نیز کوچک‌تر است و یکی از ویژگی‌های مهم آن، امکان تعویض باتری است؛ قابلیتی که می‌تواند زمان توقف خودرو برای شارژ را کاهش دهد. این خودروی کوچک اولین‌بار در سال ۲۰۲۱ وارد بازار اروپا شد و عرضه آن در بازار چین نیز در برنامه XEV قرار گرفته است. هرچند سازنده تلاش کرده Yoyo را به عنوان گزینه‌ای مشابه اسمارت فورتو معرفی کند، اما در اسناد رسمی، این محصول در رده موتورسیکلت‌های چهارچرخ قرار می‌گیرد. Yoyo تنها ۲.۴۹۵ متر طول و ۱.۵ متر عرض دارد و وزن آن به حدود ۶۲۰ کیلوگرم می‌رسد. ساختار اصلی خودرو از فولاد شکل گرفته، اما طبق اعلام سازنده، این محصول در مجموع از ۵۷ بخش تشکیل شده که بجز شاسی، شیشه‌ها و صندلی‌ها، بسیاری از قطعات آن از مواد پلاستیکی مانند پلی‌لاکتیک اسید، نایلون و پلی‌یورتان ترموپلاستیک ساخته شده‌اند؛ موادی که امکان تولید آنها با چاپگر سه‌بعدی وجود دارد. استفاده از چاپ سه‌بعدی تنها به بدنه محدود نشده و برخی قسمت‌های فضای داخلی نیز می‌توانند متناسب با نیاز مشتری سفارشی‌سازی شوند. در نسخه اروپایی، یک نمایشگر ۷ اینچی غیرلمسی روی داشبورد قرار گرفته، اما انتظار می‌رود در نسخه‌های جدید نمایشگر لمسی جایگزین آن شود. حتی در طراحی درها نیز خبری از دستگیره‌های معمول نیست و بندهای چرمی جای آنها را گرفته‌اند. تجهیزات این خودروی کوچک شامل تهویه، نمایشگر مرکزی با قابلیت نمایش اطلاعات رانندگی و امکانات سرگرمی، ترمز ABS، سانروف، شیشه‌های برقی و ورود بدون کلید می‌شود.

حداکثر سرعت این خودروی ۶۲۰ کیلوگرمی به ۸۰ کیلومتر بر ساعت می‌رسد؛ مشخصاتی که نشان می‌دهد Yoyo بیش از آنکه برای سفرهای طولانی ساخته شده باشد، برای جابه‌جایی‌های کوتاه و روزمره در محیط شهری طراحی شده است. ترکیب ابعاد بسیار کوچک، پیشرانه برقی، باتری قابل تعویض و استفاده گسترده از چاپ سه‌بعدی، Yoyo را به یکی از متفاوت‌ترین خودروهای حاضر در نمایشگاه خودروی تهران تبدیل کرده است.

پلاک‌هایی که پشت سامانه ماندند!

بهانه جدید برخی خودروسازان برای تأخیر تحویل خودروها: «فرآیند پلاک‌گذاری مشکل دارد!»



گزارش

گروه خودرو

ماجرا از گلایه چند خریدار خودروهای نوشماره شروع شد؛ خودروهایی که قرار بود پس از طی مراحل تحویل، راهی خیابان شوند، اما بخشی از آنها در مرحله پلاک‌گذاری متوقف مانده‌اند. برخی مالکان می‌گویند تأخیر در صدور پلاک، تحویل خودروهایشان را هم به عقب انداخته است. یکی از خریداران به «ایران» می‌گوید: «وقتی برای پیگیری به شرکت عرضه‌کننده مراجعه کردم، پاسخ شنیدم که مشکل از فرآیند پلاک‌گذاری است.» روایتی که حالا پلیس راهور آن را رد می‌کند و می‌گوید: «برای خودروهایی که مدارک و پیش‌نیازهای قانونی آنها کامل باشد، مانعی برای صدور پلاک وجود ندارد.» رئیس مرکز شماره‌گذاری پلیس راهور فراجا در توضیح این موضوع می‌گوید: «بخشی از ابهام ایجادشده درباره خودروهای نوشماره، به تفاوت میان «شماره‌گذاری» و پیش‌نیازهای قانونی آن برمی‌گردد.»

