

● خبر خودرو

ثبت سفارش واردات خودرو متوقف شد



با ابلاغ سازمان توسعه تجارت، ثبت سفارش واردات خودرو از محل بند (ر) تبصره ۱ قانون بودجه متوقف شد. براساس ابلاغیه رسمی سازمان توسعه تجارت ایران، روند ثبت سفارش و ویرایش ثبت سفارش های واردات خودرو از محل بند (ر) تبصره ۱ قانون بودجه سال ۱۴۰۴، متوقف شد.

طبق این ابلاغیه، مرکز نوآوری، هوشمندسازی و امنیت سازمان موقوف شده است در سامانه جامع تجارت، دستور لازم جهت توقف افتتاح و ویرایش ثبت سفارش های خودرو از محل بند (ر) تبصره ۱ قانون بودجه ۱۴۰۴ را فوراً عملیاتی و اجرایی کند.

در بخشی از این نامه به عنوان یک شرط برای جلوگیری از تصبیع حقوق واردکنندگان، تصریح شده است «ثبت سفارش هایی که پیش از این دارای تأمین ارز شده اند، تا میزان ارز تأمین شده (بدون تغییر در ارزش، تعداد، شناسه و کد تعرفه)، از این توقف مستثنی بوده و امکان ادامه فرآیند را خواهند داشت.»

● ماشین وارداتی

مزدا EZ-60

کراس اووری با برد ۱۱۰۰ کیلومتری



مزدا EZ-60 یکی از خودروهای حاضر در دور جدید واردات به بازار ایران است. کراس اووری بردافزا که با پششرانه برقی ۲۵۸ اسببخاری و یک موتور بنزینی به عنوان ژنراتور عرضه می شود. این خودرو که در چین و با همکاری مزدا و چانگان تولید می شود، حالا با قیمت ۱۲ میلیارد و ۳۰۰ میلیون تومان در آبان ماه ۱۴۰۵ در بازار ایران قرار گرفته و از نظر فنی و قیمتی در محدوده خودروهای وارداتی گران قیمت قرار می گیرد.

EZ-60 برخلاف بسیاری از خودروهای هیبریدی، برای حرکت چرخ ها به موتور بنزینی متکی نیست. نیروی اصلی از یک موتور الکتریکی روی محور عقب تأمین می شود که ۲۵۸ اسببخار قدرت و ۲۹۰ نیوتن متر گشتاور دارد. انتقال نیرو نیز از طریق یک گیربکس تک سرعته انجام می شود. این مجموعه می تواند خودرو را در حدود ۷.۸ ثانیه از حالت سکون به سرعت ۱۰۰ کیلومتر بر ساعت برساند. در کنار موتور برقی، یک پششرانه ۱.۵ لیتری تنفس طبیعی نیز در خودرو قرار گرفته که نقش ژنراتور را بر عهده دارد. این موتور در زمان کاهش شارژ باتری وارد مدار می شود و انرژی مورد نیاز سامانه برقی را تأمین می کند. نتیجه این ترکیب، خودرویی است که در استفاده روزمره می تواند تجربه رانندگی برقی داشته باشد، اما برای پیمایش های طولانی وابستگی کمتری به ایستگاه های شارژ دارد. طبق اعلام شده، مجموع پیمایش EZ-60 به شارژ کامل باتری و سوختگیری کامل از ۱۱۰۰ کیلومتر فراتر می رود. این خودرو در واقع نسخه کراس اوور خانواده EZ-6 ترکیب، خودرویی است که در استفاده توسعه پیدا کرده است؛ معماری ای که در برخی محصولات گروه چانگان نیز مورد استفاده قرار گرفته است. EZ-60 در کارخانه مشترک مزدا و چانگان در شهر نانجینگ چین تولید می شود و بازار چین اولین مقصد آن بوده است. با این حال، عرضه این مدل به بازارهای خارج از چین نیز در برنامه تولیدکننده قرار دارد.

