

گردهمایی پیکاپ سواران به مناسبت هفتمین
سالگرد باشگاه مشتریان کرمان موتور

BAHAR KAVIR

تیر ۱۴۰۳
شماره ۶۲
صفحه ۶

بهار کبیر

نشریه داخلی شرکت کرمان موتور



کی ام سی E30X، برقی ایمن و همه فن حریف



سرمایه‌گذاری کارآمد
برای زندگی بهتر



گیربکس هیبرید
بهتر است یا پلاگین
هیبرید؟



حضور اولین‌ها در غرفه
تحول کرمان موتور



پترو پالایش هسابع
فخه در ه سازع كجمار



شرکت پتروپالایش تولید کننده و
وارد کننده انواع روغن ها و ادتیو ها

prkaic.co



بهار که بیر

BAHAR KAVIR

نشریه داخلی شرکت کرمان موتور
تیر ماه ۱۴۰۳، ۶۲ صفحه، شماره ۶

صاحب امتیاز: شرکت کرمان موتور

سر دبیر: مریم نجفی

امور اجرایی: معاونت مطالعات و توسعه بازار

طراح گرافیک: نرگس پاینده داری نژاد

نشانی: تهران، کیلومتر ۱۶ جاده مخصوص کرج، ابتدای بلوار

کرمان خودرو، بلوار ارگ، ساختمان اداری صدف

تلفن تماس: ۴۲۷۲۴-۲۱

نمابر: ۴۲۷۲۴-۲۱

پست الکترونیک: info@kermanmotor.ir

● استفاده مطالب با ذکر منبع بلامانع است.



۴



۱۸

- ۴ شرایط VIP برای اعضای باشگاه مشتریان کرمان موتور؛ پلتفرم باشگاه مشتریان در راه است
- ۸ امداد خودرو، از روزهای گرم تابستان تا روزهای سرد زمستان
- ۱۳ از کشور چین چه می‌دانید؟
- ۱۹ کی‌ام‌سی E30X، برقی ایمن و همه فن حریف
- ۲۲ گردهمایی پیکاپ سواران به مناسبت هفتمین سالگرد باشگاه مشتریان کرمان موتور
- ۲۸ حضور اولین‌ها در غرفه تحول کرمان موتور نوآوری در معرفی محصولات و خدمات
- ۳۴ جیلی، بزرگترین هلدینگ خودروسازی در چین همکاری با بزرگان اروپا
- ۳۹ کسب رتبه دوم خدمات پس از فروش توسط تجارت بم خودرو
- ۴۰ متحدین قدیمی چه در سر دارند؟
- ۴۵ ایگل، اولین خودروی بومی‌سازی‌شده کرمان موتور
- ۴۸ گیربکس هیبرید بهتر است یا پلاگین هیبرید؟
- ۵۲ سرمایه‌گذاری کارآمد برای زندگی بهتر
- ۵۴ چه کسی رنگ خودرو را انتخاب می‌کند؟ خریدار، خودرو یا خودرو ساز؟
- ۵۸ افتتاح جدیدترین نمایندگی کرمان موتور در شهر بجنورد



گردهمایی پیکاپ سواران به مناسبت هفتمین سالگرد باشگاه مشتریان کرمان موتور

www.kermanmotor.ir

در گفت‌وگو با مدیر امور مشتریان شرکت کرمان موتور مطرح شد:

شرایط VIP برای اعضای باشگاه مشتریان کرمان موتور؛ پلتفرم باشگاه مشتریان در راه است

امین حکمت شعار، مدیر امور مشتریان شرکت کرمان موتور و مشاور حقوقی مدیرعامل، باشگاه مشتریان این شرکت را یکی از تمایزهای خاص کرمان موتور با سایر شرکت‌های خودروسازی ایران می‌داند. در ادامه مشروح گفت‌وگو درباره این باشگاه را می‌خوانید.



« **لطفاً کمی درباره باشگاه مشتریان کرمان موتور توضیح دهید.**

باشگاه مشتریان یکی از بخش‌های امور مشتریان (CRM) است. امور مشتریان شرکت کرمان موتور کاملاً متمایز با کل CRMهای شرکت‌های خودروساز در ایران است. درواقع، ما در امور مشتریان شرکت کرمان موتور دارای پنج دیپارتمان هستیم؛ درحالی‌که این بخش در سایر شرکت‌های خودروسازی نهایتاً به دو یا سه حوزه تقسیم می‌شود که یکی مرکز تماس است و دیگری پیشخوان مراجعات حضوری مردم. اما در CRM شرکت ما پنج دیپارتمان اداری وجود دارد.

« **این پنج دیپارتمان در چه حوزه‌هایی فعال هستند؟**

اول، اداره رسیدگی به شکایات است که مراجعات حضوری و پیگیری درخواست‌های مردمی را شامل می‌شود. بخش دوم، بخش صدای مشتری است که به همه تماس‌های مشتریان از کل کشور پاسخ می‌دهد.

دیپارتمان سوم؛ اداره تحلیل و توسعه است. این بخش نمایی از جامعه بوده و آن را در گزارش‌های ماهیانه به حوزه‌های مختلف، اعم از خدمات پس از فروش، فروش و کیفیت ارائه می‌دهد. در بدنه این اداره، واحدی به اسم «باشگاه مشتریان» شکل گرفته است. اداره دیگر ما اداره بازرسی نامحسوس است که وظیفه کنترل نظارت بر عملکرد نمایندگی‌ها در حوزه ارائه خدمات و فروش را دارد. اداره پنجم، اداره حقوقی است که ۹۸ درصد پرونده‌های قضایی و شبه‌قضایی کل کشور در مورد کرمان موتور و سایر شرکت‌های تابعه را رسیدگی می‌کند.

« **باشگاه مشتریان از چه زمانی کار خود را شروع کرد؟**

تأسیس باشگاه مشتریان و شروع به کار آن، عملاً از هفت سال قبل، یعنی یازدهم تیرماه ۱۳۹۶ بود. امسال، هفتمین سالگرد تأسیس باشگاه مشتریان شرکت کرمان موتور را طی برگزاری مراسم ویژه، جشن گرفتیم.

سال ۹۷، بعد از گذشت یک سال و نیم از زمان تأسیس باشگاه مشتریان، با مشکلات تحریمی مواجه شدیم که به دنبال آن، میزان فروش کاهش پیدا کرد؛ درحالی‌که بحث فروش و شرایطی که ایجاد می‌کند، همیشه یکی از جذابیت‌های باشگاه مشتریان برای اعضای آن است.

امین حکمت شعار با اشاره به اثر منفی تحریم‌ها توضیح داد: می‌توان گفت تا سال گذشته (سال ۱۴۰۲) صرفاً از باشگاه مشتریان یک اسم باقی مانده بود؛ اما با توجه به افزایش تولید، رشد شرکت، تصمیم مدیریت ارشد و اهمیت حوزه CRM در بازار امروز و توجه مدیریت ارشد شرکت کرمان موتور به این موضوع، بر آن شدیم که باشگاه مشتریان را احیا کنیم و با چشم‌اندازی جدید، مسیر را ادامه دهیم.

وی ادامه داد: مقرر گردید استارت باشگاه مشتریان با ایجاد یک مسیر جدید، برنامه آینده را تبیین نماید. شروع مسیر

جدید ما با طراحی لوگوی جدید باشگاه مشتریان آغاز شد. در ادامه طرح و ابداع پلتفرم جدید باشگاه مشتریان را آغاز کردیم و سپس بازنگری در کسب و خرج امتیاز صورت گرفت.

« **پلتفرم جدید باشگاه مشتریان از چه زمانی شروع به کار می‌کند؟**

فکر می‌کنم نهایتاً تا پایان مردادماه، شاهد آغاز فعالیت این پلتفرم باشیم. البته نمونه‌های اولیه این پلتفرم را در نمایشگاه شیراز، رونمایی اولیه کرده‌ایم. افتتاحیه رسمی این پلتفرم یا به نوعی بهره‌برداری عمومی‌اش، اوایل شهریورماه خواهد بود و ان‌شاءالله در نمایشگاه خودروی مشهد آن را به‌صورت کامل ارائه خواهیم کرد.

« **هدف از راه‌اندازی این پلتفرم چیست؟**

هدف اصلی ایجاد جذابیت برای اعضای باشگاه مشتریان و حوزه خدمات پس از فروش و فروش است. در گام‌های بعدی نیز می‌توان به برنامه‌های آتی باشگاه مشتریان اشاره نمود. یکی از مواردی که شاید جذابیت بیشتری داشته باشد، این است که در فروش ادواری کرمان موتور که در قالب شرایط فروش اعلام می‌شود، هیچ‌یک از اعضای باشگاه مشتریان که متقاضی خرید خودرو باشند، جا نخواهند ماند.

وی این‌طور ادامه داد: شاید تعداد کثیری از مردم به دلایل مختلف، در زمان ایجاد شرایط فروش، نتوانند به‌صورت عادی ثبت‌نام کنند؛ اما شرایط جدید باشگاه مشتریان، این امکان را برای اعضای باشگاه فراهم می‌کند که با این‌گونه مشکلات روبه‌رو نشوند. این پلتفرم این امکان را به اعضا می‌دهد که حتی پس از پایان شرایط فروش، از طریق ایجاد درخواست در همان پلتفرم و پیگیری‌هایی که همکاران ما در حوزه باشگاه مشتریان خواهند داشت، بتوانند با شرایط ویژه VIP ثبت‌نام کنند.

مدیر امور مشتریان کرمان موتور درباره ارائه خدمات به اعضای باشگاه توضیح داد: در این حوزه نیز هیچ‌یک از اعضای فعال باشگاه مشتریان که حائز امتیاز لازم شده‌اند، در صف انتظار نوبت‌گیری اینترنتی پلتفرم جدید، نخواهند ماند. این افراد برای پذیرش، حتی به نوبت‌گیری اینترنتی نیاز ندارند و با کدهایی که در باشگاه از طریق همین پلتفرم در اختیارشان گذاشته خواهد شد، پذیرش می‌شوند. با اجرای این طرح، مشتریان مذکور نیازی به حضور و حتی منتظر ماندن در صف‌های طولانی صبح‌گاهی نمایندگی‌های مجاز شرکت کرمان موتور نخواهند داشت.

« **ایده‌آحداث این باشگاه از کجا شروع شد؟**

بدون شک این ایده از آن جایی شروع شد که مدیریت ارشد، ایجاد یک فضای جدید با نام باشگاه مشتریان را به‌عنوان هدف اصلی بیان کردند. اهداف ایجاد این پلتفرم جدید،



که در حوزه PR (روابط عمومی) و بازاریابی فعالیت دارند و دوستانی که در بحث برندینگ، طراحی و برگزاری گردهمایی‌ها به ما یاری رسانده‌اند؛ مانند جشن هفتمین سالگرد باشگاه مشتریان کرمان موتور که با گردهمایی ۲۸ سواران برگزار شد.

ما نباید باشگاه مشتریان کرمان موتور را صرفاً همین سه پرسنل سازمانی یا اداری بدانیم. با توجه به آنچه در باشگاه مشتریان وجود دارد، من قائل بر این هستم که علاوه بر اعضای باشگاه، هر یک از پرسنل کرمان موتور حتی در نمایندگی‌ها، یکی از پرسنل باشگاه مشتریان خواهند بود.

چیزی که برای ما خیلی اهمیت دارد، این است که باید در هر نمایندگی، نفر مستقر و پرزنت‌کننده باشگاه مشتریان را داشته باشیم که لازمه آن، برگزاری گردهمایی و هم‌اندیشی با نمایندگی‌ها و صاحب‌امتیازان خواهد بود. همان‌طور که در نمایندگی‌ها یک جایگاه و یک کرسی مستقل CRM داریم، باشگاه مشتریان نیز باید یک جایگاه و کانتر مستقل داشته باشد. در این جایگاه‌ها، معرفی و پرزنت باشگاه مشتریان را خواهیم داشت و تقویت ارتباط این دو حوزه با یکدیگر، یکی از برنامه‌های اصلی ما خواهد بود.

« دور بودن از دفتر اصلی مزیت است یا گاهی منجر به کند شدن کارها می‌شود؟ »

نه‌تنها در مورد شرکت کرمان موتور، بلکه به‌صورت کلی، سیاست خودروسازان بر این است که دپارتمان CRM (ارتباط با مشتری) با مرکز اصلی فاصله داشته باشد. قطعاً یکی از الزامات ما ارتباط مستقیمی است که باید با حوزه PR (روابط عمومی) داشته باشیم و قطعاً می‌بایست آنجا یک کرسی برای باشگاه در نظر گرفته شود تا بتوانیم نیروی مستقر داشته باشیم. حکمت شعار ادامه داد: چیزی که باعث شده باشگاه مشتریان یکی از اجزای مجموعه CRM محسوب شود، تفکر درستی بوده که وجود داشته است؛ هر آنچه ارتباط مستقیم و غیرمستقیم با مشتری دارد، باید زیر نظر مجموعه CRM که متولی امور مشتریان است انجام شود؛ باشگاه مشتریان هم بخشی از این حوزه است.

طبیعتاً این فضا را بیشتر توسعه خواهیم داد و فاصله فیزیکی خیلی نمی‌تواند خللی در روند کار باشگاه مشتریان نوین ایجاد کند. شرکت اصلی در جاده مخصوص است و دسترسی بسیار سخت خواهد بود؛ اما یکی از دلایلی که ما در جنت‌آباد مستقر هستیم، این است که مشتری خیلی سریع‌تر به ما می‌رسد. مشخصاً دسترسی مشتریان نیز برای ما اهمیت دارد.

از خدمات بستگی به امتیازهای کسب‌شده دارد. کسب امتیاز می‌تواند از حضور مستمر شما در حوزه خدمات بهره بگیرد. حفظ سرمایه‌گذارهای واقعی در حوزه باشگاه، از مهم‌ترین دغدغه‌های ما محسوب می‌شود.

« برای پلتفرم جدید چه میزان سرمایه‌گذاری شده است و از چه زمان کار در این پلتفرم آغاز می‌شود؟ »

ممکن است تا پایان مردادماه بتوانیم از این پلتفرم بهره‌برداری کنیم. تحقق این امر، نتیجه تلاش مستمر کارشناسان در دو سال گذشته است و چیزی نیست که مثلاً در مدت سه ماه شکل گرفته باشد؛ دو سال زمان صرف شده و کارگروه‌های مختلف ایجاد شده تا کار به این مرحله برسد.

اما درخصوص بودجه‌ای که برای ایجاد این پلتفرم، چه در حوزه خدمات و چه در حوزه فروش پیش‌بینی شده است باید گفت، سال ۱۴۰۳ به‌طور تقریبی پیش‌بینی کسب امتیاز بودجه‌ای ۳۶ میلیاردی را داشتیم که این بودجه مورد تصویب قرار گرفته است. بودجه‌ای که می‌گویم به منزله این نیست که این رقم به‌صورت ریالی در اختیار باشگاه بوده؛ خیر. این اعتبار باشگاه است؛ مثلاً در حوزه خدمات. همین موضوع را در حوزه فروش نیز خواهیم داشت. از بابت سخت‌افزاری و نرم‌افزاری‌اش هم در پلتفرم باشگاه مشتریان این امکان را داریم که تمام این مسائل را پوشش دهیم.

امین حکمت شعار ادامه داد: آن چیزی که در مرحله بررسی قرار دارد که فکر می‌کنم حدود ۸۰ درصد آن هم به نتیجه رسیده، در حوزه خدمات است؛ زیرا بحث‌های نرم‌افزاری حوزه خدمات، در اختیار شرکت سروشان بوده و باید به نوعی با پلتفرم ما ارتباط پیدا کند که بتواند داده‌ها و اطلاعاتمان را درباره مشتریانی که نیازمند این تقاضا و خدمات هستند، اخذ و به اپراتور کاربری که در نمایندگی خدمات پس از فروش است، ارسال کند. به‌هرحال، شروع هر کار، آزمون و خطا و چالش‌هایی دارد که اجتناب‌ناپذیر است؛ اما از لحاظ امکان پشتیبانی و اجرا، با چشم‌اندازی که از باشگاه مشتریان داریم، بعید می‌دانم مشکلی در اجرای این اهداف برایمان شکل بگیرد.

« در حال حاضر چه تعداد نیرو در باشگاه مشتریان مشغول به کار هستند؟ »

دپارتمان باشگاه مشتریان تحت سرپرستی اداره تحلیل و توسعه است که در تلاشیم با توجه به وسعتی که باشگاه مشتریان در آینده خواهد داشت، یک اداره مستقل از حوزه سرپرستی باشد.

در حال حاضر، باشگاه مشتریان سه همکار مستقر دارد. البته شایان ذکر است که آنچه در باشگاه مشتریان به بهره‌برداری می‌رسد، محصول یک کارگروه است؛ یک کارگروه ازجمله شرکت مانا که طراحی پلتفرم ما را بر عهده داشته، عزیزی

چشم‌اندازی است که از باشگاه‌های مشتریان مطرح دنیا الگو گرفته شده است؛ برای مثال در این راستا از باشگاه مشتریان برخی شرکت‌های هواپیمایی بین‌المللی ایده گرفته‌ایم.

