ISSN 2645-5536

Iranian Magazine

صنعت موتورسیکلت

Motorcycle Industry

ماهنامه اختصاصی
علوم پایه و فنی و مهندسی
خودروسازی و تعمیرات خودرو

سال چهارم، شماره ۹، اردیبهشت ۱۴۰۰
۳۲ صفحه، قیمت ۶۰۰۰۰ تومان

Exclusive Monthly
Basic Sciences and Engineering
Automobile Manufacturing and
Car Repairs

VOL. 4, NO. 9
May 2021

DUCATI

www.motorcycleindustry.ir
Telegram.com/motorcycleindustry
Instagram.com/ motorcycle.industry

2021 New Color
Ducati Diavel 1260 Lamborghini

Register No: 83133 New Magazine

موانع را برطرف کنید

سال ۱۴۰۰ زمینه خوبی برای
شکوفایی جهش تولید وجود دارد.
چه این دولت تا وقتی که بر سر کار است، چه دولت آینده از اوّل استقرار بایستی همّت
خودش را بر این قرار بدهد که **موانع را برطرف کند و حمایتهای لازم را انجام بدهد.**

رهبر انقلاب اسلامی
۱۳۹۹/۱۲/۳۰

KHAMENEI.IR

بسم الله الرحمن الرحیم

صنعت موتورسیکلت
Motorcycle Industry

نخستین نشریه اختصاصی صنعت موتورسیکلت در ایران

(علوم پایه و فنی و مهندسی- خودروسازی و تعمیرات خودرو)

فهرست

صنعت موتورسیکلت از سال ۱۳۹۵ حدود ۹۰ درصد افت کرد ۳

آمار فروش موتورسیکلت اروپا در سه ماه اول سال ۲۰۲۱ ..... ۳

آمار و اطلاعات پلیس درباره موتورسیکلت‌ها و موتورسواران ۴

تا سال ۲۰۴۰ محصولات هوندا الکتریکی می‌شود ۵

آمار جهانی فروش موتورسیکلت در سال ۲۰۲۰ ..... ۶

بحران جهانی نیمه‌هادی‌ها و تاثیر آن در صنعت موتورسیکلت ۸

جلوگیری از واردات موتورسیکلت در سری لانکا به‌دلیل کمبود ارز ۱۰

آمار شماره‌گذاری موتورسیکلت در ایران (۱۳۹۹) ۱۱

رمزگشایی از صنعت موتورسیکلت ایران ۱۲

ثبت نام موتورسیکلت در بزرگ‌ترین بازارهای اروپا در ۳ ماه اول سال ۲۰۲۱ همچنان افزایش می‌یابد ۲۵

خلاصه کنفرانس مطبوعاتی مدیرعامل جهانی هوندا ۳۱

ماهنامه اختصاصی
سال چهارم/ شماره ۹/ اردیبهشت ۱۴۰۰

صاحب امتیاز، مدیر مسئول و سردبیر
محمدعلی نژادیان

مدیریت هنری/ صفحه‌آرایی
فاطمه رستمی

ارتباط با نشریه
۱- تهران، صندوق پستی: ۵۶۵-۱۹۵۷۵
۲- تهران، خیابان ۱۷ شهریور، خیابان کیامنش، خیابان شکوری- کوچه مسجد شهابی- پلاک ۹
کدپستی: ۱۷۶۹۶۹۴۵۴۱
تلفن: ۳۳۴۳۸۵۸۷-۰۲۱

روابط عمومی و سازمان آگهی‌ها
۰۹۱۲۸۲۳۷۳۳۶

چاپ و صحافی
تهران، خیابان مطهری، نرسیده به چهارراه سهروردی، کوچه سنندج، پلاک ۶
مجتمع چاپ کهن
تلفن: ۵۴۸۸۹۰۰۰ -۰۲۱

قیمت: ۶۰۰۰۰ تومان

- کلیه منابع در ذیل هر صفحه درج شده است.
- در صورتی که جمله‌ای از فردی نوشته شده و اسم وی از قلم افتاده است، لطفا اطلاع دهد تا در شماره بعدی اعلام شود.
- اگر در هر شماره این نشریه، نسبت به اشخاص حقیقی و حقوقی نقدی صورت گرفته باشد، ایشان می‌توانند پاسخ خود را به دفتر نشریه ارسال کنند تا در شماره بعدی درج شود.

- هرگونه کپی برداری و نقل از محتوای نشریه با ذکر منبع آزاد است.
- نشریه صنعت موتورسیکلت وابسته به هیچ سازمان دولتی و غیردولتی نیست و کاملا مستقل است.
- به دلیل محدودیت تعداد صفحات، این نشریه در قبول و رد، ویراستاری و خلاصه کردن مقالات آزاد است.
- مسئولیت صحت و سقم مطالب و آگهی‌ها به عهده گوینده، نویسنده و آگهی دهنده است، پس قبل از هر اطمینانی تحقیق کنید.
- نشریه صنعت موتورسیکلت برای رشد و رسیدن به اهداف خود، نیازمند رهنمودها و یاری صاحبنظران این عرصه است.

ازاین‌رو، هرگونه انتقاد و پیشنهادی را ارج نهاده و استقبال می‌کنیم و پیشاپیش قدردان همه فرهیختگان ارجمند هستیم که با فکر و قلم توانای خود دعوت ما را اجابت کرده‌اند.

www.motorcycleindustry.ir
Twitter.com/motorcycle_ind
Telegram.com/motorcycleindustry
Instagram.com/ motorcycle.industry
Facebook.com/motorcycleindustry.iran
Email: motorcycle.industry@yahoo.com

سرمقاله

تولید؛ پشتیبانی‌ها، مانع‌زدایی‌ها

محمدعلی نژادیان
مدیرمسئول و سردبیر

روند خودکفایی در موتورسیکلت‌های بنزینی

پس از سال ۱۳۹۵ به‌دلایل مختلف از جمله تبدیل موتورسیکلت‌های کاربراتوری به انژکتوری تعداد زیادی موتورسیکلت پلاک شد که عملا بیشتر آن از سال ۱۳۹۶ به بعد فروخته شد و با ورود محصولات بی‌کیفیت انژکتوری و عدم تخصص لازم برای تعمیر این نوع موتورسیکلت‌ها نگرانی مردم از خرید محصولات انژکتوری بیشتر شد.

همچنین از سال ۱۳۹۷ قیمت ارز با افزایش مواجه شد و قیمت موتورسیکلت نیز بالا رفت و در نتیجه تقاضای موتورسیکلت‌های نو شماره در ایران کاهش یافت و به سمت موتورسیکلت‌های دست دوم سوق پیدا کرد. در سال ۱۳۹۸ کمترین میزان تولید موتورسیکلت طی سه سال را به خود اختصاص داد. اما، در سال ۱۳۹۹ رکورد تولید سه سال گذشته شکست و در مجموع ۲۱۱.۴۶۶ دستگاه شماره‌گذاری شد که نسبت به سال قبل از آن ۸۱.۴ درصد رشد داشت.