طراحی مزدا EZ60 نشان دهنده گذار موفق این برند از زبان طراحی کلاسیک به سمت المان های مدرن الکتریکی است. ابعاد این SUV (طول: ۴،۸۵۰، عرض: ۱،۹۳۵، ارتفاع: ۱۶۲۰ میلی متر) به گونه ای مهندسی شده که ضمن حفظ فضای کاربردی، مقاومت هوا را به حداقل برساند. نکته قوت طراحی در نمای جلو، سیستم نورپردازی اختصاصی جلوپنجره است که علاوه بر ایجاد هویت بصری متمایز، با ادغام رادارهای فراصوتی و سنسورهای پیش محیطی، مرز میان بدنه و تجهیزات هوشمند را از بین برده است. در بخش جانبی، مزدا با بهره گیری از دستگیره های برقی مخفی، علاوه بر ارتقای سطح زیبایی شناسی و ایجاد یک خط بدنه یکپارچه، بر بهینه سازی ایرودینامیک تمرکز کرده است؛ رویکردی که نشان دهنده دقت بالای مهندسان مزدا در طراحی خودروهای نسل جدید است.

در داخل کابین، تمرکز اصلی روی نمایشگرهای بزرگ و تجهیزات دیجیتال است. نمایشگر مرکزی لمسی در کنار هدآپ دیسپلی ۵۰ اینچی قرار گرفته و سیستم صوتی ۲۳ بلندگو نیز بخشی از تجهیزات این خودرو است. اپل کارپل، اندروید اتو، اتصال وای فای و اینترنت، شارژر بی سیم و دستیار صوتی هوشمند از دیگر امکانات آن هستند. صندلی های موسوم به Zero Gravity نیز به گرم کن، سردکن و تهویه مجهز شده اند و فرمان گرم شونده، سقف پانورما، نورپردازی داخلی، ترمیم چرمی و صندوق عقب برقی در فهرست تجهیزات دیده می شوند. درهای بدون قلاب و دستگیره های مخفی نیز ظاهر خودرو را به مدل های جدیدتر بازار نزدیک کرده اند.

با این حال، تغییر قیمت EZ-60 در فاصله چند ماه، یکی از مهم ترین نکات درباره حضور این خودرو در بازار ایران است. قیمت اعلام شده در تیرماه ۱۴۰۵ حدود ۸ میلیارد و ۸۰۰ میلیون تومان بود، اما این رقم در آبان ماه به ۱۲ میلیارد ۳۰۰ میلیون تومان رسیده است.

قیمت خودرو روی موج نوسان

افزایش و کاهش قیمت خودروها در نیمه اول آبان نشان می دهد بازار هنوز به ثبات نرسیده است



روشن تر شدن شرایط هستند و همین احتیاط، بازار را در وضعیتی ناپایدار نگه داشته است.

● گزارش

یاسمن صادقی شیرازی

گروه خودرو

بازار خودرو در نیمه اول آبان ماه روزهای پرنوسانی را پشت سر گذاشته است. به طوری که قیمت خودروهای داخلی در برخی روزها افزایش یافته و در روزهای دیگر با کاهش همراه شده است. این رفت و برگشت قیمت ها در شرایطی اتفاق می افتد که معاملات همچنان در رکود قرار دارد و نشانه ای از شکل گیری یک روند باثبات در بازار دیده نمی شود. بررسی قیمت ها نشان می دهد نه افزایش ها دوام چندانی داشته اند و نه کاهش ها توانسته اند مسیر بازار را تغییر دهند؛ وضعیتی که از تداوم بالاتکلیفی در بازار خودرو حکایت دارد.

