

خبر خودرو

آغاز شماره‌گذاری خودروهای منطقه آزاد بوشهر



آیین رونمایی از پلاک خودروهای منطقه آزاد بوشهر، روز چهارشنبه ۲۲ مهرماه، با حضور سردار سیدتیمور حسینی رئیس پلیس راهور فراجا، ارسلان زارخ استاندار بوشهر، فردین اسلانی‌راد رئیس منطقه آزاد بوشهر و جمعی از مسئولان استانی برگزار شد. فردین اسلامی‌راد، رئیس منطقه آزاد بوشهر، در این مراسم با تأکید بر اینکه رونمایی از پلاک خودروها صرفاً یک اقدام تشریفاتی نیست، گفت: «این اتفاق می‌تواند به ارتقای کیفیت زندگی مردم و بهبود خدمات در بخش‌های مختلف کمک کند.» به گفته او، «خودروهای منطقه آزاد علاوه بر استفاده شخصی، می‌توانند در حوزه‌های امدادی، خدماتی و اداری نیز به کار گرفته شوند.»

اسلامی‌راد با اشاره به روند طی شده برای اجرای این طرح اظهار کرد: «با حمایت استاندار بوشهر و همکاری دستگاه‌های مسئول، فرآیند اجرایی در کمتر از چهار ماه به مرحله رونمایی از پلاک رسیده است؛ در حالی که اجرای فرآیندهای مشابه در برخی استان‌ها تا دو سال زمان برد است.» رئیس منطقه آزاد بوشهر همچنین از پیگیری برای فراهم شدن امکان شماره‌گذاری خودروهای کارکرده خبر داد. او توضیح داد: «براساس تاقه‌نامه موجود، در مرحله اول خودروهای نو و صف‌رکومپوتر در دست‌ورگار قرار دارند، اما برای افزایش ارزش افزوده و بهره‌گیری بیشتر از ظرفیت‌های منطقه، درخواست صدور مجوز شماره‌گذاری خودروهای کارکرده با عمر حداکثر پنج سال نیز مطرح شده است.» در همین زمینه، سردار سیدتیمور حسینی، رئیس پلیس راهور فراجا، از آمادگی برای پیگیری این موضوع خبر داد و بر اهمیت استفاده از خودروهای ایمن و استاندارد تأکید کرد. او با اشاره به آمار سالانه حدود ۲۰ هزار کشته و ۲۰۰ تا ۲۵۰ هزار مصدوم در تصادفات رانندگی، کیفیت خودرو را یکی از عوامل مؤثر بر کاهش شدت حوادث دانست. ارسلان زارخ استاندار بوشهر، نیز منطقه آزاد را فرصتی برای جذب سرمایه‌گذاری، توسعه اقتصادی و افزایش دسترسی به خودروهای باکیفیت‌تر عنوان کرد و گفت: «باید زمینه‌ای فراهم شود تا مردم سراسر استان از مزایای این ظرفیت بهره‌مند شوند.»

ماشین وارداتی

بامو 735؛ سدان پرچمدار

آلمانی در نمایشگاه خودرو



هفتمین نمایشگاه خودروی تهران فرصتی بود تا علاقه‌مندان از نزدیک با خودروهایی آشنا شوند که حضورشان در بازار ایران همواره با محدودیت‌هایی همراه بوده است. در میان مدل‌های حاضر در این نمایشگاه، بامو 735 با ابعاد بزرگ، طراحی مدرن و تجهیزات پیشرفته، یکی از سدان‌های لوکسی بود که توجه بازدیدکنندگان را جلب کرد؛ خودرویی که در آن، عملکرد فنی در کنار آسایش سرنشینان و فناوری‌های روز قرار گرفته است.

بامو 735 به پیش‌ران‌های مجهز است که ۲۸۶ اسب‌بخار قدرت و ۲۲۵ نیوتن‌متر گشتاور تولید می‌کند. نیروی این مجموعه از طریق جعبه‌دنده اتوماتیک هشت‌سرعته است‌تپ‌ترونیک به چرخ‌های عقب منتقل می‌شود. این سدان لوکس می‌تواند در ۶.۷ ثانیه از حالت سکون به سرعت ۱۰۰ کیلومتر بر ساعت برسد و حداکثر سرعت آن به صورت الکترونیکی روی ۲۵۰ کیلومتر بر ساعت محدود شده است. باک ۷۴ لیتری و مصرف سوخت ترکیبی حدود ۸ لیتر در هر ۱۰۰ کیلومتر نیز از دیگر مشخصات این خودروست. سامانه هیبریدی خفیف یکی از بخش‌های فنی این مدل محسوب می‌شود. موتور الکتریکی کوچک تعبیه‌شده در مجموعه جعبه‌دنده، به عملکرد سیستم استارت-استاپ و کاهش مصرف سوخت کمک می‌کند. این فناوری در کنار پیش‌رانه بنزینی، با هدف بهبود پایدوری و افزایش نرمی عملکرد خودرو به کار گرفته شده است.