اما چیزی که در کرمان موتور شاهد آن خواهیم بود، برگرفته از نیازهای بومی کشور است. معنی باشگاه مشتریان در خارج از کشور، به‌ویژه در حوزه خودرویی، کاملاً با آن چیزی که در ایران تحت عنوان باشگاه مشتریان از آن یاد می‌کنیم، متفاوت است. در خارج کشور، چیزی به اسم شرایط مختلف، دغدغه خرید خودرو، انجام ثبت‌نام یا امور این‌چنینی معنایی ندارد. ما براساس نیازهای خودمان طراحی داخلی کردیم و در برنامه‌های آتی باشگاه، اقداماتی انجام خواهیم داد. این یک پلتفرم و فضای بومی‌سازی ایرانی‌شده است؛ به‌عنوان مثال، زمانی که مشتری اقدام به خرید خودرو می‌نماید، خودرو به‌صورت VIP در محل تحویل می‌شود.

همچنین در پلتفرم باشگاه مشتریان جدید، مشتریان برای سرویس ادواری خودرو، نیازی به حضور در تعمیرگاه‌های شرکت ندارند؛ بلکه نماینده یا تکنسین خدمات، می‌تواند برای این گروه از مشتریان، به محل ثبت‌شده مراجعه و خودرو را به تعمیرگاه منتقل نماید.

آن چیزی که اجرا خواهد شد و شاهدش خواهیم بود، به‌طور کلی بومی‌سازی‌شده و براساس نیاز مردم کشور است.

« در حال حاضر باشگاه مشتریان چند عضو دارد؟ »

فعلاً با توجه به اینکه پلتفرم ارائه‌شده‌ای وجود ندارد، امکان اظهار نظر در این مورد فراهم نیست؛ اما آخرین آمار به‌روزرسانی‌شده نشان می‌دهد که پنجاه‌هزار عضو (فارغ از فاکتور فعال) داشته‌ایم.

« این اعضا، چند درصد از مشتریان کرمان موتور هستند؟ »

اعضای باشگاه، ۲۰ درصد از مشتریان کرمان موتور را شامل می‌شوند. با بستری که در طرح جدید فراهم شده، پیش‌بینی اولیه برای عضوگیری باشگاه مشتریان نوین، بیش از دو برابر شدن این میزان است. ما می‌توانیم ۹۰ درصد مشتری‌هایمان را عضو باشگاه کنیم و شرایط ذکرشده را در اختیار آن‌ها قرار دهیم.

« از نظر سخت‌افزاری، امکان ارائه خدمات به ۷۰ هزار نفر را دارید؟ »

سرویس‌های ما با توجه به نوع درجه و ستاره‌ای که می‌گیرند، متفاوت‌اند. شما با خریداری هر یک از محصولات کرمان موتور، می‌توانید عضو باشگاه مشتریان شوید. طبیعتاً خدمات با توجه به رتبه و امتیازی که به دست می‌آورید، ایجاد خواهد شد.

به محض اینکه یک ثبت‌نام برای مشتری ایجاد می‌شود، به‌صورت اتوماتیک وارد باشگاه مشتریان می‌شود؛ اما استفاده



امداد خودرو، از روزهای گرم تابستان

امداد کرمان خودرو با توسعه فعالیت‌های خود تلاش می‌کند، ضمن سرعت بخشیدن به خدمات امدادی جاده‌ای، اقدامات لازم جهت کیفیت خدمات را نیز ارتقا دهد. اما ارائه خدمات امدادی در شهرهای پرتراфик در روزهای گرم تابستان و یا روزهای سرد زمستان به صورت شبانه‌روزی، سختی‌های این کار را چند برابر می‌کند.

بهزاد نجفی، مدیر امداد کرمان خودرو که از سال ۱۳۹۵ همکاری با شرکت خدمات و تجارت بم خودرو را آغاز کرده، مهندسی صنایع خوانده است و پیش از پیوستن به شرکت کرمان موتور نیز به مدت ۴ سال، در صنعت خدمات پس از فروش خودرو فعالیت داشته است.

نجفی درباره این واحد می‌گوید: در حال حاضر، امداد کرمان موتور به عنوان خط مقدم خدمات پس از فروش شرکت، ۱۲۰ خودروی امداد دارد که به صورت ۲۴ ساعته و شبانه‌روزی به مشتریان خدمات می‌دهد. شماره پاسخگویی مرکز تماس امداد کرمان موتور ۰۲۱۴۲۷۲۴ است. کارشناسان فنی و متخصصان آموزش‌دیده، در مرکز تماس، آماده ارائه مشاوره فنی به مشتریان و امدادخواهان هستند و اگر ایراد خودرو با مشاوره فنی برطرف نشود، نزدیک‌ترین تکنسین امداد به محل امدادخواه اعزام می‌شود. در مواردی که خودرو به حمل نیاز داشته باشد، آن را توسط ناوگان حمل امداد کرمان موتور که از ظرفیت نمایندگی‌های خدمات پس از فروش استفاده می‌کند، به نزدیک‌ترین نمایندگی حمل می‌کنند.

به گفته وی، به منظور پشتیبانی مطلوب و به هنگام، تیم امداد کرمان موتور که متشکل از کارشناسان مرکز تماس و کارشناسان اعزام و پشتیبانی عملیات است، همواره سعی می‌کنند، خدمات امدادی با بهترین کیفیت ممکن به امدادخواهان ارائه شود.



تا روزهای سرد زمستان

وی ادامه می‌دهد: برای ارتقای کیفیت خدمات، از سال جاری با تفکیک مرکز تماس خدمات سرویس در محل، ضمن افزایش ظرفیت نوبت‌دهی، گستره جغرافیایی تحت پوشش خدمات سرویس در محل نیز افزایش یافته است؛ طوری که در حال حاضر، خدمات سرویس در محل در شهرهای تهران، کرج، شیراز، مشهد، کرمان، رشت، تبریز و اصفهان ارائه می‌شود. مشتریان محترم محصولات کرمان موتور می‌توانند جهت اخذ نوبت از طریق تماس با شماره ۰۲۱۴۲۷۲۴ یا استفاده از اپلیکیشن امداد کرمان موتور و همچنین مراجعه به سایت www.emdad.kermanmotor.com اقدام نمایند.

شایان ذکر است که با سرمایه‌گذاری کرمان موتور در حوزه IT، اپلیکیشن امداد کرمان موتور از نوروز ۱۴۰۱ رسماً به مشتریان معرفی شد و در حال حاضر از طریق مایکت، سیب اپ و آی اپس امکان نصب آن به صورت رایگان وجود دارد. امکان ثبت درخواست امداد، اخذ نوبت پذیرش نمایندگی‌ها و خدمات سرویس در محل، مشاهده سوابق خودرو، ارتباط با فروشگاه قطعات یدکی، آدرس و شماره تلفن نمایندگی‌ها و... از امکانات اپلیکیشن کرمان موتور است. در آینده سایر بخش‌های شرکت کرمان موتور نظیر باشگاه امور مشتریان، لیزینگ خودرو و فروش خودرو نیز به اپلیکیشن اضافه خواهند شد.

وی درباره تماس افراد ناراضی نیز این‌طور می‌گوید: همه تماس‌ها از سر ناراضی نیست؛ هر کسی که با امداد تماس می‌گیرد، لزوماً خودرویش خراب نشده است. برخی از تماس‌ها مربوط به دریافت نوبت سرویس در محل و برخی دیگر مربوط به سؤالات فنی و راهنمایی تلفنی است. زیرا طی سال‌های اخیر، خودروهای جدید کرمان موتور آپشنال شده‌اند و ممکن است مشتریان دفترچه خودرو را به دقت مطالعه نکرده باشند؛ از این‌رو، گاهی برای آن‌ها سؤالات فنی راجع به

عملکرد عملگرهای خودرو پیش می‌آید که توسط کارشناسان مرکز تماس، راهنمایی می‌شوند.

نجفی درباره نحوه گزینش تیم عملیات واحد امداد می‌گوید: اولین مواجهه مشتری با امداد، گفت‌وگو با کارشناس مرکز تماس است. شخص پاسخگو در وهله اول می‌بایست یک کارشناس فنی متخصص باشد. در همین راستا سعی شده که کارشناسان مرکز تماس امداد، عموماً از فارغ‌التحصیلان رشته مهندسی مکانیک باشند که دوره‌های آموزشی را در تعمیرگاه‌های مرکزی گذرانده‌اند. علاوه بر این، دوره‌های تخصصی دیگری نظیر دوره تخصصی عیب‌یابی تلفنی و نحوه عیب‌یابی خودروهای برقی نیز به آموزش‌ها اضافه شده است. در راستای رشد مهارتی کارشناسان مرکز تماس، دوره‌های آموزشی مرتبط با مهارت‌های عمومی هم مانند «نحوه مدیریت تماس»، «کنترل خشم»، «رفتارشناسی مشتری» و «مشتری مداری» در نظر گرفته شده است.

نجفی ادامه می‌دهد: میزان رضایت امدادخواهان از کیفیت خدمات امداد کرمان موتور در ارزیابی سازمان بازرسی وزارت صنایع و در نظرسنجی داخلی شرکت، تقریباً بیش از ۹۰ درصد است. در سال‌های اخیر خدمات امدادی شرکت کرمان موتور در حد قابل‌قبولی رشد کرده؛ اما بدیهی است که کیفیت خدمات انتها ندارد و می‌بایست نقاط ضعف، انتظارات امدادخواهان و تصور ذهنی ایشان را پیش از ارائه خدمات ارزیابی و نسبت به رفع آن برنامه‌ریزی کنیم.

وی درباره برخی تماس‌های متفرقه تصریح می‌کند: به طور کلی در امداد کرمان موتور، زیاد تماس متفرقه نداریم؛ اما در برخی موارد، پس از اعزام تکنسین به محل، مشاهده می‌شود که امدادخواه حضور ندارد و توسط امدادگران شرکت‌های سودجوی متفرقه حمل شده است. لازم است



امیرحسین رضازاده از سال ۹۶ کارش را در مجموعه خدمات تجارت بم خودرو شروع کرد و تنها یک سال بعد در مرکز امداد خودرو مشغول به کار شد. او اصالتاً اهل جنوب است.

وی درباره سختی‌های کار خود می‌گوید: سخت‌ترین بخش کار در امداد خودرو، عیب‌یابی خودروی مشتری در شرایط خاص است. تشخیص عیب خودرو و مدیریت پرونده امداد بسیار مهم است؛ به این صورت که باید تشخیص دهیم، بهترین کاری که در کوتاه‌ترین زمان ممکن می‌توان برای آن مشتری انجام داد، چیست. راهنمایی تلفنی، محدودیت‌هایی دارد؛ به‌ویژه در کارهای خدماتی امدادی که باید با اطلاعاتی که امدادخواه عنوان می‌کند، عیب‌یابی خودرو انجام شود.

وی درباره تفاوت تعبیر مشتری از مشکل و تشخیص کارشناسی اظهار می‌کند: تقریباً ۸۰-۷۰ درصد درست است و درصد کمی پیش می‌آید که آن چیزی که امدادخواه اظهار می‌کند با واقعیت تطابق نداشته باشد که آن هم به علت عدم آگاهی خود مشتری است.

رضازاده درباره سخت‌ترین روزهای کاری خود می‌گوید: عمدتاً ایام تعطیلات، پیک تماس‌های ورودی است و حجم تماس‌ها بسیار زیاد می‌شود. وقتی مشتری‌هایی که در سفر هستند با مشکل مواجه می‌شوند، توقع دارند تکنسین امداد سریع‌تر به محل برسد.

وی درباره اینکه ممکن است در چنین شرایطی ناراحتی پیش بیاید، اضافه می‌کند: اصولاً کمی ناراحتی پیش می‌آید؛ اما سعی می‌کنیم با مدیریت تماس، هم آرامش مشتری را به او برگردانیم و هم تا جایی که می‌توانیم، در سریع‌ترین زمان، خدمات را به او ارائه دهیم تا از آن شرایط خارج شود.

وی درباره تأثیر لهجه و گویش مشتریان می‌گوید: گاهی پیش آمده که کسی تماس گرفته و ما متوجه حرف‌هایش نشدیم. اگر کسی با زبان بومی صحبت کند، از همکارانی که زبانشان را بلد هستند کمک می‌گیریم؛ وگرنه سعی می‌کنیم بیشتر وقت بگذاریم تا متوجه منظور مشتری شویم و بفهمیم که ایراد ماشین چیست.

وی درباره برنامه کاری خود و آینده‌ای که متصور است اظهار می‌کند:

از زمانی که به تیم امداد اضافه شده‌ام، شاهد توسعه و گسترش روزبه‌روز امداد هستیم. من دوست دارم در همین مرکز بمانم تا در آینده، یک مرکز تماس بسیار بزرگ را در کشور راه‌اندازی کنیم.

و کولاک نجات دهد. ما هم به‌سرعت تکنسین امداد را اعزام کردیم و خدا را شکر، مشکل خودرو برطرف شد.

مدیر امداد خودروی کرمان درباره افزایش تماس‌ها پس از عرضه محصول T۸ اظهار می‌کند: اوایل تماس‌ها زیاد بود؛ زیرا ناآگاهی مشتریان درباره نحوه استفاده از خودرو در زمان آفرودسواری بیشتر بود؛ ازاین‌رو، همان‌طور که عرض کردم، یک پایگاه نزدیک کویر مرنجاب که مرکز آفرودسواری است، مستقر کردیم. برای افزایش آگاهی مشتریان نیز کلیپ‌های آموزشی با موضوع نحوه استفاده از خودروی T۸ KMC تدوین و منتشر شد که به نظرم بسیار تأثیرگذار بود. به‌طور حتم، امداد کرمان موتور از تجربه ارائه خدمات به خودروی T۸ KMC برای ارتقای کیفیت خدمات خود در مدل جدید پیکاپ کرمان موتور، یعنی T۹ KMC استفاده خواهد کرد.

نجفی درباره همکاری با شرکت‌های پیمانکار حمل عنوان کرد: اوایل که هنوز امداد سر و شکل نگرفته بود، یعنی حوالی سال ۹۵-۹۴، حمل خودروها با همکاری شرکت‌های کانون جهانگردی، رفاه ایرانیان و ایران خودرو انجام می‌گرفت. اما در حال حاضر با توسعه ناوگان امداد حمل، تقریباً ۷۰ درصد از پذیرش‌های مربوط به حمل، توسط ناوگان حمل کرمان موتور انجام می‌پذیرد؛ در برخی از مناطق نیز از ظرفیت شرکت امداد ایران خودرو استفاده می‌کنیم. امیدوارم با برنامه‌ریزی‌های انجام‌شده، تا پایان سال جاری، ناوگان امداد حمل کرمان موتور نیز توسعه یابد.

وی همچنین برای ارائه خدمات به موتورسیکلت‌ها گفت: ارائه خدمات امداد موتوری به‌خاطر خطر جانی و فصلی بودن آن، در خیلی از شرکت‌ها محدود شده است. مثلاً شما یک فصل‌هایی نمی‌توانید استفاده کنید؛ پاییز و زمستان نمی‌شود استفاده کرد و خطر جانی دارد. شما نگاه کنید، اورژانس یا پلیس راهنمایی و رانندگی زیاد بودند؛ اما در حال حاضر خیلی کمتر موتور اورژانس یا موتور راهنمایی و رانندگی می‌بینیم. فعلاً برنامه‌ای در این زمینه نداریم؛ اما مثلاً در برخی مناطق پرترافیک و پرتردد مثل منطقه ۱۵ خرداد و بازار که به دلیل فضای کوچه‌ها امکان تردد با خودروی T۸ KMC وجود ندارد، از خودروهای JAC S۳ استفاده می‌کنیم.

وی با اشاره به یک خاطره گفت: ماشین عروس یکی از مشتریان خراب شده بود. سه، چهار سال پیش، دوره ۸۲۰ بود که زنگ زد و گفت: من دامادم و ماشینم خراب شده است. واقعاً روز عروسی‌اش بود؛ سریع امدادگرمان را فرستادیم که خدا را شکر به محل رفت و مشکلی پیش نیامد. مواردی هم بودند که با خانواده مثلاً در مناطق کوهستانی مانده بودند یا در شمال می‌خواستند با T۸ از رودخانه رد شوند و آنجا مانده بودند.

در پایان امیدوارم تلاش‌های شبانه‌روزی تیم امداد کرمان موتور، موجب ارتقای برند شرکت و رضایت مشتریان شود.

اینجا به نکته مهمی اشاره کنم؛ متأسفانه در سال‌های اخیر، رشد قارچ‌گونه شرکت‌های امدادی متفرقه با نشان تجاری شرکت‌های خودروساز نظیر کرمان موتور، بسیار زیاد شده است. از مشتریان محترم خواهش می‌کنم، حتماً در زمان دریافت خدمات امدادی از معتبر بودن تکنسین امدادی اعزام‌شده اطمینان حاصل نمایند. خودروی KMC T۸ مشکی، کارت شناسایی و لباس فرم تکنسین امداد و تطابق مشخصات او در پیامک ارسال‌شده از مرکز تماس با تکنسین اعزام‌شده به محل، از مهم‌ترین نکات تخصیص امدادگر کرمان موتور است.

وی درباره سختی‌های شغل امداد بیان کرد: به‌طور حتم، ارائه خدمات امدادی شبانه‌روزی، نظیر سایر مشاغل مشابه (مانند آتش‌نشانی و اورژانس) نیازمند روحیه تعاملی و خیرخواهانه است که فراتر از یک شغل صرفاً سازمانی است. همکاران من در امداد کرمان موتور بیشتر از آنکه در ایام مناسبی نظیر تعطیلات عید نوروز، شب یلدا و... در کنار خانواده باشند، در شیفت کاری حضور دارند و مشغول ارائه خدمات امدادی به مشتریان است. همچنین در روزهایی که به‌خاطر گرمای تابستان و آلودگی هوا در زمستان، اداره‌ها تعطیل می‌شوند، تکنسین‌های امداد ما مشغول ارائه خدمات امدادی هستند. بدیهی است، نقش مدیریت منابع انسانی و روانشناسی نیروی انسانی در این حوزه، به‌شدت احساس می‌شود. بنده همواره سعی می‌کنم به این موضوع نگاه ویژه‌ای داشته باشم و شرایطی را فراهم کنم که ضمن توسعه فردی، تک‌تک کارشناسان و تکنسین‌های امداد، با روحیه بالا در شیفت کاری حضور داشته باشند.