بررسی قیمت محصولات ایران خودرو و سایپا در روزهای ابتدایی آبان نشان می دهد افزایش قیمت ها در برخی مقاطع ادامه داشته، اما این رشد ها به معنای رونق معاملات نبوده است. از سوی دیگر، کاهش قیمت ها در روزهای بعد نیز نتوانسته به یک روند پایدار تبدیل شود. به نظر می رسد خریداران و فروشندگان همچنان در انتظار

افزایش قیمت ها در هشتم آبان

قیمت خودرو در روز جمعه هشتم آبان ماه ۱۴۰۵ بار دیگر در مسیر افزایشی قرار گرفت. در این روز، محصولات ایران خودرو و سایپا در میان محصولات ایران خودرو، سورن پلاس دوگانه سوز با کپسول بزرگ طی یک هفته ۷۰ میلیون تومان افزایش قیمت را تجربه کرد و به دو میلیارد و ۹۷۰ میلیون تومان رسید. پژو ۲۰۷ دنده ای نیز از ابتدای هفته ۱۰ میلیون تومان گران شد و در محدوده دو میلیارد و ۷۷۰ میلیون تومان قرار گرفت. تارا دنده ای هم با افزایش ۸۳۵ میلیون تومانی طی یک ماه، به سه میلیارد و ۱۰۰ میلیون تومان رسید.

بازار در ششم آبان عقب نشست

اما این روند افزایشی در تمام روزهای هفته ادامه نداشت. بازار خودرو در ششم آبان ماه، هم زمان با رکود معاملات، مسیر متفاوتی را در پیش گرفت و قیمت بخش قابل توجهی از خودروهای داخلی کاهش یافت. در این روز، شاهین اتوماتیک با افت ۷۰ میلیون تومانی نسبت به روز گذشته به سه میلیارد و ۳۳۰ میلیون تومان رسید. در



مجموع این تغییرات نشان می دهد بازار خودرو در نیمه اول آبان به در مسیر کاهش قیمت تثبیت شده و نه افزایش ها توانسته اند روندی مداوم پیدا کنند. قیمت ها با فاصله ای کوتاه از رونق کوتاه از رشد به افت و از رونق رسیده اند؛ در حالی که نشانه روشنی معاملات دیده نمی شود

محصولات ایران خودرو نیز کاهش قیمت در چند مدل پرتقاضا دیده شد. دنا پلاس اتوماتیک با افت یک میلیون تومانی نسبت به روز قبل اش، چهار میلیارد و ۱۵۵ میلیون تومان قیمت خورد. سورن پلاس دوگانه سوز بزرگ ۳۰ میلیون تومان ارزان شد و به دو میلیارد و ۹۷۰ میلیون تومان رسید. پژو ۲۰۷ دنده ای نیز کاهش ۳۰ میلیون تومانی را ثبت کرد و در بازار با قیمت دو میلیارد و ۷۷۰ میلیون تومان معامله شد. تارا دنده ای هم پنج میلیون تومان افت قیمت داشت و به سه میلیارد و ۱۰۰ میلیون تومان رسید.

پنجم آبان؛ ادامه افت قیمت ها با چند استثنا

یک روز پیش از آن، در پنجم آبان ماه نیز بازار خودرو با کاهش قیمت در تعدادی از محصولات داخلی همراه شده بود. پس از رشدهای قیمتی روزهای قبل، از تحرک بازار کاسته شد و دامنه تغییرات در بسیاری از مدل ها به سمت پایین حرکت کرد. دنا پلاس اتوماتیک در این روز نسبت به روز قبل اش چهار میلیون تومان ارزان شد و به چهار میلیارد و ۱۵۶ میلیون تومان رسید. قیمت سورن پلاس دوگانه سوز با کپسول کوچک نیز ۴۰ میلیون تومان کاهش یافت و در محدوده دو میلیارد و ۹۴۰ میلیون تومان قرار گرفت. پژو ۲۰۷ دنده ای پانورما هم با افت ۱۵ میلیون تومانی، سه میلیارد و ۲۴۵ میلیون تومان قیمت گذاری شد. با این حال، همه خودروها از روند کاهشی

پیروی نکردند. تارا دنده ای برخلاف جهت غالب بازار، ۵۵ میلیون تومان افزایش قیمت داشت و به سه میلیارد و ۱۰۵ میلیون تومان رسید.

