خبر خودرو

بررسی آخرین تحولات معاملات در بازار خودرو

رکود در معاملات، صعود در قیمت‌ها



بازار خودرو بار دیگر به مسیر نوسانات سینوسی خود بازگشت. بازاری که پس از چند روز عقب‌نشینی موقت و فضایی نسبتاً آرام، در دهم آبان‌ماه شاهد افزایش قیمتی تازه‌ای در دو حوزه خودروهای داخلی و مونتاژی بود. این جهش نرخ‌ها در شرایطی رخ می‌دهد که بازار همچنان در رکود است. بررسی آخرین آمارهای معاملاتی بازار نشان می‌دهد که خودروهای پرتیراژ داخلی با رشدهای چشمگیر چند ده‌میلیونی تا صد میلیونی مواجه شده‌اند.

در این میان، سورن پلاس دوگانه‌سوز (کپسول بزرگ) با جهشی ۸۰ میلیون تومانی، کانال ۳ میلیارد تومانی را فتح کرد و به قیمت ۳ میلیارد و ۶۰ میلیون تومان رسید.

پژو ۲۰۷ اتوماتیک نیز با ثبت افزایش ۱۰۰ میلیون تومانی نسبت به روز معاملاتی پیشین، خود را به مرز ۴ میلیارد و ۴۵۰ میلیون تومان رساند.

دنا پلاس ۶ دنده با جهشی ۱۵۰ میلیون تومانی، روی پله ۳ میلیارد و ۲۵۰ میلیون تومانی ایستاد و تارا دنده‌ای نیز با جهشی معادل ۱۴۰ میلیون تومان، هم‌قیمت با دنا و در کانال ۳ میلیارد و ۲۵۰ میلیون تومان معامله شد.

کوییک S با رشدی ۵۰ میلیون تومانی در روز یکشنبه، ۱۰ آبان، به آستانه یک میلیارد و ۷۷۰ میلیون تومان رسید و ساینا S با جهشی قابل توجه معادل ۱۱۸ میلیون تومان، سقف یک میلیارد و ۸۷۰ میلیون تومان را در بازار به ثبت رساند.

بازار خودروهای مونتاژی نیز افزایش قیمت را تجربه کرد. به طوری که فیدلیتی الیت ۷ نفره نسبت به روز قبل ۵۰۰ میلیون تومان افزایش قیمت را تجربه کرد و روی عدد ۸ میلیارد و ۳۰۰ میلیون تومان ایستاد. جک J4 صفر کیلومتر نیز با افزایشی ۱۵۰ میلیون تومانی، سد ۳ میلیارد و ۶۵۰ میلیون تومان را رد کرد. تیگو ۸ پرومکس با رشد ۲۰۰ میلیون تومانی به بهای ۱۲ میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان رسید و کی‌ام‌سی J7 نیز که روند صعودی خود را از نخستین روز آبان آغاز کرده بود، در مجموع با جهشی ۸۸۰ میلیون تومانی طی روزهای اخیر، اکنون در کانال ۷ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان خریدوفروش می‌شود.

ماشین وارداتی

لندکروزر GXR
ژاپنی اصیل برای مسیرهای آفرودی



لندکروزر در بازار ایران نیازی به معرفی ندارد. این شاسی بلند ژاپنی سال‌هاست از مسیر کشورهای حاشیه خلیج فارس به ایران می‌رسد و به همین دلیل، خریداران ایرانی با نسخه‌های مختلف آن آشنایی دارند. از پیشرانه و تیپ گرفته تا سطح تجهیزات، تنوع لندکروزرهای موجود در بازار کم نیست؛ اما ورود نسل جدید J300 فصل تازه‌ای از داستان این شاسی بلند قدیمی را رقم زده است.

تویوتا در سال ۲۰۲۱ از نسل جدید لندکروزر رونمایی کرد؛ نسلی که با یک تغییر مهم، بخشی از سنت دیرینه این خودرو را کنار گذاشت. موتورهای هشت سیلندر جای خود را به پیشرانه‌های شش سیلندر دادند؛ تصمیمی که ابتدا با تردید طرفداران قدیمی روبه‌رو شد. با این حال، تویوتا نشان داد کوچک‌تر شدن تعداد سیلندرها لزوماً به معنای کاهش توانایی نیست و لندکروزر همچنان می‌تواند در جاده و مسیرهای دشوار، عملکردی درخور نام خود داشته باشد.