ماه	تعداد	سال
۱۲	۷۳۳۸۹۰	۱۳۹۵
۱۲	۱۵۳۰۷۴	۱۳۹۶
۱۲	۱۶۱۰۳۵	۱۳۹۷
۱۲	۱۱۶۵۳۶	۱۳۹۸
۱۲	۲۱۱۴۶۶	۱۳۹۹

در چند سال گذشته میزان استفاده از تولید قطعات داخل کاهش پیدا کرده است. اما، چند شرکت مونتاژکننده موتورسیکلت به‌دنبال تولید بعضی از قطعات موتورسیکلت‌ها هستند و سعی دارند داخلی‌سازی را گسترش دهند. اما، بر خلاف محصولات الکتریکی روند این صنعت برای خودکفایی قطعات موتورسیکلت‌های بنزینی مثبت نیست مگر آن که انتقال تکنولوژی صورت پذیرد. در حال حاضر، کارخانه‌های مادر مخصوصا محصولات غیر چینی (برندهای معروف)، به‌دلیل تحریم‌ها و نوع روابط سیاسی و اقتصادی علاوه‌براین که به‌طور مستقیم به ایران نمایندگی نمی‌دهند، بلکه امکان این که بتوانند در ایران پایگاه ساخت موتورسیکلت داشته باشند را ندارند. همچنین شرکت‌های معروف خارجی برای این که کیفیت و اعتبار برند خود را در کشورها حفظ کنند تا مورد خدشه وارد نشود، معمولا اجازه ساخت قطعات موتورسیکلت را به نمایندگان خود نمی‌دهند، مگر آن که مراحل تحت لیسانس طی شود که فعلا این موضوع نیز در ایران امکان‌پذیر نیست.

همچنین باید به این نکته توجه داشته باشیم که هر سال علاوه بر تدوین و ارتقای استانداردهای ملی و بین‌المللی جدید، نسخه‌های جدید موتورسیکلت‌ها نیز وارد بازار جهان می‌شوند و همین موضوع باعث می‌شود که تولید قالب‌ها و قطعات موتورسیکلت‌ها در ایران با هزینه بسیار زیاد مواجه شود و این موضوع در کنار رقابت‌های منفی بین مونتاژکنندگان داخلی و نوسانات ارز، کار را برای خودکفایی مشکل می‌کند. اما، اگر تکنولوژی باتری پیشرفت کند و نصب ایستگاه‌های شارژ موتورسیکلت‌های برقی گسترش یابد، در این بخش از محصولات می‌توانیم تولیدات داخلی موتورسیکلت را با فناوری روز شاهد باشیم.

در حال حاضر، شنیده‌ها حاکی از آن است که بعضی شرکت‌های ایرانی، برندهای معروف را با دور زدن تحریم‌ها و از طریق نقل‌وانتقال به یک یا دو کشور دیگر به ایران می‌آورند و یا تعداد کمی از محصولات را از فروشگاه‌های موتورسیکلت واقع در شرق آسیا خرید کرده و پس از دمونتاژ به‌عنوان قطعه وارد ایران کرده و مجدد موتورسیکلت را مونتاژ می‌کنند. البته اگر محدودیت‌ها برای اعطای نمایندگی برندهای معروف برداشته شود و شرکت‌های ایرانی بتوانند نمایندگی اخذ کنند، چنین کاری امکان‌پذیر نیست.

امیدوارم که مسئولان بدون عجله به‌طور دقیق جزییات و نحوه اجرای **«برنامه ۲۵ ساله همکاری‌های مشترک ایران و چین»** را بررسی کنند تا یک رابطه دو طرفه منطقی شکل بگیرد و طوری مسیر پیش برود که در این مدت شاهد انتقال تکنولوژی برای ساخت موتورسیکلت به ایران باشیم.

قابل ذکر است که تا سال ۱۳۹۵ مقدار کمی صادرات موتورسیکلت از ایران به کشورهای همسایه وجود داشت. اما، به‌دلیل این که از آن سال موتورسیکلت‌های کاربراتوری به ایران وارد نشد و همچنین به علت صادرات مستقیم موتورسیکلت از چین به کشورهایی مانند عراق، افغانستان و... در نتیجه صادرات از ایران بسیار کم و حتی در بعضی موارد قطع شده است.

صنعت موتورسیکلت از سال ۱۳۹۵ حدود ۹۰ درصد افت کرد

علی رستگارفر گفت: موتورسیکلت و دوچرخه شغل پدری من بود و از سال ۱۳۸۱ شروع به تولید کردیم. اوایل در طی یک سال حدود ۱۰۰۰ دستگاه تولید داشتیم و در سال ۱۳۹۵ سالانه ۵۰ هزار دستگاه بود. اما از آن به بعد ۹۰ درصد افت داشتیم.

به اعتقاد علی رستگار فر، نایب رئیس هیات مدیره شرکت متین خودرو و مشاور سندیکای تولیدکنندگان موتورسیکلت کشور سیاست‌های غلط و تصمیمات نادرست بدون در نظر گرفتن نظرات تولیدکنندگان و فعالان عرصه تولید موتورسیکلت موجب شده تا ۲۰۰ واحد فعال در سال ۱۳۹۵ به کمتر از ۲۰ درصد برسد به طوری که ۹۰ درصد موتورسیکلت تولیدی در کشور وارداتی است.

به اعتقاد وی نبود «انجین» تولیدی در داخل به دلیل تیراژ پایین و ارزان بودن «انجین» وارداتی است.

وی عنوان کرد: تا قبل از سال ۱۳۹۵، حدود ۲۰ درصد به کشورهای ارمنستان، عراق و افغانستان صادرات داشتیم، اما از آن به بعد به دلیل تبدیل انجین‌های کاربراتوری به انژکتوری صادرات قطع شد.

رستگارفر اظهار کرد: تا سال ۱۳۹۵ حدود ۲۴۰ نفر کارگر داشتیم و الان به ۸۰ نفر رسیده است.

نایب رییس هیات مدیره متین خودرو گفت: تولیدات داخلی ما در حدود ۲۰ تا ۴۰ درصد است که بستگی به نوع موتورسیکلت دارد. البته انجین همه موتورسیکلت‌ها وارداتی است و قطعاتی مانند چرخ، لاستیک، باک، تنه، فرمان، زین و ... ایرانی است و معمولا ۳۰-۴۰ درصد قطعات داخلی مربوط به اجزاء جانبی تنه موتورسیکلت است.

