

روایت تولد پژو ۲۰۶ در ایران



گروه خودرو و قطعه: کمتر خودرویی در بازار ایران را می‌توان یافت که ورودش به کشور با چنین سرعتی به تغییر ذائقه بخشی از مصرف‌کنندگان منجر شده باشد. پژو ۲۰۶ در ابتدای دهه ۸۰ شمسی وارد خیابان‌های ایران شد؛ زمانی که بخش بزرگی از بازار خودرو همچنان در اختیار مدل‌هایی با طراحی و پلتفرم‌های قدیمی‌تر بود. ورود یک هاچ‌بک کوچک، جمع‌وجور و نسبتاً مدرن از یک برند شناخته‌شده فرانسوی، در آن مقطع بیش از آنکه صرفاً اضافه شدن یک محصول جدید به سبد ایران‌خودرو باشد، نشانه‌ای از تغییر آرام سلیقه بازار خودرو ایران محسوب می‌شد.

تاریخچه تولید پژو ۲۰۶

مختلف آن طی سال‌ها به بازار آمد، نسخه صندوقدار آن در ایران توسعه پیدا کرد و بعدها حتی تولید آن در شرایطی ادامه یافت که پژو در بسیاری از بازارهای جهانی نسل‌های جدیدتری را جایگزین آن کرده بود. داستان پژو ۲۰۶ در ایران، در واقع روایت یک محصول خارجی است که به‌تدریج با صنعت قطعه‌سازی و زنجیره تولید داخلی گره خورد و در نهایت بخشی از تاریخ معاصر بازار خودرو ایران شد.

۲۰۶؛ محصولی برای ورود به قرن جدید

پژو ۲۰۶ نخستین‌بار در سال ۱۹۹۸ معرفی شد. این خودرو در کلاس خودروهای کوچک شهری قرار داشت و از همان ابتدا طراحی متفاوت آن نسبت به محصولات قبلی پژو توجه بازار را به خود جلب کرد. ۲۰۶ قرار بود جایگزین پژو ۲۰۵ شود؛ خودرویی که طی سال‌های حضور خود در بازار اروپا به یکی از محصولات موفق پژو تبدیل شده بود. اما پژو برای نسل بعدی

پژو ۲۰۶ در سال ۱۹۹۸ در اروپا معرفی شده بود و در واقع محصولی برای جایگزینی پژو ۲۰۵ به شمار می‌رفت؛ خودرویی که در بازار جهانی موفقیت قابل توجهی داشت. ۲۰۶ اما با طراحی متفاوت، ابعاد جمع‌وجور و ظاهر مدرن‌تر، تلاش پژو برای ورود قدرتمندتر به بازار خودروهای کوچک شهری بود.

چند سال بعد، این خودرو راه خود را به ایران باز کرد. ایران‌خودرو که از سال‌ها قبل با پژو همکاری صنعتی داشت، مونتاژ ۲۰۶ را در سال ۲۰۰۱ میلادی، برابر با سال ۱۳۸۰ شمسی، آغاز کرد. یک گزارش پارلمانی فرانسه نیز تأیید می‌کند که ایران‌خودرو از مارس ۲۰۰۱ مونتاژ پژو ۲۰۶ را آغاز کرده بود؛ هرچند در آن مقطع سهم قطعات داخلی در این خودرو پایین بود.

آنچه در ابتدا یک خودروی کوچک فرانسوی برای بازار ایران بود، در ادامه به یکی از ماندگارترین محصولات صنعت خودرو کشور تبدیل شد؛ خودرویی که تیپ‌های

تیپ ۲؛ آغاز دوران محبوبیت

اگر تیپ یک را می‌توان نقطه شروع ۲۰۶ در ایران دانست، این تیپ ۲ بود که نقش اصلی را در فراگیر شدن خودرو ایفا کرد. تیپ ۲ با موتور ۱.۴ لیتری TU۳ وارد بازار شد و به دلیل ابعاد مناسب، طراحی متفاوت و هزینه نگهداری نسبتاً قابل قبول، به‌تدریج در میان مصرف‌کنندگان جایگاه ویژه‌ای پیدا کرد. تیپ ۲ در واقع نسخه‌ای تکامل‌یافته‌تر از تیپ یک بود و سیستم برق مالتی‌پلکس نیز در آن مورد استفاده قرار گرفت. این مدل در سال‌های بعد بارها به‌روزرسانی شد. تجهیزات ایمنی و رفاهی آن نیز در طول زمان تغییر کرد و امکاناتی مانند ABS و کیسه هوا به تدریج به آن اضافه شد. در نتیجه، تیپ ۲ به یکی از اصلی‌ترین محصولات ایران‌خودرو تبدیل شد و برای سال‌ها در فهرست پرفروش‌ترین مدل‌های خانواده ۲۰۶ قرار داشت.