در کابین، طراحی دیجیتال و مینی‌مال بیش از هر چیز جلب توجه می‌کند. نمایشگر خمیده و یکپارچه که بخش پشت فرمان و سامانه اطلاعات و سرگرمی را دربرمی‌گیرد، عنصر اصلی داشبورد است. نوار کریستالی نواری با قابلیت تغییر رنگ نیز جلوه متفاوتی به فضای داخلی می‌بخشد. فاصله مجوزی بلند خودرو، فضای مناسبی برای سرنشینان فراهم کرده و ویژگی ردیف عقب را به محیطی راحت برای سفرهای طولانی تبدیل می‌کند. صندلی‌های برقی جلو و عقب مجهز به کمرکن، تهویه و ماساژور، درهای برقی هوشمند، سقف پانورامیک، نورپردازی داخلی، پرده‌های برقی، نمایشگر اطلاعات روی شیشه جلو و شارژر بی‌سیم از جمله امکانات رفاهی بامو 735 هستند. نمایشگر بزرگ مخصوص سرنشینان عقب نیز امکان نمایش محتوای تصویری را فراهم می‌کند. مجموعه این ویژگی‌ها نشان می‌دهد که بامو در طراحی این سدان، علاوه بر توان فنی، آسایش و تجربه متفاوت سرنشینان را نیز در اولویت قرار داده است.



خودرو باز هم به کالای سرمایه‌ای تبدیل شد

دلایل متعدد پشت صف‌های میلیونی خرید خودرو چیست؟



تورم مالی خود به دنبال راهی برای حفظ ارزش دارایی‌شان هستند. در این میان، خودروهایی که بازار خرید و فروش فعال تری دارند، می‌توانند توجه بیشتری جلب کنند. .

صدایی این وضعیت را مختص یک دوره یا یک مرحله فروش نمی‌داند و معتقد است: «بازار خودرو سال‌هاست که در دوره‌های مختلف، چنین رفتاری را تجربه می‌کند. اگر اقتصاد به ثبات برسد و چشم‌انداز فعالیت‌های اقتصادی روشن تر شود، رفتار بازار نیز می‌تواند تغییر کند. در چنین شرایطی، به جای آنکه خریداران برای دسترسی به خودرو رقابت کنند، فروشندگان ناچار می‌شوند برای جذب مشتری، شرایط فروش متنوع‌تر و تسهیلات بیشتری ارائه دهند.»

این تفاوت در رفتار بازار، نشان می‌دهد که تقاضای سرمایه‌ای را نمی‌توان جدا از شرایط کلان اقتصاد بررسی کرد. زمانی که گزینه‌های دیگری برای حفظ ارزش دارایی جذابیت کمتری دارند یا با محدودیت‌هایی روبه‌رو هستند، خودرو می‌تواند سهم بیشتری از توجه خریداران را به خود اختصاص دهد؛ هرچند خرید آن نیز بدون ریسک نیست و هزینه نگهداری، استهلاک و نوسان قیمت باید در نظر گرفته شود.

شکاف قیمت؛ انگیزه‌ای که

دوچاره فعال شده است در کنار تورم، فاصله میان قیمت کارخانه و بازار آزاد نیز درازگشت تقاضای سرمایه‌ای نقش دارد. زمانی

که یک خودرو با قیمت مصوب عرضه می‌شود اما در بازار آزاد با نرخ بالاتری معامله می‌شود، ثبت‌نام در طرح فروش می‌تواند برای متقاضیانی که به دنبال کسب سود هستند، جذابیت پیدا کند. در این شرایط، طرح فروش تنها مسیر تأمین خودرو برای مصرف‌کننده نیست؛ بلکه برای گروهی از متقاضیان فرصتی برای بهره‌بردن از اختلاف قیمت نیز محسوب می‌شود.