نجفی همچنین درباره گستردگی خدمات امداد عنوان کرد: امداد کرمان موتور در همه شهرهایی که نمایندگی خدمات پس از فروش دارند، خدمات امداد در محل ارائه می‌دهد و در سایر مناطق نیز در ایام تعطیلات مناسبی، پایگاه امداد جاده‌ای مستقر می‌کند. برای مثال، در طرح امداد نوروزی ۱۴۰۳، خودروی امداد در پایگاه شهر چابهار و کویر مرنجاب نیز مستقر شد. در روزهای آینده به مناسبت اربعین، شاهد افزایش سفرها به مرز مهران و چذابه خواهیم بود که طبق روال هر سال، امداد کرمان موتور جهت پوشش‌دهی خدمات امدادی، پایگاه‌های خودرو را در مناطق مذکور مستقر خواهد کرد.

نجفی همچنین درباره برخی خطرات امدادی در مناطق مرزی می‌گوید: مواردی در سیستان و بلوچستان داشتیم که مشتری با امداد تماس گرفته و اظهار داشته که در مکان ناامنی است یا مثلاً در مناطق صعب‌العبور کوهستانی یا در جنگل‌های شمال کشور است. ما سال گذشته، مشتری داشتیم که در کوهستان‌های سمت خرم‌آباد درخواست امداد کرده و گفته، حاضر است هر مبلغی بپردازد تا خود و خانواده‌اش را از برف

رضا قمی، کارشناس مرکز تماس و امداد است که حدود ۷ سال در کرمان موتور سابقه فعالیت دارد. او کارش را از تکنسین امداد و در سالن تعمیرات شروع کرده؛ اما حدود یک سال است که در حوزه کارشناسی مشغول به کار شده است.

او هفت سال پیش متأهل شده است و به توسعه کار خود در امداد علاقه دارد. هرچند سبک کار او برای خانواده اش سخت است، اما معتقد است که با این سختی‌ها کنار آمده‌اند.

وی درباره سخت‌ترین بخش کار خود می‌گوید: سخت‌ترین بخش کار ما در امداد، مواجهه با مشتریانی است که احیاناً به هر دلیلی در گرما یا سرما، در خیابان مانده‌اند؛ به نظر من، بخش روانشناسی رفتاری با مشتری در زمان مکالمه، خیلی پررنگ‌تر از سایر فرایندهای امدادی است.

وی درباره عصبانی‌ترین مشتری این‌طور می‌گوید: عصبانی‌ترین مشتری که خودم شخصاً با او کار کردم، آقای بود که با خانواده اش در خیابان مانده بود. بنا به دلایلی از جمله ترافیک و موقعیتی که در آن بودند، پروسه رسیدن ما به ایشان کمی طولانی شد؛ با توجه به شرایط، ممکن بود کار به دعوای فیزیکی کشیده شود؛ اما با مدیریتی که داشتیم، هم کارشان حل شد، هم مشکلشان برطرف شد و هم در پایان، ضمن عذرخواهی، خیلی تشکر کردند.

وی همچنین با اشاره به یک خاطره خنده‌دار اظهار می‌کند: یک خانمی بود که خیلی اصرار داشت هر کاری می‌کند، ماشینش روشن نمی‌شود و راه نمی‌افتد. ما همیشه به مشتریان توصیه می‌کنیم که دفترچه خودرو را مطالعه کنند. بعد از ارائه راهنمایی، متوجه شدیم دسته دنده خودروی مشتری در حالتی است که ماشین در آن حالت استارت نمی‌خورد؛ یعنی اصلاً ایرادی وجود نداشت و مشکل عملکردی از خودشان بود. پس از راهنمایی تلفنی، مشتری از هیجان شوکه شده بود و تا ۱۰ دقیقه نمی‌توانست از شدت خنده صحبت کند.

وی با اشاره به کار کردن در ایام عید و تعطیلات می‌گوید: کلاً کار کردن در تعطیلات رسمی، برای کارشناس کمی بار روانی دارد؛ از این جهت که همه در مسافرت هستند، اما او سر کار است. ولی وجه جالبی که دارد، خوشحالی‌مان از این بابت است که بتوانیم حداقل به یک نفر کمک کنیم و خاطره خوشی را برایش رقم بزنیم. من هنگام سال تحویل و در ایام نوروز، معمولاً کنار همکارانم بوده‌ام.

قمی در پاسخ به این سؤال که آیا با همکارانش به سفر رفته‌اند، بیان می‌کند: یک بار در همین واحد امداد، این اتفاق افتاد. سفر رفتن با همکاران، کار خوبی است که خاطرات قشنگی می‌سازد؛ مخصوصاً در این ایام خاص.

وی درباره امداد در لحظه تحویل سال نیز اظهار می‌کند: سال ۱۴۰۱، زمانی که تکنسین بودم، در پایگاه شهر رامسر مستقر شدم. دقیقاً چند دقیقه قبل از سال تحویل به محل امدادخواه اعزام شدم و زمانی که مشغول رفع ایراد خودرو بودم، گوینده رادیو نوروز سال ۱۴۰۱ را اعلام کرد.



از کشور چین چه می‌دانید؟

تاریخچه کشور چین؛ شرق‌نشینان آسیا، قطب جدید صنعت جهان!

چین پرجمعیت‌ترین کشور جهان و چهارمین کشور پهناور دنیاست. شرکت‌های چینی از اصلی‌ترین شرکای تجاری کرمان موتور محسوب می‌شوند. از کشور چین چه می‌دانید؟ کشور بزرگ چین که یکی از قطب‌های صنعتی آسیا و جهان است، در سال‌های دور، تاریخ پرفراز و نشیبی را پشت سر گذاشته است. چین با تاریخی طولانی، اتفاقات و حوادث گوناگونی را مشاهده کرده است. در گزارش پیش رو، قصد داریم با کشور چین و تاریخچه آن بیشتر آشنا شویم.

در سواحل شرق و جنوب شرقی این کشور که در شرق آسیا قرار دارد، بلایای طبیعی همچون زلزله، سونامی، رانش زمین و طوفان‌های موسمی امری طبیعی است. چین با سواحل دریای چین شرقی، خلیج کره، دریای زرد و دریای چین جنوبی و در مجموع با ۱۴ کشور، مرز مشترک دارد. کشورهای کره جنوبی، ژاپن و فیلیپین، از کشورهایی هستند که با چین مرز آبی دارند و کشورهای روسیه، کره شمالی، هند و افغانستان از جمله سرزمین‌هایی هستند که با این کشور مرز زمینی دارند.

بیش از هزار سال از کاربرد حروف چینی برای نوشتن می‌گذرد. سال ۱۹۵۶ دولت چین حروف چینی ساده‌تری را به مردم معرفی و تا حدودی مشکلات سابق را برطرف کرد.



امپراتوری‌های پیش از میلاد در کشور چین

تمدن چین در کنار رود زرد و رود یانگ‌تسه شکل گرفته و پیشینهٔ آن به حدود پنج‌هزار سال قبل از میلاد می‌رسد. همین مسئله نشان‌دهندهٔ آن است که مردم چین به کشاورزی مشغول بوده‌اند. این ساکنان کم‌کم روستاها و شهرها را تشکیل داده‌اند.

فرهنگ یانگ‌شائو با گذشت زمان به وجود آمد. مورخان سال‌های پنج‌هزار تا سه‌هزار پیش از میلاد را عصر طلایی این فرهنگ می‌دانند. امپراتور یائو احترام مردم را به دست آورده بود؛ اما سیل امپراتوری‌اش را نابود کرد و در آستانهٔ فروپاشی، امپراتور شوین برگزیده شد و مشکلات به‌وجودآمده را رفع کرد. سلسلهٔ شانگ نیز از دیگر امپراتوری‌های پیش از میلاد در چین بود که هم‌زمان با عصر برنز به قدرت رسید. سلسلهٔ شانگ نخستین سلسلهٔ تأییدشدهٔ چین به شمار می‌رود. سلسلهٔ ژو که در سراسر حوزهٔ رودخانهٔ زرد حکمرانی می‌کرد، طولانی‌ترین سلسلهٔ حاکم در تاریخ این کشور بود که حدود ۸۰۰ سال حکومت کرد.

فرهنگ و آداب و رسوم چینی‌ها؛ از آب دهان پرت کردن تا سیگار کشیدن در بیمارستان

جالب است بدانید آب دهان انداختن در خیابان و در مکان‌های عمومی چین، کاری طبیعی است که تا سال‌های دور حتی در شهرهای بزرگ آن را انجام می‌دادند؛ ازآنجاکه در طب سنتی چین، بلعیدن آب دهان را برای سلامتی مضر می‌دانستند، چینی‌ها آب دهان خود را در هر مکانی به زمین پرتاب می‌کردند.

انداختن آب دهان روی زمین تا حد زیادی پس از شیوع بیماری مُسری سندرم حاد تنفسی در سال ۲۰۰۲، در بیشتر نواحی توسعه‌یافتهٔ چین مانند پکن و شانگهای کاهش یافت. بااین‌حال، امروزه در برخی از مناطق کوچک‌تر و کمتر توسعه‌یافتهٔ چین، همچنان این عادت را کنار نگذاشته‌اند.

سیگار کشیدن در چین کاری بسیار معمولی است و حتی ممکن است در اماکنی که فکرش را نمی‌کنید، شخصی را در حال سیگار کشیدن ببینید؛ به‌خصوص در شهرهای کوچک‌تر! صحبت کردن با صدای بلند یکی دیگر از ویژگی‌های رفتاری خاص چینی‌هاست. چینی‌ها با صدای بلند صحبت می‌کنند و البته بلند صحبت کردن آن‌ها همیشه به معنی عصبانی بودنشان نیست. بعضی‌ها این‌گونه تفسیر می‌کنند که در چین سروصدا به معنای جریان زندگی است.

آب‌وهوای کشور چین

کشور چین به دلیل وسعت زیاد، تنوع آب‌وهوایی بسیار

گوناگونی دارد؛ از مناطق گرمسیر جنوب این کشور گرفته، تا نواحی سردسیر شمالی آن که شامل مناطقی با آب‌وهوای متفاوت‌اند. درکل، چین به علت وسعت و وضعیت جغرافیایی خود، کشوری چهارفصل محسوب می‌شود.

دیوار چین

دیوار چین طولانی‌ترین سازهٔ دست بشر و از عجایب هفتگانه جهان محسوب می‌شود. چینی‌ها این دیوار را حدود دوهزار سال قبل برای مقابله با قوم مغول ساختند. این دیوار باستانی که با خاک رس غنی‌شده ساخته شده بود، در دورهٔ سلسله مینگ با تکنیک‌ها و مصالح متفاوت بازسازی شد. ساخت دیوار بزرگ چین سال‌های زیادی طول کشیده است.

براساس نوشته‌های تاریخی، ساخت دیوار اصلی بیش از ۲۰ سال زمان برده است و در زمان سلسلهٔ مینگ نیز حدود ۲۰۰ سال طول کشیده تا کامل شود و دیوار چین امروزی شکل بگیرد.

نظام سیاسی چین؛ گروه‌ها و اشخاص والامقام در چین

ساختار سیاسی کشور چین با بسیاری از کشورهای جهان تفاوت چشمگیری دارد. درواقع ساختار سیاسی جمهوری خلق چین، براساس یک نظام تک‌حزبی شکل گرفته است. کارشناسان، نظام سیاسی چین را یک نظام کمونیستی مختلط ارزیابی می‌کنند که مبتنی بر اندیشه‌های کنفوسیوس،

مارکس و مائوست. در نظام اقتصادی نیز تفکرات لیبرالی وجود دارد.

کشور چین در چند سال اخیر اصلاحات گسترده‌ای را در نظام سیاسی و باورهای کمونیستی ایجاد کرده است. به کمک این تغییرات، بنیادهای رشد سیاسی و اقتصادی موفق‌تری در چین شکل گرفته است.

جمهوری خلق چین یکی از معدود دولت‌های سوسیالیستی دنیاست که از کمونیسم دفاع می‌کند؛ به گونه‌ای که دولت چین زیر نظر حزب کمونیست، امور کشور را اداره و وظایف خود را انجام می‌دهد. سیستم انتخاباتی در چین به‌صورت سلسله‌مراتبی است و مجالس گوناگونی از سطوح محلی تا ملی در این کشور نقش دارند که در همهٔ آن‌ها رویکردهای



پر قدرت کمونیستی برجسته است.

مهم‌ترین رکن تصمیم‌گیری کلان این کشور «کمیته دائمی پولیت‌بورو حزب کمونیست» است که در عالی‌ترین سطح مجالس چین قرار دارد. تمرکز دایی از اصلی‌ترین توصیف‌های نظام سیاسی چین است؛ به همین دلیل مقامات استانی و محلی از خودمختاری قابل‌توجهی برخوردارند.

عالی‌ترین نهاد قانون‌گذاری چین «مجلس ملی نمایندگان خلق» است که با نزدیک به سه‌هزار نماینده، بزرگ‌ترین پارلمان دنیا محسوب می‌شود. این مجلس که برای دوره‌های پنج‌ساله انتخاب می‌شود، فاقد قدرت تصمیم‌گیری واقعی است و در عمل، وظیفه تأیید تصمیماتی را بر عهده دارد که

پیش‌از آن در نهادهای اجرایی دولت و رده‌های بالای حزب کمونیست نهایی شده است.

رئیس‌جمهوری چین به‌عنوان عالی‌رتبه‌ترین مقام، ریاست کشور را بر عهده دارد. نخست‌وزیر نیز رئیس دولت است و هیئت دولت را تعیین و اداره می‌کند. هیئت دولت از پنج معاون نخست‌وزیر و وزیران تشکیل می‌شود.

دبیرکل حزب کمونیست به‌عنوان رئیس‌جمهوری انتخاب می‌شود که رهبر واقعی کشور است. «شی جین پینگ» رئیس‌جمهوری فعلی چین، رهبر قدرتمند این کشور است که هم‌زمان دبیرکلی حزب کمونیست و ریاست کمیسیون مرکزی نظامی (ارتش) را بر عهده دارد.

نخست‌وزیر کنونی «لی که‌کیانگ» نیز از اعضای

ارشد کمیته دائمی پولیت‌بوروست.

پیشرفت صنعتی چینی‌ها؛ خودروی چینی، رقیب آینده بزرگان اروپا

در دهه‌های گذشته، شاهد بودیم که کشور چین خود را به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین بازیگرهای اقتصادی دنیا معرفی کرد. وسعت زیاد و جمعیت بالای این کشور، همراه با اعمال سیاست‌های اقتصادی و حکمرانی صحیح، موجب شد تا چین در بسیاری از صنایع و مسائل، یکی از قطب‌های اصلی جهان باشد.

صنعت خودروسازی، سابقه‌ای طولانی در چین دارد. چینی‌ها با درک نیاز جامعه جهانی در دو دهه گذشته و با اهداف مشخص، تمرکز و سیاست‌های ویژه‌ای روی صنعت خودروسازی که یکی از بزرگ‌ترین صنایع جهان است، اعمال کرده‌اند.

در دنیای خودروسازی امروز، برندهای چینی، نه تنها در آسیا، بلکه در بازارهای اروپایی مشتری‌های خاص خود را یافته‌اند و وارد عرصه رقابت با بزرگ‌ترین برندهای اروپایی شده‌اند. پیشرفت چینی‌ها در صنعت خودروسازی، سرعت بسیار زیادی پیدا کرده و یکی از برنامه‌های بزرگ این کشور در مسائل اقتصادی و صنایع دنیای امروزی است.

بسیاری از کارشناسان مطرح صنعت خودروسازی، پیش‌بینی می‌کنند که چینی‌ها در چند سال آینده پایه‌پای خودروسازان مطرح اروپایی در بازارهای جهانی حضور خواهند داشت؛ چه‌بسا همین امروز نیز فاصله زیادی با هم نداشته باشند!



کی ام سی E30X، برقی ایمن و همه فن حریف

شرکت کرمان موتور در
نمایشگاه تحول صنعت خودرو از
جدیدترین محصول برقی خود به
نام KMC E30X رونمایی کرد.



کرمان موتور به عنوان بزرگترین خودروساز خصوصی کشور، اولین خودروساز بود که در برقی سازی حمل و نقل پیش قدم شد. پیشگامی این شرکت در برقی سازی با تحویل ۲۰۰ دستگاه تاکسی برقی به تاکسیرانی تهران آغاز شد.

این شرکت خودروسازی بعد از تحویل تاکسی‌های برقی، خودروهای برقی خود EJ۷ را در طرح‌های فروش بعدی در اختیار متقاضیان قرار داد که دوستداران خودروهای برقی آن‌ها را خریداری کنند. با توجه به تأکیدهای دولت سیزدهم و وزیر صمت نسبت به برقی سازی حمل و نقل کشور، کرمان موتور که نشان داده است در این زمینه پیش قدم است، جدیدترین خودروی تمام برقی خود را معرفی کرد. جدیدترین محصول گروه برقی‌های کرمان موتور، کی ام سی E30X نام دارد. این خودرو نسبت به EJ۷ پیشرفت‌های قابل توجهی داشته است که از مهم‌ترین آن‌ها توانایی پیمایش ۵۰۵ کیلومتر با شارژ کامل است.