سرهنگ محسن باسره به خریدارانی که درباره صادر نشدن پلاک یا حتی تحویل برخی خودروها بدون پلاک سؤال دارند، توضیح می‌دهد: «از روز شنبه ۱۱ مهر بخش عمده‌ای از استعلام‌های مورد نیاز برای شماره‌گذاری به شکل سامانه‌ای و از طریق ارتباط میان پلیس و دستگاه‌های مرتبط انجام شده است.»

به گفته او، «بعد از ثبت اطلاعات اولیه خودرو، بازدید فنی و تأیید اصالت آن، هنوز یک مرحله دیگر باقی می‌ماند؛ دریافت و ثبت تأییدیه‌های قانونی. گواهی اسقاط خودروی فرسوده، بیمه‌نامه شخص ثالث و تسویه دیون و هزینه‌های قانونی از جمله مواردی است که پیش از صدور پلاک باید در سامانه‌های مربوطه تأیید شود.»

اینجا همان نقطه‌ای است که به گفته پلیس، برخی پرونده‌ها متوقف می‌شوند. سامانه شماره‌گذاری پس از آنکه تمام تأییدیه‌های لازم از سوی دستگاه‌های مسئول و شرکت عرضه‌کننده ثبت شد، امکان صدور پلاک را فراهم می‌کند. بنابراین صرف انجام بازدید فنی و تأیید اصالت خودرو به معنای پایان فرآیند شماره‌گذاری نیست.

وقتی گواهی اسقاط نرسیده است

رئیس مرکز شماره‌گذاری پلیس راهور فراجا تأکید می‌کند: «اگر یک خودرو تمام الزامات فنی و قانونی را پشت سر گذاشته باشد و شرکت عرضه‌کننده نیز پیش‌نیازهای لازم را تأمین و در سامانه ثبت کرده باشد، پلیس برای تخصیص و تحویل پلاک محدودیتی ندارد.» به گفته او، «این روند در مراکز شماره‌گذاری کشور نیز قابل مشاهده است و خودروهایی که مدارک آنها کامل باشد، مطابق روال پلاک می‌گیرند.»

با این حال، در پرونده تعدادی از خودروهای نوشماره، ماجرا متفاوت است. رئیس مرکز شماره‌گذاری پلیس راهور علت معطلی برخی پرونده‌ها را به تأخیر شرکت‌های تولیدکننده یا واردکننده در انجام تکالیف قانونی مرتبط می‌داند. به گفته او، «بررسی‌های پلیس نشان می‌دهد در بخشی از این موارد گواهی اسقاط به‌موقع تأمین نشده یا دیون و هزینه‌های قانونی تسویه نشده است.»

این موضوع در حالی مطرح می‌شود که برخی خریداران هنگام پیگیری علت تأخیر، با پاسخ دیگری از سوی شرکت عرضه‌کننده مواجه شده‌اند؛ اینکه پلاک خودرو هنوز صادر نشده و مشکل در فرآیند شماره‌گذاری است. اما پلیس می‌گوید: «در چنین پرونده‌هایی، سامانه شماره‌گذاری منتظر تکمیل مدارکی است که باید از سوی شرکت عرضه‌کننده تأمین شود.»

باسره در واکنش به این موضوع به ایسنا می‌گوید: «متأسفانه برخی شرکت‌ها به جای جبران تأخیر و انجام تعهدات خود، علت صادر نشدن پلاک را به پلیس منتسب می‌کنند.» به گفته او، «ارزیابی‌های فنی خودرو از سوی پلیس انجام شده و در این موارد، آنچه مانده، تکمیل و ثبت الزامات قانونی از سوی شرکت عرضه‌کننده است.»