صدایی در پاسخ به این پرسش که آیا فاصله قیمت کارخانه و بازار، عامل اصلی هجوم متقاضیان به طرح‌های فروش است، می‌گوید: «اگر فاصله قیمت‌ها وجود نداشته باشد، انگیزه سرمایه‌گذاری در این بازار هم کاهش پیدا می‌کند. بخشی از مردم به این دلیل وارد بازار خودرو می‌شوند که هم ارزش پول‌شان را در برابر تورم حفظ کنند و هم از اختلاف قیمت کارخانه و بازار بهره ببرند. این همان وضعیتی است که زمینه فعالیت واسطه‌ها را فراهم می‌کند.»

به گفته این کارشناس، هرچه فاصله میان عرضه و تقاضا بیشتر شود، امکان شکل‌گیری و گسترش بازار غیررسمی نیز افزایش پیدا می‌کند. در چنین بازاری، قیمت‌ها تنها تحت تأثیر هزینه تولید یا قیمت مصوب نیستند، بلکه میزان کمبود خودرو و انتظارات خریداران و فروشندگان نیز بر آنها اثر می‌گذارد. با این حال، اختلاف قیمت به‌تنهایی تمام ماجرا نیست، اگرچه این فاصله می‌تواند انگیزه ورود سرمایه‌داران را تقویت کند، اما تأدوم آن به وضعیت تولید و عرضه نیز بستگی دارد. از سوی دیگر، سود احتمالی حاصل از خرید خودرو قطعی نیست؛ زیرا قیمت بازار تا زمان تحویل ممکن است تغییر کند و شرایط معامله نیز بر نتیجه نهایی اثر بگذارد.

افزایش قیمت کارخانه پایان شکاف نیست

در مقطعی از سال جاری، فاصله قیمت کارخانه و بازار کاهش پیدا کرد و برای مدتی این تصور به وجود آمد که خودرو ممکن است دوباره به کالایی با غلبه تقاضای مصرفی تبدیل شود. اما این وضعیت دوام نیاورد و با تغییر شرایط اقتصادی و انتظارات بازار، بار دیگر فاصله قیمت‌ها اهمیت پیدا کرد. صدایی در توضیح این رفت و برگشت می‌گوید: «افزایش قیمت کارخانه و عرضه خودروها می‌تواند در کوتاه‌مدت فاصله میان نرخ مصوب و قیمت بازار را کاهش دهد، اما نتیجه نهایی به این بستگی دارد که آیا افزایش قیمت با رشد تولید همراه می‌شود یا خیر؟» او توضیح می‌دهد: «وقتی قیمت کارخانه افزایش پیدا می‌کند، بازار مدتی مکث می‌کند و قیمت جدید کارخانه ممکن است به قیمت بازار نزدیک شود. اما بعد این پرسش مطرح می‌شود که آیا تولید هم افزایش پیدا می‌کند یا نه. اگر تولید به اندازه‌ای بالا برود که عرضه بیشتری وارد بازار شود، فاصله قیمت‌ها می‌تواند کاهش پیدا کند. اما اگر تولید افزایش پیدا نکند، تقاضا همچنان باقی می‌ماند و بازار دوباره مسیر خودش را می‌رود.» در چنین شرایطی، محدودیت عرضه می‌تواند همچنان به بازار آزاد قدرت تعیین قیمت بدهد و فاصله میان نرخ کارخانه و بازار دوباره افزایش پیدا کند. صدایی معتقد است: «در تحلیل بازار خودرو باید به نشانه‌های مربوط به توان تولید و عرضه توجه کرد. وقتی بازار با تقاضای قابل توجهی روبه‌روست اما عرضه نمی‌تواند متناسب با آن افزایش یابد، زمینه برای رشد قیمت‌ها و تقویت انگیزه‌های واسطه‌گر فراهم می‌شود. .

صف ثبت‌نام، حاصل همزمانی چند عامل

ثبت‌نام بیش از یک میلیون و ۳۰۰ هزار نفر برای ۳۱ هزار دستگاه خودرو، به خودی خود نشان نمی‌دهد چه تعداد از متقاضیان مصرف‌کننده واقعی و چه تعداد با انگیزه سرمایه‌گذاری وارد طرح شده‌اند. با این حال، این آمار در کنار فاصله قیمت کارخانه و بازار و تداوم انتظارات تورمی، تصویری از شرایطی ارائه می‌دهد که در آن تقاضای مصرفی و سرمایه‌ای در یک صف قرار می‌گیرند. از یک سو، خانوارهایی قرار دارند که برای تأمین نیاز روزمره خود به خودرو احتیاج دارند و از سوی دیگر، متقاضیانی که خودرو را راهی برای حفظ ارزش دارایی یا کسب سود احتمالی می‌دانند. قوت‌ظرفیت فروش محدود است، رقابت این دو گروه وارد دسترسی به خودرو با قیمت مصوب بیشتری می‌شود؛ رقابتی که در آن، مصرف‌کننده واقعی نیز ممکن است برای توجیه خود روی نمودن نیازش ناچار به مراجعه به بازار آزاد شود؛