نسل J300 روی پلتفرم TNGA-F شکل گرفته است؛ ساختاری که با کاهش وزن، استحکام شاسی را افزایش داده و شرایط بهتری برای رانندگی در مسیرهای شهری و خارج جاده‌ای فراهم کرده است. در میان تیپ‌های مختلف این نسل، GXR یکی از گزینه‌های مورد توجه بازار ایران است. این نسخه در مقایسه با تیپ‌های لوکس‌تری مانند VXR، تجهیزات تجملی کمتری دارد، اما همچنان برویژگی‌هایی تکیه می‌کند که لندکروزر را به یک شاسی بلند آفرودی شناخته‌شده تبدیل کرده‌اند.

GXR در بازارهای منطقه با دو پیشرانه متفاوت عرضه می‌شود. نسخه چهار لیتری از موتور شش سیلندر 1GR-FE استفاده می‌کند که ۲۷۱ اسب بخار قدرت و ۳۸۵ نیوتن‌متر گشتاور دارد. نیروی این موتور از طریق گیربکس شش سرعته اتوماتیک به چرخ‌ها منتقل می‌شود. در مقابل، نسخه ۳.۵ لیتری توین‌توربو با کد V35A-FTS قرار دارد؛ پیشرانه‌ای که ۴۰۹ اسب بخار قدرت و ۶۵۰ نیوتن‌متر گشتاور تولید می‌کند و با گیربکس ۱۰ سرعته اتوماتیک همراه شده است. بنابراین، با وجود شباهت ظاهری، تفاوت عملکرد این دو نسخه قابل توجه است.

البته توانایی لندکروز فقط به قدرت موتور خلاصه نمی‌شود. نسخه‌های توین‌توربو GXR به سامانه‌هایی مانند Multi Terrain Select و Crawl Control مجهز هستند که در عبور از مسیرهای سنگلاخی، شنزار و سطوح لغزنده به راننده کمک می‌کنند. این تجهیزات در کنار ساختار شاسی مستقل و قابلیت‌های چهارچرخ محرک، نشان می‌دهند که GXR همچنان برای مسیرهایی فراتر از آسفالت ساخته شده است.

از سوی دیگر، تجهیزات کمتر در مقایسه با نسخه‌های لوکس‌تر می‌تواند برای استفاده آفرودی یک امتیاز باشد؛ جایی که گاهی دوام و کارایی قطعات از امکانات رفاهی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. لندکروزر GXR نسل جدید اکنون با قیمت اعلامی حدود ۶۲ میلیارد تومان در بازار ایران عرضه شده است؛ قیمتی که آن را در جمع گران‌ترین شاسی‌بلندهای وارداتی قرار می‌دهد.

فروش سهمیه واردات خودرو کلاهبرداری است

معاون اول رئیس جمهور توقف اجرای مقررات واردات خودرو توسط ایرانیان مقیم خارج از کشور را ابلاغ کرد