وی گفت: ۹۰ درصد از ۶۰-۸۰ درصد قطعات وارداتی به صورت منفصل وارد می‌شود[1].

۱- رستگارفر، علی(۱۴۰۰)، افت ۹۰ درصدی تولید موتورسیکلت با سیاست‌های غلط، فارس، ۱۸ اردیبهشت ۱۴۰۰، شناسه خبر: ۱۴۰۰۰۲۱۲۰۰۰۰۱۲. ر.ک:
https://www.farsnews.ir/media/14000212000012

آمار فروش موتورسیکلت اروپا در سه ماه اول سال ۲۰۲۱

دبیرکل انجمن تولیدکنندگان[1] موتورسیکلت اروپا: در حالی که عدم اطمینان برای اقتصادهای اروپایی وجود دارد، در عین حال بازار واکنش‌پذیر است.

به گزارش موتورسیکلت نیوز به نقل از ACEM، در سه ماه اول سال ۲۰۲۱، ثبت‌نام موتورسیکلت‌های جدید در پنج بازار بزرگ اروپا (یعنی فرانسه، آلمان، ایتالیا، اسپانیا و انگلستان) نسبت به مدت مشابه سال ۲۰۲۰ میزان ۱۰.۳ درصد (۱۹۷.۸۵۶ دستگاه) افزایش داشته است. نتایج قدرتمند مارس (+۶۷.۶٪) توانست روند منفی نشان داده شده در دو ماه اول سال را تغییر دهد (-۲۹.۸٪ در ژانویه و -۱۲.۸٪ در فوریه). روند ثبت‌نام در بخش موتورسیکلت به‌طور قابل توجهی در کشورها متفاوت است. برخی مانند ایتالیا (+۴۷.۳٪) و فرانسه (+۱۵.۱٪) افزایش قابل توجهی را ثبت کردند، در حالی که برخی دیگر مانند انگلیس (-۲۱.۳٪)، آلمان (-۴.۱٪) و اسپانیا (-۰.۵٪) هنوز از آمار سال ۲۰۲۰ عقب هستند. ا ین اتفاق به‌دلیل تعطیلات در کشورهای اروپایی در سال ۲۰۲۰ تحمیل شده است. البته عملکرد موتورسیکلت کمی بهتر عمل کرد. در شش بازار بزرگ موتورسیکلت اروپا (به‌عنوان مثال بلژیک، فرانسه، آلمان، ایتالیا، هلند و اسپانیا)، ثبت‌نام موتورسیکلت به ۵۶ هزار و ۵۳۵ دستگاه رسیده است که در مقایسه با ارقام سال گذشته ۲۱.۶ درصد افزایش نشان می‌دهد. ارقام موتورسیکلت شامل موتورسیکلت های دوچرخ دسته های (L3e و L4e) و همچنین سه چرخ دسته (L5e) است. ایتالیا، فرانسه، آلمان، اسپانیا و انگلیس حدود ۸۰ درصد از ثبت‌نام‌های جدید موتورسیکلت در بلوک EU + UK را تشکیل می‌دهند.

۱-انجمن تولیدکنندگان موتورسیکلت اروپا آمار فروش سه ماه اول سال ۲۰۲۱ را منتشر کرد(۱۴۰۰)، پایگاه خبری موتورسیکلت نیوز، ۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۰، شناسه خبر: ۱۳۲۰۴. ر.ک:
https://www.motorcycletnews.ir/news/13204

آمار و اطلاعات پلیس درباره موتورسیکلت‌ها و موتورسواران

سردار سیدکمال هادیانفر در تشریح گزارشی از ماموریت پلیس گفت: در سال ۹۹ نسبت به سال ۸۵ تعداد موتورسیکلت، خودروهای سبک و سنگین و افراد دارای گواهینامه به ترتیب ۲۶۰، ۳۰۲ و ۲۰۹ درصد افزایش داشت. بطوریکه در حال حاضر ۴۴ میلیون نفر در کشور دارای گواهینامه بوده و ۳۶ میلیون وسیله‌نقلیه نیز شماره‌گذاری شده است.

■ اعمال بیش از ۱۰۰ جریمه با رصد خودروها بوسیله پهبادها

رئیس پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا به آمار ترددها نیز اشاره کرد و گفت: حدود ۱۱ درصد ترددهای روزانه مربوط به وسایل حمل‌ونقل عمومی، ۱۲ درصد مربوط به موتورسیکلت و مابقی مربوط به خودروهای شخصی است.

هادیانفر به طرح ترخیص موتورسیکلت‌های رسوبی اشاره کرد و افزود: این طرح همچنان ادامه دارد و تاکنون ۲۲۰ هزار دستگاه موتورسیکلت به صاحبان آنان بازگردانده شده است. اما از موتورسیکلت‌سواران گله داریم که چرا قوانین را رعایت نکرده و اقدام به تردد در خط ویژه، عدم استفاده از کلاه، انجام حرکات نمایشی، حمل بار غیر متعارف و ... با موتورسیکلت خود می‌کنند. اینها به هیچ عنوان پذیرفتنی نیست.

هادیانفر با بیان اینکه پلیس مسئول تصادف نیست گفت: ۳۰ سازمان و دستگاه به‌طور مستقیم و غیرمستقیم در حوزه ترافیک مسئولیت دارند و نقش راهور در این میان تنها ۱۹ درصد است. واقعیت این است که ۹۲ درصد تصادفات ناشی از عامل انسانی است و اینها مواردی است که باید به آن توجه شود.

■ ۱۵ درصد جانباختگان حوادث رانندگی در صحنه تصادف جان خود را از دست می‌دهند

رئیس پلیس راهنمایی و رانندگی ناجا در ادامه به آمار تصادفات نیز اشاره و اظهار کرد: ۵۱ درصد از جانباختگان حوادث رانندگی در صحنه تصادف جان خود را از دست می‌دهند که همه دستگاه‌ها در برابر آن مسئولند. از دستگاه‌های فرهنگ‌ساز گرفته تا دستگاه‌های اجرایی و امدادی و... ۶ درصد در حین انتقال به بیمارستان جان خود را از دست می‌دهند که مسئولیت آن با اورژانس و هلال احمر و ... است. ۴۳ درصد نیز در بیمارستان‌ها و به‌دلیل تروما فوت می‌کنند که مسئولیت آن نیز با بیمارستان‌ها و مراکز درمانی است.

وی با بیان اینکه در سال ۹۹، یک میلیون و ۴۳۹ هزار فقره تصادف رخ داده است گفت: این تصادف در مقایسه با سال ۹۸، تعداد ۶۹۹ فقره و معادل ۳۲ درصد کاهش داشته است؛ اگر بخواهیم بر اساس آمار فوتی‌ها

نیز بررسی کنیم علی‌رغم افزایش تعداد خودروها و رانندگان در سال ۹۹، تعداد ۱۹۰۰ نفر کمتر از سال ۹۸ جان خود را از دست داده‌اند.