صعود دوباره در سوم آبان

نوسان قیمت ها البته به روزهای پنجم و ششم آبان محدود نبود. در سوم آبان ماه نیز بازار بار دیگر به مدار افزایشی برگشت و تعدادی از خودروهای داخلی رشد قیمت قابل توجهی را تجربه کردند. اطلس G طی یک هفته ۲۶ میلیون تومان گران شد و قیمت آن به دو میلیارد و ۱۶ میلیون تومان رسید. شاهین اتوماتیک نیز با افزایش یک میلیون تومانی نسبت به روز قبل، سه میلیارد و ۱۵۰ میلیون تومان قیمت خورد. در همین روز، کوئیک 5 صفر نیز تصویر متفاوتی از رشد قیمت در بازه ای طولانی تر ارائه کرد. این خودرو از ابتدای همراه تا سوم آبان ۲۶۲ میلیون تومان افزایش قیمت داشت و در بازار آزاد به یک میلیارد و ۶۹۰ میلیون تومان رسید.

معاملات همچنان کم رونق

مجموع این تغییرات نشان می دهد بازار خودرو در نیمه اول آبان نه در مسیر کاهش قیمت تثبیت شده و نه افزایش ها توانسته اند روندی مداوم پیدا کنند. قیمت ها با فاصله ای کوتاه از رشد به افت و از افت به رشد رسیده اند؛ در حالی که نشانه روشنی از رونق معاملات دیده نمی شود.



● برش

قیمت خودروهای پرمقاصی در بازار

بررسی قیمت خودروهای پرمقاصی در بازار تا هشتم آبان ماه نشان می دهد ساینا S صفر با قیمت یک میلیارد و ۷۷۰ میلیون تومان معامله می شود. پژو ۲۰۷ اتوماتیک نیز چهار میلیارد و ۳۵۰ میلیون تومان قیمت دارد. در میان دیگر خودروهای داخلی، سمند سورن پلاس دوگانه سوز تا نرخ دو میلیارد و ۹۷۰ میلیون تومان در بازار عرضه می شود. در بخش خودروهای مونتاژی نیز تیگو ۸ پرو مکس ۱۱ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان و هایما S7 پرو هفت میلیارد و ۳۰۰ میلیون تومان قیمت گذاری شده اند. هرچند این قیمت ها مربوط به هشتم آبان ماه است و با توجه به نوسان روزانه بازار، ممکن است در روزهای بعد تغییر کند.



توجه خریداران را جلب کند. این خودرو با همکاری کارمانی در ایران مونتاژ شد و به تدریج نام بی وی دی را میان مشتریان ایرانی شناخته تر کرد. قرار بود این تازه وارد، شروع یک همکاری طولانی تر باشد؛ همکاری ای که خیلی زود پای محصولات دیگری را هم به میان کشید. بعد از S6، سدان F3 وارد برنامه تولید شد و در ادامه صحبت از عرضه S7 به میان آمد؛ کراس اووری بزرگ تر و مدرن تر که قرار بود جایگاه بی وی ای دی را در بازار ایران محکم تر کند. حتی برنامه هایی برای انتقال فناوری و حرکت به سمت خودروهای هیبریدی و برقی مطرح شد؛ موضوعی که در آن سال ها هنوز برای بازار ایران چندان آشنا نبود. اما داستان آن طور که قرار بود پیش نرفت. تحریم ها و

محدودیت های ناشی از آن، مسیر همکاری را تغییر دادند و برنامه تولید S7 نیز هیچ گاه به سرانجام نرسید. به این ترتیب، حضور بی وی دی در ایران آرام آرام متوقف شد و نام این برند برای مدتی از بازار خودرو فاصله گرفت. سال ها بعد، در حالی که بی وی ای دی در بازار جهانی مسیر متفاوتی را طی کرده و از یک خودروساز چینی به یکی از بازیگران مهم خودروهای برقی تبدیل شده بود، نام آن دوباره در بازار ایران شنیده شد. این بار اما دیگر خبری از S6 و F3 نبود؛ بی وی ای دی برگشته بود با نسلی از محصولات برقی و هیبریدی که تصویری کاملاً متفاوت از این برند قدیمی در ذهن مشتری ایرانی می ساختند.