رونمایی از جدیدترین محصول برقی کرمان موتور

کی ام سی E30X برای اولین بار در نمایشگاه تحول صنعت خودرو ۱۴۰۳ رونمایی شد. این خودرو تمام برقی، توجه بسیاری از بازدیدکنندگان را به خود جلب کرد و بسیاری از افراد به دنبال مشخص شدن زمان عرضه و خرید این خودرو بودند.

خودرو برقی E30X در نمایشگاه تحول پکن، در بهار ۲۰۲۴ توسط JAC (خودروساز چینی)، معرفی شد. کرمان موتور با بررسی شرایط بازار و ادامه پیشگامی در ارائه خودروهای برقی،

برنامه دارد قوی‌ترین و فول آپشن‌ترین نسخه از این خودرو چینی را خریداری و به صورت انبوه در بازار ایران عرضه کند. کرمان موتور با معرفی یکی از جدیدترین محصولات تمام برقی یکی از بزرگترین خودروسازان چین، گام بلندی را در برقی سازی حمل و نقل برداشت. حضور KMC E30X تنوع محصولات برقی بزرگترین خودروساز خصوصی کشور و توان رقابت با سایر خودروسازان را افزایش می‌دهد. کرمان موتور با معرفی E30X نه تنها تنوع محصولات خود را بیش از پیش افزایش داد، بلکه موجب شد تا محصولات این شرکت با شرایط بازار ایران بیشترین سازگاری را داشته باشند و انواع سلیقه مصرف کنندگان بازار خودرو را پوشش دهد.

مشخصات فنی کی ام سی E30X

از پیمایش ۵۰۵ کیلومتری با شارژ کامل باتری و حداکثر سرعت ۱۵۰ کیلومتر بر ساعت از مهمترین امکانات این خودرو می‌توان نام برد.

جدیدترین محصول برقی کرمان موتور از یک مانیتور ۱۵٫۶ اینچی در داشبور، سنسورهای پارک جلو و عقب، تعویض دنده پشت فرمان و مانیتور پشت آمپر دیجیتال ۶٫۲ اینچی بهره می‌برد. طراحی زیبا و به روز این خودرو شبیه به طراحی خودروهای شرکت آلمانی مینی MINI است. این مشخصات در کنار رینگ‌های ۱۷ اینچ و تریم داخلی دو رنگ، از مهم‌ترین عواملی هستند که به زیبایی‌های بصری این خودرو اثرگذار است.

همچنین سقف پاناروما در کنار فرمان دی کات D-CUT و دستگیره‌های محو شونده از امکانات به روز و زیبایی هستند که این خودرو در خود جای داده است. فضای کابین بسیار مناسب برای تمام سرنشینان با وجود کلاس هاچبک و ابعاد مناسب، یکی دیگر از نقاط قوت این خودرو محسوب می‌شود. هشدارهای خروج از لاین، برخورد از جلو و برخورد از پشت، رادار حرکت بین خطوط و کروز کنترل تطبیقی از تجهیزاتی است که تجربه رانندگی این خودروی برقی را متمایز می‌کند.

در کنار این تجهیزات، دوربین ۳۶۰ درجه، سنسور نقطه کور، گرمکن و سردکن و تنظیم برقی ۶ جهته صندلی راننده، از به روزترین تجهیزات این خودرو است.

امکانات ایمنی E30X

شش کیسه هوای جلو، جانبی و پرده‌ای، سیستم‌های کنترل پایداری، ایستایی در سرپایینی و سربالایی، ترمز کمکی هیدرولیکی و سیستم کنترل کشش بخشی از تجهیزات ایمنی کی ام سی E30X را تشکیل می‌دهند. این خودرو می‌تواند از مسیرهای سربالایی با شیب ۲۵ درجه هم عبور کند که برای یک خودروی برقی ویژگی بسیار قابل قبولی است.

تمام برقی بودن و توانایی پیمایش بالا، در کنار تجهیزات ایمنی زیاد و امکانات رفاهی به روز، از مهم‌ترین دلایلی است این خودرو را از سایر خودروهای بازار متمایز می‌کند.

کی ام سی E30X، خودروی تمام برقی کرمان موتور با نمایش در سومین نمایشگاه تحول صنعت خودرو، توجه بسیاری از حاضرین و بازدیدکنندگان را به خود جذب کرد. با توجه به استقبال خوبی که از اولین رونمایی این محصول در نمایشگاه تحول صورت گرفت، انتظار می‌رود با ورود به مرحله فروش و ورود به بازار، با استقبال بسیار خوبی همراه شود.



گردهمایی پیکاپ سواران به مناسبت هفتمین سالگرد باشگاه مشتریان کرمان موتور

تیر ماه ۱۴۰۳ هفتمین سالگرد تاسیس باشگاه مشتریان کرمان موتور بود که به همین مناسبت گردهمایی T۸ سواران همراه با بخش‌های آموزشی و سرگرم کننده ویژه‌ای در پیست آفرود آیلند برگزار شد.

باشگاه مشتریان کرمان موتور به مناسبت هفتمین سالگرد فعالیت خود، از دارندگان یکی از پرفروش‌ترین محصولات این شرکت، یعنی پیکاپ T۸ دعوت کرد تا در گردهمایی T۸ سواران همراه با مراسم‌های ویژه و هدایای خاص، رانندگی در پیست آفرود را تجربه کنند و آموزش‌های لازم را به مشتریان خود ارائه داد.

در بازار خودروهای چینی، پیکاپ T۸ کرمان موتور را می‌توان یکی از موفق‌ترین خودروها دانست. این خودرو به واسطه پشتیبانی و خدمات کرمان موتور، توانسته به فروش بیش از ۲۶ هزار دستگاه دست یابد. پیکاپ کی‌ام‌سی T۸ در بازار دسته دوم و تامین قطعات به لطف حمایت شرکت خدمات و تجارت بم خودرو نیز شرایط مناسبی نسبت به رقبای دارد و بخش زیادی از مشکلات تامین قطعات را برای مالکان این خودرو مرتفع ساخته است.

پیکاپ KMC T۸ در زمانی به بازار ایران عرضه شد که بازار نیازمند یک پیکاپ با ویژگی‌ها و آپشن‌های قابل قبول بود. از طرفی در زمان عرضه تنها رقیب اصلی این خودرو پیکاپ آمیکو آسنا بود که به همین دلیل T۸ توانست خیلی زود جایگاه خود در بازار را پیدا کند.



کی‌ام‌سی T۸ با تکیه بر طراحی بسیار مناسب، آپشن‌های قابل قبول در استفاده شهری و آفرودی، شبکه خدمات و پشتیبانی گسترده کرمان موتور، توانست تا پایان سال ۱۴۰۲ بیش از ۶۱ درصد از سهم خودروهای پیکاپ بازار را به نام خود بزند. به همین دلیل باشگاه مشتریان کرمان موتور دارندگان این خودرو را هدف قرار داد تا در مراسم ویژه هفتمین سالگرد خود، گردهمایی پیکاپ سواران را برگزار کند.

مراسم گردهمایی T۸ سواران کرمان موتور در روز پنجشنبه ۱۴ تیر ۱۴۰۳ از ساعت ۱۴ الی ۲۱ با حضور بیش از ۲۵۰ خودروی T۸ و بیش از ۷۰۰ نفر مهمان، مربی و عوامل اجرایی برنامه برگزار شد.

حضور کی‌ام‌سی T۹ نسل جدید پیکاپ کرمان موتور از مهم‌ترین نکات این مراسم بود که توجه‌های زیادی را به خود جلب کرد. پیکاپ KMC T۹ که قرار است در تابستان ۱۴۰۳ وارد خیابان‌ها شود، نسخه فول آپشن نسل قبلی خود، یعنی پیکاپ T۸ است که پیش‌بینی می‌شود همچون برادر کوچکتر خود با استقبال خوبی در بازار ایران همراه شود.

یکی از اصلی‌ترین اهداف برگزاری این گردهمایی در کنار معرفی خدمات و تسهیلات کرمان موتور، آموزش نحوه صحیح استفاده از خودروی T۸ برای دارندگان این خودرو بود. به همین منظور کرمان موتور در مربیان و رانندگان باتجربه در زمینه رانندگی آفرود دعوت کرده بود تا در این مراسم حضور داشته باشند.

تجربه رانندگی در پیست استاندارد آفرود آیلند، یکی دیگر از بخش‌هایی بود که در این مراسم مورد توجه قرار گرفت. دارندگان کی‌ام‌سی T۸، تجربه رانندگی آفرود را در کنار یک مربی مجرب در این زمینه تجربه کردند و نحوه صحیح استفاده از امکانات و تجهیزات خودرو را آموزش دیدند.

امداد کرمان موتور نیز در این مراسم حضور داشت تا علاوه بر پشتیبانی از خودروهای حاضر در مراسم، خدمات و تجهیزات خود را به مشتریان معرفی کند. همچنین امداد کرمان موتور برای تعداد محدودی از خودروهای حاضر در گردهمایی، سرویس دوره‌ای رایگان را در نظر داشت و انجام داد.

مراسم‌های خاصی نظیر اجرای موسیقی زنده، قرعه کشی یک دستگاه PS۵ و جوایز و هدایای ارزنده دیگر، پذیرایی میان وعده و پذیرایی شام، از دیگر برنامه‌هایی بود که در این مراسم انجام شد.

با برگزاری این گردهمایی و برنامه ریزی دقیق و اجرای برنامه‌های متنوع و جذاب، شرکت کرمان موتور تلاش کرد تا در هفتمین سالگرد تاسیس باشگاه مشتریان خود، با ارائه این برنامه‌ها تجربه‌ای خاص و به یاد ماندنی را برای مهمانان خود فراهم کند.







حضور اولین‌ها در غرفه تحول کرمان موتور

نوآوری در معرفی محصولات و خدمات

کرمان موتور در سومین نمایشگاه تحول صنعت خودرو حضور متفاوتی را رقم زد و در کنار نوآوری در طراحی غرفه، محصولات و خدمات خود را به شکل تازه‌ای ارائه و معرفی کرد.

بزرگترین خودروساز خصوصی کشور، در سومین نمایشگاه تحول خودرو حضور متفاوتی را از خود نشان داد. کرمان موتور در نمایشگاه تحول خودرو، محصولات برقی و یک محصول پلاکین هیبرید خود را به نمایش گذاشت. کرمان موتور با رونمایی از جدیدترین محصول برقی یعنی کی ام سی E30X که توجه بسیاری از بازدیدکنندگان را به خود اختصاص داد، تحول در خودروهای خود را به خوبی به نشان داد. محور اصلی سومین دوره از نمایشگاه تحول خودرو، برقی سازی حمل و نقل بود، کرمان موتور با توجه به درک مسئولیت اجتماعی و فرهنگ سازی، محصولات تمام برقی خود را به نمایش گذاشت. کی ام سی E30X و E30X+ هیبریدی بودند که برای اولین بار از آن‌ها رونمایی شد، که با استقبال خوبی همراه شدند.

بازدید کردند.

مدیر عامل کرمان موتور در بازدید وزیر صمت از غرفه کرمان موتور همراه ایشان بودند و درباره محصولات جدید و بخش‌های مختلف غرفه به ایشان توضیحاتی را ارائه دادند. همچنین مدیر عامل کرمان موتور درباره نوآوری‌های کرمان موتور در نمایشگاه با وزیر صمت و خبرنگاران گفت‌وگو کردند.

بازدید وزیر صمت از غرفه کرمان موتور

آیین افتتاحیه سومین نمایشگاه تحول خودرو در نخستین روز نمایشگاه، برگزار شد. وزیر صمت در آیین افتتاحیه از پیشگامی و فرهنگ سازی شرکت کرمان موتور در برقی سازی حمل و نقل تشکر کرد. عباس علی آبادی، وزیر صمت به همراه سامان فیروزی، مدیر عامل کرمان موتور از غرفه این شرکت

داشت. نحوه معرفی آن توسط نمایشگرهای مخصوص یکی از نوآوری‌های کرمان موتور بود که برای اولین بار توسط یک شرکت خودروسازی در طراحی غرفه اجرا شده بود. نمایشگر سه بعدی گیربکس هیبرید در کنار حضور فیزیکی این گیربکس و همچنین حضور پک باتری خودروی E30X+ از سایر نوآوری‌ها و خلاقیت‌هایی بود که غرفه کرمان موتور را از سایر غرفه‌های نمایشگاه تحول متمایز کرد.

کرمان موتور که با تحویل ۲۰۰ دستگاه تاکسی برقی به رانندگان، در برقی سازی حمل و نقل پیشگام بود، با حضور متفاوت خود در نمایشگاه تحول خودرو ۱۴۰۳، نشان داد مسیر پیشگامی در برقی سازی توسط این شرکت خودروسازی همچنان ادامه دارد.

بزرگترین خودروساز خصوصی کشور با حضور متفاوت در نمایشگاه تحول خودرو ۱۴۰۳ نشان داد در مسیر پیشرفت و نوآوری در خدمت مسیر درستی را طی کرده است. این شرکت خودروساز با درک مسئولیت اجتماعی و فرهنگ سازی، حضور خود در نمایشگاه تحول را به حضور خودروهای برقی و هیبرید خود محدود کرد که این مسئله فرهنگ استفاده از خودروهای دوست‌دار محیط زیست را افزایش می‌دهد.

نوآوری‌ها و تحولاتی که نحوه معرفی محصولات و خدمات در غرفه نمایشگاه کرمان موتور شکل گرفته بود، توجه بسیاری را به خود جلب کرد و بسیاری از اهالی رسانه و بازدیدکنندگان به غرفه این شرکت مراجعه کردند.

رونمایی از جدیدترین برقی‌های کرمان موتور / همواره پیشگام در برقی سازی

جدیدترین عضو سبد محصولات کرمان موتور، کی ام سی E30X است که از به‌روزترین محصولات کمپانی جک در بهار امسال در پکن معرفی شد. این خودرو به دلیل طراحی زیبا و امکانات بسیار زیاد و پیمایش ۵۰۵ کیلومتری با شارژ کامل باتری، توجه بسیاری از مخاطبان نمایشگاه را به خود جلب کرد. همچنین خودروی KMC JV+ که نسخه فول آپشن E30X+ است، به همان تاکسی برقی‌های کرمان موتور است، برای اولین بار در این نمایشگاه رونمایی شد.

یکی دیگر از محصولات که در غرفه کرمان موتور حرفی برای گفتن داشت، ایگل برقی بود. KMC EAGLE EV خودروی تمام برقی و ایرانی کرمان موتور در این نمایشگاه حضور





جیلی، بزرگترین هلدینگ خودروسازی در چین

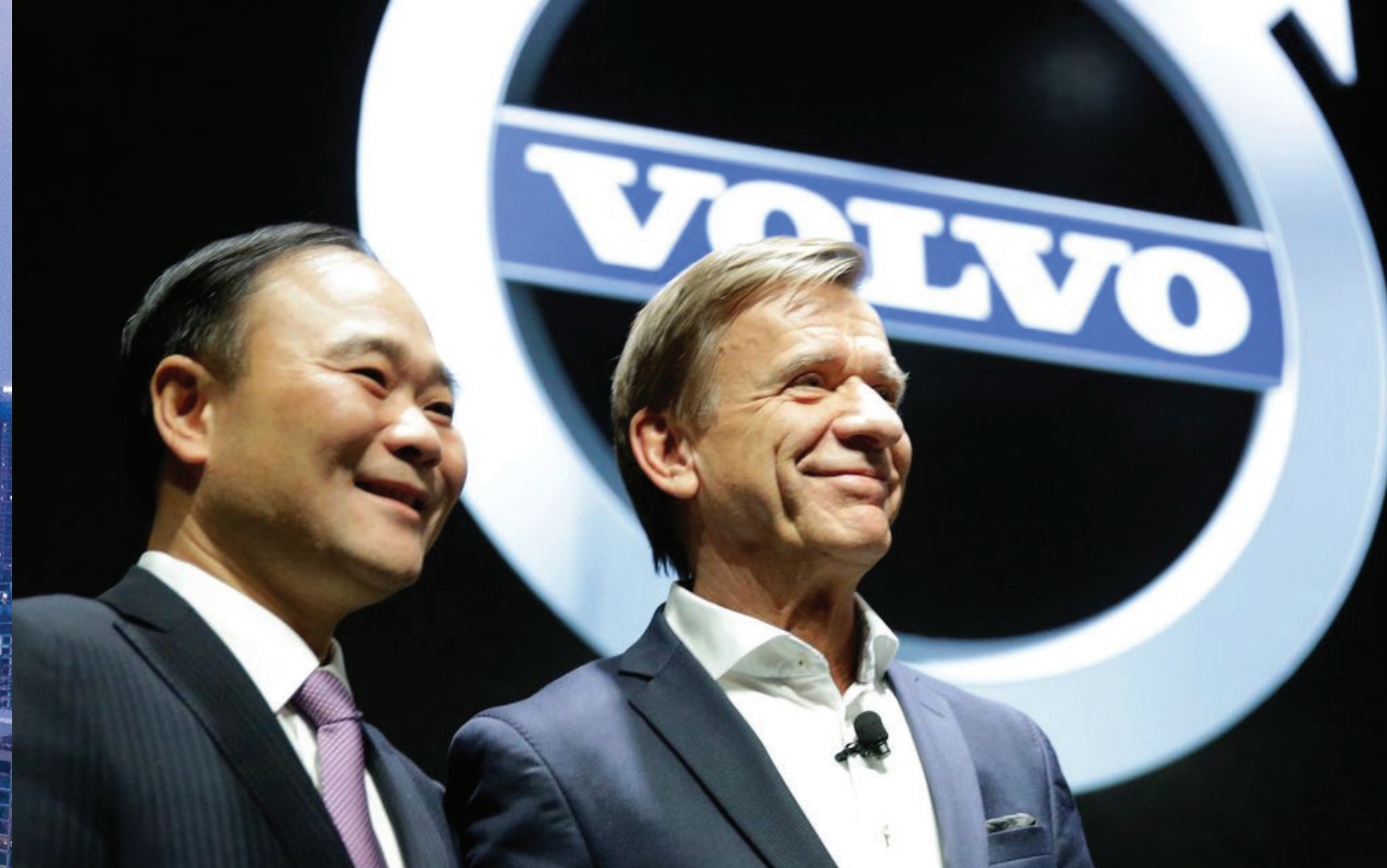
همکاری با بزرگان اروپا



هلدینگ جیلی Geely Holding یکی از بزرگترین خودروسازهای چینی است. در سال‌های گذشته همکاری با برندهای مطرح جهانی باعث شد جیلی بیش از پیش در صنعت خودروسازی به آن توجه شود و آوازه و شهرتی جهانی پیدا کند. همکاری با شرکت ولوو، بنز، رنو و استون مارتین یکی از جذاب‌ترین بحث‌های خودرویی است که از سال ۲۰۱۰ آغاز شد.