■ ۶۰ درصد موتورسیکلت‌سواران به‌دلیل نداشتن کلاه ایمنی جان خود را از دست می‌دهند

وی افزود: در سال ۹۹، میزان ۳۱ درصد از فوت‌شدگان راننده، حدود ۲۵ درصد از فوت‌شدگان سرنشین و مسافر، ۲۳.۵ درصد موتورسیکلت‌سواران و مابقی عابران پیاده بودند. متاسفانه در بحث موتورسیکلت‌سواران نیز حدود ۶۰ درصد به‌دلیل نداشتن کلاه ایمنی جان خود را از دست دادند. همچنین ۲۶ درصد مرگ‌ها نیز ناشی از واژگونی وسیله‌نقلیه بود که واژگونی به‌دلایلی نظیر عدم توجه به جلو، خستگی و خواب آلودگی راننده و ... رخ می‌دهد.

به گفته هادیانفر، به‌طور میانگین در سال ۹۹ روزانه حدود ۴۱ نفر در تصادفات رانندگی جان خود را از دست داده‌اند. همچنین در بررسی تصادفات مشخص شد تعداد ۴۴۲۵ راننده متخلف عامل مرگ بیش از ۱۱ هزار نفر در تصادفات شده‌اند.

وی اضافه کرد: طبق آمار، ۳۴ درصد از کل تصادفات رانندگی در جاده‌ها رخ داده است، اما ۷۰ درصد موارد فوتی مربوط به جاده‌هاست.

■ مقایسه شماره‌گذاری خودروها و موتورسیکلت‌ها

هادیانفر درباره آمار شماره‌گذاری خودروهای جدید نیز گفت: در سال ۹۹ یک میلیون و ۱۴ هزار و ۳۸۴ خودروی جدید، شماره‌گذاری شدند که از این تعداد ۹ هزار و ۸۸۵ دستگاه آن جزو خودروهای وارداتی بودند که با مصوبه هیات وزیران شماره‌گذاری شده و مابقی خودروهای تولید داخل بودند. همچنین چهار میلیون و ۱۴۱ هزار دستگاه نیز در فرآیند نقل‌وانتقال جابجا شده‌اند. این در حالیست که متاسفانه تنها ۱۵ هزار دستگاه خودرو در این سال اسقاط شده است. همچنین بیش از دو میلیون نفر نیز از نوبت‌دهی اینترنتی برای شماره‌گذاری استفاده کردند.

وی درباره تعداد آمار نقل و انتقال موتورسیکلت ها اظهار کرد: ۲۱۲ هزار دستگاه موتورسیکلت نیز نقل‌وانتقال داده شده و آمار موتورسیکلت‌های نوشماره نیز افزایشی ۸۲ درصدی داشته است[1].

۱- هادیانفر، سید کمال(۱۴۰۰)، محدودیت‌های ترافیکی کرونایی، ایسنا، ۱۶ فروردین ۱۴۰۰، کد خبر: ۱۴۰۰۰۱۱۶۰۶۸۸۶. ر.ک:
https://www. motorcycletnews.ir/news/12615

HONDA

تا سال ۲۰۴۰ محصولات هوندا الکتریکی می‌شود

رئیس و مدیر عامل شرکت هوندا در ۲۳ آوریل ۲۰۲۱ اهداف خود را در زمینه انرژی پایدار در سراسر جهان اعلام کرد.

به گزارش موتورسیکلت نیوز، مدیرعامل هوندا در مورد آینده شرکت و اینکه چگونه می‌تواند تلاش‌های صنعت را در پیشبرد اهداف مشترک زیست محیطی به همراه داشته باشد، صحبت کرد و گفت تا سال ۲۰۴۰ کل محصولات هوندا الکتریکی خواهد شد.

مدیرعامل هوندا گفت: این شرکت تلاش خواهد کرد صنعت موتورسیکلت را در خط مقدم ابتکارات زیست محیطی خود هدایت کند که نه تنها شامل محصولات الکتریکی بلکه بهبود بهره‌وری سوخت موتورهای بنزینی، استفاده از سوخت‌های زیستی و سایر استراتژی‌ها باشد.

وی گفت: کلید موفقیت در برقی کردن موتورسیکلت‌ها در نظر گرفتن باتری است که هنوز هم گران است. برای مشتریان، ما نه تنها باید تولید محصولات خود را افزایش دهیم بلکه باید تعداد زیادی از ایستگاه‌های تعویض باتری را نیز در دسترس قرار دهیم و با سازگاری آن‌ها با وسایل‌نقلیه سایر سازندگان، راحتی کاربران را تضمین کنیم. هوندا به‌منظور توسعه استانداردهای فناوری باتری‌های قابل تعویض، به ترتیب با سایر OEMهای موتورسیکلت در ژاپن و اروپا کنسرسیومی ایجاد کرده است[1].

۱- منتظر محصولات دوچرخ و سایر وسایل‌نقلیه هوندا از نوع الکتریکی و پیل سوختی باشید(۱۴۰۰)، پایگاه‌خبری‌موتورسیکلت‌نیوز، ۳اردیبهشت ۱۴۰۰، شناسه‌خبر:۱۲۶۱۵.ر.ک:
https://www. motorcycletnews.ir/news/12615

آمار جهانی فروش موتورسیکلت در سال ۲۰۲۰

پیش‌بینی آینده صنعت موتورسیکلت جهان

صنعت موتورسیکلت جهان در دوران کوئید۱۹ با تقاضای جدید و تکامل یافته تغییر شکل داده و پروژه‌های فروش گسترده‌ای را در دهه آینده پیش‌بینی می‌کند. اما، فروش سال ۲۰۲۰ با افت ۹ میلیونی نسبت به سال گذشته آن، حدود ۱۴درصد کاهش یافته است. البته میزان از دست رفته تقریبا در ۴ کشور متمرکز بود که به سرعت بهبود می‌یابند.

طی دهه گذشته صنعت موتورسیکلت جهان تحت تاثیر بسیاری از عوامل پیشرفت کرد. بازار جهانی با تکامل **بازارهای جدید** مانند هند، چین، فیلیپین، پاکستان، مکزیک و چندین کشور کوچک‌تر در آمریکای مرکزی و جنوبی یا آسیای جنوب شرقی رشد کرد. همچنین **بازارهای قدیمی** مانند آمریکای شمالی، اروپا، ژاپن، کره، استرالیا، که از دوچرخ‌ها برای تحرک شهری یا اوقات فراغت استفاده می‌کنند، پس از کاهش بیشتر حجم بازار در مقایسه با ۲۰ سال پیش، به‌طور متوسط رو به افول بود.