شاید همین تغییر، جذاب ترین بخش داستان بی وی ای دی باشد؛ برندی که اولین بار با یک کراس اوور بنزینی وارد ایران شد، اما در بازگشت، بیش از هر چیز با فناوری برقی و خودروهایی مانند سیکال شناخته می شود. سیکال نسل دوم، در واقع محصول همان مسیری است که بی وی ای طی این سال ها پشت سر گذاشته؛ مسیری از یک خودروساز چینی تازه وارد تا یکی از نام های مهم صنعت خودروهای برقی جهان.

بی وی ای دی چگونه به ایران رسید؟

داستان بی وی ای دی در ایران از خودروهای برقی شروع نشد. زمانی که این برند هنوز در یک سوخته مختلف از نظر توان موتور عرضه می شود. نسخه اول به موتور برقی ۸۵ کیلوواتی معادل ۱۱۴ اسببخار مجهز است و نسخه قوی تر نیز ۹۵ کیلووات یا ۱۲۷ اسببخار قدرت دارد. برای تأمین انرژی این موتورها، دو باتری لیتیوم آهن فسفات با ظرفیت های ۳۰.۱ و ۳۹.۲ کیلووات ساعت در نظر گرفته شده است. بسته به نسخه انتخابی، برد خودرو در چرخه CLTC بین ۳۲۰ تا ۴۲۰ کیلومتر اعلام شده است. یکی از ویژگی های قابل توجه سیکال جدید



● تاریخچه شرکت ها

هونگچی؛ قصه پرچم سرخ

از تولید سدان های مخصوص

مقامات چینی تا خودروهای لوکس و برقی



بعضی خودروسازها کار خود را با یک کارخانه، چند مدل اقتصادی و رویای فروش بیشتر آغاز می کنند. اما داستان هونگچی از جای دیگری شروع شد؛ از جایی که خودرو قرار نبود فقط وسیله ای برای رفت و آمد باشد، بلکه قرار بود نمادی از توان صنعتی یک کشور باشد. سال ۱۹۵۸، در شرایطی که صنعت خودروی چین هنوز در سال های ابتدایی شکل گیری خود قرار داشت، اولین خودروی هونگچی متولد شد. این خودرو در کارخانه شرکت «فرست اتوموبیل ورکس» یا FAW در چانگچون ساخته شد و در همان زمان به عنوان اولین خودروی لوکس تولید شده به صورت مستقل در چین شناخته شد. نام «هونگچی»، نیز به معنای «پرچم سرخ» است؛ نامی که از همان ابتدا ارتباط این خودرو با ساختار رسمی کشور را نشان می داد.

پرچم سرخ روی کاپوت

نخستین مدل، CA72. پس از چند مرحله نمونه سازی و اصلاح طراحی به تولید رسید. هونگچی در سال ۱۹۵۹ تولید این مدل را به شکل سری سازی آغاز کرد. برخلاف خودروهای معمول بازار، CA72 برای استفاده عمومی طراحی نشده بود و بیشتر در مراسم رسمی و برنامه های دولتی مورد استفاده قرار می گرفت. همین موضوع به هونگچی هویتی متفاوت داد. این برند از همان سال های اول نه به عنوان یک خودروساز اقتصادی، بلکه به عنوان نمادی از خودروهای تشریفاتی چین شناخته شد. اما CA72 تنها ماجرا نبود. در سال ۱۹۶۵، مدل CA770 وارد صحنه شد؛ یک سدان سه دریفه بزرگ که خیلی زود لقب «خودروی ملی» چین را گرفت. این خودرو برای سال ها در مراسم رسمی، برنامه های دولتی و دیدارهای مقامات خارجی مورد استفاده قرار گرفت و به یکی از شناخته شده ترین محصولات تاریخ هونگچی تبدیل شد. نسخه های مختلفی از این خانواده، از جمله CA770A و CA770B، در دهه های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ تولید شدند.

