خبر خودرو



بستر تأمین خودرو با قیمت اقتصادی فراهم شود

عضو هیأت‌رئیسه کمیسیون اصل ۹۰ مجلس، با انتقاد از نوسانات قیمت خودرو و ضعف نظارت بر بازار، خواستار مقابله با دلالی، ساماندهی زنجیره تولید و عرضه و برنامه‌ریزی برای تأمین خودروهای اقتصادی و متناسب با قدرت خرید اقشار متوسط و کم‌درآمد شد. محمد معتمدی‌زاده در گفت‌وگو با خانه ملت، با اشاره به افزایش بی‌رویه قیمت خودرو و نوسانات شدید بازار گفت: «خودرو امروز به یکی از نیازهای اساسی خانوارها تبدیل شده و افزایش مداوم و غیرمنطقی قیمت آن، تأثیر مستقیمی بر معیشت مردم گذاشته است. در شرایطی که قیمت خودروها به‌صورت هیجانی افزایش و کاهش پیدا می‌کند، خریداران و فروشندگان نیز از وضعیت بازار اطمینان ندارند و این مسأله موجب سردرگمی مردم شده است.» عضو هیأت رئیسه کمیسیون اصل ۹۰ قانون اساسی با بیان اینکه بخش قابل توجهی از خانوارهای کشور توان خرید خودرو را از دست داده‌اند، افزود: «اقشار متوسط و کم‌درآمد حتی برای تهیه خودروهای معمولی با مشکل مواجه هستند و لازم است دولت برای تأمین خودروهای اقتصادی و متناسب با قدرت خرید این خانوارها برنامه‌ریزی کند. همچنین باید شرایطی فراهم شود تا دسترسی مردم به خودروهای عرضه شده با قیمت مناسب و بدون واسطه‌گری دلالان امکان‌پذیر باشد. همچنین افزایش قیمت قطعات و هزینه‌های تولید از جمله دلایلی است که خودروسازان برای گران کردن محصولات خود مطرح می‌کنند، اما همین موضوعات نیز باید به صورت دقیق بررسی و مدیریت شود. نمی‌توان هر بار با طرح بهانه‌هایی درباره هزینه تولید، افزایش قیمت خودرو را توجیه کرد؛ چراکه تداوم این روند علاوه بر کاهش قدرت خرید مردم، در نهایت تقاضای بازار و فعالیت خودروسازان را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد.»

ماشین وارداتی

KGM تورس؛ کراس‌اوری با چهره شاسی‌بلندهای کلاسیک



در بازاری که بسیاری از کراس‌اوورها به سمت طراحی‌های نرم و خطوط منحنی حرکت کرده‌اند، KGM تورس با بدنه زاویه‌دار، گلگیرهای برجسته و چهره‌ای نزدیک به شاسی‌بلندهای کلاسیک، مسیر متفاوتی را دنبال می‌کند. این محصول کره‌ای که ریشه آن به خودروساز قدیمی سانگ‌یانگ می‌رسد، حالا با موتور ۱.۵ لیتری توربوشارژ و گیربکس شش‌سرعته اتوماتیک در فهرست خودروهای وارداتی بازار ایران قرار گرفته است. نام KGM ممکن است برای بخشی از خریداران ایرانی چندان آشنا نباشد، اما این شرکت در واقع ادامه فعالیت خودروسازی است که سال‌ها با نام سانگ‌یانگ شناخته می‌شد. پیشینه این مجموعه به سال ۱۹۵۴ بازمی‌گردد و در سال ۲۰۲۳ نام آن به KG Mobility تغییر کرد. محصولاتی مانند موسو، کوراندو، رکستون و تیوولی نیز از جمله خودروهایی هستند که در سال‌های گذشته با نشان سانگ‌یانگ در بازار ایران حضور داشتند. تورس یکی از محصولات نسل جدید این خودروساز کره‌ای است که پس از تغییر نام و ساختار شرکت به بازار معرفی شد.