■ عواملی که صنعت موتورسیکلت را در کشورهای اصلی اصلاح کرده است:

۱- معرفی قوانین ایمنی
۲- استانداردهای جدید انتشار و سیاست‌های مربوط به دوچرخ‌های الکتریکی

در بازارهای نوظهور، سطح متوسط قیمت بسیار کمتر از بازارهای قدیمی است و نسبت به افزایش قیمت بسیار حساس هستند. استانداردهای جدید یعنی بالا رفتن هزینه‌های تولید که با افزایش قیمت برای مشتریان همراه بود. این افزایش قیمت در اندونزی (۲۰۱۴) و پس از آن در هند (۲۰۱۸) و سایر کشورها... قابل توجه بوده است.

قوانین جدید، بازار چین بزرگ‌ترین بازار جهان را دگرگون کرده است. در سال ۲۰۱۵ دولت تصمیم گرفت صنعت را از ICE به وسایل‌نقلیه الکتریکی تبدیل کند و در چندین مرکز مهم شهری دارای ترافیک، دوچرخ‌های موتوری را ممنوع کرد. البته استانداردهای جدید انتشار و یارانه‌ها پس از سال ۲۰۱۸ بازار را بیشتر تکامل بخشید.

■ صنعت موتورسیکلت جهان در دوران کوئید۱۹

در محیط جدید ایجاد شده توسط شیوع این ویروس جهانی، صنعت موتورسیکلت تأثیر منفی کوتاه مدت را گزارش کرد که عمدتا در نیمه اول سال ۲۰۲۰ و هنگامی که تعطیلی در تولید و توزیع را شاهد بودیم.

با این حال، مزایایی بیش از خسارت با دو روند جدید در جهان وجود دارد:

۱- تقاضای زیاد برای تحرک شخصی
۲- افزایش محسوس آگاهی برای محیط زیست در بین دولت‌ها، نهادها و مردم

در نتیجه، با شروع فروش شدید در چندین کشور و با چشم انداز درخشان برای سال‌های آینده، از نیمه دوم سال ۲۰۲۰ صنعت جهانی موتورسیکلت راهی جدید را در پیش گرفته است.

فروش جهانی در سال ۲۰۲۰ تعداد ۵۶ میلیون و پانصد هزار دستگاه بوده است که ۱۴ درصد نسبت به سال ۲۰۱۹ افت داشت و بیش از ۹ میلیون دستگاه از دست داد که عمدتا به دلیل سقوط آمار در چند کشور برتر بود. مانند: هند (-۵ میلیون)، اندونزی (-۲.۹ میلیون) ، فیلیپین (-۰.۷ میلیون)، ویتنام (-۰.۵ میلیون).

در این کشورها صنعت موتورسیکلت بسیار مهم است و کارشناسان پیش‌بینی می‌کنند ۲۰۲۲-۲۰۲۱ بهبود خوبی ایجاد خواهد شد و سایر کشورهای جهان نیز روند مثبت را حفظ می‌کنند.

همچنین معرفی قوانین، مشوق‌ها و یارانه‌های دوچرخ الکتریکی از تحول بازار در بقیه این دهه پشتیبانی می‌کند.

در واقع بازار به دو نیم شده است، چین دارای دوچرخ الکتریکی (البته بدون در نظر گرفتن دوچرخه‌های الکتریکی) در حال حاضر بیش از نیمی از صنعت را نشان می‌دهد و در بقیه بخش‌های دوچرخ‌های الکتریکی جهان مانند تایوان، با معافیت‌های کم همچنان در حاشیه است.

اکنون، ما به راحتی می‌توانیم پیش‌بینی کنیم که نه تنها بازارها از مسیر چینی پیروی می‌کنند، بلکه حتی تولیدکنندگان چینی وسایل‌نقلیه برقی نیز رقابت جهانی را متزلزل خواهند کرد. ازاین‌رو، از نظر دانش، فناوری و سبد محصولات دارای یک مزیت بزرگ هستند. قابل ذکر است که کمپانی Yadea که وسایل‌نقلیه الکتریکی تولید می‌کند در سال ۲۰۲۰ مقام دوم را در جهان کسب کرد.

مدیران ارشد در صنعت موتورسیکلت جهان باید امروز سوالات مهمی را پاسخ دهند؟

- چه چیزی تولید کنیم؟
- از کدام کشورها تهیه کنیم؟
- با کدام حجم‌ها؟
- چگونه می‌توان تولید کوتاه مدت موجود را توزیع کرد؟
- چگونه می‌توان از شبکه توزیع در صورت کم بودن پول نقد پشتیبانی کرد؟
- آیا بخش دوچرخ‌های الکتریکی رونق یا سقوط خواهد داشت؟

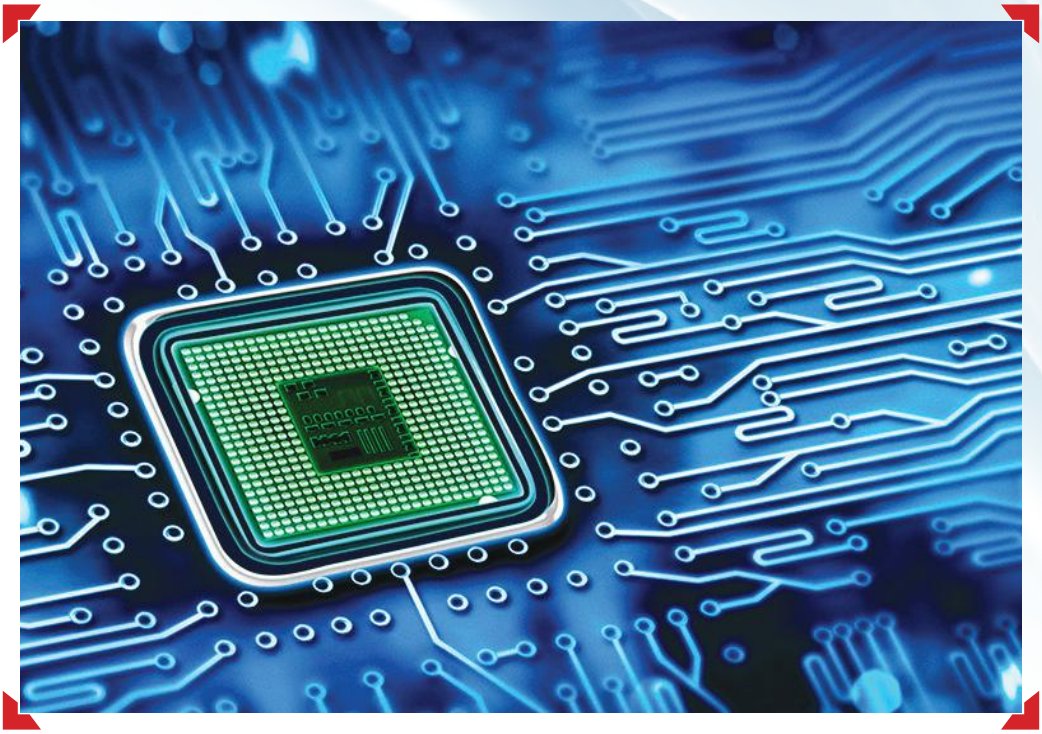
بازیکنان موتورسیکلت در سال ۲۰۲۱ به بعد با چه چالش‌هایی روبرو می‌شوند؟