اولین خودروی جیلی تولید شد. جیلی که در ابتدا سازنده قطعات یخچال بوده و بعد از آن موتورسیکلت و سپس وارد عرضه خودروسازی شده است، همواره در تلاش بوده تا بتواند در مسیر پیشرفت و نوآوری قدم بردارد. این شرکت خودروسازی که امروز از بزرگترین هلدینگ‌های خودروسازی چین است، توسعه و افزایش بهره‌وری را در دستور کار خود قرار داده است. سال ۲۰۱۰ با خریداری سهام ولوو کارز توسط جیلی، یکی از

خودروسازی جیلی یکی از موفق‌ترین برندهای خودروسازی چینی به حساب می‌آید. فعالیت خودروسازی جیلی از سال ۱۹۹۷ زمانی که وارد صنعت خودروسازی شد، به صورت جدی شکل گرفت. یک سال بعد از آن یعنی ۱۹۹۸ سالی بود که



بزرگترین نقل و انتقالات سهام خودروسازان شکل گرفت. شرکت جیلی سهام ولوو که از برندهای مطرح و بزرگ جهانی است را از شرکت فورد موتور خریداری کرد و گام بلندی در مسیر پیشرفت و جهانی شدن برداشت.

پس از خرید ولوو، جیلی حضور خود را در بازارهای مختلف بین‌المللی گسترش داد. در سال ۲۰۱۷، جیلی ۴۹٫۹ درصد از سهام خودروساز مالزیایی پروتون و ۵۱ درصد از سهام تولیدکننده خودروهای اسپورت بریتانیایی، لوتوس LOTUS را به دست آورد. این خریده‌ها نه تنها مجموعه جیلی را گسترش داد، بلکه دسترسی به بازارهای جدید و قابلیت‌های مهندسی پیشرفته را نیز فراهم کرد.

سرمایه‌گذاری‌های جیلی و خرید سهام شرکت‌های بزرگ اروپایی در صنعت خودروسازی نشان می‌دهد اهداف این شرکت فراتر از بازار چین است. خرید ولوو در اولین قدم و بعد از آن لوتوس و پروتون، حاکی از آن است که جیلی راه ورود به بازارهای جهانی خودرو را هدف قرار داده و به دنبال رقابت با برندهای بزرگ دنیا است.

سرمایه‌گذاری مشترک با بنز هلدینگ جیلی در سال ۲۰۲۰ با همکاری شرکت بنز، شرکت خودروهای هوشمند را تاسیس کردند. یکی دیگر از پروژه‌های همکاری با خودروسازان مطرح جهان توسط جیلی، با شرکت بنز شکل گرفت. جیلی با همکاری بنز، سرمایه‌گذاری مشترک جهانی، شرکت خودروهای هوشمند، با مسئولیت محدود را

تاسیس و تاییدیه‌های نظارتی را دریافت کردند. همکاری جیلی با بنز و تاسیس این شرکت سرمایه‌گذاری، یکی دیگر از گام‌های بلندی بود که خودروساز بزرگ چینی در صنعت خودروسازی رقم زد و خودروسازهای بزرگ چین و آلمان را در کنار یکدیگر قرار داد.

پیشرفت و گسترش هلدینگ جیلی

موفقیت‌های جیلی در سال ۲۰۲۰ به همکاری با غول بزرگ آلمانی محدود نشد. گروه هلدینگ جیلی برنده بالاترین افتخار صنعت خودروی چین برای فناوری پیشرفته شد. همچنین در بهار سال ۲۰۲۰ جیلی از آغاز مرکز آزمایشی جدید خود در صنعت ماهواره خبر داد.

هلدینگ جیلی در گروه رنو RENAULT GROUP تفاهم نامه همکاری در بازارهای چین و کره جنوبی امضا کردند. گروه رنو با ۱۲۰ سال سابقه در صنعت خودرو و جیلی به عنوان بزرگترین گروه خودروسازی در چین، به طور مشترک تفاهم نامه برای همکاری نوآورانه را اعلام کردند.

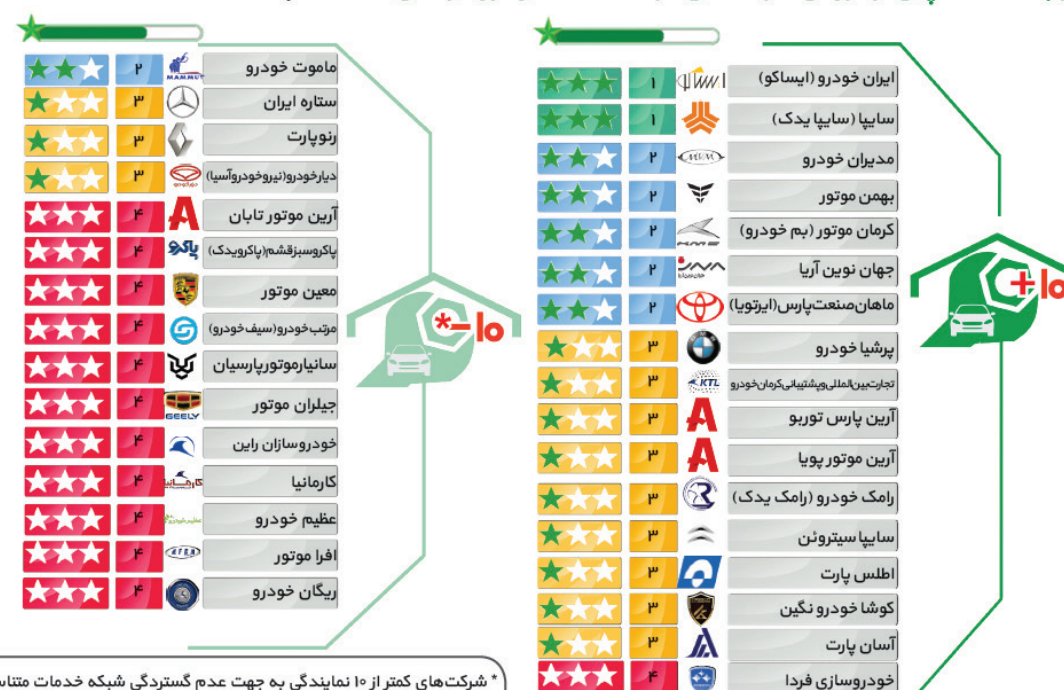
پاییز سال ۲۰۲۲ جیلی اعلام کرد ۷٫۶ درصد از سهام استون مارتین لاگوندا را خریداری کرد. استون مارتین یک برند شناخته شده در تولید خودروهای لوکس در بریتانیا است که هلدینگ جیلی به سهامداران این خودروسازی اضافه شد. جیلی یک سال بعد سهام خود در استون مارتین را به ۱۷ درصد افزایش داد.

کسب رتبه دوم خدمات پس از فروش توسط تجارت ب‌م خودرو

موتور، در بین ۱۷ شرکت عرضه‌کننده خودروهای سبک، ضمن ارتقای جایگاه خود نسبت به سال گذشته، موفق به کسب رتبه دوم و جایگاه پنجم صنعت خدمات پس از فروش شد. این شرکت امیدوار است بتواند با بهبود عملکرد خود در سال جدید، ضمن ادامه دادن به مسیر پیشرفت و بهبود جایگاه، بهترین خدمات را به مشتریان کرمان موتور ارائه دهد.

نتایج ارزیابی خدمات پس از فروش شرکت‌های عرضه‌کننده خودرو در سال ۱۴۰۲ منتشر شد. براساس نتایج منتشرشده توسط شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران در این زمینه، شرکت خدمات و تجارت ب‌م خودرو توانست رتبه دوم را کسب کند. شرکت خدمات و تجارت ب‌م خودرو، متولی خدمات پس از فروش محصولات شرکت کرمان

رتبه خدمات پس از فروش شرکت‌های عرضه‌کننده خودرو در سال ۱۴۰۲ - سبک



* شرکت‌های کمتر از ۱۰ نمایندگی به جهت عدم گستردگی شبکه خدمات متناسب با آئین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو در رده بندی اصلی قرار نگرفته اند.

ایمنی ولوو در محصولات جیلی

خودروسازی ولوو به ساخت ایمن‌ترین خودروهای جهان معروف است. ولوو به عنوان یک پیشگام در زمینه ایمنی خودروها، تکنولوژی‌های پیشرفته‌ای را توسعه داده است که شامل سیستم‌های ایمنی فعال، سیستم‌های جلوگیری از برخورد، سیستم‌های تشخیص نقاط کور و سیستم‌های خودروهای خودران می‌شود. این تکنولوژی‌ها استانداردهای ایمنی در خودروها را افزایش می‌دهد. بنابراین شراکت جیلی با ولوو نیز می‌تواند به کمک‌کننده جیلی باشد تا محصولات خود را با تکنولوژی‌های ایمنی پیشرفته‌تری تولید و عرضه کند.

شراکت بین برندهای جیلی و ولوو، به ویژه در زمینه ایمنی، می‌تواند برای هر دو شرکت مزیت‌های قابل توجهی به همراه داشته باشد. ولوو با ارائه تکنولوژی‌های پیشرفته ایمنی، به جیلی می‌تواند کمک کند تا به رقابتی‌تر شدن در بازار جهانی بپردازد و ایمنی محصولات خود را بهبود دهد. همچنین ولوو نیز می‌تواند از نیروی کار متخصص و ظرفیت‌های جیلی بهره‌برد.

در نتیجه، شراکت بین جیلی و ولوو می‌تواند به جیلی کمک کند تا به توسعه و بهبود محصولات خودرویی خود به خصوص در زمینه ایمنی بپردازد. این موضوع نه تنها موجب افزایش کیفیت محصولات جیلی، بلکه در نهایت موجب افزایش

رضایت مشتریان این شرکت خواهد شد. در پایان نباید این نکته را فراموش کرد هلدینگ جیلی از بزرگترین خودروسازان چین، در دهه گذشته سیاست‌های توسعه کسب‌وکار خود را به بهترین شکل جلو برده است. همکاری‌های گسترده‌ای با بهترین برندهای خودروسازی اروپا که نه تنها تجهیزات، بلکه به‌روزترین علم و تکنولوژی را در کنار تجربه طولانی در اختیار دارند.

خودروسازی جیلی که بالاتر اشاره کردیم در صنایع مختلف سرمایه‌گذاری‌های خود را گسترش داده است، با همکاری و سهامداری خودروسازان مطرح اروپایی، به خوبی توانسته مسیر پیشرفت را طی کند. همکاری و سهامداری خودروسازانی که در سطح جهانی فعالیت می‌کنند و همگی حرفی برای گفتن دارند، هلدینگ جیلی را به یکی از بزرگترین و موفق‌ترین خودروسازان چین کرده است.

این مدل همکاری‌ها در کنار کمک به توسعه کسب‌وکار، موجب بهبود محصولات این شرکت خواهد شد که می‌تواند بیش از پیش پیشرفت جیلی و افزایش کیفیت محصولات و خدمات این شرکت را در پی خواهد شد.





دور جدید یارکشی در صنعت خودروی جهانی؛ ژاپنی‌های دوست‌داشتنی همکار شدند!

متحدین قدیمی چه در سر دارند؟

این جمع نیز منتشر شد. اما پیش از آنکه جزئیات بیشتری دربارهٔ زمینه‌ها و اهداف همکاری میان این سه خودروساز بیان شود، بد نیست برای درک بهتر آن، اشاره‌ای هم به اتحاد رنو-نیسان و بازیگر اصلی آن یعنی کارلوس گون شود. سال ۱۹۹۵، زمانی که رنو پس از یک دورهٔ بیست‌سالهٔ رشد، با مشکلات زیادی مواجه شد، کارلوس گون که موفق شده بود مشکلات شرکت میشلن را حل کند، به‌عنوان ناجی به مدیریت ارشد رنو معرفی شد. کارلوس گون قبول کرد که به رنو بپیوندد؛ بنابراین، در سال ۱۹۹۶ به سمت

در آخرین روزهای سال ۱۴۰۲، هوندا و نیسان با امضای تفاهم‌نامه‌ای، قصد خود برای همکاری استراتژیک با یکدیگر را در زمینهٔ برقی‌سازی و هوشمندسازی علنی کردند و اعلام نمودند که قرار است برای بررسی این موضوع، یک پروژهٔ امکان‌سنجی را اجرایی کنند. ۱۱ مرداد ۱۴۰۳ بود که این دو خودروساز با اعلام اینکه تحقیقات نشان داده امکان همکاری و هم‌افزایی زیادی میان آن‌ها وجود دارد، از تصمیمشان برای عملی کردن این همکاری استراتژیک خبر دادند. همچنین در این روز، خبر پیوستن میتسوبیشی به

پذیرفت. در این زمان، خودکامگی او در کنار درآمد بالایش (که موضوع جافتاده‌ای در فرهنگ ژاپن نبود) به لیست چالش‌های پیشین با مدیران و کارکنان ژاپنی افزوده شد. با فرارسیدن سال ۲۰۰۸ و بحران اقتصادی جهانی، کار گون به‌عنوان مدیرعامل هم‌زمان دو شرکت خودروساز، سخت‌تر از گذشته شد و زمانی که سال ۲۰۱۱ در ژاپن سونامی رخ داد، او نتوانست در نقش یک نجات‌دهنده برای کارکنان ژاپنی‌اش ظاهر شود. زمانی هم که سال ۲۰۱۴، گون تمایلیش به ادغام نیسان با رنو را مطرح کرد، نگرانی و خشم ژاپنی‌ها را بیش از پیش برانگیخت و اوضاع به گونه‌ای رقم خورد که در سال ۲۰۱۸، نیسان به او اتهام سوءرفتار مالی و اقتصادی زد که منجر به دستگیری‌اش در ژاپن و پس از مدتی برکناری از سمت مدیرعاملی نیسان و رنو شد. نهایتاً چالش‌های او با نظام قضایی ژاپن به جایی رسید که سال ۲۰۱۹، زمانی که در حبس خانگی بود، توانست با مخفی شدن در یک جعبه و از طریق هواپیما، از ژاپن فرار کند و به لبنان (سرزمین مادری‌اش) پناهنده شود. شاید این لحظه را بتوان نقطهٔ پایان زندگی کاری گون در

معاون مدیرعامل در زمینهٔ خرید، تحقیق، مهندسی و تولید منصوب شد. او توانست با کاهش هزینه‌ها، رنو را از شرایط نامساعد خارج کند و نشان دهد که توانایی بالایی در بهبود اوضاع شرکت‌های بدحال دارد. پس از چند سال و با بهبود شرایط رنو، توجه این شرکت به امر جهانی شدن جلب شد و در سال ۱۹۹۹، زمانی که نیسان با مشکلات عدیده‌ای مانند بدهی و ضرردهی مواجه بود، اقدام به خرید ۳۷ درصد از سهام آن کرد و اتحاد رنو-نیسان شکل گرفت. دو سال بعد و در سال ۲۰۰۱، نیسان نیز ۱۵ درصد از سهام رنو را تصاحب کرد و سهام رنو در نیسان نیز به ۴۳.۴ درصد رسید.