در طراحی تورس، رویکردی متفاوت از کراس‌اوورهای شهری متداول دیده می‌شود. این خودرو براساس زبان طراحی «Powered by Toughness» شکل گرفته که KGM آن را با الهام از فرم شاسی‌بلندهای قدرتمند و ساختارهای زاویه‌دار توسعه داده است. در نمای جلو، چراغ‌های باریک در کنار اجزای عمودی جلوپنجره قرار گرفته‌اند. کاپوت با حجم‌پردازی مشخص و سپر نسبتاً بزرگ نیز به فرم خشن‌تر بخش جلو کمک می‌کنند.

در نمای جانبی، خطوط نسبتاً صاف بدنه، گلگیرهای برجسته و فرم کشیده سقف دیده می‌شود. طراحی قسمت عقب نیز با چراغ‌های عمودی و ساختار متفاوت درِ صندوق ادامه پیدا می‌کند. مجموع این ویژگی‌ها باعث شده تورس از نظر ظاهری به شاسی‌بلندهای کلاسیک نزدیک‌تر باشد؛ هرچند ساختار فنی نسخه وارداتی آن برای استفاده در مسیرهای معمول شهری و جاده‌ای در نظر گرفته شده است. در بخش فنی، نسخه بنزینی تورس از یک موتور چهارسیلندر ۱.۵ لیتری توربوشارژ استفاده می‌کند. این پیشرانه توان تولید ۱۶۱ اسب‌بخار قدرت و ۲۸۰ نیوتن‌متر گشتاور را دارد. نیروی موتور از طریق جعبه‌دنده شش‌سرعته اتوماتیک به چرخ‌های جلو منتقل می‌شود. بنابراین، با وجود طراحی ظاهری نزدیک به خودروهای آفرودی، نسخه موردنظر بازار ایران از سامانه چهارچرخ محرک بهره نمی‌برد و نباید آن را با یک شاسی بلند مجهز به قابلیت‌های تخصصی خارج از جاده یکسان دانست. این ترکیب فنی، تورس را در گروه کراس‌اوورهای مناسب استفاده روزمره، تردد شهری و سفرهای جاده‌ای قرار می‌دهد. انتقال نیرو به محور جلو نیز نشان می‌دهد که تمرکز این نسخه بیشتر بر کاربری معمول خانوادگی است تا عبور از مسیرهای دشوار و ناهموار. تورس در بازار ایران با خودروهایی رقابت خواهد کرد که در محدوده کراس‌اوورهای وارداتی خانوادگی قرار دارند. پیشینه سانگ‌یانگ و تغییر نام آن به KGM می‌تواند برای خریدارانی که محصولات این برند را از گذشته می‌شناسند اهمیت داشته باشد، اما سابقه سازنده به‌تنهایی معیار کافی برای ارزیابی خودرو نیست. قیمت عرضه، شرایط فروش، دسترسی به قطعات و وضعیت خدمات پس از فروش نیز در تصمیم خریداران نقش دارند.

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس در گفت‌وگو با «ایران»:

خصوصی‌سازی خودروسازان بدون رقابت به جایی نمی‌رسد



گزارش

یاسمن صادق شیرازی
گروه خودرو

خصوصی‌سازی خودروسازان قرار بود با کاهش حضور دولت در بنگاه‌داری، راه را برای بهبود مدیریت و افزایش بهره‌وری باز کند؛ با این حال، تجربه واگذاری سهام یکی از خودروسازان بزرگ داخلی نشان داده که تغییر مالکیت به‌تنهایی نمی‌تواند تضمین‌کننده اصلاح وضعیت بازار باشد. حالا که موضوع واگذاری سهام دولت در سایپا بار دیگر مطرح شده، این پرسش پیش روی سیاست‌گذاران قرار دارد که آیا باید خصوصی‌سازی را صرفاً به دلیل وجود تکلیف قانونی پیش برد یا ابتدا شرایطی فراهم شود که بخش خصوصی بتواند در یک بازار رقابتی فعالیت کند؟ به اعتقاد برخی نمایندگان مجلس، واگذاری بدون اصلاح همزمان ساختار بازار ممکن است به نتیجه‌ای متفاوت از اهداف اولیه خصوصی‌سازی منجر شود.