قوای محرکه؛ از پیش‌رانه بنزینی تا فناوری تمام‌برقی

کوئروروسودر قالب یک کوپه ۲+۲ طراحی شده است؛ خودروی با دو صندلی اصلی و جلو و دو صندلی کوچک‌تر در عقب. اطلاعات غیرضروری از مقابل راننده کنار بروند و تنها زمانی نمایش داده شوند که به آنها نیاز است. این رویکرد قرار است تجربه رانندگی را ساده‌تر کند و اجازه دهد راننده بیشتر از آنکه به نمایشگرها و تنظیمات مختلف معطوف شود، روی مسیر باقی بماند.

قرمز؛ رنگی که در تمام خودرو جریان دارد

همان‌طور که از نام کوئروروسوبرمی‌آید، رنگ قرمز در طراحی این خودرو جایگاه ویژه‌ای دارد. آلفارومئو برای بدنه از رنگ تازه‌ای با نام «لیکوئید اینک رد» (Liquid Ink Red) استفاده کرده است؛ رنگی که هنگام برخورد نور، جلوه‌ای شبیه فلز مایع و گدازه‌های گداخته پیدا می‌کند.

این تم رنگی به کابین نیز راه یافته و در پوشش‌ها و سطوح داخلی ادامه پیدا می‌کند. کنسول مرکزی هم هنگام میل شدن خودرو با نور قرمز روشن می‌شود تا هماهنگی بیشتری میان فضای داخلی و بیرونی به وجود آید.

هویت آلفارومئودر عصر جدید

سانتو چیچیلی، مدیرعامل آلفارومئو و مازراتی، درباره فلسفه شکل‌گیری کوئروروسومی‌گوید آلفارومئو همواره خودروهایی ساخته است که علاوه بر جابه‌جایی افراد، بتوانند احساسات آنها را نیز برانگیزند. به گفته او، پیوند میان انسان و ماشین که از فرهنگ ایتالیایی، روحیه اسپرت و اشتیاق به رانندگی سرچشمه می‌گیرد، همان چیزی است که محصولات این برند را از سایر عناصر اصلی کابین هستند. مدل ۳۳



تاریخچه شرکت‌ها

پاگانی؛ پیوند هنر و مهندسی

از رویای یک جوان آرژانتینی

تا ساخت خودروهایی کمپاب در ایتالیا



پاگانی یکی از خاص‌ترین نام‌ها در صنعت خودروی جهان است؛ شرکتی که به جای رقابت بر سر تیراژ تولید، بر طراحی منحصر به فرد، مهندسی پیشرفته و ساخت خودروهای سفارشی تمرکز کرده است. داستان این خودروساز ایتالیایی با رویای هوراسیو پاگانی آغاز شد؛ مردی که می‌خواست میان هنر و علم پیوند برقرار کند و خودروهایی بسازد که فراتر از یک وسیله نقلیه، اثری هنری و مهندسی باشند.

گروه خودرو

هوراسیو پاگانی در سال ۱۹۵۵ در آرژانتین متولد شد. علاقه او به خودرو از دوران کودکی شکل گرفت و ساخت ماکت‌های کوچک، اولین تجربه‌هایش در مسیر طراحی بود. با گذشت زمان، این علاقه به هدفی جدی تبدیل شد؛ ساخت یک ایرخودرو با هویت مستقل. ایتالیا و بویژه منطقه مودنا، به دلیل حضور خودروسازان و مراکز مهندسی شناخته‌شده، مقصد مناسبی برای تحقق این رویا بود. پاگانی به ایتالیا رفت و در نهایت وارد مجموعه لامبورگینی شد؛ تجربه‌ای که نقش مهمی در شناخت مواد پیشرفته، طراحی بدنه و فرآیند توسعه خودروهای اسپرت ایفا کرد. فعالیت در لامبورگینی برای او تنها یک موقعیت شغلی نبود. پاگانی در این مجموعه با ظرفیت‌های فیبر کربن و مواد کامپوزیتی آشنا شد و به این نتیجه رسید که آینده ایرخودروها به ترکیب وزن کم، استحکام بالا و طراحی دقیق وابسته است.