در ابتدای ایجاد این اتحاد در سال ۱۹۹۹، کارلوس گون به سمت مدیر ارشد عملیات نیسان منصوب شد و پس از آنکه توانست نیسان را از ضرردهی خارج و بدهی‌های آن را پرداخت کند، به مدیرعاملی این شرکت ارتقا پیدا کرد. در سال ۲۰۰۵، زمانی که مدیرعامل وقت رنو می‌خواست از سمتش کناره‌گیری کند، این جایگاه به گون پیشنهاد شد و در نهایت او مدیرعاملی رنو را با حفظ سمتش در نیسان



صنعت خودرو دانست؛ ولی هنوز میان رنو و نیسان، چیزی که آن را اتحاد می‌نامیدند، برقرار بود؛ اتحادی که با خرید ۳۴ درصد از سهام میتسوبیشی توسط نیسان در سال ۲۰۱۶، یک عضو بیشتر نسبت به روزهای اول تشکیلش داشت. اما حالا زمان آن رسیده بود که ژاپنی‌ها در نبود بازیگر اصلی این اتحاد، یعنی کارلوس گون، سراغ دغدغه‌های قدیمی خود، یعنی قدرت بالای رنو در برابر نیسان (علی‌رغم بزرگ‌تر بودن نیسان) و با احتمال از بین رفتن هویت ژاپنی نیسان در صورت ادغام با رنو بروند. به‌این‌ترتیب، در سال ۲۰۲۳، تدابیری اتخاذ شد تا سهام رنو در نیسان از ۴۳.۴ درصد به ۱۵ درصد کاهش یابد و سهم ۱۵ درصدی نیسان در رنو نیز صاحب حق رأی شود. به‌این‌ترتیب، نیسان توانست قدرت نفوذ رنو بر خود را پس از ۲۴ سال کاهش دهد.

این اتحاد گرچه از لحاظ سیاسی و فرهنگی با چالش‌هایی همراه بود، ولی از آن می‌توان به‌عنوان یکی از اتحادهای موفق صنعت خودرو نام برد. مشترک‌سازی منابع مهندسی، تأمین، تولید، لجستیک و... به خودروسازان این اتحاد کمک کرد تا از طریق هم‌افزایی، میلیاردها دلار طی بیش از دو دهه صرفه‌جویی کنند و درمجموع از منافع بازارهایی بهره ببرند که به‌تنهایی، شانس کمی برای موفقیت در آن‌ها داشتند. اما به نظر می‌رسد، چالش‌های پیشین در کنار آغاز عصر خودروهای برقی، هوشمند و خودران در صنعت، اعضای این اتحاد را به فکر یافتن شرکای جدید انداخته است.

در این راستا، رنو تصمیم گرفت کسب‌وکار قوای محرکه درون‌سوز و هیبریدی خود را جدا کند و اواخر بهار امسال جوینت ونچری با نام Horse Powertrain بنا نهاد که ۴۵ درصد سهام آن در اختیار جیلی و ۱۰ درصد در اختیار آرامکوی عربستان است. همچنین شرکت زیرمجموعه‌ای با نام آمپر تأسیس شد تا کسب‌وکار نرم‌افزار و خودروهای برقی رنو ذیل آن پیگیری شود.

گرچه نیسان می‌خواهد در آمپر سرمایه‌گذاری کند و هنوز ارتباط و اشتراک زیادی میان نیسان و رنو وجود دارد که قرار است در آینده نیز حفظ شود، ولی همان‌طور که گفته شد، نیسان برای نسل آینده خودروهای برقی و هوشمند خود، سراغ یک خودروساز ژاپنی رفته است که اتفاقاً آن هم به‌تازگی سطح همکاری‌هایش با یک خودروساز دیگر را کاهش داده است.

هوندا سال‌هاست که در زمینه‌های مختلف، از جمله قوای محرکه هیدروژنی با جنرال موتورز همکاری می‌کند و از سال ۲۰۲۰ تصمیم گرفته که از پلتفرم جدید خودروهای برقی این شرکت با نام Ultium برای توسعه خودروهای برقی با برندهای هوندا و آکیورا بهره ببرد. حاصل این همکاری نیز، خودروهای هوندا Prologue و آکیورا ZDX بوده است. اما برنامه همکاری این دو، برای توسعه خودروی برقی اقتصادی، پاییز پارسال، بعد از یک سال و نیم لغو شد تا نهایتاً هوندا و نیسان

هم‌مسیر شوند.

همکاری استراتژیک هوندا و نیسان قرار است شامل پنج زمینه باشد: تکنولوژی خودروهای نرم‌افزارمحور، سبد محصول مکمل در بازارهای جهانی، تکنولوژی و تأمین مشترک در زمینه باتری، اشتراک قوای محرکه برقی و همکاری در زمینه خدمات انرژی و اقتصاد چرخه‌ای.

از آنجاکه نرم‌افزار می‌تواند ارزش خودرو را زیاد و رابطه آن را با مشتری بازتعریف کند، می‌توان آن را یکی از مهم‌ترین زمینه‌های همکاری نامید. هزینه‌های بالای توسعه نرم‌افزار و سرعت بالای رقبای جدید، از پیشران‌های این همکاری هستند که قرار است شامل نرم‌افزارهای مدیریت انرژی، سیستم‌های کمک‌راننده، خدمات دیجیتال و سرگرمی درون کابین باشد. به‌این‌ترتیب، هوندا و نیسان با اشتراک‌گذاری نیروی انسانی، تخصص و داده خواهند توانست محصولات قابل‌رقابت با خودروسازان جدید، مخصوصاً چینی را عرضه کنند. اکنون همکاری در این زمینه آغاز شده است.

مورد بعدی، هماهنگی و عرضه سبد محصولات مکمل در

بازارهای مختلف است. در این زمینه، قرار است با در نظر گرفتن اهداف کوتاه‌مدت و بلندمدت، یک ساختار مکمل برای بازارها و مدل‌ها توسعه یابد. از آنجاکه یکی از اصلی‌ترین اهداف این‌گونه همکاری‌ها، کاهش هزینه و بار سرمایه‌گذاری در کنار کاهش ریسک است، قرار است هوندا و نیسان در زمینه اشتراک تکنولوژی و زنجیره تأمین باتری و قوای محرکه با یکدیگر همکاری کنند. در این راستا، در ابتدا اجزایی از سیستم قوای محرکه مانند موتور و اینورتر به‌صورت مشترک توسط این دو خودروساز استفاده خواهد شد و پس از آن، کل سیستم e-Axle و همچنین سلول‌ها و ماژول‌های باتری نیز به لیست اقلام مشترک اضافه خواهد شد. مورد آخر همکاری میان نیسان و هوندا نیز در زمینه بازیافت خودرو و همچنین مدیریت انرژی و خدمات شارژ خواهد بود تا بدین‌ترتیب بتوانند سریع‌تر به اهداف مرتبط با کاهش انتشار آلاینده‌گی دست یابند.

هوندا، نیسان و میتسوبیشی اکنون در آغاز راه همکاری استراتژیک با یکدیگر هستند و باید دید، چطور می‌توانند

به اهدافشان دست یابند و چالش‌های پیش رو را مدیریت کنند. به‌هرحال، با توجه به داشتن ریشه‌های مشترک، تجربه همکاری و اتحاد قبلی و همین‌طور فشاری که از جانب رقبای بر آن‌ها وارد می‌شود، می‌توان انتظار داشت که بتوانند موفق شوند. مورد دیگری که زمان، وضعیت آن را مشخص خواهد کرد، اتحاد رنو-نیسان است و باید منتظر ماند و دید که آیا نیسان به سمت هوندا و رنو به سمت جیلی سوق پیدا خواهند کرد یا همچنان ارتباط مفید و مؤثری میان رنو و نیسان برقرار خواهد ماند.

آنچه تاکنون و در تاریخ صنعت خودرو، مشوق ادغام‌ها و شکل‌گیری اتحادها و همکاری‌ها میان خودروسازان مختلف بوده، افزایش روزافزون رقابت در صنعت است. انتظار می‌رود این روند در آینده نیز ادامه یابد. باید توجه داشت که صنعت خودرو دهه‌هاست که جهانی شده و صرفه مقیاس و توسعه مشترک تکنولوژی، یکی از اصلی‌ترین راهکارهای حفظ رقابت‌پذیری است؛ موردی که دیر یا زود در صنعت خودروی ایران نیز باید عملی شود.

ایگل، اولین خودروی بومی‌سازی‌شده کرمان موتور



اولین خودروی تولیدی و غیرمونتاژی کرمان موتور را که توسط کارشناسان ایرانی بومی‌سازی شده است، کی‌ام‌سی ایگل (KMC EAGLE) نام‌گذاری کرده‌ایم. سدان جدید کرمان موتور که حدود ۷۰ درصد از آن بومی‌سازی شده، اینک در مسیر ورود به خیابان‌هاست. این خودرو که با تکیه بر نسخه مفهومی و پایه خودش یعنی جک J۴ به‌روزرسانی شده و تغییراتی داشته است، در راه ورود به بازار سدان‌های اقتصادی است.

در کرمان موتور، به‌عنوان بزرگ‌ترین خودروساز خصوصی کشور، همیشه در تلاش بوده‌ایم تا برای دستیابی به اهداف خود و پیشرفت و نوآوری در مسیر مشتری‌مداری و اهمیت به نیازهای روز مشتریان، محصولات و خدمات خود را با توجه به نیاز ایشان و در بالاترین سطح ارائه دهیم. می‌توان گفت، KMC EAGLE اولین خودروی کرمان موتور است که بعد از گذشتن از مسیر بررسی و طراحی، بومی‌سازی

شده و بعد از تکمیل فرایند تولید، امروز آماده عرضه و ورود به بازار است. با تجربه‌ای که براساس سابقه طولانی در زمینه واردات و مونتاژ انواع خودرو در بازار ایران داشته‌ایم، همواره در صدد این موضوع بوده‌ایم که یک سدان اقتصادی و باکیفیت را به بازار خودرو وارد کنیم. برای تولید و طراحی اولین خودروی بومی کرمان موتور، از خودروی چینی پر فروش بازار، جک جی۴ (JAC J۴) الهام

گرفتیم تا بتوانیم با اعمال تغییرات و به‌روزرسانی آن، یک سدان پرطرفدار دیگر را با قیمت مناسب به مشتریان خود ارائه دهیم. کاتالوگ و مشخصات رسمی خودروی ایگل، نیمه تیرماه ۱۴۰۳ منتشر شد. سدان اقتصادی کرمان موتور با تکیه بر نسخه چینی خود، از نظر ظاهری به‌روزتر شده و سایر امکانات آن نیز تغییراتی داشته است.

بهبود عملکرد با ۷۰ درصد بومی‌سازی

در بازنگری طراحی جدیدترین و ایرانی‌ترین سدان کرمان موتور، از شکل سادهٔ J۴ فاصله گرفتیم و با اعمال تغییرات، ظاهری اسپرت و به‌روزتر را به این خودرو هدیه دادیم تا بتواند موفقیت بیشتری در مقابل رقبای خود در بازار داشته باشد.

خودروی KMC EAGLE را با تکیه بر دانش فنی کارشناسان مجرب کرمان موتور، نسبت به نسخهٔ چینی آن تا ۷۰ درصد بومی‌سازی کرده‌ایم. بهبود عملکرد و به‌روزتر شدن امکانات، تجهیزات و ظاهر خودرو، تنها دستاورد این اقدام نیست؛ بومی‌سازی و تولید داخلی باعث می‌شود، در مسئلهٔ ارائهٔ خدمات پس از فروش نیز دست بالا را داشته باشیم. نتیجهٔ این فعالیت‌ها، تولید محصولی را به همراه دارد که به نیاز و سلیقهٔ مشتریان ایرانی نزدیک‌تر است.

کی‌ام‌سی ایگل در بخش‌های قوای محرکه، سیستم انتقال قدرت، سیستم کنترل و تعلیق، برق‌رسانی، مجموعهٔ بدنه، تجهیزات داخلی و خارجی، جمع‌بندی و مونتاژ نهایی از نیرو و خط تولید ایرانی بهره‌می‌برد. تمام بخش‌های مذکور باعث شده تا بتوانیم از توانمندی‌های کرمان موتور و سایر شرکت‌های ایرانی نهایت استفاده را ببریم و بخش قابل‌توجهی از این خودرو را (حدود ۷۰ درصد) بومی‌سازی کنیم.

ما در کرمان موتور، در این مسیر با بیش از ۱۲۰ شرکت داخلی همکاری داشتیم که از بزرگ‌ترین آن‌ها می‌توانیم به شرکت‌های سایپا پرس، صنعت‌گستر خوارزمی، فرنام بسپار، آدین خودرو، ویانا آفرین بابل، فنر لول ایران، کویر تایر، کاسپین پلیمر سپاهان و سایر شرکت‌های داخلی که در این صنعت فعالیت می‌کنند، نام ببریم.

بومی‌سازی توسط کارشناسان داخلی؛ همکاران کرمان موتور در تولید ایگل

درمجموع، ۱۱.۴۳ درصد از قطعات قوای محرکهٔ این خودرو، توسط شرکت‌های داخلی طراحی و تولید شده است. صنایع شریف تهران، اطلس پمپ سپاهان، پارس نیکان خودرو، نیروساز اراک و پارس نیکان صنعت خودرو و تعدادی دیگر از سایر شرکت‌های مطرح در زمینهٔ تولید قطعات خودرو، در مسیر تولید قطعات قوای محرکهٔ ایگل با کرمان موتور همکاری کردند.

نزدیک به پنج درصد از سیستم کنترل تعلیق خودروی ایگل، توسط شرکت‌های صنعت‌گستر خوارزمی، تجیران، فنر لول ایران، قطعه‌کاران، سپاهان پیچ و برخی دیگر از شرکت‌های فعال در صنعت، تولید شده و ساخت ایران است. همچنین حدود ۱۳ درصد از سیستم برق‌رسانی و مجموعهٔ

بدنهٔ ایگل را شرکت‌های ایرانی تولید کرده‌اند. غرب استیل، سایپا پرس، نخل ارگ کریمان، ایران قطعه و سایر همکاران ما در خط تولید سیستم برقی و بدنهٔ این خودرو ما را یاری کرده‌اند.

۱۶ درصد از تجهیزات داخلی و خارجی کی‌ام‌سی ایگل توسط شرکت‌های داخلی تولید شده و با بالاترین کیفیت، ساخت ایران هستند. ازجمله شرکت‌هایی که در تولید تجهیزات داخلی و خارجی ایگل ما را کمک کردند، می‌توان از البرز قطعه، فرنام بسپار، تفتان لاستیک، کیان فوم پاسارگاد، کاسپین پلیمر سپاهان، ویانا آفرین بابل و... نام برد.

کویر تایر، ارونند چرخ، توان پلیمر عدل، پیچ و مهرهٔ تک و ویانا آفرین بابل شرکت‌هایی هستند که در طراحی و تولید مجموعهٔ رینگ و لاستیک ایگل همکار ما بودند.

طراحی، بومی‌سازی و تولید حدود ۷۰ درصد از خودروی ایگل، باعث می‌شود، محصولی تولید و به بازار عرضه شود که نه‌تنها مناسب نیاز و شرایط بازار ایران است، بلکه با توجه به شرایط آب‌وهوایی کشور، بهترین سازگاری و عملکرد را داشته باشد.

چرا جک جی ۴؟

در طراحی و تولید کی‌ام‌سی ایگل، از یکی از سدان‌های چینی و مونتاژی کرمان موتور، یعنی J۴ JAC استفاده کرده‌ایم که از سال ۱۳۹۶ فروش آن آغاز و وارد بازار شده است و از آن زمان تا به امروز، خودروی کم‌دردسری شناخته می‌شود. جک جی ۴ پس از آنکه از سال ۹۷ به‌صورت انبوه وارد بازار شد، با توجه به قیمت و امکانات، با استقبال خوبی روبه‌رو شد. این خودرو در چند سال اخیر، در لیست پرفروش‌ترین سدان‌های بازار قرار داشته است.

با توجه به تمام این نکات، بر آن شدیم با بهره گرفتن از بیش از ۶ سال تجربهٔ مونتاژ این خودرو، یک سدان اقتصادی را با امکانات و تجهیزات جذاب‌تر، به بازار سدان‌های اقتصادی معرفی کنیم.

شرایط بازار به ما نشان می‌دهد که خودروهای اقتصادی با امکانات و قیمت مناسب، طرفداران بیشتری دارند. با توجه به روند موفقیت‌آمیزی که عرضهٔ J۴ در بازار از خود نشان داده، همچنان تولید و فروش آن ادامه دارد. به‌این‌ترتیب، می‌توانیم با عرضهٔ ایگل، راه سدان چینی را با یک سدان اقتصادی و بومی‌سازی‌شده که با شرایط بازار خودروی کشور همخوانی بیشتری دارد، ادامه دهیم.

طراحی KMC EAGLE

تلاش کرده‌ایم اولین خودروی کرمان موتور، با طراحی جذاب‌تری که به سلیقهٔ مشتریان ایرانی نزدیک است، تولید شود. در نمای جلویی این خودرو، تغییرات محسوسی در جلوپنجره و

طراحی چراغ‌ها شاهد هستیم. اساس کلی چراغ‌ها همانند جی ۴ است؛ اما طراحی آن‌ها تفاوت زیادی با نسخهٔ چینی دارد. بدنهٔ جانبی و ستون این خودرو نسبت به طرح مفهومی خود، تغییرات زیادی نداشته است؛ اما با ایجاد تغییراتی در رینگ‌ها، نمای ایگل را زیباتر کرده‌ایم. سعی کرده‌ایم با اعمال تغییراتی در طراحی سپر و چراغ‌های عقب و جلو، از طراحی سادهٔ J۴ فاصله بگیریم تا شاهد ظاهر جذاب‌تری باشیم. همچنین با تغییر طراحی داخلی این خودرو، محیط کاربری

زیباتری را در اختیار سرنشینان قرار داده‌ایم.

به‌این‌ترتیب، کوشیده‌ایم اولین خودروی بومی کرمان موتور را با تکیه بر دانش فنی و توانمندی‌های داخلی، طراحی و تولید کنیم. ازاین‌رو، امیدواریم ایگل علاوه بر بیشترین سازگاری با نیاز و شرایط بازار ایران، بتواند با موفقیت، استقبال مشتریان را به‌همراه داشته باشد. تولید این خودرو، اولین قدم کرمان موتور در مسیر پیشرفت و تولید خودروهای بیشتر خواهد بود.