مصطفی پوردهقان، عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی، در گفت‌وگو با «ایران» با اشاره به تکالیف در نظر گرفته شده در برنامه هفتم توسعه، معتقد است: «خروج دولت از خودروسازی باید در کنار اصلاح شرایط واردات دنبال شود.» او توضیح داد: «نمایندگان در برنامه هفتم، دولت را مکلف کرده‌اند دو مسیر را همزمان پیش ببرد: اول کاهش سهامداری و بنگاه‌داری در خودروسازان داخلی و دوم، افزایش واردات خودرو با رویکرد منطقه‌ای و کاهش تعرفه‌ها برای ایجاد رقابت در بازار.»

خصوصی‌سازی همراه با ایجاد رقابت

به گفته او، «هدف از پیش‌بینی این دو مسیر آن بود که از یک سو دولت به‌تدریج از مدیریت و مالکیت خودروسازان فاصله بگیرد و از سوی دیگر، با افزایش واردات و حضور خودروهای بیشتر در بازار، انحصار موجود کاهش پیدا کند.» با این حال، به اعتقاد این نماینده مجلس، «در اجرای این سیاست‌ها توازن لازم برقرار نشد و واگذاری سهام یکی از خودروسازان بزرگ کشور، پیش از آنکه شرایط رقابت در بازار به شکل متناسب اصلاح شود، انجام گرفت.» پوردهقان با اشاره به انتقال سهام این خودروساز به یکی از قطعه‌سازان فعال در صنعت خودرو، این موضوع را از جمله چالش‌های تجربه واگذاری دانست. به گفته او «چنین ترکیبی می‌تواند نگرانی‌هایی درباره شکل‌گیری انحصار در زنجیره تولید ایجاد کند؛ بویژه زمانی که یک مجموعه فعال در حوزه تأمین قطعات، در جایگاه سهامدار و تصمیم‌گیر یک خودروساز نیز قرار می‌گیرد. در واقع مالکیت یک خودروساز به‌تنهایی نمی‌تواند به بهبود شرایط بازار و وضعیت مصرف‌کنندگان منجر شود.» این عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس همچنین به درخواست‌های مکرر برای افزایش سرمایه و رشد ۴۰ تا ۵۰ درصدی قیمت محصولات از سوی خودروساز خصوصی اشاره کرد و این وضعیت را از پیامدهای واگذاری بدون اصلاح همزمان بازار دانست و گفت: «با خروج دولت از سهامداری، امکان مداخله مستقیم گذشته نیز محدودتر شده و همین مسأله ضرورت پیش‌بینی سازوکارهای نظارتی و رقابتی را بیشتر می‌کند.» موضوع واگذاری سهام دولت در سایپا نیز از نگاه این نماینده مجلس باید با توجه به شرایط مالی و ساختار مالکیت این شرکت بررسی شود. پوردهقان با اشاره به بدهی‌های سایپا و پیچیدگی‌های موجود در ترکیب سهامداری آن، تأکید کرد که پیش از هر تصمیمی باید وضعیت این مسائل روشن شود. او معتقد است تا زمانی که تکلیف واردات خودرو مشخص نشده و زمینه شکستن انحصار و حرکت به سمت رقابت فراهم نیامده است، واگذاری سهام دولت در سایپا نباید با شتاب دنبال شود. به گفته او، ابتدا باید شرایط بازار اصلاح شود و سپس درباره نحوه و زمان واگذاری تصمیم‌گیری کرد.

> عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی: با خروج دولت از سهامداری، امکان مداخله مستقیم گذشته نیز محدودتر شده و همین مسأله ضرورت پیش‌بینی سازوکارهای نظارتی و رقابتی را بیشتر می‌کند

برش

خصوصی‌سازی؛ فراتر از انتقال مالکیت

بحث خصوصی‌سازی در صنعت خودرو را نمی‌توان تنها به خروج دولت از سهامداری محدود کرد. اگر قرار است بخش خصوصی مسئولیت اداره خودروسازان را بر عهده بگیرد، باید زمینه فعالیت در یک بازار رقابتی نیز فراهم باشد. تجربه واگذاری‌های انجام‌شده و مباحث مطرح درباره واگذاری سهام سایپا نشان می‌دهد که نحوه انتخاب خریدار، ساختار مالکیت، وضعیت مالی شرکت و شرایط رقابت در بازار، همگی در نتیجه این سیاست اثرگذارند. در واقع، پرسش اصلی این نیست که خصوصی‌سازی انجام شود یا خیر؛ بلکه این است که آیا پیش‌نیازهای آن فراهم شده و واگذاری با چه سازوکاری می‌تواند به بهبود عملکرد صنعت خودرو منجر شود؟

شاسی‌بلند ۴۶۹ اسب‌بخاری چری با برد ۱۴۰۰ کیلومتری

فالوین T11 جدید در نسخه چهارچرخ محرک به دو موتور برقی مجهز شده و از سامانه‌های پیشرفته کمک‌راننده بهره می‌برد

ترجمه

چری از نسخه به‌روزرسانی‌شده شاسی‌بلند فالوین T11 مدل ۲۰۲۷ در بازار چین رونمایی کرد.

به گزارش سایت carnewschina، این خودرو که در گروه محصولات برقی با افزایش‌دهنده برد حرکتی (EREV) قرار می‌گیرد، با کابین شش‌نفره، قوای محرکه دوموتوره در نسخه چهارچرخ محرک و امکانات رفاهی متنوع عرضه شده است.

قیمت این مدل در بازار چین از ۱۸۹ هزار و ۹۰۰ یوان، معادل حدود ۲۸ هزار و ۴۸۰ دلار آغاز می‌شود و در بالاترین نسخه به ۲۴۹ هزار و ۹۰۰ یوان، معادل ۳۷ هزار و ۴۸۰ دلار می‌رسد.

فالوین T11 جدید در چهار تیپ مختلف به فروش می‌رسد و مهم‌ترین تغییر آن به استفاده از سامانه کمک‌راننده Falcon 700 مربوط می‌شود. این فناوری در سه تیپ از چهار تیپ خودرو به صورت استاندارد وجود دارد و برای نسخه پایه نیز به عنوان یک آپشن قابل سفارش است. چری همچنین قصد دارد این شاسی‌بلند را از سال ۲۰۲۷ با نام‌های تجاری متفاوت به بازارهای بین‌المللی بفرستد. بر اساس برنامه اعلام‌شده، این خودرو در بریتانیا با نام جیکو9، در روسیه با نام اکسید ET8 و در برخی دیگر از بازارهای خارجی با نام اکسلانتیکس ET9 عرضه خواهد شد. بازارهایی مانند استرالیا نیز در برنامه صادراتی این محصول قرار دارند.

ارتقای سامانه کمک‌راننده؛ مهم‌ترین تغییر فالوین T11

مهم‌ترین بخش به‌روزرسانی فالوین T11 به سامانه رانندگی کمکی Falcon 700 مربوط می‌شود. این سیستم به سخت‌افزار پردازشی قوی‌تر و حسگر لیدار نصب‌شده روی سقف مجهزشده و قابلیت‌های پیشرفته‌تری را در اختیار راننده قرار می‌دهد. از جمله امکانات آن می‌توان به رانندگی کمکی در مسیرهای شهری و بزرگراهی، هدایت خودرو از محل پارک تا مقصد و عبور کمکی از تقاطع‌های بدون چراغ راهنمایی و میدان‌ها اشاره کرد. این سامانه در دو تیپ Max Smart Driving و نسخه Ultra به صورت استاندارد نصب شده است. نسخه پایه Plus همچنان از سامانه Falcon 500 استفاده می‌کند، اما خریداران می‌توانند Falcon 700 را به صورت سفارشی برای آن انتخاب کنند.