- چه زمانی تقاضا به سطح ۲۰۱۹ باز خواهد گشت؟
- آیا شیوع کرونا، ساختار و پویایی صنعت را برای همیشه تغییر می‌دهد؟

برای کمک به یافتن بهترین پاسخ‌ها، با توجه به تأثیر مخرب کوئید۱۹ و با در نظر گرفتن طیف گسترده‌ای از عوامل و پیش‌بینی توسعه بازار برای دوره ۲۰۲۵-۲۰۲۰ بر اساس اثرات سه شاخص یعنی شاخص روند پایه (چشم‌انداز قبل از کوئید۱۹)، شاخص فاجعه کوئید۱۹ (تأثیر اقدامات ضد کوئید۱۹) و شاخص مسیر بازیابی (تأثیر اقتصادی بر بخش صنعت موتورسیکلت) ما در حال بررسی و توضیح روند بازار موتورسیکلت‌ها هستیم[۱].

۱-آمار جهانی فروش موتورسیکلت در سال ۲۰۲۰، پایگاه خبری موتورسیکلت نیوز، ۲۱ فروردین ۱۴۰۰، شناسه خبر: ۱۲۲۰۸. ر.ک:
https://www. motorcycletnews.ir/news/12208

بحران جهانی نیمه‌هادی‌ها و تاثیر آن در صنعت موتورسیکلت



به گزارش موتورسیکلت نیوز، مدیرعامل یاماها موتور اروپا درباره سه عامل که باعث تاخیر تولید و تحویل محصولات یاماها شد، توضیحاتی ارائه کرد. دی ساینس در سخنرانی خود به سه مورد اشاره کرد: ۱- کمبود جهانی نیمه‌هادی‌ها ۲- شیوع کرونا ۳- کشتی مسدود کننده کانال سوئز.

در پایان ماه فوریه ۲۰۲۱ نیز باجاج گزارش داد که کمبود نیمه‌هادی‌ها بر توانایی تولید موتورسیکلت‌ها مانند هاسکوارنا، کی‌تی‌ام و دومینار تأثیر منفی می‌گذارد. نظر راجیو باجاج، مدیرعامل باجاج این است که اگر می‌توانستند روی این اجزای سازنده کار کنند، آن‌ها قادر بودند دو برابر بیشتر دوچرخ بفروشند.
در ادامه ابتدا یک توضیح کوتاه درباره تاثیر نیمه‌هادی‌ها در صنعت موتورسیکلت و خودرو ارائه می‌شود و سپس به صحبت‌های مدیرعامل یاماها می‌پردازیم.
با موتورسیکلت نیوز همراه باشید.

اهمیت وجود تراشه و نیمه‌هادی‌ها در صنایع

اهمیت نیمه‌هادی بیشتر به این دلیل است که تراشه‌ها و نیمه‌هادی‌ها در بسیاری از وسایلی که ما هر روز استفاده می‌کنیم وجود دارند. از تلفن‌های هوشمند، رایانه‌ها، کنسول‌های بازی ویدیویی و تلویزیون گرفته تا اتومبیل‌ها و موتورسیکلت‌های مدرن، نیمه‌هادی‌ها کاملاً ضروری هستند.

دلیل کمبود نیمه‌هادی‌ها چیست؟

عوامل بسیاری در این کمبود تاثیر داشته‌اند، از جمله در سال ۲۰۲۰ که جهان با شیوع کووید ۱۹ مواجه شد، مردم رانندگی را متوقف کردند و به همان اندازه تولیدکنندگان خودرو سفارشات نیمه‌هادی خود را به تامین‌کنندگان لغو کردند. اما، هنگامی که تقاضای خودرو مجدداً شروع شد، همان خودروسازان پشت سفارشات صنایع دیگر قرار گرفتند و در نتیجه به‌دلیل افزایش تقاضا در طی همه گیری، کارخانه‌ها به راحتی نتوانسته‌اند تامین کنند.
خودروسازان بزرگی مانند فورد، جنرال موتورز، جگوار لندرور، دایملر و مرسدس بنز به‌دلیل این‌که مجبور شدند سرعت تولید خودرو را به‌طور موقت کاهش دهند و حتی در برخی موارد متوقف کنند متضرر شدند. البته رنو و پژو فرانسه نیز موارد مشابهی را گزارش کرده‌اند و بدون شک شرکت‌های بیشتری در این صنعت حضور دارند که با این مشکل مواجه شده‌اند.

1-Semiconductor

به گزارش موتورسیکلت نیوز، صنعت موتورسیکلت نیز از این موضوع در امان نیست و تحلیلگران در بهترین حالت پیش‌بینی می‌کنند که کمبود نیمه‌هادی تا سال ۲۰۲۲ یا ۲۰۲۳ ادامه یابد. همچنین کارخانه‌های بیشتری در حال ساخت هستند تا خود را به افزایش تقاضا برسانند، اما این ساخت و سازها زمان‌بر است.

در حال حاضر، شرکت‌ها و دولت‌ها در سراسر جهان در مورد کل ساختار زنجیره‌های تأمین و در مورد چگونگی ساخت آن در حال تجدید نظر هستند تا این اتفاق دوباره نیافتد. البته این موضوعات در حل مشکل کمبود امروز که همه جهان با آن مواجه است تاثیری ندارد.

■ دلیل تاخیرهای یاماها در تولید و توزیع چیست؟

در تاریخ ۲۹ آوریل ۲۰۲۱، رئیس و مدیرعامل شرکت یاماها موتورز اروپا، اریک دی ساینس، در مورد این موضوع و سایر چالش‌هایی که شرکت در حال حاضر با آن روبرو است، در فیس بوک اعلامیه عمومی بیان کرد. در حالی که برخی از عوامل بیشتر مربوط به اروپا است، برخی دیگر بر مشتریان یاماها در سراسر جهان تأثیر می‌گذارد.