از تیپ ۳ تا تیپ ۶؛ خانواده‌ای که بزرگ‌تر شد موفقیت اولیه ۲۰۶ در ایران باعث شد ایران‌خودرو دامنه عرضه این خودرو را گسترش

۲۰۶ و تغییر چهره خیابان‌های ایران

محبوبیت ۲۰۶ تنها به مشخصات فنی آن مربوط نبود. این خودرو در زمانی وارد بازار ایران شد که طراحی خودروهای موجود در بازار نسبتاً قدیمی بود. در چنین شرایطی، ۲۰۶ با چراغ‌های متفاوت، بدنه جمع‌وجور، کابین مدرن‌تر و ابعاد کوچک، تصویر متفاوتی از یک خودروی شهری ارائه کرد. این خودرو برای بخشی از نسل جوان آن دوران، نماد یک انتخاب مدرن‌تر بود. از سوی دیگر، ابعاد کوچک ۲۰۶ آن را برای استفاده شهری مناسب می‌کرد. در بازارهایی که ترافیک و محدودیت فضای پارک از مسائل جدی بود، خودروی کوچک می‌توانست مزیت مهمی داشته باشد. همین

۲۰۶؛ قربانی تحریم یا محصول یک دوره؟

تحریم‌ها و خروج پژو از بازار ایران نیز فصل دیگری در تاریخ این خودرو ایجاد کرد. با تشدید محدودیت‌های بین‌المللی و تغییر شرایط همکاری ایران‌خودرو و پژو، زنجیره تأمین قطعات دچار تغییر شد. در نتیجه، مسیر داخلی‌سازی شتاب بیشتری گرفت و قطعات بیشتری از منابع داخلی یا سایر بازارها تأمین شدند. این اتفاق از یک سو فشار قابل توجهی بر صنعت خودرو وارد کرد، اما از سوی دیگر موجب شد زنجیره قطعه‌سازی داخلی بیش از گذشته به سمت تأمین نیاز محصولات موجود حرکت کند. در مورد ۲۰۶ نیز این تغییرات قابل مشاهده بود و مشخصات و ترکیب قطعات خودرو در دوره‌های مختلف تفاوت‌هایی پیدا کرد. در واقع، ۲۰۶ را می‌توان یکی از محصولاتی دانست که تحولات صنعت خودروی ایران از مونتاژ، داخلی‌سازی، تحریم و تغییر زنجیره تأمین را در طول بیش از دو دهه با خود حمل کرده است.

چرا ایران؟

ورود ۲۰۶ به ایران را باید در بستر همکاری طولانی‌مدت ایران‌خودرو و پژو بررسی کرد. این همکاری از دهه ۷۰ میلادی آغاز نشده بود، بلکه ریشه آن به اوایل دهه ۱۹۹۰ بازمی‌گشت. بر اساس گزارش مجلس سنای فرانسه، ایران‌خودرو از سال ۱۹۹۲ همکاری صنعتی خود با پژو را آغاز کرده بود.

در دهه ۷۰ شمسی، محصولات پژو به بخش مهمی از سبد تولید ایران‌خودرو تبدیل شده بودند. پژو ۴۰۵ در ایران تولید می‌شد و بعدتر مدل‌هایی مانند پژو پارس نیز وارد خطوط تولید شدند.

در چنین فضایی، معرفی ۲۰۶ می‌توانست گام بعدی همکاری دو شرکت باشد؛ محصولی جدیدتر که قرار بود در بخش خودروهای کوچک‌تر بازار حضور پیدا کند. گزارش‌های آن زمان نیز نشان می‌دهد برنامه تولید ۲۰۶ در ایران از سال ۲۰۰۱ دنبال می‌شد و برای افزایش تیراژ آن برنامه‌ریزی شده بود. یک گزارش صنعتی در سال ۲۰۰۵ نیز به اعلام برنامه تولید اولیه ۲۰۶ در ایران اشاره می‌کند؛ به‌طوری که پس از تولید آزمایشی، تولید ۱۵ هزار دستگاه در سال نخست و افزایش ظرفیت در سال‌های بعد هدف‌گذاری شده بود. به این ترتیب، ۲۰۶ در شرایطی وارد ایران شد که بازار خودرو به تدریج در حال تجربه تغییرات جدید بود.

تولد ۲۰۶ در ایران

سال ۱۳۸۰ را می‌توان نقطه آغاز حضور رسمی پژو ۲۰۶ در صنعت خودروی ایران دانست. ایران‌خودرو در این سال تولید این خودرو را با موتور ۱.۴ لیتری آغاز کرد. در منابع مختلف، آغاز تولید ۲۰۶ در ایران به سال ۱۳۸۰ نسبت داده شده و برخی منابع آغاز مونتاژ را در سال ۲۰۰۱ میلادی ثبت کرده‌اند. نخستین نسخه‌ای که در بازار ایران شناخته شد، تیپ یک بود. این مدل البته عمر پندان طولانی در بازار ایران نداشت و خیلی زود جای خود را به تیپ‌های دیگر داد. بر اساس اطلاعات موجود، ۲۰۶ تیپ یک از سال ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۱ در ایران عرضه شد و سپس تیپ ۲ به تدریج جای آن را گرفت. در مجموع نیز بیش از ۱۲ هزار دستگاه از تیپ یک تولید شد.

