

هجوم خودروهای وارداتی به شهر آفتاب



شروین اشیدری: شهر آفتاب از دوباره به مهم‌ترین و پرفروش‌ترین صنعت و بازار خودرو ایران تبدیل شده است. هفتمین نمایشگاه بین‌المللی خودرو تهران از ۲۳ تا ۲۶ شهریورماه برگزار می‌شود؛ رویدادی که پس از یک وقفه یک‌ساله، در شرایطی متفاوت نسبت به دوره‌های گذشته به تهران بازگشته است. روز ۲۲ شهریور نیز با اختصاص روز رسانه، خبرنگاران و فعالان حوزه خودرو پیش از آغاز بازدید عمومی امکان مشاهده محصولات، رونمایی‌ها و برنامه‌های شرکت‌ها را پیدا کردند.

آنچه در نخستین نگاه از نمایشگاه امسال به چشم می‌آید، تنها افزایش تعداد خودروها یا حضور شرکت‌های بیشتر نیست؛ بلکه تغییر ترکیب بازار است. خودروهای وارداتی سهم پررنگی در سالن‌های نمایشگاه دارند، خودروهای هیبریدی و برقی حضور جدی‌تری پیدا کرده‌اند و در کنار برندهای شناخته‌شده ژاپنی و اروپایی، تعداد زیادی از برندهای چینی با محصولاتی بزرگ‌تر، مجهزتر و بعضاً قدرتمندتر به میدان آمده‌اند.

این دوره با حضور ۳۵ گروه خودرویی برگزار می‌شود و ظرفیت فضای نمایشگاهی شهر آفتاب به‌طور کامل مورد استفاده قرار گرفته است.

با این حال، شاید مهم‌ترین نکته نمایشگاه هفتم این باشد که و پرفروش‌ترین خودرو ایران با سرعت بیشتری از قدرت خرید مصرف‌کننده ایرانی در حال تغییر است. خودروهایی که در شهر آفتاب به نمایش گذاشته شده‌اند، تصویری از آینده صنعت خودرو ارائه می‌کنند؛ اما اینکه این آینده با چه قیمتی و برای چه بخشی از جامعه قابل دسترس خواهد بود، پرسش مهم‌تری است.

نمایشگاه هفتم؛ بازگشت پس از یک سال وقفه

در سوی دیگر، شرکت‌هایی مانند آفتاب خودرو، نامی خودرو، معین خودرو، ماموت خودرو، هرمس خودرو، تیگارد موتور، شتابان خودرو و دیگر واردکنندگان و عرضه‌کنندگان محصولات خارجی، سبدهای متنوعی را به نمایش گذاشته‌اند. ایران خودرو نیز با سبدی شامل محصولات سواری، تجاری و مدل‌های جدیدتر در نمایشگاه حاضر شده و امکان تست برخی محصولات خود را برای بازدیدکنندگان فراهم کرده است. این ترکیب نشان می‌دهد ساختار بازار خودرو ایران در حال عبور از الگوی سنتی خود است؛ الگویی که در آن چند خودروساز داخلی بخش عمده بازار را در اختیار داشتند و وارداتی سهمی محدود و عمدتاً مربوط به بخش‌های خاص بازار داشتند.

برقی و هیبریدی؛ تغییر آرام قواعد بازی

را برای بازار ایران جذاب‌تر کند. به همین دلیل، احتمال دارد در کوتاه‌مدت خودروهای هیبریدی و پلاگین‌هیبریدی سریع‌تر از خودروهای تمام‌برقی در بازار ایران جای خود را باز کنند.

چینی‌ها؛ دیگر فقط مونتاژ کار نیستند

در نمایشگاه امسال یک واقعیت دیگر نیز به‌وضوح دیده می‌شود: تغییر جایگاه خودروهای چینی. چند سال قبل، خودروهای چینی حاضر در بازار ایران عمدتاً در رده خودروهای اقتصادی و میان‌قیمت قرار داشتند. اما امروز شرکت‌های ایرانی محصولات چینی را در کلاس‌های مختلف، از خودروهای اقتصادی تا شاسی‌بلندهای لوکس و مدل‌های چندصدا اسپ‌بخاری، معرفی می‌کنند. تیگارد موتور در روز رسانه از تیسان T۱، تیسان T۲ و GV۰۰ رونمایی کرد؛ محصولاتی از خانواده جتور که قرار

یکی از مهم‌ترین تفاوت‌های نمایشگاه امسال با دوره‌های قدیمی‌تر، افزایش تعداد خودروهای برقی و هیبریدی است. معین خودرو اعلام کرده است که چهار محصول برقی و پلاگین‌هیبریدی از برندهای مزدا، ولوو و آئودی را در نمایشگاه به نمایش خواهد گذاشت. این اتفاق در شرایطی رخ می‌دهد که خودروهای برقی در ایران هنوز با موانعی مانند قیمت بالا، محدودیت زیرساخت شارژ، خدمات پس از فروش و دسترسی به قطعات مواجه‌اند.