به گفته وی، از زمان ابتلا به بیماری همه‌گیر کرونا، تقاضا به میزان قابل توجهی افزایش یافته است. در نتیجه، یاماها اروپا انتظار داشت که در اوایل سال ۲۰۲۱ کل محصولات خود را در تمام بخش‌های محصولات از جمله دوچرخه، اسکوتر، چهار چرخ و قایق را تحویل دهد. اما دو اتفاق رخ داد:

۱. **برای اولین‌بار در بیشتر خطوط تولید خود با کمبود نیمه‌هادی مواجه شدیم. در دوچرخه‌ها و اسکوترها، سیستم‌های ABS، کلیدهای هوشمند، ECUها و برخی از اجزای دیگر که تحت تأثیر قرار می‌گیرند. همان‌طور که در مورد آن صحبت کردیم، این یک مشکل جهانی است که در حال حاضر صنایع مختلفی را تحت تأثیر قرار داده است و احتمالاً تا سال ۲۰۲۲ یا احتمالاً حتی ۲۰۲۳ به‌طور کامل برطرف نخواهد شد.**

۲. **جریان اخیر کانال سوئز را با کشتی باری عظیم به یاد بیاورید، آیا تا به حال آن کشتی تحویل داده شده؟ ظاهراً یاماها اروپا چندین هزار محصول و اجزای خود را در آن کشتی داشت که برای توزیع به نمایندگی‌ها راهی اروپا می‌شد. مشخص نیست که وضعیت این محموله‌ها در پایان ماه آوریل چگونه خواهد بود. زیرا مدیرعامل توضیحات خاصی نداده است. با این حال، ظاهرا پس از حرکت مقامات مصری آن را توقیف کردند تا از صاحبانش بخواهند خسارت تأخیر در حمل‌ونقل که میلیاردها دلار می‌شود را پرداخت کنند. بدون شک تاخیرهای اضافی به‌دلیل محموله‌ای که در آن بود، به‌وجود آمد.**

به گفته مدیرعامل یاماها موتور اروپا، وضعیت همچنان روز به روز بهبود می‌یابد. مهم‌تر از همه، وی ضمن ادامه کار یاماها برای حل این مشکلات، از فروشندگان و مشتریان به‌خاطر صبر و درک آن‌ها تشکر کرد.

مدیر عامل یاماها موتور اروپا: همه در یاماها، از بخش‌های خرید و تولید گرفته تا کارخانه‌ها، از طریق تدارکات و فروش، خستگی‌ناپذیر کار می‌کنند تا تأثیر مشکلات را به حداقل برسانند و اطمینان حاصل کنند که همه محصولات موجود در کوتاه‌ترین زمان ممکن تحویل می‌شود.

۱- بحران جهانی نیمه‌هادی‌ها و تاثیر آن در صنعت موتورسیکلت(۱۴۰۰)، پایگاه خبری موتورسیکلت نیوز، ۱۰ اردیبهشت ۱۴۰۰، شناسه خبر: ۱۲۹۱۸۷. ر.ک:
https://www. motorcycletnews.ir/news/12208

جلوگیری از واردات موتورسیکلت در سری لانکا به دلیل کمبود ارز

این تصمیم که توسط دولت سری‌لانکا به‌طور موقت در مارس سال ۲۰۲۰ به‌عنوان اقدامی برای احیای شرایط اقتصادی در میان کوئید۱۹ گرفته شد، اکنون برای کل سال ۲۰۲۱ تمدید شده است.

به گزارش موتورسیکلت نیوز، فروش داخلی صنعت دوچرخ این کشور در حال کاهش است و در رتبه‌بندی بازار هجدهمین در جهان است. در واقع، پس از دستیابی به بیشترین رکورد در سال ۲۰۱۵ که فروش به نیم میلیون فروش در یک سال رسید، سقوط اقتصاد داخلی هزینه‌های خرید را کاهش داده و بخش اصلی در صنعت حمل‌ونقل احساس ضعف کرد.

فروش کل سال ۲۰۱۹ (از جمله موپد، موتورسیکلت و سه چرخ) کمی بیش از ۳۰۰ هزار دستگاه بوده است که ۱۴.۴ درصد نسبت به سال قبل از آن دست داده بود. قابل ذکر است که بازار این کشور تحت کنترل وسایل نقلیه وارداتی از هند و ژاپن است.

در سال ۲۰۲۰، زمانی که بحران همه‌گیری کرونا به موازات اوضاع اقتصادی سخت و دشوار پیش آمد، دولت تصمیم سخت و جنجالی را برای ممنوعیت موقت واردات همه وسایل‌نقلیه اتخاذ کرد و فروش کل سال در ۲۶۸ هزار دستگاه (-۳۰.۶٪) کاهش یافت.

چشم‌انداز رقابتی

هوندا در دهه هفتاد میلادی در بازار پیشتاز بود و با همکاری با هیرو هندی آن را تقویت کرد. در سال‌های اخیر مارک‌های ژاپنی فضا را به هندی‌ها واگذار کرده‌اند. مانند: باجاج، تی‌وی‌اس (با آپاچی بسیار محبوب)، هیرو، ماهیندرا (کاهش یافته است) و رویال انفیلد. البته تمام ژاپنی‌ها نمایندگی دارند. در حالی که کی‌تی‌ام به لطف همکاری با باجاج و وسایل‌نقلیه‌ای که از هند می‌آیند در بین مارک‌های برتر جایگاه نخست را دارد.

خلاصه تاریخچه صنعت موتورسیکلت سری‌لانکا

اولین موتورسیکلت در ۲۰ ژانویه ۱۹۰۳ وارد این جزیره شد. موتورسیکلت‌های اولیه تک سرعته بودند و برای روشن شدن از پدال استفاده می‌کردند. در دهه ۱۹۶۰ در سری‌لانکا موتورسیکلت‌های وارداتی انگلیسی مانند نورتون، BSA، رویال انفیلد و تریومف تا دهه ۱۹۶۰ بسیار محبوب بودند. قابل ذکر است که اهرم تعویض دنده این موتورسیکلت‌های انگلیسی در سمت راست موتور قرار داشت. بعضی از مدل‌ها نیز اهرم دنده داشتند که با دست کنترل می‌شد.

بعدا موتورسیکلت‌های هوندا ساخت ژاپن تا سال ۱۹۷۰ در سری‌لانکا معرفی شدند. در ابتدا موتورسیکلت‌های کوچک هوندا با صدای کمتر و اهرم تعویض دنده در سمت چپ توجه زیادی را در برابر مدل‌های انگلیسی جلب نکردند.

سپس وقتی دولت اجازه واردات موتورسیکلت‌های دست دوم از ژاپن را داد، موتورسیکلت‌های ۹۰ سی‌سی هوندا (سوپر کاپ و پست من بیک)[1] در سری‌لانکا مورد توجه قرار گرفت و مردم به‌دنبال موتورهای با قیمت کمتر ژاپنی با ظرفیت موتور متفاوت بودند. پس از این، یاماها، کاوازاکی، سوزوکی و سایر شرکت‌ها شروع به گسترش بازاریابی خود در سری‌لانکا کردند[2].