در ساختار این مجموعه از حسگر لیدار Hes-ai AT128 در کنار سخت‌افزار پردازشی BMC استفاده شده است. گزارش‌های پیش از رونمایی نیز از مجموعه‌ای متشکل از ۲۷ واحد تشخیص محیطی خبر می‌دادند که شامل ۱۱ دوربین، ۳ رادار موج میلی‌متری، ۱۲ رادار اولتراسونیک و یک حسگر لیدار است.

تغییرات ظاهری و کابین مجهزتر

چری در نسخه جدید فالوین T11 تغییرات ظاهری گسترده‌ای اعمال نکرده، اما برخی جزئیات بدنه را بازنگری کرده است. نوارهای تزئینی کرومی در بخش پایینی درها حذف شده‌اند و سپر عقب نیز طراحی جدیدی دارد. دو رنگ قرمز دانشیا و نارنجی شیائو به فهرست رنگ‌های بدنه اضافه شده‌اند و خریداران برای فضای داخلی نیز می‌توانند رنگ نارنجی جینیو را انتخاب کنند.

ابعاد بدنه بدون تغییر باقی مانده است. این شاسی‌بلند ۵۲۰۵ میلی‌متر طول، ۱۹۹۸ میلی‌متر عرض و ۱۸۰۰ میلی‌متر ارتفاع دارد و فاصله محوری آن به ۳۱۲۰ میلی‌متر می‌رسد. چیدمان صندلی‌ها نیز همچنان به‌صورت ۲+۲+۲ است و ظرفیت حمل ۶ سرنشین را فراهم می‌کند.

یکی از ویژگی‌های جالب این خودرو، استفاده از چهار درِ برقی با قابلیت بسته‌شدن نرم است. باز و بسته کردن درها از طریق فرمان صوتی، حرکات دست و ریموت امکان‌پذیر است و سیستم تشخیص مانع نیز برای جلوگیری از گیرکردن اجسام در نظر گرفته شده است. قابلیت باز کردن درها در شرایط یخ‌زدگی نیز از دیگر امکانات این مجموعه به شمار می‌رود. درِ صندوق عقب هم با حرکت پا قابل باز شدن است و از قابلیت نمایش اطلاعات به کمک فناوری واقعیت افزوده (AR) بهره می‌برد.

در بخش فناوری کابین، یک تراشه Qualcomm Snapdragon 8255 وظیفه پردازش اطلاعات را بر عهده دارد. این تراشه نمایشگر پانورامیک ۳۰ اینچی با وضوح 6K را پشتیبانی می‌کند و رابط کاربری HMI 2.0 را اجرا می‌کند. در نسخه جدید، صفحه اصلی و بخش تعاملی رابط کاربری نیز بازطراحی شده‌اند.

پشتیبانی از Apple CarPlay، Huawei HiCar و CarLink، امکان اتصال تلفن همراه به سیستم سرگرمی خودرو را فراهم می‌کند. دستیار صوتی هوشمند Xiaoqi نیز با استفاده از مدل‌های هوش مصنوعی Doubao متعلق به بایت‌دنس و Spark شرکت iFlytek، قابلیت‌های بیشتری برای تعامل با سرنشینان دارد. تمامی سه ردیف صندلی به تنظیمات برقی مجهز هستند. در تیپ‌های بالاتر، صندلی‌های دو ردیف اول علاوه بر گرم‌کن، از تهویه و ماساژور نیز بهره می‌برند و برای ردیف سوم هم گرم‌کن در نظر گرفته شده است. نمایشگر سرگرمی ۱۷٫۳ اینچی با وضوح 3K برای سرنشینان عقب، سیستم صوتی Boya Sound با ۲۳ بلندگو و یخچال ۹٫۲ لیتری از دیگر امکانات این خودرو هستند. این یخچال قابلیت خنک‌کردن محتویات تا منفی ۱۸ درجه سانتی‌گراد و گرم‌کردن آنها تا ۵۰ درجه سانتی‌گراد را دارد.