آرژانتین تا سرزمین موتور

هوراسیو پاگانی در سال ۱۹۸۸ شرکت «پاگانی کامپوزیت ریسرچ» را تأسیس کرد. این مجموعه در زمینه مواد کامپوزیتی و فناوری‌های مورد استفاده در خودرو فعالیت داشت و زمینه شکل‌گیری کمپ‌سپ‌کار کوئروروسودر را فراهم کرد. سپس در سال ۱۹۹۱، شرکت مودنا دیزاین را برای توسعه فعالیت‌های مهندسی، طراحی و ساخت نمونه‌های اولیه راه‌اندازی کرد. هدف اصلی، ساخت خودرویی بود که از ابتدا بر اساس دیدگاه شخصی پاگانی شکل بگیرد. پروژه‌ای که بعدها به نام زوندا شناخته شد، در ابتدا با یک C8 پیش می‌رفت. او در طراحی این خودرو از نگاه لئونارد داوینچی به ارتباط هنر و علم الهام می‌گرفت؛ رویکردی که بعدها به یکی از ویژگی‌های اصلی برند تبدیل شد.

پایه‌گذاری یک رویای مستقل

پاگانی در سال ۱۹۸۸ شرکت «پاگانی کامپوزیت ریسرچ» را تأسیس کرد. این مجموعه در زمینه مواد کامپوزیتی و فناوری‌های مورد استفاده در خودرو فعالیت داشت و زمینه شکل‌گیری کمپ‌سپ‌کار کوئروروسودر را فراهم کرد. سپس در سال ۱۹۹۱، شرکت مودنا دیزاین را برای توسعه فعالیت‌های مهندسی، طراحی و ساخت نمونه‌های اولیه راه‌اندازی کرد. هدف اصلی، ساخت خودرویی بود که از ابتدا بر اساس دیدگاه شخصی پاگانی شکل بگیرد. پروژه‌ای که بعدها به نام زوندا شناخته شد، در ابتدا با یک C8 پیش می‌رفت. او در طراحی این خودرو از نگاه لئونارد داوینچی به ارتباط هنر و علم الهام می‌گرفت؛ رویکردی که بعدها به یکی از ویژگی‌های اصلی برند تبدیل شد.

تولد پاگانی اتومبیلی

شرکت پاگانی اتومبیلی در سال ۱۹۹۸ به طور رسمی تأسیس شد. یک سال بعد، در نمایشگاه خودروی ژنو، اولین محصول مهم آن با نام زوندا C۱۲ معرفی شد. این خودرو در زمانی وارد بازار شد که نام‌های بزرگی مانند فراری و لامبورگینی بر بخش مهمی از بازار ایرخودروها تسلط داشتند. زوندا با طراحی متفاوت، استفاده گسترده از فیبر کربن و بهره‌گیری از موتور V۱۲ مرسدس بنز، جایگاه ویژه‌ای پیدا کرد. انتخاب پیش‌رانه آلمانی در کنار طراحی و ساخت ایتالیایی، ترکیبی بود که توان مهندسی پاگانی را به نمایش گذاشت.

زوندا؛ آغاز شهرت جهانی

زوندا با سرعت به دلیل سرعت و قدرت موتور مورد توجه قرار نگرفت. بدنه sculptural، جزئیات فلزی، کابین دست‌ساز و توجه به کوچک‌ترین اجزای آن را از بسیاری از رقبای خود متمایز می‌کرد. هر خودرو با توجه به سفارش مشتری و با سطح بالایی از شخصی‌سازی ساخته می‌شد. در سال‌های بعد، نسخه‌های مختلفی از زوندا به بازار آمدند. زوندا، زوندا سبک، و نسخه‌های ویژه و محدود آن، نام پاگانی را در میان مجموعه‌داران و علاقه‌مندان خودروهای کمپاب تثبیت کردند.

پاگانی در سال ۲۰۱۱ مدل هواپرا را معرفی کرد؛ خودرویی که قرار بود پیش‌رو زوندا را ادامه دهد، اما فناوری‌های ناتوانی در اختیار راننده قرار نداد. نام هواپرا از واژه تاتا، ایزد باد در اسطوره‌های منطقه آند، گرفته شده است. استفاده از مواد کامپوزیتی پیشرفته، از جمله ترکیب‌های کربن و تیتانیوم، نیز به کاهش وزن و افزایش استحکام کمک کرد. هواپرا در نسخه‌های مختلف کوپه و رودستر و مدل‌های ویژه عرضه شد.