تیپ یک در مقایسه با نسخه‌های بعدی، تجهیزات ساده‌تری داشت و فاقد سیستم مالتی‌پلکس بود. اما همین خودرو توانست توجه بازار را به خود جلب کند.

نقطه عطف؛ داخلی‌سازی ۲۰۶

شاید یکی از مهم‌ترین بخش‌های تاریخ ۲۰۶ در ایران، روند داخلی‌سازی آن باشد. در سال‌های نخست، این خودرو به‌شدت به قطعات وارداتی وابسته بود. اما با گذشت زمان و توسعه زنجیره قطعه‌سازی، بخش بیشتری از قطعات در داخل کشور تولید شد.

این روند البته به معنای یکسان ماندن کیفیت خودرو در تمام دوره تولید نبود. ترکیب تأمین‌کنندگان، نوع قطعات و سطح داخلی‌سازی در دوره‌های مختلف تغییر کرد. برای مثال، در سال‌های ابتدایی تولید تیپ ۵، بخش قابل توجهی از قطعات خودرو فرانسوی بود، اما از اواسط دهه ۸۰ شمسی داخلی‌سازی برخی اجزا افزایش یافت.

از این منظر، ۲۰۶ برای صنعت قطعه‌سازی ایران نیز اهمیت داشت؛ زیرا حجم تولید آن به اندازه‌ای بود که امکان ایجاد تقاضای پایدار برای طیف متنوعی از قطعات را فراهم می‌کرد.

پژو ۲۰۶ صندوقدار؛ نسخه‌ای که در ایران متولد شد

یکی از متفاوت‌ترین فصل‌های تاریخ ۲۰۶، تولید نسخه صندوقدار آن در ایران بود. پژو ۲۰۶ صندوقدار یا SD ۲۰۶ برخلاف هاچ‌بک معمولی، حاصل تلاش مشترک ایران‌خودرو و پژو برای توسعه محصولی متناسب با برخی نیازهای بازار بود. این مدل با کد پروژه T۱۳ توسعه پیدا کرد و نسخه صندوقدار ۲۰۶ در سال ۲۰۰۶ معرفی شد. طراحی این مدل با همکاری مرکز طراحی پژو و ایران‌خودرو انجام شد و بعدها به بازارهای خارجی نیز راه پیدا کرد. ورود SD ۲۰۶ از این جهت اهمیت داشت که ایران‌خودرو دیگر صرفاً مونتاژکننده یک محصول خارجی نبود، بلکه در توسعه یک نسخه متفاوت از محصول نیز نقش داشت. این خودرو علاوه بر بازار ایران، از سال ۲۰۰۶ به برخی بازارهای خارجی از جمله روسیه، اوکراین، ترکیه، رومانی، بلغارستان، الجزایر و چند کشور دیگر نیز صادر شد. به این ترتیب، خانواده ۲۰۶ از یک هاچ‌بک کوچک شهری فراتر رفت و یکی از محصولات صادراتی صنعت خودروی ایران نیز شد.

پر تعداد و شناخته‌شده بازار تبدیل شد و حتی نسخه صندوقدار آن نیز با مشارکت ایران‌خودرو توسعه یافت و به برخی بازارهای خارجی صادر شد. اما اهمیت ۲۰۶ فقط در تعداد دستگاه‌های تولیدشده یا مدت حضورش در خطوط تولید خلاصه نمی‌شود. این خودرو در نقطه‌ای از تاریخ صنعت خودرو ایران وارد شد که

افزایش داخلی‌سازی و از یک محصول مدرن تا خودرویی با عمر طولانی در بازار، ۲۰۶ تقریباً بخشی از مهم‌ترین تحولات صنعت خودرو ایران را تجربه کرد. تولید آن در ایران از سال ۲۰۰۱ آغاز شد؛ زمانی که پژو ۲۰۶ هنوز محصولی نسبتاً جدید در بازار جهانی بود. در سال‌های بعد، این خودرو در ایران به یکی از محصولات

پژو ۲۰۶ در سال ۱۳۸۰ وارد خطوط تولید ایران‌خودرو شد؛ زمانی که بازار خودرو ایران در آستانه تغییر نسلی قرار داشت. این خودرو ابتدا به‌عنوان یک هاچ‌بک فرانسوی وارد کشور شد، اما در طول بیش از دو دهه حضور خود، مسیر متفاوتی را طی کرد. از تیپ یک و تیپ ۲ تا تیپ ۵ و ۶، از مدل هاچ‌بک تا نسخه صندوقدار، از قطعات فرانسوی تا

سخن پایانی

مصرف‌کننده ایرانی در حال تغییر بود و تقاضا برای طراحی مدرن‌تر، ابعاد کوچک‌تر و خودروهای متفاوت‌تر افزایش پیدا می‌کرد. به همین دلیل، ۲۰۶ برای بازار ایران چیزی فراتر از یک مدل خودرو بود؛ محصولی که در یک مقطع نماد تغییر ذائقه مصرف‌کننده شد و بعدها خود به بخشی از تاریخ این بازار تبدیل شد.