قوای محرکه؛ برد ترکیبی ۱۴۰۰ کیلومتری

فالوین T11 از یک پیشرانه بنزینی ۱٫۵ لیتری توربوشارژ به عنوان افزایش‌دهنده برد حرکتی استفاده می‌کند. این موتور در کنار مجموعه محرک الکتریکی ۶ در ۱ فعالیت می‌کند و نیروی مورد نیاز خودرو در نسخه‌های مختلف از طریق یک یا دو موتور برقی تأمین می‌شود.

نسخه‌های دیفرانسیل عقب در دو تیپ Plus و Max عرضه می‌شوند. تیپ Plus توان ۱۹۵ کیلووات معادل ۲۶۱ اسب‌بخار و گشتاور ۳۲۴ نیوتن‌متر تولید می‌کند. این ارقام در نسخه Max به ۲۰۰ کیلووات معادل ۲۶۸ اسب‌بخار و ۳۳۲ نیوتن‌متر می‌رسند. هر دو نسخه برای رسیدن از حالت سکون به سرعت ۱۰۰ کیلومتر بر ساعت به ۹٫۳ ثانیه زمان نیاز دارند.

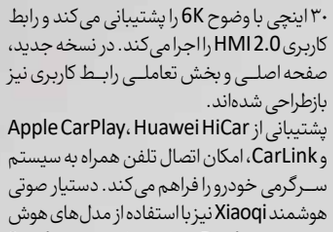
در مقابل، نسخه‌های چهارچرخ محرک از دو موتور الکتریکی بهره می‌برند که مجموع توان آنها به ۳۵۰ کیلووات معادل ۴۶۹ اسب‌بخار و گشتاور خروجی به ۶۴۲ نیوتن‌متر می‌رسد. این نسخه می‌تواند در مدت ۵٫۴ ثانیه از صفر به سرعت ۱۰۰ کیلومتر بر ساعت برسد.

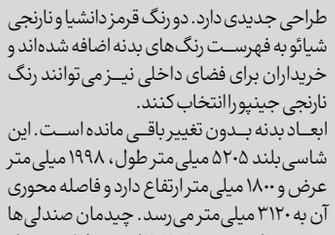
ظرفیت باتری در مدل‌های دیفرانسیل عقب ۳۳٫۶۸ کیلووات‌ساعت و در نسخه‌های چهارچرخ محرک ۳۹٫۹۲ کیلووات‌ساعت است. هر دو مجموعه از باتری‌های لیتیوم آهن فسفات (LFP) استفاده می‌کنند. براساس چرخه استاندارد CLTC چین، برد حرکتی تمام‌برقی خودرو به حداکثر ۲۲۰ کیلومتر می‌رسد؛ رقمی که با تبدیل تقریبی به استاندارد WLTP حدود ۱۸۰ کیلومتر خواهد بود. برد ترکیبی خودرو نیز طبق چرخه CLTC به ۱۴۰۰ کیلومتر اعلام شده که معادل تقریبی ۱۱۴۸ کیلومتر براساس WLTP است.

فالوین T11 از شارژ سریع جریان مستقیم (DC) پشتیبانی می‌کند و شارژ باتری از ۳۰ تا ۸۰ درصد فقط ۱۵ دقیقه زمان می‌برد. مصرف سوخت آن در حالت حفظ شارژ باتری و براساس استاندارد WLTC، برای نسخه‌های دیفرانسیل عقب ۶٫۱ لیتر و برای مدل‌های چهارچرخ محرک ۷٫۰۲ لیتر در هر ۱۰۰ کیلومتر اعلام شده است.