با این حال، رشد حضور آنها در نمایشگاه یک پیام روشن دارد: صنعت خودرو ایران نمی‌تواند برای همیشه از تغییرات فناوری جهانی فاصله داشته باشد.

هیبریدها نیز در این میان موقعیت متفاوتی دارند. برخلاف خودروهای تمام‌برقی، خودروهای هیبریدی به زیرساخت شارژ گسترده وابسته نیستند و همین مسئله می‌تواند آنها

وارداتی‌ها؛ ستاره‌های اصلی نمایشگاه

اگر بخواهیم یک ویژگی مشترک میان بیشتر گزارش‌های روز رسانه را استخراج کنیم، بدون تردید باید به حضور پررنگ خودروهای وارداتی اشاره کرد.

این بار خودروهای وارداتی فقط در یک یا دو کلاس مشخص حضور ندارند. از خودروهای اقتصادی‌تر و کراس‌اوورهای کوچک گرفته تا شاسی‌بلندهای بزرگ، محصولات لوکس، خودروهای برقی و مدل‌های هیبریدی در سالن‌های شهر آفتاب دیده می‌شوند.

این اتفاق از منظر بازار اهمیت زیادی دارد. واردات خودرو در سال‌های اخیر از یک موضوع صرفاً تجاری به یکی از عوامل اثرگذار بر ساختار رقابت در بازار تبدیل شده است.

ورود مدل‌های جدید به معنای افزایش مستقیم رقابت با خودروسازان داخلی و مونتاژکاران است. حتی اگر بخش بزرگی از این خودروها به دلیل قیمت بالا مشتریان محدودی داشته باشند، حضور آنها می‌تواند انتظارات مصرف‌کننده را تغییر دهد.

مشتري‌ای که امروز در نمایشگاه خودرو تهران یک محصول جدید ژاپنی، کره‌ای، اروپایی یا چینی را با امکانات متعدد، قوای محرکه هیبریدی و سامانه‌های کمک‌راننده می‌بیند، دیگر استانداردهای خود را صرفاً بر اساس محصولات موجود در بازار سنتی ایران تعیین نمی‌کند. در واقع، واردات تنها خودرو وارد نمی‌کند؛ بلکه استاندارد جدید نیز وارد بازار می‌کند.

از مزدا CX-۹۰ تا تیسان جوک؛ ژاپنی‌ها دوباره دیده می‌شوند

یکی از بخش‌های مورد توجه نمایشگاه، حضور محصولات جدید برندهای ژاپنی است. آفتاب خودرو با نکته قابل توجه اینجاست که در کنار خودروهای بنزینی، مدل‌های هیبریدی نیز در سبد محصولات این محسوب می‌شود. از سوی دیگر، نامی خودرو نیز سبد متنوعی از محصولات تیسان را در معرض دید قرار داده است.

رونمایی از نسل جدید تیسان جوک نیز یکی از اخبار روز رسانه بود؛ خودرویی که نسل قبلی آن سابقه حضور در بازار ایران را داشت و اکنون نسخه جدید آن می‌تواند بار دیگر نام جوک را به بازار ایران بازگرداند. نکته قابل توجه اینجاست که در کنار خودروهای بنزینی، مدل‌های هیبریدی نیز در سبد محصولات این شرکت‌ها پررنگ شده‌اند. این مسئله نشان می‌دهد واردکنندگان صرفاً به دنبال بازگرداندن نام‌های قدیمی به بازار نیستند، بلکه محصولات را با توجه به روند جدید صنعت جهانی خودرو انتخاب می‌کنند.