گزارش

یاسمن صادق شیرازی
گروه خودرو

کافی است چند دقیقه‌ای آگهی‌های فروش خودرو را جست‌وجو کنید تا به معامله‌ای برسید که بیشتر از خود خودرو، «امید به واردات» می‌فروشد. سهمیه واردات خودرو برای ایرانیان مقیم خارج از کشور، با تأکید بر اقامت در آمریکا و امکان دریافت پلاک ملی، حالا به یکی از سوژه‌های آگهی‌های فضای مجازی تبدیل شده است. فروشنده سهمیه را می‌فروشد، خریدار پول می‌دهد و هر دو امیدوارند روزی دوباره دری باز شود که فعلاً بسته است. در این آگهی‌ها، از «امتیاز واردات خودرو» گرفته تا «سهمیه واردات برای مقیم خارج» به فروش گذاشته شده است. بعضی فروشندگان حتی کشور محل اقامت خود را هم برجسته کرده‌اند؛ انگار قرار است نام کشور محل زندگی، تضمینی برای اعتبار معامله باشد. اما پشت این آگهی‌ها یک واقعیت مهم وجود دارد، آن هم اینکه مسیر واردات خودرو توسط ایرانیان مقیم خارج از کشور فعلاً متوقف شده است. محمدرضا عارف، معاون اول رئیس جمهور نیز در روزهای اخیر توقف اجرای مقررات مربوط به واردات خودروی سواری توسط ایرانیان مقیم خارج از کشور را ابلاغ کرده است. این ابلاغیه که در ۶ آبان به وزارتخانه‌های اقتصاد، صمت و امور خارجه، سازمان‌های برنامه و بودجه، حفاظت محیط زیست و ملی استاندارد و بانک مرکزی ارسال شده، شامل تصمیم ۲۶ مهر هیأت وزیران برای موقوف‌الاجرا شدن دو تصویب‌نامه قبلی با شماره‌های ۵۰۷۰۳ (۲۱ خرداد ۱۴۰۴) و ۱۵۸۷۱۰ (۱۹ آذر ۱۴۰۴) در همین زمینه است.

بر این اساس، ثبت سفارش واردات خودرو توسط ایرانیان مقیم خارج از کشور حتی در صورت استفاده از منشأ ارزی غیر از بانک مرکزی هم ممکن نخواهد بود. با این حال، آگهی‌های فروش سهمیه همچنان پابرجاست؛ آگهی‌هایی که ممکن است برای خریدار این تصور را ایجاد کنند که با پرداخت مبلغی، صاحب یک مسیر قطعی برای واردات خودرو خواهد شد.

چیزی که فروخته می‌شود خودرو نیست

در این معامله، برخلاف خریدوفروش معمول خودرو، خبری از خودرو نیست. نه ماشینی در پارکینگ منتظر خریدار است و نه حتی سفارش مشخصی برای تحویل وجود دارد. آنچه خریدوفروش می‌شود، یک «امتیاز» است؛ امتیازی که ارزشش کاملاً به بازبودن یک مسیر قانونی وابسته است.

وقتی آن مسیر متوقف شده، ارزش واقعی چنین امتیازی نیز محل سؤال است. ممکن است فروشنده امروز برای آن قیمت تعیین کند، اما معلوم نیست فردا این امتیاز اساساً قابلیت استفاده داشته باشد.

ماجرایی که تکرار می‌شود

بازار خودرو البته با چنین داستان‌هایی بیگانه نیست. هر بار که مسیر تازه‌ای برای واردات باز شده یا خبر تغییر مقررات منتشر شده، بازارهای فرعی هم خیلی زود شکل گرفته‌اند. یک روز صحبت از فروش نوبت و اولویت است و روز دیگر امتیاز واردات. گاهی حتی قبل از اینکه جزئیات یک سیاست مشخص شود، برای آن بازار ساخته می‌شود.

معاون اول رئیس جمهور چه چیزی را متوقف کرد؟

واردات خودرو برای ایرانیان خارج از کشور در ابتدا قرار بود راهی برای استفاده از ظرفیت ارزی از محل خود و دیگران و ارتباط این گروه با بازارهای خارجی باشد. در این طرح، ایرانیان مقیم خارج می‌توانستند با شرایطی مشخص برای واردات خودرو اقدام کنند. حالا با تصمیم دولت، اجرای مقررات این شیوه واردات متوقف شده است. این ابلاغیه توسط عارف به دستگاه‌های مربوط، در واقع تکلیف فعلی این مسیر را روشن کرده است: ثبت سفارش جدید در چارچوب مقررات موردنظر انجام نمی‌شود و صرف داشتن امتیاز یا منشأ ارز نیز به‌تنهایی نمی‌تواند راه را برای واردات باز کند. یکی از مهم‌ترین دلایل این تصمیم از زبان فاطمه مهاجرانی، سخنگوی دولت توقف تخصیص ارز به تمامی امور غیراولویت‌دار به دستور رئیس جمهوری به دلیل شرایط خاص کشور است.