اختلاف بر سر چیست؟

در واقع، اختلاف بر سر یک پلاک نیست؛ مسأله این است که وقتی خودرویی همه مراحل فنی را پشت سر گذاشته اما هنوز یک تأییدیه قانونی در سامانه ثبت نشده، مسئولیت این توقف بر عهده چه کسی است. روایت پلیس روشن است: اگر پیش‌نیازها کامل باشد، پلاک متوقف نمی‌ماند!

برش

خریدار نباید هزینه تأخیر شرکت را بدهد

در این میان، مسأله فقط چند روز تأخیر در تحویل خودرو نیست. خودروی بدون پلاک امکان تردد قانونی ندارد و از همین رو تأخیر در تکمیل فرآیند پلاک‌گذاری، مستقیماً زمان تحویل و استفاده خریدار از خودرو را تحت تأثیر قرار می‌دهد. رئیس مرکز شماره‌گذاری پلیس راهور نیز بر همین موضوع تأکید دارد و می‌گوید: «شرکت‌های عرضه‌کننده موظف‌اند حقوق مصرف‌کنندگان را رعایت کنند. اگر تعهدات شرکت به‌موقع انجام نشده باشد، پرداخت خسارت تأخیر در تحویل نیز باید مورد توجه قرار گیرد.»

در اینجا لازم است تأکید کنیم؛ شرکت‌ها باید دلیل واقعی تأخیر را به خریدار اعلام کنند و آن را به گردن نهادی دیگر نیندازند. پلیس همچنین درباره تحویل یا تردد خودروهای بدون پلاک هشدار داده است. باسره در این باره می‌گوید: «تردد خودرو بدون پلاک ممنوع است و شرکت‌های عرضه‌کننده باید این موضوع را نیز در فرآیند تحویل خودرو در نظر بگیرند.»

حالا پلیس راهور یک گام دیگر هم جلو گذاشته است. رئیس مرکز شماره‌گذاری در این باره توضیح می‌دهد: «اگر این روند ادامه پیدا کند و نحوه اطلاع‌رسانی شرکت‌ها اصلاح نشود، پلیس برای شفاف‌سازی و حمایت از حقوق خریداران این امکان را برای خود محفوظ می‌داند که اسامی شرکت‌هایی را که در این زمینه تخلف کرده‌اند، به‌صورت رسمی و از طریق رسانه‌ها اعلام کند.»

رئیس مرکز شماره‌گذاری پلیس راهور فراجا: متأسفانه برخی شرکت‌ها به جای جبران تأخیر و انجام تعهدات خود، علت صادر نشدن پلاک را به پلیس منتسب می‌کنند



آمار فروش بازار خودرو از تغییر سلیقه خریداران و فاصله گرفتن برخی مدل‌ها از روزهای اوج حکایت دارد

خودروهای قدیمی دوباره محبوب می‌شوند

مزدا ۳، موستانگ و رم ۱۵۰۰ در سپتامبر درخشیدند

ترجمه

یاسمن صادق شیرازی

گروه خودرو

با ورود به سه ماه پایانی سال ۲۰۲۶، خودروسازان نتایج فروش جدید خود را منتشر کرده‌اند. در این میان، کادیلاک که بخش قابل‌توجهی از سبد محصولات خود را به خودروهای برقی اختصاص داده، با افت فروش مواجه شده است. فروش این برند لوکس متعلق به جنرال موتورز در سه‌ماهه سوم سال ۳۰ درصد کاهش داشته و در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته نیز ۲۵ درصد پایین آمده است.



سه‌ماهه نگران‌کننده برای کادیلاک

کادیلاک در سه‌ماهه گذشته با افت فروش خودروهای برقی خود روبه‌رو شد. فروش مدل‌های اسکالید آی‌کیو، لیریک، اپتیک و ویستیک همگی کاهش پیدا کرده‌اند و بیشترین افت مربوط به لیریک بوده است؛ مدلی که فروش آن ۵۰.۵ درصد کاهش داشته است. با وجود این افت، فروش اپتیک و ویستیک در مجموع سال همچنان بالاتر از مدت مشابه سال قبل قرار دارد. حتی اسکالید با پیشرانه بنزینی نیز افت فروش ۱۵.۴ درصدی را تجربه کرده است.