فاصله میان و پرفروش‌ترین و جیب مشتری

مهم‌ترین پرسش درباره نمایشگاه امسال شاید نه درباره تعداد خودروها، بلکه درباره مشتری آنها باشد. بازار خودرو ایران در سال‌های اخیر با کاهش قدرت خرید مواجه بوده است. افزایش قیمت خودرو در کنار رشد هزینه‌های خانوار باعث شده خرید خودرو برای بخش بزرگی از جامعه به یک تصمیم سنگین مالی تبدیل شود. در چنین شرایطی، نمایش صدها محصول جدید اگرچه از منظر رقابت و فناوری اتفاق مثبتی است، اما الزاماً به معنای افزایش فروش نیست. در واقع، ممکن است بازار خودرو ایران همزمان دو تصویر کاملاً متفاوت داشته باشد: در یک سو، نمایشگاه مملو از خودروهای مجهز، هیبریدی، برقی و لوکس است و در سوی دیگر، بخش بزرگی از مصرف‌کنندگان به دنبال خودروهایی با قیمت پایین‌تر و هزینه نگهداری قابل کنترل هستند. این شکاف، یکی از مهم‌ترین مسائل پیش روی بازار خودرو در سال ۱۴۰۵ است.

نمایشگاه به تجربه نزدیک می‌شود

یکی از نکات مثبت دوره هفتم، توجه بیشتر به تجربه واقعی خودرو است. تست‌درایو محصولات یکی از بخش‌های اصلی برنامه نمایشگاه محسوب می‌شود و ایران خودرو نیز امکان تجربه رانندگی با برخی محصولات خود را فراهم کرده است. این تغییر اهمیت زیادی دارد. در بازار امروز، مشخصات فنی به‌تنهایی برای تصمیم خرید کافی نیست. مشتری می‌خواهد خودرو را ببیند، داخل آن بنشیند، کیفیت کابین را لمس کند و عملکرد خودرو را تجربه کند. به همین دلیل، نمایشگاه‌هایی که صرفاً به چیدمان خودروها در غرفه‌ها محدود شوند، کارکرد گذشته خود را از دست می‌دهند. نمایشگاه مدرن باید بخشی از مسیر خرید باشد، نه صرفاً محلی برای عکاسی و رونمایی.

سخن پایانی

هفتمین نمایشگاه خودرو تهران در شرایطی آغاز به کار کرده که بازار خودرو ایران بیش از هر زمان دیگری در معرض تغییر قرار دارد. بازگشت نمایشگاه پس از یک سال وقفه، همزمان با افزایش واردات، حضور برندهای تازه، رشد خودروهای هیبریدی و برقی و افزایش سطح تجهیزات خودروها، باعث شده دوره هفتم متفاوت محسوسی با دوره‌های قبلی داشته باشد. اما اهمیت اصلی این نمایشگاه در تعداد خودروهای حاضر یا تعداد غرفه‌ها نیست. اهمیت واقعی آن در تصویری است که از آینده بازار خودرو ارائه می‌کند. این تصویر نشان می‌دهد بازار ایران دیگر نمی‌تواند تنها با محصولات قدیمی و فناوری‌های محدود اداره شود. مصرف‌کننده ایرانی با خودروهایی مواجه شده که استانداردهای تازه‌ای در زمینه ایمنی، مصرف سوخت، امکانات، طراحی و فناوری تعریف می‌کنند. در عین حال، مسئله قدرت خرید همچنان پابرجاست. اگر سیاست‌های ارزی، تعرفه‌ای و تجاری به‌گونه‌ای تنظیم نشود که خودروهای جدید با قیمت قابل‌قبول‌تری به دست مصرف‌کننده برسند، ممکن است بخش قابل توجهی از این تنوع همچنان در حد و پرفروش‌ترین باقی بماند. به این ترتیب، شهر آفتاب در چهار روز آینده بیش از آنکه فقط میزبان یک نمایشگاه خودرو باشد، تصویری از دو چهره بازار ایران را به نمایش خواهد گذاشت: یک چهره مدرن، متنوع و نزدیک‌تر به صنعت جهانی خودرو و چهره‌ای دیگر که همچنان با مسئله قیمت، قدرت خرید، ارز و هزینه‌های واردات دست‌وپنجه نرم می‌کند. فاصله میان این دو چهره، همان فاصله‌ای است که سیاست‌گذار، خودروساز و واردکننده باید در سال‌های آینده کاهش دهند. اگر این اتفاق رخ دهد، خودروهای حاضر در شهر آفتاب می‌توانند از و پرفروش‌ترین نمایشگاه به خیابان‌های ایران برسند؛ در غیر این صورت، نمایشگاه هفتم بیشتر از آنکه تصویری از بازار امروز باشد، تصویری از بازاری خواهد بود که هنوز در انتظار رسیدن به آینده است.