واردات ایرانیان مقیم خارج درحالی متوقف شده که هنوز می‌توان آگهی‌هایی را دید که در آنها از «سهمیه واردات»، «امتیاز ایرانیان خارج از کشور» و «پلاک ملی» صحبت شده است. گویی خبر توقف مسیر هنوز به بازار واسطه‌گری نرسیده یا دست‌کم برای فروشندگان آن اهمیتی ندارد.

در ماه‌های اخیر نیز بحث تعرفه واردات، نحوه تأمین ارز و مسیرهای مختلف واردات بارها بازار را تحت تأثیر قرار داده است. حتی خبر افزایش تعرفه واردات تا ۱۰۰ درصد در مقطعی نگرانی‌هایی درباره قیمت خودروهای خارجی ایجاد کرد؛ تصمیمی که بعدتر به دستور رئیس جمهوری لغو شد و تا حدی از التهاب بازار کاست. در چنین شرایطی، طبیعی است که هر مسیر تازه‌ای برای واردات، برای گروهی تبدیل به فرصت اقتصادی شود.

واردات متوقف نشده است

در این میان، یک تفکیک مهم نباید گم شود. توقف واردات خودرو برای ایرانیان خارج از کشور به معنای توقف کلی واردات خودرو نیست. سخنگوی وزارت صمت پیش‌تر در گفت‌وگو با «ایران» اعلام کرده بود: «واردات خودروهای اقتصادی همچنان ادامه دارد و سیاست این وزارتخانه در این زمینه تغییر نکرده است.» بنابراین، آنچه فعلاً متوقف شده، یک مسیر مشخص وارداتی است، نه اصل واردات خودرو. این موضوع اهمیت دارد؛ زیرا انتشار خبرهایی با عنوان کلی «توقف واردات خودرو» می‌تواند دوباره به التهاب بازار دامن بزند و حتی به رونق بیشتر بازارهای غیررسمی کمک کند.

معاون اول رئیس جمهور، نیز در روزهای اخیر توقف اجرای مقررات مربوط به واردات خودروی سواری توسط ایرانیان مقیم خارج از کشور را ابلاغ کرده است. این ابلاغیه در ۶ آبان به وزارتخانه‌های اقتصاد، صمت و امور خارجه، سازمان‌های برنامه و بودجه، حفاظت محیط زیست و ملی استاندارد و بانک مرکزی ارسال شده است

i3؛ برادر برقی سری ۳ که شباهتش گول‌زننده است

سدان برقی ب‌ام‌و در ظاهر آشناست، اما در ابعاد، قوای محرکه و معماری شارژ مسیر دیگری دارد



ترجمه

گروه خودرو

ب‌ام‌و i3 جدید شاید در نگاه اول تفاوت چندانی با سری ۳ بنزینی نداشته باشد، اما زیر این ظاهر آشنا، داستان کاملاً متفاوت است. ب‌ام‌و برای ساخت این سدان برقی تصمیم گرفته از بسیاری از محدودیت‌هایی که در تبدیل یک خودروی بنزینی به مدل برقی ایجاد می‌شود فاصله بگیرد و نتیجه، خودرویی است که اگرچه از نظر طراحی به سری ۳ نزدیک است، اما از نظر مهندسی مسیر جداگانه‌ای را طی کرده است.

به گزارش سایت caranddriver، ب‌ام‌و پیش‌تر در مدل i4 و نسخه 430i از یک ساختار مشترک استفاده کرده بود؛ این تصمیم البته بدون هزینه نبود. قرار دادن مجموعه باتری و قوای محرکه برقی در بدنه‌ای که اساساً برای یک موتور بنزینی طراحی شده بود، باعث شد فضای باتری محدود و برای تحمل وزن اضافه خودرو نیز از سامانه تعلیق بادی استفاده شود. این بار اما ب‌ام‌و قصد نداشت همین مسیر را برای i3 تکرار کند. به همین دلیل i3 که در مونیخ تولید می‌شود، برخلاف مدل‌های 330 و M350 که در دینگولفینگ ساخته می‌شوند، اشتراک فنی بسیار محدودی با برادران بنزینی خود دارد. جلوپنجره، قاب آینه‌ها و احتمالاً دستگیره‌های در از معدود بخش‌هایی هستند که میان این خودروها مشترک باقی مانده‌اند.