در میان محصولات کادیلاک، سدان CT5 عملکرد بهتری داشت و فروش آن در سه‌ماهه گذشته ۴.۱ درصد افزایش یافت. نسخه قدرتمند CT5 بلک‌وینگ نیز بهترین عملکرد فروش سه‌ماهه سوم خود را ثبت کرده و در مسیر ثبت بهترین آمار فروش سالانه خود قرار دارد. عملکرد کلی خانواده V-Series کادیلاک نیز در سال جاری قابل‌توجه بوده است.



بازگشت موستانگ ادامه دارد

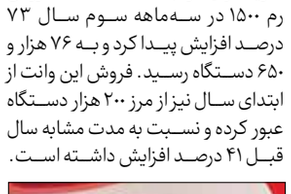
فروش فورد موستانگ طی دو سال گذشته کاهش پیدا کرده بود، اما این روند در سال ۲۰۲۶ تغییر کرده است. فورد در سه‌ماهه سوم ۹۹۶۰ دستگاه موستانگ فروخت که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۷.۵ درصد افزایش نشان می‌دهد. فروش این خودرو از ابتدای سال نیز ۱۷.۹ درصد افزایش یافته و طی ۹ ماه اول سال به ۳۸ هزار و ۶۸۵ دستگاه رسیده است.



فیات؛ ادامه روزهای سخت

فیات همچنان در بازار آمریکا شرایط دشواری دارد. فروش این برند ایتالیایی در سه‌ماهه گذشته به ۵۴ دستگاه رسید که ۵۲ دستگاه آن مربوط به مدل E500 بود.

دو دستگاه دیگر نیز از مدل X500 بودند؛ خودرویی که فیات تولید آن را در پایان سال ۲۰۲۳ متوقف کرده بود. در مجموع، فروش فیات در سه‌ماهه گذشته ۸۳ درصد کاهش داشته است. فروش این برند از ابتدای سال نیز ۷۶ درصد پایین آمده و تنها ۲۹۱ دستگاه خودرو به فروش رسیده است. مدل توپولینو نیز از سه‌ماهه سوم سال وارد نمایندگی‌های فیات در آمریکا شد، اما این شرکت آماری از تعداد فروش آن اعلام نکرده است. توپولینو خودرویی بسیار کوچک و شهری است که بیشتر به خودروهای سبک شهری یا گاری‌های برقی شباهت دارد تا یک خودروی معمولی.



بازگشت موتور هشت سیلندر به رم

رم طی مدتی تلاش کرده بود بار دیگر موتور هشت سیلندر همی را به محصولات خود بازگرداند و به نظر می‌رسد این تصمیم با استقبال خریداران مواجه شده است. فروش رم ۱۵۰۰ در سه‌ماهه سوم سال ۷۳ درصد افزایش پیدا کرد و به ۷۶ هزار و ۶۵۰ دستگاه رسید. فروش این وانت از ابتدای سال نیز از مرز ۲۰۰ هزار دستگاه عبور کرده و نسبت به مدت مشابه سال قبل ۴۱ درصد افزایش داشته است.



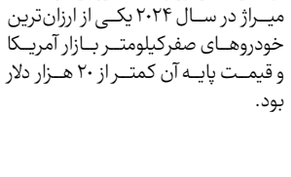
آلفارومئو همچنان در مسیر نزولی

فروش آلفارومئو در آمریکا همچنان روند نزولی دارد. آمار جدید نشان می‌دهد فروش این برند ایتالیایی در سه‌ماهه گذشته ۶۵ درصد کاهش یافته و در این مدت تنها ۵۶۹ دستگاه خودرو به فروش رسیده است. بیشترین سهم از این فروش نیز به کراس‌اوور استلویو اختصاص داشته است. فروش آلفارومئو از ابتدای سال تاکنون نیز ۵۲ درصد کاهش یافته و به ۲۳۱۶ دستگاه رسیده است.