گیربکس هیبرید بهتر است یا پلاگین هیبرید؟



در دنیای مدرن خودروسازی امروز، سوخت‌های فسیلی جای خود را به سوخت‌های پاک می‌دهند. از گیربکس‌های هیبرید و پلاگین هیبرید تا خودروهای تمام‌برقی، تلاش برای کاهش مصرف سوخت فسیلی و عواقب آن است. اما برای بازار ایران کدام یک مناسب‌تر است؟

شروع دوستی خودروسازان با محیط‌زیست

خودروسازان بزرگ دنیا در دو دهه گذشته، همواره تلاش کرده‌اند محصولات خود را به سمت کاهش مصرف سوخت و کاهش تولید آلاینده‌گی ببرند. برای مثال در این دوره، شاهد سیر تحول خودروهای بنزینی بوده‌ایم؛ به گونه‌ای که مصرف بنزین آن‌ها روز به روز در محصولات جدید کاهش یافته است؛ تا جایی که شاهد بودیم برخی خودروهای بنزینی با بیشترین توان ممکن، کمترین میزان مصرف سوخت را داشتند.

ظهور سوخت‌های پاک در صنعت خودروسازی، یک جهش در این صنعت برای پیشروی در مسیر کاهش مصرف سوخت‌های فسیلی بوده است. تولید گیربکس‌های هیبرید

در سال‌های گذشته، بسیاری از صنایع از جمله مهم‌ترین آن‌ها، یعنی خودروسازی، به دنبال کاهش مصرف سوخت‌های فسیلی بوده‌اند. افزایش دمای کره زمین و سایر عوامل محیط‌زیستی، در کنار تجدیدنپذیر بودن سوخت‌های فسیلی، صنایع خودروسازی دنیا را به سمت استفاده بیشتر از سوخت‌های پاک حرکت داده‌اند.

استفاده بیش‌ازحد از سوخت‌های فسیلی در سده گذشته توسط صنایع مختلف، آثار مخربی در محیط‌زیست سراسر کره زمین باقی گذاشته است. بنابراین افکار عمومی نیز در کنار صنایع، اهمیت کاهش مصرف سوخت فسیلی و افزایش استفاده از سوخت‌های تجدیدپذیر را درک کرده‌اند و به این سمت حرکت می‌کنند.

که از موتور برقی و بنزینی استفاده می‌کردند، از اولین قدم‌های این صنعت جهت استفاده بیشتر سوخت‌های پاک بود.

در حال حاضر، انواع تکنولوژی قوای محرکه خودروها را می‌توان مشابه یک طیف در نظر گرفت که یک سر آن قوای محرکه درون‌سوز قرار دارد و در سر دیگر، خودروهای برقی جای می‌گیرند. در قوای محرکه‌ای که صرفاً درون‌سوز (ICE) است، موتور احتراق داخلی، با سوزاندن سوخت (عموماً بنزین، گازوئیل و یا الکل و سوخت‌های مصنوعی)، انرژی شیمیایی سوخت را به انرژی جنبشی تبدیل می‌کند و این حرکت را از طریق گیربکس (دستی یا اتوماتیک) به چرخ‌های محرک انتقال می‌دهد. قرار گرفتن موتور درون‌سوز تحت بارگذاری‌های مختلف در هنگام رانندگی و همچنین هدررفت انرژی جنبشی به گرما در هنگام ترمزگیری، فرصت مناسبی را برای بهره‌گیری از ترکیب باتری و موتور الکتریکی فراهم می‌کند و در صورتی که باتری و موتور الکتریکی به قوای محرکه درون‌سوز اضافه شود، قوای محرکه هیبرید (دوگانه) پدید می‌آید.

قوای محرکه هیبرید (HEV) شامل انواع مختلفی از هیبرید

Mild تا پلاگین هیبرید است که سراسر طیف تکنولوژی قوای محرکه را شامل می‌شوند. در سیستم هیبرید Mild، علاوه بر موتور درون‌سوز، از یک باتری کوچک (معمولاً ۴۸ ولت) و یک موتور الکتریکی (که معمولاً جایگزین موتور استارتر می‌شود) استفاده می‌شود تا عملکردهایی چون بازیابی انرژی ترمزی و استارت/ استاپ را ممکن کند. در چنین حالتی، معمولاً نیاز به اعمال تغییرات اساسی در گیربکس وجود ندارد. ولی اگر ظرفیت باتری و توان موتور الکتریکی افزایش یابد، به گونه‌ای که خودرو قادر باشد مسافتی را تنها با استفاده از توان الکتریکی طی کند، می‌توان نام هیبرید معمولی را به قوای محرکه اطلاق کرد.

در این حالت، معمولاً نیاز است تغییراتی در گیربکس متداول خودروهای درون‌سوز اعمال شود تا امکان تغذیه از دو منبع ورودی توان به وجود آید. نحوه بهره‌گیری از توان الکتریکی و درون‌سوز در خودروهای هیبرید می‌تواند متفاوت باشد و این تفاوت، دسته‌بندی جدیدی شامل هیبرید سری، موازی و سری-موازی را ایجاد می‌کند.



قوی‌تر، مصرف سوخت کمتر و توانایی استفاده از شارژر بیرونی، خودروی بسیار به‌صرفه‌تری به نظر برسد؛ اما آیا واقعاً در حال حاضر پلاگین هیبرید مناسب‌تر است؟

نیاز به باتری بزرگ‌تر با توان بیشتر در خودروهای پلاگین هیبرید، طراحی پلتفرم ویژه‌تری را می‌طلبد. با توجه به این موضوع، تولید این نوع خودرو، سرمایه‌گذاری بیشتر خودروساز را طلب می‌کند. از طرف دیگر، باتری بزرگ‌تر، علاوه بر افزایش قیمت تمام‌شده خودرو برای تولیدکننده و مصرف‌کننده، موجب افزایش وزن خودرو می‌شود که شاید در هر شرایطی گزینه مناسبی نباشد.

خودروی پلاگین هیبرید از شارژر بیرونی نیز استفاده می‌کند؛ اما آیا زیرساخت‌های مناسبی برای استفاده از امکانات خودروی پلاگین وجود دارد؟

خودروی هیبرید در مقایسه با خودروی پلاگین، باتری کوچک‌تر و به‌دنبال آن، وزن کمتری دارد. در خودروهای هیبرید به دلیل نیاز به باتری‌های کوچک‌تر، خودروسازان بر خلاف خودروهای پلاگین، می‌توانند با کمی تغییر روی پلتفرم‌های موجود، خودروی هیبرید خود را تولید کنند. با توجه به عدم نیاز به پلتفرم جدید و باتری کوچک‌تر، هزینه تمام‌شده این مدل خودروها کمتر است. هرکدام از خودروهای هیبرید و پلاگین هیبرید، به دلیل استفاده از دو موتور برقی و بنزینی و تکنولوژی به‌روز، مصرف سوخت پایینی دارند. اما در خودروهای پلاگین، به همان دلایلی که بیان شد، قیمت نهایی افزایش چشمگیری خواهد داشت.

با توجه به نزدیکی میزان مصرف سوخت دو خودروی هیبرید و پلاگین هیبرید که مهم‌ترین مسئله در خودروهای امروزی است، سایر آپشن‌ها نیز می‌توانند در انتخاب مصرف‌کننده مؤثر باشند. با توجه به دلایل مذکور باید گفت، قیمت نهایی خودروهای هیبریدی (با امکانات مشابه و توان موتوری نزدیک به هم) کمتر از خودروهای پلاگین است.

توانایی شارژ شدن با شارژرهای سریع یا خانگی خودروهای پلاگین، یکی از امکاناتی است که برای برخی از خریداران اهمیت دارد؛ اما نباید این نکته را فراموش کرد که زیرساخت مناسب برای شارژ این خودروها مهم است.

به‌رحال، نظرات و اولویت‌های مصرف‌کنندگان در انتخاب خودرو متفاوت است و نوع استفاده از خودرو نیز با توجه به نگرش خریداران این خودروها متفاوت خواهد بود.



خودروهای هیبرید، شارژ مجدد باتری از طریق ترمز کردن خودرو و تبدیل انرژی جنبشی به الکتریکی است که پس از این فرایند، به باتری منتقل و ذخیره می‌شود. بعضی از خودروها فول هیبرید هستند که در حالت شارژ کامل باتری، تماماً از انرژی باتری برای حرکت خودرو استفاده می‌کنند؛ درحالی‌که موتور مکانیکی (بنزینی) کاملاً خاموش است. در سرعت‌های پایین و در شروع حرکت، موتور الکتریکی وارد عمل می‌شود و در سرعت‌های بالا، موتور مکانیکی وارد مدار می‌شود و نیروی حرکتی ماشین را تأمین می‌کند.

منظور از دستیار انرژی در ماشین هیبریدی آن است که خودرو فقط زمانی از موتور الکتریکی استفاده می‌کند که دارای ظرفیت بالا باشد. علاوه‌براین، باتری هم باید ظرفیت بالایی داشته باشد تا موتور الکتریکی بتواند به خودرو شتاب دهد. سیستم «دستیار» استفاده از موتور مکانیکی را به حداقل می‌رساند تا بازیابی به‌طور کامل عمل کند.

خودروهای پلاگین هیبرید؛ جایی که برق شهری به کمک می‌آید

تفاوت اصلی خودروهای پلاگین هیبرید با هیبرید در توانایی استفاده از برق شهری برای شارژ باتری است. خودروهای پلاگین هیبرید نسبت به خودروهای هیبرید از باتری بزرگ‌تری بهره می‌برند و شارژ آن‌ها، هم توسط موتور بنزینی و هم با شارژر بیرونی امکان‌پذیر است.

خودروهای پلاگین هیبرید با توجه به اینکه از باتری بزرگ‌تر با توان بالاتری استفاده می‌کنند، توانایی طی کردن مسافت بیشتری نسبت به خودروهای هیبرید دارند و در نتیجه، مصرف سوخت کمتری خواهند داشت.

افزایش هزینه‌های تولیدی پلاگین هیبرید

در نگاه اول، شاید خودروی پلاگین هیبرید با توجه به باتری

آن دسته از قوای محرکه هیبرید که تاکنون بررسی شدند، توان موردنیاز جهت ذخیره در باتری و به حرکت درآوردن موتور الکتریکی را صرفاً از طریق موتور احتراق داخلی و انرژی بازیافتی از ترمزگیری کسب می‌کردند. اما دسته دیگری از قوای محرکه هیبرید وجود دارد که با نام پلاگین (PHEV) شناخته می‌شود. همان‌طور که از نام آن پیداست، این قوای محرکه قادر است با وصل شدن به شبکه برقی سراسری (یا معادل آن) باتری‌های خود را شارژ کند.

اگر میزان برقی‌سازی قوای محرکه به ۱۰۰ درصد برسد و به انتهای طیف برسیم، قوای محرکه تمام‌برقی (BEV) خواهیم داشت که صرفاً دارای یک پک باتری (با ابعاد بزرگ‌تر از سایر انواع قوای محرکه) و یک یا چند موتور الکتریکی است و انرژی خود را از طریق اتصال به شبکه برق سراسری تأمین می‌کند. دسته خاصی از قوای محرکه پلاگین هیبرید نیز وجود دارند که با نام برقی با پیمایش افزوده (EREV) شناخته می‌شوند. این قوای محرکه را می‌توان معادل یک خودروی تمام‌برقی در نظر گرفت که به یک موتور احتراق داخلی نیز مجهز شده است تا صرفاً عملکردی معادل یک ژنراتور برای شارژ کردن پک باتری داشته باشد و هیچ نوع اتصال مکانیکی میان موتور احتراق داخلی و چرخ‌های خودرو وجود نخواهد داشت.

در خودروهای معمولی، تنها بنزین و انرژی ناشی از سوختن آن موجب کار کردن موتور و حرکت خودرو می‌شود؛ اما در خودروهای هیبرید (Hybrid) در کنار موتور بنزینی، یک باتری و موتور برقی نیز انرژی موردنیاز حرکت را تأمین می‌کنند.

یکی از اصلی‌ترین نکات خودروهای هیبرید، مصرف سوخت (بنزین) پایین نسبت به خودروهای بنزینی است. در کنار آن، به علت کمک گرفتن از نیروی باتری، مخصوصاً در سفرهای شهری با سرعت کم، موتور صدای بسیار کمی از خود ایجاد می‌کند.

گیربکس هیبرید چند حالت متفاوت دارد که توان باتری‌های استفاده‌شده در اتومبیل تا توانایی شارژ مجدد، از مهم‌ترین نکات و تفاوت‌های آن است. یکی از مهم‌ترین نکات مثبت

سرمایه‌گذاری کارآمد برای زندگی بهتر



ممکن است نام کارگزاری کارآمد به گوش شما آشنا باشد؛ ولی ما قصد داریم خودمان را به‌طور کامل به شما معرفی کنیم.

گروه مالی کارآمد، پیش‌تر با نام گروه توسعه آینده کرمان فعالیت خود را در سال ۱۳۹۶ آغاز کرده است. این گروه مالی در سال ۱۴۰۲ نزد سازمان بورس و اوراق بهادار به ثبت رسید و به «گروه مالی پیشگامان کارآمد» تغییر نام پیدا کرد که به‌اختصار، با نام «گروه مالی کارآمد» شناخته می‌شود. در حال حاضر، شرکت گروه مالی پیشگامان کارآمد، زیرمجموعه شرکت کرمان موتور و از شرکت‌های فرعی سرمایه‌گذاری آرمان‌گستر پاریز است.

ارائه راهکارهای متنوع، ابزارهای تخصصی، زیرساخت‌های پیشرفته و اشتراک‌گذاری اطلاعات در پاسخ به نیازهای افراد و شرکت‌ها، مأموریت ما در گروه مالی کارآمد است. ما همواره تلاش می‌کنیم تا با ارائه خدمات نوآورانه، حرفه‌ای، آسان و در دسترس، نگرانی‌های مرتبط با سرمایه‌گذاری را برای اشخاص حقیقی و حقوقی به حداقل برسانیم.

حوزه تخصصی فعالیت کارآمد، صنعت مالی و سرمایه‌گذاری است. در واقع، ما به‌عنوان یک هلدینگ مالی، ارائه‌دهنده خدمات تخصصی سبدگردانی، کارگزاری، تأمین مالی، مشاوره و ابزارهای متنوع سرمایه‌گذاری هستیم. ما همواره در کنار سرمایه‌گذاران در مسیر کسب سود حداکثری هستیم تا به اهداف مالی خود دست پیدا کنند.

شرکت‌های زیرمجموعه گروه مالی کارآمد شامل کارگزاری، سبدگردانی، واسپاری، مشاوره سرمایه‌گذاری و سرمایه‌گذاری هستند.

تخصص‌هایی که در گروه کارآمد به مشتریان ارائه می‌شود را می‌توان در موارد زیر خلاصه کرد:

« مدیریت دارایی:	« بورس انرژی
« صندوق‌های سرمایه‌گذاری (درآمد ثابت، سهامی، بازنشتی، بازارگردانی)	« معاملات مشتقه سهام
« سبدگردانی اختصاصی	« معاملات مشتقه کالایی
« معاملات:	« تأمین مالی شرکت‌ها
« بورس اوراق بهادار	« عرضه و پذیرش شرکت‌ها
« بورس کالا	« ارزش‌گذاری شرکت‌ها
	« مشاوره سرمایه‌گذاری
	« تحلیل اطلاعات مالی و اقتصادی

ما در کارآمد، همراه طیف وسیعی از سرمایه‌گذاران (با سطوح ریسک‌پذیری مختلف) هستیم تا شرایط سرمایه‌گذاری را برای آنان شفاف و آسان کنیم.

سرمایه‌گذاری با کارآمد:

- « مدیریت اختصاصی دارایی متناسب با مقدار سرمایه و میزان ریسک‌پذیری
 - « سرمایه‌گذاری در صندوق‌های سرمایه‌گذاری با حداقل سرمایه ۱۰۰ هزار تومان
 - « سرمایه‌گذاری کم‌ریسک با سود روزشمار و نرخ رقابتی
 - « سرمایه‌گذاری در سهام با حداقل ۵۰۰ هزار تومان
- کارآمد در حال حاضر دارای هشت شعبه فعال در شهرهای تهران، مشهد، اصفهان، شیراز، تبریز، زنجان، کرمان و کرمانشاه است.
- تیم پشتیبانی کارآمد با شماره تلفن ۰۲۱-۴۱۶۸۳ برای رفع مشکل و ارائه خدمات، پاسخ‌گوی سهامداران است.

کاریو

تولد «کاریو» به پاییز ۱۴۰۲ برمی‌گردد؛ نقطه شروعی که تصمیم گرفتیم راوی داستان‌ها، تجربه‌ها و گفت‌وگوها باشیم. در واقع، کاریو صدای کارگزاری کارآمد است.