در سایر بخش‌ها تفاوت‌ها بیشتر می‌شود. فاصله محوری i3 حدود ۳.۸ سانتی‌متر بیشتر شده و ارتفاع و عرض خودرو نیز افزایش پیدا کرده است. طول بدنه اما تقریباً تفاوتی با نسخه بنزینی ندارد. این تغییرات صرفاً اعداد روی کاغذ نیستند. از آنجا که مهندسان ب‌ام‌و دیگر مجبور نبوده‌اند فضای زیادی را برای نصب یک موتور شش سیلندر خطی در قسمت جلو در نظر بگیرند، کابین کمی به سمت جلو حرکت کرده و شیشه جلو نیز با زاویه بیشتری قرار گرفته است.

طراحی جدید خانواده ب‌ام‌و که در هر دو مدل دیده می‌شود، تا حد زیادی این تفاوت‌ها را پنهان می‌کند، اما اگر با دقت نگاه کنید، کاپوت کمی شیب‌دارتر و فاصله بین چرخ جلو و لبه در کوتاه‌تر به نظر می‌رسد.

قوای محرکه متفاوت برای یک سدان برقی

تغییر فاصله محوری و ابعاد بدنه در درجه اول برای جا دادن مجموعه قوای محرکه‌ای انجام شده که ب‌ام‌و برای i3 در نظر گرفته است. همین موضوع باعث شده i3 از نظر فنی یکی از جذاب‌ترین محصولات برقی این برند باشد.

موتور اصلی خودرو در محور عقب قرار دارد. همان خانواده موتوری که در i4 نیز مورد استفاده قرار گرفته است. این موتور می‌تواند ۳۲۲ اسب بخار قدرت و ۴۳۵ نیوتن‌متر گشتاور تولید کند.

در محور جلو اما ب‌ام‌و سراغ یک موتور متفاوت رفته است. این موتور القایی ۱۶۵ اسب بخار قدرت و ۲۵۵ نیوتن‌متر گشتاور دارد.

در مجموع، i3 حدود ۴۶۳ اسب بخار قدرت و ۶۴۵ نیوتن‌متر گشتاور در اختیار راننده قرار می‌دهد. با چنین ارقامی، شتاب صفر تا ۹۶ کیلومتر بر ساعت این سدان برقی حدود ۴.۲ ثانیه برآورد شده است؛ رقمی که نشان می‌دهد i3 قرار نیست صرفاً یک خودروی برقی کم‌مصرف و آرام باشد.

اگر یکی از نقاط ضعف i4 برای برخی خریداران ظرفیت باتری آن باشد، i3 در این بخش شرایط کاملاً متفاوتی دارد. ب‌ام‌و برای i3 از یک باتری ۱۱۲ کیلووات‌ساعتی استفاده کرده که فاصله قابل‌توجهی با باتری ۸۴ کیلووات‌ساعتی i4 دارد. هنوز سازمان حفاظت محیط زیست آمریکا عدد رسمی برد این خودرو را اعلام نکرده، اما برآوردها از پیمایش حدود ۷۲۵ کیلومتر با یک بار شارژ حکایت دارند.

از نظر شارژ نیز i3 حرف‌های زیادی برای گفتن دارد. معماری ۸۰۰ ولتی این خودرو اجازه می‌دهد باتری با توان حداکثر ۴۰۰ کیلووات شارژ شود؛ البته به شرطی که شارژری با چنین توانی در دسترس باشد. درگاه شارژ استاندارد خودرو از نوع NACS است و یک مبدل برای استفاده از شارژرهای ترکیبی نیز همراه خودرو ارائه می‌شود.

فرمان دقیق است، اما هنوز جای کار دارد

اگر قرار باشد نقطه ضعفی برای i3 پیدا کنیم، فرمان یکی از گزینه‌هاست. فرمان خودرو دقیق و سریع عمل می‌کند، اما بازخوردی که به راننده منتقل می‌کند به اندازه M350 بنزینی قوی و زنده نیست. البته شاید این تفاوت کاملاً عمدی باشد؛ چراکه ب‌ام‌و قرار است در ادامه، نسخه اسپرت‌تر i3M60 را نیز معرفی کند.