اینفینیتی دوباره جان گرفت

مشکلات نیسان و برند لوکس این شرکت، اینفینیتی، موضوع تازه‌ای نیست، اما اقدامات جدید نیسان برای تغییر شرایط ظاهراً نتایج مثبتی به همراه داشته است. فروش اینفینیتی در سه‌ماهه سوم سال ۲۰.۴ درصد افزایش پیدا کرد. این رقم بزرگ‌ترین رشد فروش این برند نسبت به سه‌ماهه قبل در قرن حاضر و بهترین عملکرد سه‌ماهه‌ای اینفینیتی از سال ۲۰۲۰ تاکنون محسوب می‌شود. فروش نیسان در سه‌ماهه سوم تقریباً بدون تغییر باقی ماند و تنها ۰.۲ درصد افزایش یافت. این شرکت در این مدت ۲۱۰ هزار و ۶۳۵ دستگاه خودرو فروخت. در میان محصولات نیسان، روگ همچنان پرفروش‌ترین مدل این شرکت است.



میتسوبیشی میراژ یک فروش عجیب

میتسوبیشی تولید میراژ را پس از سال ۲۰۲۴ متوقف کرد، اما با وجود پایان تولید، این شرکت در سه‌ماهه گذشته موفق شد یک دستگاه از این خودرو را به فروش برساند. میراژ در سال ۲۰۲۴ یکی از ارزان‌ترین خودروهای صفرکیلومتر بازار آمریکا و قیمت پایه آن کمتر از ۲۰ هزار دلار بود.

تاریخچه شرکت‌ها

جیپ؛ قصه‌ای که از میدان جنگ به جاده رسید

از یک خودروی نظامی تا برندی که نامش با آفرود گره خورد



گروه خودرو

داستان جیپ از زمانی آغاز شد که جهان در آستانه جنگ جهانی دوم قرار داشت و ارتش آمریکا به دنبال خودرویی سبک، چهارچرخ محرک و مقاوم بود؛ خودرویی که بتواند در زمین‌های دشوار حرکت کند و از عهده مأموریت‌های مختلف برآید. در ژوئن ۱۹۴۰، ارتش آمریکا از ۱۳۵ خودروساز برای ساخت یک خودروی شناسایی یک‌چهارم تنی دعوت کرد. در نهایت تنها سه شرکت بنتام، ویلیز و فورد به این فراخوان پاسخ دادند و در مدت حدود یک سال، پایه‌های خودرویی شکل گرفت که بعدها در سراسر جهان با نام «جیپ» شناخته شد.

وقتی «کاد» متولد شد

یکی از اولین فصل‌های این داستان با Willys Quad رقم خورد. ویلیز-اورلند در نوامبر ۱۹۴۰ نمونه اولیه این خودرو را به ارتش آمریکا تحویل داد. نام Quad نیز به سیستم چهارچرخ محرک آن اشاره دارد. طراحی این نمونه تنها در ۷۵ روز انجام و از آن فقط دو دستگاه ساخته شد. اما همین نمونه اولیه، پایه‌ای شد برای خودرویی که قرار بود خیلی زود از یک پروژه نظامی به یکی از شناخته‌شده‌ترین نام‌های صنعت خودرو تبدیل شود. یک سال بعد، Willys MA وارد داستان شد. مهندسان ویلیز تلاش کردند وزن خودرو را کاهش دهند و آن را با مشخصات جدید ارتش هماهنگ کنند. پس از آزمایش‌های سخت، ویلیز-اورلند در ژوئیه ۱۹۴۱ قراردادی برای تولید ۱۶ هزار دستگاه نسخه اصلاح‌شده دریافت کرد. بخش قابل‌توجهی از این خودروها نیز در قالب برنامه کمک به متحدان آمریکا راهی روسیه و بریتانیا شدند.