خریدار، خودرو یا خودروساز؟

چه کسی رنگ خودرو را انتخاب می‌کند؟



در مطلب قبلی درباره روانشناسی رنگ‌ها و تأثیر آن در خرید خودرو، تأثیر روانشناسی رنگ بر عملکرد افراد، روانشناسی رنگ خرید خودرو و اینکه رنگ خودرو چقدر می‌تواند با شخصیت افراد ارتباط داشته باشد، صحبت کردیم. در ادامه می‌خواهیم درباره این صحبت کنیم که چه کسی رنگ خودرو را انتخاب می‌کند؟ خریدار، خودروساز یا خودرو؟



در ایران اغلب خریدار است که رنگ خودرو را انتخاب می‌کند. خریدار خودرو، به‌جز سلیقه و علاقه شخصی، سایر شرایط و جوانب را می‌سنجد؛ به‌عنوان مثال، علاوه بر اینکه هنگام فروش خودرو از چه رنگ‌هایی استقبال بیشتری می‌شود، باید این مسئله را در نظر گرفت که در ترمیم ماشین‌های تصادفی رنگی، آیا کارشناس رفع عیوب خودرو می‌تواند کار را با همان ظرافت و بدون نقص تحویل دهد یا نه؟ اهمیت این ظرافت و دقت در خودروهای درخشان (اکلیلی) هزار برابر است؛ زیرا باید به وضعیت درخشندگی رنگ خودرو دقت کرد و به همان ترتیب پیش رفت تا کار به‌صورت عالی، یک‌دست و بدون رد رنگ به مراجعه‌کننده تحویل داده شود.

با این اوصاف باید گفت، بیشترین نقش را در انتخاب رنگ، خودروسازها دارند؛ زیرا خط رنگ خودروسازهای ایرانی بیشتر براساس رنگ‌های پرفروش داخل بازار کار می‌کند و اغلب رنگ‌های خاص برای نمایشگاه‌ها (شوروم‌ها)، مدیران ارشد و یا تعداد محدودی برای فروش تولید می‌شود. بالاترین درصد فروش، به رنگ سفید تعلق دارد و کمترین درصد فروش برای رنگ‌های سبز، بژ، نارنجی، زرد و طلایی است.

جالب است بدانید، درصد تصادفات خودروهای سفیدرنگ از رنگ‌های مشکی و خاکستری کمتر است. یکی دیگر از مزایای رنگ سفید در گرمای تابستان خودنمایی می‌کند؛ رنگ سفید نور را بهتر منعکس می‌کند، به همین دلیل داخل کابین خنک‌تر است.

خودرویی که انتخاب می‌کند!

درباره افراد ماشین‌باز یا به‌اصلاح «یونیک‌پسند» استثنا هم وجود دارد. در این مورد می‌توان گفت، معمولاً خودرو، فرد موردعلاقه خودش را انتخاب می‌کند! این افراد تعداد محدودی هستند و اغلب سراغ خودروهای لوکس با رنگ‌ها یا کاورهای خاص می‌روند. این اشخاص اکثراً برای خودنمایی سراغ این مدل خودروها می‌روند؛ البته عده‌ای هم واقعاً عاشق ماشین و تشنه رانندگی با انواع خودروهای لوکس و خاص دنیا هستند.

صاحبان این خودروها اگر واقعاً علاقه‌مند به آن مدل از خودرو باشند و خودرو دچار مشکلی شود، آن را برای تعمیرات به خارج از ایران می‌فرستند و هزینه‌های زیادی جهت بازسازی و تعمیر و گمرک پرداخت می‌کنند؛ این امر، نشان‌دهنده توجه و محبت زیادی است که خودرو از صاحبش دریافت می‌کند.

شست‌وشوی خودروهای لوکس حساسیت بیشتری را طلب می‌کند. برای حفظ بدنه این خودروها می‌توان با استفاده از پولیش و پارچه میکروفایبر برای براق کردن، از ایجاد خراش‌های کوچک جلوگیری کرد. همچنین برای نگهداری بهتر این خودروها، استفاده از سوخت باکیفیت و مکمل‌های خوب از اهمیت بالایی برخوردار است.

پس می‌توان نتیجه گرفت که در این موارد، خودرو با خصوصیات خاص خودش، فرد موردعلاقه‌اش را که تماماً باید به آن رسیدگی کند و مراقبش باشد، انتخاب می‌کند.

تأثیر خودروساز در تنوع رنگی خودروها

خودروسازان نیز در بسیاری از کشورها با تولید خودروهای رنگی، دست خریداران را برای انتخاب رنگ باز می‌گذارند. در بسیاری از کشورها، تعداد تولید و فروش خودروهای رنگی از خودروهای سفید یا مشکی بیشتر است. وجود خودروهای رنگی در بازار، محدوده انتخاب مصرف‌کننده را افزایش می‌دهد؛ درنتیجه، خودروساز در انتخاب رنگ به مصرف‌کننده کمک می‌کند.

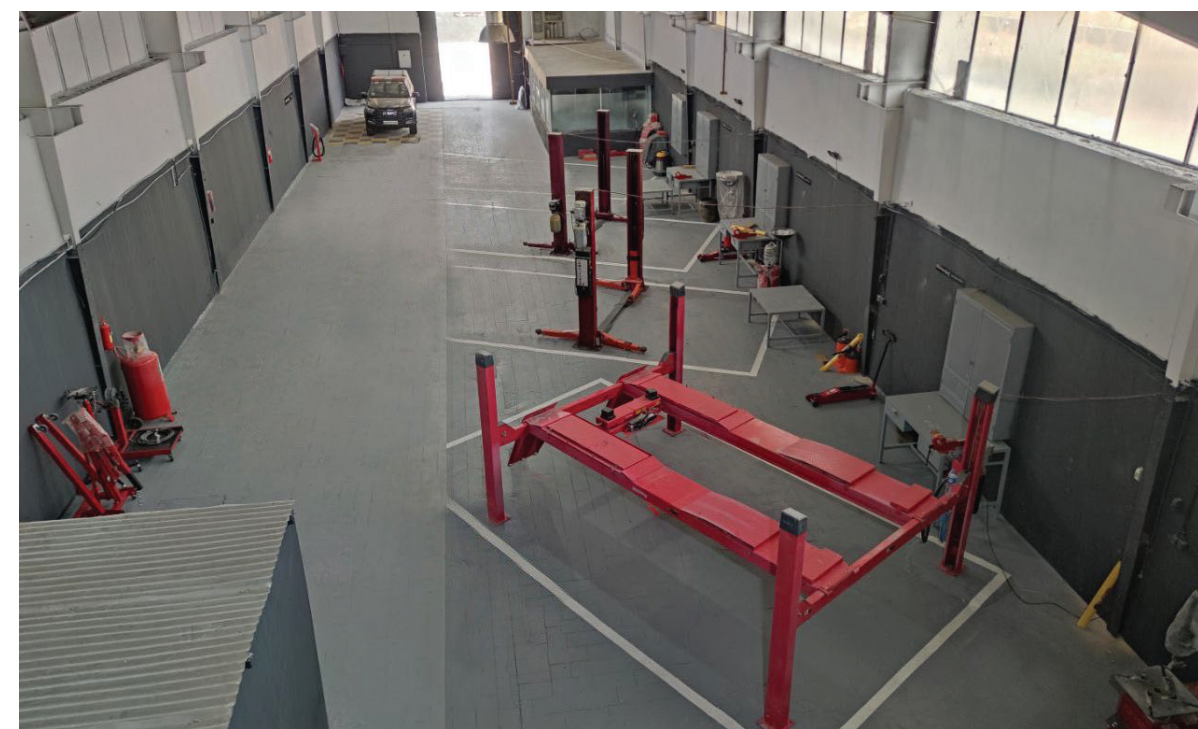
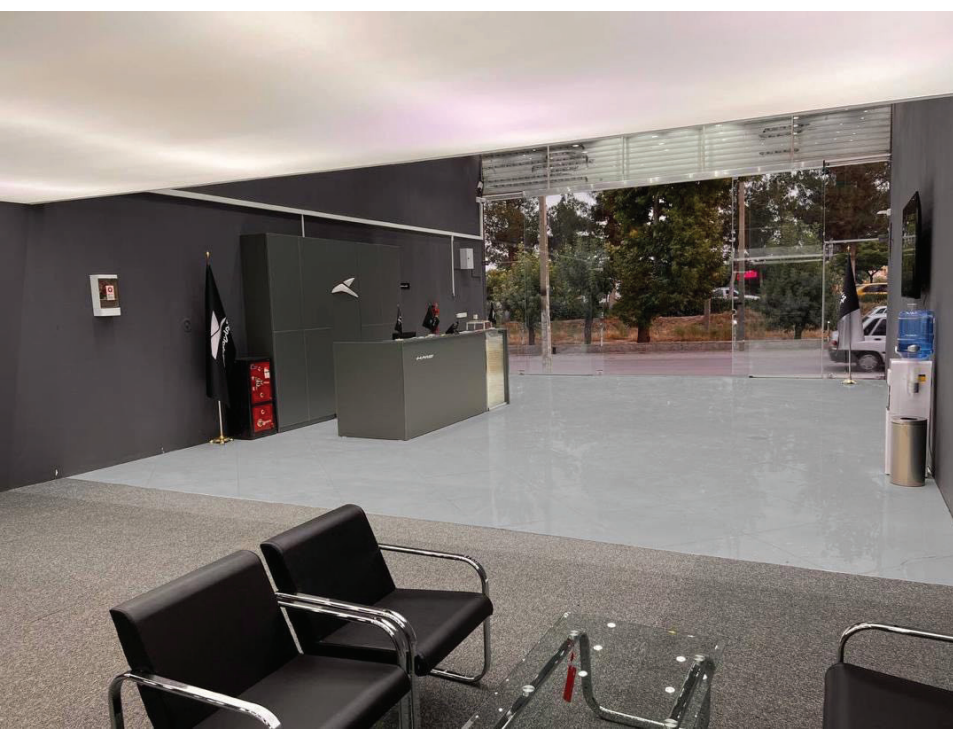
اما در کشورهایی همچون ایران، متأسفانه خودروسازان تنها با رنگ‌های محدودی، محصولات خود را تولید می‌کنند. به دلیل همین محدودیت‌ها در بازار خودروهای داخلی، خریداران قدرت انتخاب زیادی ندارند و خودروساز با توجه به بازار انحصاری، خودروهای خود را با رنگ‌های محدود به بازار عرضه می‌کند. این مسئله نوعی اجبار را از سوی خودروساز به مصرف‌کننده تحمیل می‌کند؛ بدین‌ترتیب، مشتری مجبور است از بین تنها ۳ یا ۴ رنگ خودروی خود را انتخاب کند. همین امر موجب شده است در خیابان‌های ایران تعداد خودروهای رنگی بسیار کمتر از خودروهای سفید، مشکی و... باشد.

حال این سؤال مطرح می‌شود: «آیا خریداران به علت وجود محدودیت، رنگ خودروی خود را این‌گونه انتخاب می‌کنند یا از روی علاقه؟» به نظر می‌رسد با گذشت زمان و کمتر شدن هرچه بیشتر تنوع رنگ خودروهای تولیدی در ایران، انتخاب رنگ سفید، نه از روی علاقه، بلکه به نوعی تحمیل از سوی خودروساز تبدیل شده است.



افتتاح جدیدترین نمایندگی کرمان موتور در شهر بجنورد

نمایندگی کد ۲۱۰۳ شهرستان بجنورد در تیر ماه ۱۴۰۳ افتتاح شد. این نمایندگی با استانداردهای جدید شرکت تاسیس شده و آماده ارائه خدمات فروش و پس از فروش به مشتریان کرمان موتور است.



سیگما

بازار اختصاصی خرید و فروش خودروهای کرمان موتور

خرید و فروش امن



نقد شوندگی سریع

خرید و فروش امن

قیمت گذاری منصفانه

کارشناسی حرفه ای

 **Sigmatec.ir**

سونامی



با هم ببینیم



فیلم «سونامی» اثر میلاد صدرعاملی سال ۶۹ در ژانر درام تولید شد و برای نخستین بار در سی و هفتمین دوره جشنواره فیلم فجر به نمایش درآمد. سونامی روایتگر پستی‌وبلندی و چالش‌های زندگی ورزشکاران است. ماجرای فیلم ازاین‌قرار است که در آخرین اردوی تیم ملی تکواندو، سه نفر از بهترین بازیکنان تیم در دانمارک پناهنده شدند و به ایران بازنگشتند. این فرصتی است که «خسروی»، سرمربی قدیمی و کهنه‌کار، بعد از سال‌ها بازگردد و کار نیمه‌تمامش را به پایان برساند. دشوارترین انتخاب او اما بین «بهداد مقیمی»، نفر اول دنیا و تنها بازمانده تیم «مرتضی نژادی»، شاگرد قدیمی‌اش است. در این فیلم بهرام رادان، مهر داد صدیقیان، علیرضا شجاع‌نوری، رعنا آزادی‌ور، فرشته حسینی، علیرضا استادی، امیرمهدی ژوله و محمدرضا غفاری به هنرمندی پرداخته‌اند.

اگر می‌دانستی تا کی زنده هستی

کتاب اگر می‌دانستی تا کی زنده هستی چطور زندگی می‌کردی از پر فروش‌ترین‌های نیویورک‌تایمز به قلم کلوه بنجامین، داستان خانواده‌ای است که توسط یک پیشگو از آینده و زمان مرگ خود مطلع می‌شوند. رمانی مسحور کننده و بی تکرار درباره‌ی زندگی، مرگ و چگونگی گذران عمر که تحسین جهانیان را برانگیخت.

کلوه بنجامین (Chloe Benjamin) داستان خود را از سال ۱۹۶۹ در شهر نیویورک آغاز می‌کند که در یکی از آپارتمان‌هایش زنی روانی زندگی می‌کرد. او مدعی پیش‌گویی بود و این‌که می‌تواند زمان مرگ انسان‌ها را پیش‌بینی کند! این حرف زن به قدری کنج‌کاوی برانگیز و جالب بود که دو خواهر و دو برادر که چهار فرزند یک خانواده بودند خود را به آپارتمان او می‌رسانند تا زمان مرگ خود و اطرافیان‌شان را بدانند.

با هم بخوانیم



شکوه وطن



با هم بشنویم

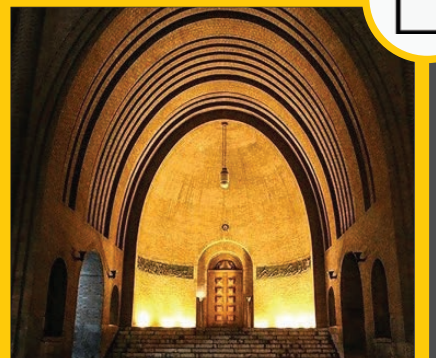


آلبوم «شکوه وطن» به خوانندگی حسام‌الدین سراج خواننده شناخته‌شده موسیقی ایرانی با همراهی گروه موسیقی «بیدل» در ژانر موسیقی ایرانی به‌تازگی منتشر شده است. این آلبوم در سبک کلاسیک ایرانی و شامل شش قطعه موسیقی به نام‌های «ساقی ماهر و»، «ساز و آواز شور (سوار صبح)»، «ساز و آواز شور به چهارگاه (کهن بوم و بر)»، «باده جان»، «پریشانی» و «شکوه وطن» است که ترانه‌های آن توسط مهیار کاوه، مولانا، حافظ شیرازی و مهدی اخوان ثالث سروده شده است. سراج درباره این اثر نوشته است: «تو را ای کهن بوم و بر دوست دارم ... وطن، چنان مادری سخاوتمند، مردم زادگانش را در دامن پر مهر خود می‌پرورد و همواره در سختی‌ها و مشکلات بی هیچ منتهی چنان ابر بهاری، مهر و رافت می‌بارد. ایران عزیز ما، این روزها در حال گذار از جاده‌های پر نشیب و فراز تاریخ خویش است. امید که بتوانیم با عشق و مهرورزی به ایران و ایرانیان، هوشمندانه سبب‌ساز سربلندی و شکوه وطن باشیم.»

موزه ایران باستان

موزه ملی ایران به‌عنوان اولین موزه رسمی کشور و موزه مادر، با زیربنای بیش از ۲۰ هزار مترمربع و مساحت ۱۸ هزار مترمربع، شامل دو بخش موزه ایران باستان و موزه باستان‌شناسی و هنر اسلامی است. بیش از ۳۰۰ هزار شیء از ادوار مختلف فرهنگی ایران یعنی از دوران پیش‌ازتاریخ تا دوران اسلامی در این موزه نگهداری و به نمایش گذاشته شده است. اگرچه فکر تأسیس و ایجاد موزه در ایران در زمان آغاز مشروطیت از طرف فردی به نام منیع‌الدوله مطرح شد اما این ایده در آن دوره به اجرا در نیامد تا اینکه در زمان احمدشاه قاجار به همت مرتضی‌خان ممتازالممالک وزیر معارف وقت مجموعه‌ای از اشیاء گردآوری و در یکی از اتاق‌های مدرسه دارالفنون با نام موزه ملی نگهداری شد. سپس در دوره پهلوی اول در سال ۱۳۰۴ موزه ملی به تالار آیینی عمارت مسعودیه در میدان بهارستان منتقل شد. آثاری که ابتدا در این موزه نگهداری می‌شد شامل اشیایی چون ۱۵ پارچه اشیای عتیقه مفرغی، ۱۵۸ قطعه کاشی، سفال و شیشه، ۹ سکه و ۵۴ قطعه سلاح قدیم، تفنگ، گلاخود، زره، اشیای به‌دست‌آمده از کاوش‌های باستان‌شناسی و آثار اهدایی مجموعه‌داران خصوصی بود. این موزه در مجاورت خیابان سی‌تیر و در بخش غربی خیابان ملل متحد، شمال خیابان امام خمینی یا سپه سابق و در غرب وزارت امور خارجه قرار دارد

با هم بگردیم





کارآمد را در
Castbox
بشنوید



اسکن کنید