فضای کابین و صندوق

سقف شیشه‌ای پانوراما‌ی i3 یکی دیگر از نقاط جذاب کابین است و فضای سر مناسبی برای سرنشینان ایجاد می‌کند. فضای ردیف عقب نیز کمی بیشتر از M350 بنزینی است، هرچند اگر صندلی‌های جلو تا پایین‌ترین ارتفاع تنظیم شوند، فضای قرارگیری پا در زیر آنها محدودتر خواهد شد. ب‌ام‌و هنوز عدد رسمی فضای صندوق برای بازار آلمان را اعلام نکرده، اما ارقام اولیه بازار آلمان از حجمی حدود ۴۲۵ لیتر خبر می‌دهند؛ یعنی تنها حدود ۲۸ لیتر کمتر از صندوق نسخه بنزینی M350.

آغاز فروش از ۲۰۲۷

ب‌ام‌و i3 50 xDrive قرار است در سه ماهه اول سال ۲۰۲۷ و تقریباً همزمان با خانواده بنزینی سری ۳ وارد بازار شود. قیمت پایه این خودرو ۶۲ هزار و ۸۵۰ دلار اعلام شده است. در نهایت، i3 جدید را نمی‌توان صرفاً یک سری ۳ برقی دانست. ب‌ام‌و برای ساخت آن بسیاری از محدودیت‌های تبدیل یک خودروی بنزینی به نمونه برقی را کنار گذاشته و نتیجه، محصولی است که هم برد قابل‌توجهی دارد، هم سریع شارژ می‌شود و هم از نظر عملکرد چیزی از یک ب‌ام‌و واقعی کم ندارد.







تاریخچه شرکت‌ها

آلفارومئو؛ امضای ایتالیایی سرعت

از میلان تا ایران؛ میراثی بیش از یک قرن

گروه خودرو

آلفارومئو از نام‌های ماندگار خودروسازی ایتالیاست؛ برندی که هویت آن فقط با خودروهای تولیدی‌اش تعریف نمی‌شود. مسابقه، طراحی و لذت رانندگی نیز بخش جدایی‌ناپذیر شناسنامه این شرکت هستند.

آغاز در میلان

داستان شرکت در ۲۴ ژوئن ۱۹۱۰ در میلان آغاز شد؛ زمانی که مجموعه‌ای با نام «آنانیمه لومبارد فابریکا اتوموبیلی» و نشان اختصاری A.L.F.A تأسیس شد. اولین محصولات آن با طراحی جوزپه مروزی، مهندس ارشد شرکت، ساخته شدند. مدل ۲۴ اچ‌پی از اولین خودروهایی بود که توان فنی این مجموعه را به نمایش گذاشت. در سال ۱۹۱۵، نیکولا رومئو، مهندس و سرمایه‌دار اهل ناپل، کنترل شرکت را در اختیار گرفت. پس از جنگ، تولید خودرو از سر گرفته شد و نام رومئو نیز به نام اولیه افزوده شد. به این ترتیب، آلفارومئو به هویت رسمی شرکتی تبدیل شد که در پی کسب جایگاهی فراتر از یک خودروساز معمولی بود.

مسابقه در ژن برند

آلفارومئو از همان سال‌های اول به مسابقات اتومبیلرانی توجه داشت. در سال ۱۹۲۳، اوگو سیوچی با خودروی RL در تارگا فلوریو پیروز شد. نشان شبدر چهاربرگ روی بدنه آن خودرو، بعدها به نماد نسخه‌های مسابقه‌ای و اسپرت این برند تبدیل شد. موفقیت بزرگ بعدی در سال ۱۹۲۵ رقم خورد؛ زمانی که خودروی گرندپری P2 اولین قهرمانی جهان در مسابقات اتومبیلرانی را برای آلفارومئو به دست آورد. آلفارومئو در اولین سال‌های فرمول یک نیز حضوری تعیین‌کننده داشت و با خودروهای ۱۵۸ و ۱۵۹، قهرمانی رانندگان فصل‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۵۱ را کسب کرد.