از میدان جنگ تا تولد یک نام ماندگار

اما نسخه‌ای که بیش از همه در شکل‌گیری هویت جیپ نقش داشت، Willys MB بود. این خودرو بین سال‌های ۱۹۴۱ تا ۱۹۴۵ در میدان‌های جنگ مورد استفاده قرار گرفت و به دلیل ساختار ساده، مقاومت بالا و توانایی حرکت در مسیرهای دشوار، به یکی از خودروهای شناخته‌شده نیروهای متفقین تبدیل شد. تجربه جنگ، در عمل مسیر آینده این خودرو را مشخص کرد؛ خودرویی که برای یک مأموریت نظامی ساخته شده بود، حالا ظرفیت تبدیل‌شدن به محصولی غیرنظامی را داشت. پایان جنگ، پایان داستان جیپ نبود؛ بلکه فصل تازه‌ای را آغاز کرد. در سال ۱۹۴۵، نسخه غیرنظامی CJ-2A معرفی شد و جیپ وارد مسیر تازه‌ای شد. این خودرو دیگر برای میدان نبرد ساخته نشده و قرار بود در مزرعه، جاده‌های روستایی و کارهای روزمره به کار گرفته شود. سایت رسمی جیپ از آن به عنوان خودرویی چندمنظوره برای استفاده‌های غیرنظامی یاد می‌کند؛ محصولی که نشان داد توانایی‌های یک خودروی نظامی می‌تواند در زندگی روزمره هم کاربرد داشته باشد.

جیپ آرام‌آرام از جنگ فاصله گرفت

در دهه‌های بعد، جیپ دیگر فقط یک خودروی کاری نبود. CJ-5 که از سال ۱۹۵۵ وارد مسیر تولید شد، با طراحی نرم‌تر، پیشرانه قدرتمندتر و کابین راحت‌تر، تلاش کرد دایره مشتریان خودروهای چهارچرخ محرک را گسترده‌تر کند. تولید این مدل حدود سه دهه ادامه یافت و در همین دوره، مفهوم استفاده تفریحی از خودروهای چهارچرخ محرک نیز بیشتر مورد توجه قرار گرفت. در دهه ۱۹۶۰، Wagoneer فصل دیگری را در تاریخ جیپ باز کرد. این خودرو تلاش می‌کرد قابلیت‌های یک خودروی چهارچرخ محرک را با امکانات و راحتی بیشتر ترکیب کند؛ رویکردی که بعدها در شکل‌گیری خودروهای شاسی‌بلند مدرن اهمیت زیادی پیدا کرد.

از CJ تا رانگلر و گرند چروکی

با گذشت زمان، خانواده جیپ بزرگ‌تر شد. CJ-7 در سال ۱۹۷۶ با فاصله محوری بیشتر از CJ-5 و امکاناتی مانند سقف قابل جدا شدن و درهای کامل معرفی شد. چند سال بعد، در دهه ۱۹۸۰، Cherokee جایگاه جیپ را در بازار خودروهای کاربردی و خانوادگی تقویت کرد. در سال ۱۹۸۴، Grand Cherokee نیز وارد داستان شد و جیپ تلاش کرد قابلیت‌های آفرود را با سطح بالاتری از راحتی و امکانات ترکیب کند. بعدها مدل‌هایی مانند Wrangler Rubicon نیز با تمرکز بیشتر بر توانایی‌های خارج از جاده، تصویری را که از جیپ شکل گرفته بود، تقویت کردند.

همان روح قدیمی، با فناوری تازه

این برند امروز دیگر تنها به خودروهای بنزینی و چهارچرخ محرک سنتی محدود نیست و نسخه‌های هیبریدی و برقی را نیز به خانواده محصولات خود اضافه کرده است.

منبع : سایت رسمی جیپ