روزهای سخت و تلاش برای ادامه راه

با گذشت زمان، هونگچی تلاش کرد از وابستگی کامل به خودروهای تشریفاتی فاصله بگیرد. در دهه ۱۹۸۰، مهندسان این شرکت به سراغ فناوری ها و ساختارهای جدید رفتند تا مصرف انرژی، قدرت، راحتی و طراحی محصولات را بهبود دهند. مدل هایی مانند CA774، CA750 و CA770G تولید شدند. در همین دوره توسعه پیدا کردند. بااین حال، هونگچی همچنان با مسأله مهمی روبه رو بود؛ چگونه می توان برندی را که سال ها نامد خودروهای دولتی بوده، وارد بازار گسترده تر کرد؟ این تغییر به آسانی اتفاق نیفتاد. هونگچی برای ادامه مسیر به فناوری و همکاری های جدید نیاز داشت و در دهه های بعد تلاش کرد محصولات خود را به استانداردهای جدید صنعت خودرو نزدیک کند.

وقتی فورد وارد داستان شد

یکی از نقاط مهم این مسیر در سال ۱۹۹۸ رقم خورد؛ زمانی که هونگچی مدل لوکس H7 را معرفی کرد. این خودرو با همکاری فورد توسعه داده شد و تلاش می کرد میان طراحی شرقی و فناوری مدرن پیوند برقرار کند. در سال ۲۰۰۰ نیز تسلس جدیدی از محصولات هونگچی وارد مرحله تولید شد. مدل EZ370CA7202 پس از چند مرحله طراحی و آزمایش به تولید انبوه رسید و دو سال بعد نسخه CA7242E6 از موتور ۲.۴ لیتری نیز توسعه پیدا کرد. این دوره را می توان مرحله ای دانست که هونگچی آرام آرام از یک خودروی صرفاً تشریفاتی فاصله گرفت و به سمت یک برند خودرویی مدرن تر حرکت کرد.

بازگشت پرچم سرخ

در سال ۲۰۱۳، هونگچی H7 را معرفی کرد؛ مدلی که نشان می داد این برند دیگر فقط به ساخت خودروهای تشریفاتی فکر نمی کند و قصد دارد وارد بازار خودروهای لوکس برای مشتریان عادی نیز شود. اما نقطه عطف بزرگ تر در سال ۲۰۱۸ اتفاق افتاد. هونگچی در این سال استراتژی جدیدی را برای برند اعلام کرد و همزمان زبان طراحی تازه ای را در محصولاتش به کار گرفت. هدف، تبدیل هونگچی از یک برند عمدتاً دولتی و تشریفاتی به یک برند لوکس مدرن و قابل عرضه در بازارهای جهانی بود. خود شرکت نیز این دوره را آغاز مرحله ای تازه در مسیر جهانی شدن هونگچی می داند.

از خودروی دولتی تا برقی های لوکس

تغییر هونگچی فقط به طراحی محدود نماند. این برند در سال های اخیر وارد حوزه خودروهای برقی و فناوری های جدید نیز شده است. خانواده محصولات هونگچی حالا مدل های مختلفی را دربرمی گیرد و در کنار سدان های لوکس، خودروهای برقی و شاسی بلند نیز در سبد آن دیده می شود. داستان هونگچی در واقع داستان تغییر یک مفهوم است؛ خودرویی که زمانی قرار بود فقط نماینده یک کشور در مراسم رسمی باشد، حالا تلاش می کند در بازار جهانی خودروهای لوکس نیز برای خود جایگاهی پیدا کند. از CA72 تا خودروهای برقی امروزی، پرچم سرخ همچنان همان جاست؛ فقط جاده ای که پیش روی آن قرار گرفته، دیگر به کاخ ها و مراسم دولتی محدود نمی شود.

هونگچی در ایران

هونگچی در سال های اخیر با عرضه مدل های مانند H5 و H9 نام خود را در بازار ایران بیشتر مطرح کرده است. حضور این برند در ایران، بخشی از موج ورود خودروسازان چینی به بازار خودروهای لوکس و نیمه لوکس کشور است. بااین حال، محدودیت های وارداتی و تغییر مقررات، مسیر عرضه محصولات جدید هونگچی در ایران را نیز تحت تأثیر قرار داده است.

منبع: وب سایت رسمی هونگچی