در سال ۱۹۳۳، دولت ایتالیا مالکیت شرکت را در اختیار گرفت. پس از جنگ جهانی دوم، آلفارومئو به‌تدریج به سمت تولید انبوه حرکت کرد. مدل ۱۹۰۰ که در سال ۱۹۵۰ معرفی شد، در این تغییر مسیر اهمیت داشت. پس از آن، جولیتا و جولیا در دهه‌های ۱۹۵۰ و ۱۹۶۰ با ترکیب طراحی جذاب و عملکرد فنی، جایگاه برند را در بازار اروپا تقویت کردند.

از فیات تا استلانتیس

مشکلات مالی و تغییر شرایط بازار در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ فشار زیادی بر شرکت وارد کرد. سرانجام در سال ۱۹۸۶، گروه فیات آلفارومئو را خریداری کرد. در سال‌های بعد، مدل‌هایی مانند ۱۵۵، ۱۴۷ و ۱۵۶ به بازار آمدند. آلفارومئو ۱۵۶ که در سال ۱۹۹۷ معرفی شد، به‌دلیل طراحی و ویژگی‌های فنی مورد توجه قرار گرفت و عنوان خودروی سال اروپا در ۱۹۹۸ را به دست آورد. معرفی 8C Competizione، میتو و جولیتا نیز بخشی از تلاش برای احیای هویت اسپرت برند بود. در سال ۲۰۱۶، آلفارومئو با معرفی جولیا و شاسی بلند استلویو بار دیگر بر بازار خودروهای پریمیوم تمرکز کرد. با شکل‌گیری گروه استلانتیس در سال ۲۰۲۱، این برند در کنار نام‌هایی چون فیات، پژو، سیتروئن و مازراتی در مجموعه‌ای چندملیتی قرار گرفت. تونااله و جونیور نیز در سال‌های اخیر به سبد محصولات آن اضافه شدند؛ خودروهایی که نشان‌دهنده تلاش شرکت برای همراهی با تغییرات بازار و حرکت به سمت قوای محرکه برقی و هیبریدی هستند. در بازار جهانی نیز آلفارومئو همچنان بر پیوند میان میراث مسابقه‌ای و فناوری روز تأکید دارد؛ هرچند دامنه عرضه محصولات آن در مقایسه با خودروسازان بزرگ محدودتر است و بخش مهمی از هویت تجاری‌اش بر طراحی و تجربه رانندگی متمرکز مانده است.

ردپای آلفارومئو در ایران

شناخته‌شدن گسترده‌تر آلفارومئو در ایران به اوایل دهه ۱۳۹۰ بازمی‌گردد؛ زمانی که شرکت آلفاموتور واردات محصولات این برند را دنبال کرد. میتو و جولیتا دو مدلی بودند که بیش از دیگر محصولات در بازار ایران دیده شدند. میتو هاچ‌بکی کوچک با چهره‌ای اسپرت بود و بیشتر مخاطبان جوان را هدف قرار می‌داد. جولیتا به‌دلیل کابین کاربردی‌تر، طراحی شاخص و پیشرانه توربوشارژ، دامنه مخاطبان گسترده‌تری پیدا کرد. نمونه‌هایی از آلفارومئو 4C نیز به‌صورت محدود وارد کشور شدند؛ خودرویی دونفره و اسپرت که بیش از استفاده روزمره، نماینده توانایی فنی و روح مسابقه‌ای برند بود. با این حال، آلفارومئو نتوانست در ایران به شبکه فروش و خدمات گسترده‌ای دست پیدا کند. محدودیت واردات، افزایش قیمت خودروهای خارجی، دشواری تأمین قطعات و کمبود تعمیرکاران آشنا با فناوری این محصولات، بر بازار آن اثر گذاشت. در نتیجه، عرضه محصولات آلفارومئو در سال‌های بعد کم‌رنگ شد و امروز شناخت بازار از این نام عمدتاً به نمونه‌های کارکرده میتو و جولیتا بازمی‌گردد. تجربه آلفارومئو در ایران نشان می‌دهد موفقیت یک برند خاص، تنها به جذابیت محصول وابسته نیست؛ استمرار واردات، خدمات پس از فروش و دسترسی به قطعات نیز در ماندگاری آن نقش تعیین‌کننده دارند.

منابع: وب‌سایت رسمی آلفارومئو