رقابت در بازار شاسی‌بلندهای بزرگ چین

فالوین T11 در اولین ماه عرضه خود در اکتبر ۲۰۲۵، با استقبال قابل توجهی روبه‌رو شد و فروش آن در دسامبر همان سال به ۴۵۵۱ دستگاه رسید. با این حال، روند فروش خودرو در ماه‌های ابتدایی سال ۲۰۲۶ نزولی شد. آمارها نشان می‌دهد فروش ماهانه این مدل در ماه آگوست به حدود ۲۷۰۰ دستگاه بازگشت، اما در سپتامبر و اکتبر بار دیگر کاهش پیدا کرد. در اکتبر، فروش T11 با افت ۱۸٫۷ درصدی نسبت به ماه قبل به ۱۳۸۶ دستگاه رسید؛ رقمی که معادل ۸٫۴ درصد از مجموع فروش برند فالوین بود. این خودرو با قیمت پایه ۱۸۹ هزار و ۹۰۰ یوان در یکی از رقابتی‌ترین بخش‌های بازار چین، یعنی شاسی‌بلندهای بزرگ سه‌ردیفه با قوای محرکه برقی و افزایش‌دهنده برد، حضور دارد. یکی از رقبای آن Leapmotor D19 است که نسخه‌های مجهز به سامانه افزایش‌دهنده برد آن با قیمت پایه ۲۱۹ هزار و ۸۰۰ یوان عرضه می‌شوند. این خودرو با طول ۵۲۵۲ میلی‌متر، ۴۷ میلی‌متر از فالوین T11 کشیده‌تر است.







تاریخچه شرکت‌ها

داچیا؛ وقتی خودروی ارزان به برگ برنده تبدیل شد

برندی که فعالیتش را با تولید خودروهای تحت لیسانس آغاز کرد

گروه خودرو

داچیا یکی از نام‌های قدیمی صنعت خودروی اروپاست که مسیر متفاوتی برای رسیدن به بازارهای جهانی طی کرده است. این خودروساز رومانیایی فعالیت خود را با هدف تولید خودروهای اقتصادی برای بازار داخلی آغاز کرد، اما همکاری با رنو و تغییر مالکیت در اواخر دهه ۹۰ میلادی، مسیر تازه‌ای پیش روی آن گذاشت. داچیا که روزگاری بیشتر به‌عنوان تولیدکننده خودروهای ساده و ارزان‌قیمت در اروپای شرقی شناخته می‌شد، امروز یکی از برندهای مهم گروه رنو است و محصولاتی مانند لوگان، ساندرو و داستر را در بازارهای مختلف عرضه می‌کند.

آغاز یک خودروسازی در اروپای شرقی

داستان شکل‌گیری داچیا به سال ۱۹۶۶ بازمی‌گردد؛ زمانی که دولت رومانی تصمیم گرفت با ایجاد یک خودروساز داخلی، صنعت خودرو را در این کشور توسعه دهد. نام داچیا از نام تاریخی سرزمینی گرفته شده که بخش بزرگی از رومانی امروزی را دربر می‌گرفت. دولت رومانی برای راه‌اندازی این مجموعه به دنبال همکاری با یک خودروساز خارجی بود و در نهایت، رنو فرانسه به‌عنوان شریک فنی انتخاب شد. بر همین اساس، کارخانه‌ای در شهر میوونی ساخته شد تا تولید خودروهای جدید را با استفاده از فناوری این شرکت فرانسوی آغاز کند. نخستین محصول داچیا در سال ۱۹۶۸ با نام ۱۱۰۰ از خط تولید خارج شد. این خودرو در واقع نسخه‌ای از رنو ۸ بود که با نشان داچیا در رومانی تولید می‌شد. یک سال بعد، مدل ۱۳۰۰ به بازار آمد که بر پایه رنو ۱۲ توسعه یافته بود. این سدان به‌سرعت به محصول اصلی شرکت تبدیل شد و به دلیل قیمت مناسب، فضای کابین قابل قبول و ساختار فنی ساده، میان خریداران رومانیایی محبوبیت پیدا کرد. داچیا در ادامه نسخه‌های مختلفی از این خودرو، از جمله مدل استیشن و وانت را نیز تولید کرد و خانواده ۱۳۰۰ برای سال‌های طولانی در خط تولید باقی ماند.