اوتوپیا؛ بازگشت به لذت رانندگی

در سال ۲۰۲۲، پاگانی از اوتوپیا رونمایی کرد؛ سومین فصل از داستان محصولات اصلی این شرکت. اوتوپیا با تأکید بر سه مفهوم سادگی، سبکی و لذت رانندگی توسعه یافت. برخلاف رودر و به گسترش برقی سازی و سامانه‌های هیبریدی در خودروهای پرطرفدار، این مدل از موتور V12 توتین‌توربو استفاده می‌کند و امکان سفارش گیربکس هفت‌سرعته دستی نیز برای آن در نظر گرفته شده است.

خودروسازی در مقیاس محدود

پاگانی امروز در سن چزارو سول پانارو، در نزدیکی مودنا، فعالیت می‌کند. این شرکت با وجود رشد مجموعه مهندسی و تولید خود، همچنان به ساخت محدود و سفارشی خودروها وفادار مانده است. محصولات آن در رده ایرخودروها قرار می‌گیرند و قیمت، میزان تولید و سطح شخصی‌سازی، آنها را به انتخابی برای گروهی کوچک از خریداران تبدیل کرده است.

منبع: سایت رسمی پاگانی، آرشیو تاریخچه

خودروی مفهومی تازه ایتالیایی‌ها در نمایشگاه پاریس ۲۰۲۶ رونمایی شد

کوئروروسو؛ رؤیای سرخ آلفارومئو برای آینده

کوپه‌ای که اصالت کلاسیک را با فناوری‌های آینده پیوند می‌دهد



به خورشیدداند. در بخش عقب، طراحی به سراغ سطحی ساده و یکپارچه رفته‌اند و نشان‌های خودرو را در بدنه ادغام کرده‌اند؛ رویکردی که در قسمت جلو نیز دیده می‌شود.

به خورشیدداند. در بخش عقب، طراحی به سراغ سطحی ساده و یکپارچه رفته‌اند و نشان‌های خودرو را در بدنه ادغام کرده‌اند؛ رویکردی که در قسمت جلو نیز دیده می‌شود. شیشه عقب با الهام از فرم اسکودتو طراحی شده و دو چراغ دایره‌ای، نمای پشتی خودرو را تکمیل می‌کنند. معرفی‌شده در سال‌های اخیر به نظر می‌رسد طراحی آن به‌اندازهای جذاب است که اگر نسخه تولیدی‌اش با همین ظاهر روانه بازار شود، می‌تواند توجه طیف گسترده‌ای از خریداران را جلب کند. در نمای جانبی، تأثیر سبک طراحی آیرودینامیک «کودا ترونکا» (Coda Tronca) به خوبی دیده می‌شود؛ سبکی که در آن، بخش انتهایی بدنه با خطوطی مشخص و فرمی کوتاه و برش خورده طراحی می‌شود. برقی و هیبریدی تمرکز بیشتری خواهد داشت. کوئروروسونیز با همین رویکرد شکل گرفته است؛ مفهومی که قرار است نشان دهد حرکت به سمت فناوری‌های جدید لزوماً به معنای فاصله گرفتن از روح یک برند قدیمی نیست. به گفته آلفارومئو، هدف همچنان ساخت خودروهایی است

ترجمه

آلفارومئو در نمایشگاه خودروی پاریس ۲۰۲۶ با رونمایی از خودروی مفهومی کوئروروسو (Cuattroso)، توجه به علاقه‌مندان را به خود جلب کرد. این خودروساز ایتالیایی در طراحی محصول جدیدش تلاش کرده است میان میراث تاریخی برند و تصویری که از آینده صنعت خودرو دارد، پیوند برقرار کند؛ خودرویی که در عین بهره‌گیری از فناوری‌های مدرن، همچنان هویت آشنای آلفارومئو را به نمایش می‌گذارد.

آلفارومئو پیش‌تر اعلام کرده بود در سال‌های آینده، بر توسعه خودروهای برقی و هیبریدی تمرکز بیشتری خواهد داشت. کوئروروسونیز با همین رویکرد شکل گرفته است؛ مفهومی که قرار است نشان دهد حرکت به سمت فناوری‌های جدید لزوماً به معنای فاصله گرفتن از روح یک برند قدیمی نیست. به گفته آلفارومئو، هدف همچنان ساخت خودروهایی است