سال‌های استقلال

در سال ۱۹۷۸، قرارداد همکاری اولیه داچیا و رنو به پایان رسید و این شرکت مسیر مستقل‌تری را در پیش گرفت. با وجود این، محصولات داچیا همچنان از پایه فنی مدل‌های قدیمی رنو استفاده می‌کردند و شرکت بیشتر به توسعه نسخه‌های تازه از همان خودروها روی آورد. مدل‌هایی مانند ۱۳۱۰ و ۱۳۲۵ حاصل این دوره بودند. اما با گذشت زمان، فاصله فناوری محصولات داچیا با خودروهای جدید اروپایی بیشتر شد. در دهه ۹۰ میلادی نیز ورود خودروهای وارداتی به بازار رومانی، رقابت را برای این خودروساز دشوارتر کرد. کارخانه‌های قدیمی، محصولات کم‌تنوع و نیاز به سرمایه‌گذاری برای نوسازی، شرایطی ایجاد کرده بود که ادامه فعالیت مستقل شرکت را با مشکل مواجه می‌کرد.

تولد دوباره داچیا

در سال ۱۹۹۹، رنو با خرید ۵۱ درصد سهام داچیا، کنترل این شرکت را در اختیار گرفت. هدف، نوسازی خطوط تولید، ارتقای کیفیت محصولات و تبدیل داچیا به برندی برای عرضه خودروهای اقتصادی در بازارهای مختلف بود. سهم رنو در سال‌های بعد افزایش یافت و این خودروساز فرانسوی به‌تدریج داچیا را به یکی از بخش‌های مهم راهبرد جهانی خود تبدیل کرد. نخستین محصولات این دوره، از جمله سوپرنوا و سولنزا، بیشتر بر پایه خودروهای قدیمی داچیا توسعه یافته بودند؛ اما نقطه عطف اصلی در سال ۲۰۰۴ رقم خورد. در این سال، داچیا از مدل لوگان رونمایی کرد؛ خودرویی خانوادگی که با هدف ارائه فضای مناسب، ساختار فنی ساده و قیمت اقتصادی طراحی شده بود.

از لوگان تا داستر

موفقیت لوگان به داچیا کمک کرد دامنه محصولات خود را گسترش دهد. در سال ۲۰۰۸، ساندرو معرفی شد؛ هاچ‌بکی جمع‌وجور که به دلیل قیمت رقابتی و هزینه نگهداری مناسب، به یکی از محصولات پرفروش این برند تبدیل شد. یک سال بعد، نسخه استپ‌وی با ظاهر متفاوت و ارتفاع بیشتر از سطح زمین به بازار آمد.

در سال ۲۰۲۴ نیز بیگستر به‌عنوان کراس‌اوری بزرگ‌تر رونمایی شد تا این برند بتواند در کلاس خودروهای خانوادگی بزرگ‌تر نیز سهم بیشتری به دست آورد.

داچیا در بازار امروز و ایران

امروز داچیا همچنان یکی از برندهای گروه رنو است، اما هویت و جایگاه مستقل خود را در بازار حفظ کرده است. این شرکت با تکیه بر تولید خودروهای کاربردی و مقرون‌به‌صرفه، به‌ویژه در اروپا مشتریان زیادی دارد. فرمولی که از ابتدا مبنای فعالیت آن بود، همچنان در محصولات جدیدش دیده می‌شود؛ خودروهایی که قرار نیست با تجهیزات پیچیده و قیمت‌های بالا رقابت کنند، بلکه تلاش دارند نیازهای روزمره خریداران را با هزینه‌ای منطقی پاسخ دهند. در ایران نیز داچیا بیشتر از طریق محصولات مشترک با رنو شناخته می‌شود. لوگان که در کشورمان با نام تندر ۹۰ عرضه شد، یکی از شناخته‌شده‌ترین خودروهای این خانواده است. ساندرو و داستر نیز در بازار ایران حضور داشتند، اما اغلب با نشان رنو به فروش رسیدند و نام مستقل داچیا کمتر برای خریداران ایرانی شناخته شده است.

منبع: وب‌سایت رسمی داچیا