1-Bikes Postman & Super cub

۲- دولت سری‌لانکا به‌دلیل کمبود ارز واردات موتورسیکلت‌ها و خودروها را ممنوع کرد(۱۴۰۰)، پایگاه خبری موتورسیکلت نیوز، ۲۸ فروردین ۱۴۰۰، شناسه خبر: ۱۲۵۰۴. ر.ک: https://www. motorcycletnews.ir/news/12615

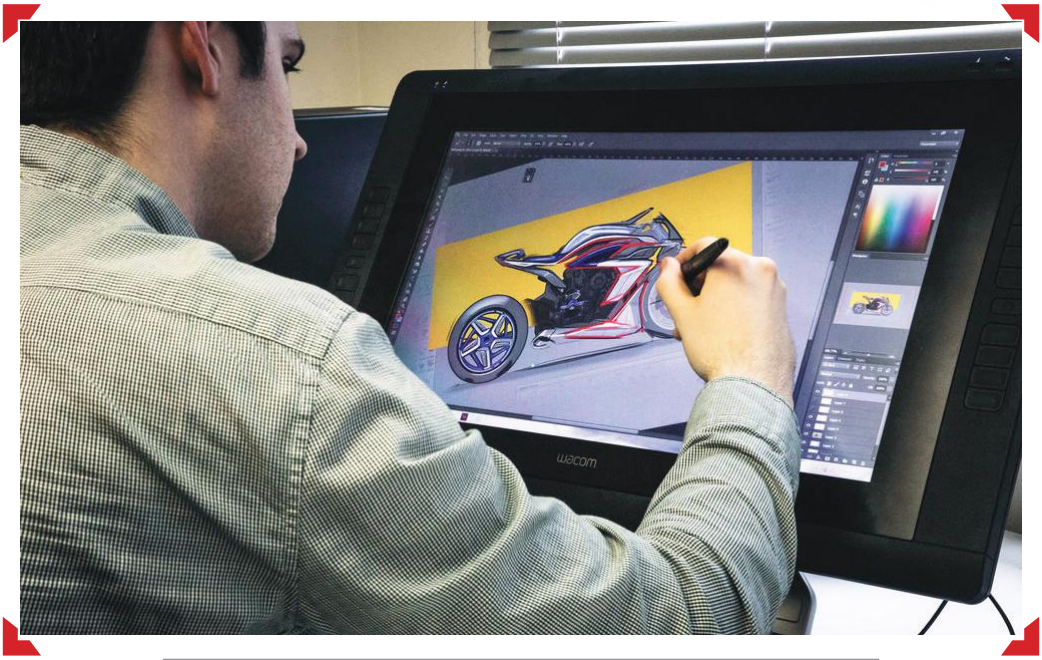
آمار شماره‌گذاری موتورسیکلت در ایران (۱۳۹۹)

ماه	تعداد
فروردین	۰
اردیبهشت	۳۲,۸۱۰
خرداد	۲۱,۱۳۶
تیر	۲۲,۸۸۰
مرداد	۱۹,۲۴۰
شهریور	۱۸,۷۹۴
مهر	۱۷,۱۸۳
آبان	۱۰,۵۰۶
آذر	۵,۷۴۵
دی	۲,۳۸۷
بهمن	۷,۴۵۱
اسفند	۵۳,۳۳۴
جمع کل	۲۱۱,۴۶۶

آمار شماره‌گذاری موتورسیکلت در ایران (۱۳۹۹-۱۳۸۸)

	آمار مقایسه‌ای شش ماهه اول سال							آمار مقایسه‌ای شش ماهه دوم سال							
	فروردین	اردیبهشت	خرداد	تیر	مرداد	شهریور	جمع کل	مهر	آبان	آذر	دی	بهمن	اسفند	جمع کل	جمع هر سال
۱۳۸۸	۳۶,۵۳۰	۵۴,۸۷۹	۰	۱۱۳,۵۷۶	۶۶,۳۷۴	۱۳۳,۳۵۸	۴۰۴,۷۱۷	۲۱,۳۳۲	۵۴,۰۸۱	۲,۵۴۱	۱۶,۷۰۷	۱۳,۳۸۸	۴۱,۹۸۷	۱۵۰,۰۳۶	۵۵۴,۷۵۳
۱۳۸۹	۱۱۴,۰۰۴	۱۰۱,۶۱۹	۱۰۸,۸۴۸	۱۳۰,۲۹۴	۷۲,۵۶۵	۸۰,۹۷۰	۶۰۸,۳۰۰	۶۳,۵۷۰	۴۸,۲۵۴	۲۹,۶۳۹	۳۶,۲۷۷	۲۴,۵۲۰	۲۶,۶۳۶	۲۲۸,۸۹۶	۸۳۷,۱۹۶
۱۳۹۰	۱۱۴,۶۴۷	۱۲۱,۶۷۷	۱۰۰,۰۵۲	۱۰۶,۳۶۱	۹۴,۶۷۹	۱۱۵,۶۹۴	۶۵۳,۱۱۰	۳۷,۶۷۹	۵۰,۱۳۹	۲۹,۰۴۴	۱۹,۸۱۰	۱۰,۹۲۰	۱۲,۵۰۴	۱۶۰,۰۹۶	۸۱۳,۲۰۶
۱۳۹۱	۹۲,۷۰۶	۳۹,۸۸۱	۴۱,۸۰۱	۵۴,۸۸۷	۵۹,۴۴۴	۵۴,۸۷۱	۳۴۳,۵۹۰	۲۹,۷۳۵	۶,۰۴۷	۱۴,۳۳۸	۵,۱۶۲	۸,۹۵۰	۱۰,۹۱۱	۷۵,۱۴۳	۴۱۸,۷۳۳
۱۳۹۲	۲۹,۹۲۱	۳۲,۱۷۴	۳۱,۸۷۸	۱۷,۴۹۲	۳۲,۷۷۹	۲۶,۷۱۸	۱۷۰,۹۶۲	۲۳,۷۲۸	۲۰,۴۹۰	۱۳,۰۱۰	۷,۳۹۱	۲۵,۰۶۶	۵۵,۴۹۷	۱۴۵,۱۸۲	۳۱۶,۱۴۴
۱۳۹۳	۲۵,۴۴۱	۷۱,۲۰۵	۷۱,۳۹۰	۵۱,۳۹۲	۶۱,۴۱۰	۶۴,۶۸۷	۳۴۵,۵۲۵	۱۲,۵۱۹	۳۵,۴۸۹	۱۳,۶۳۶	۷,۴۷۴	۴۰,۲۶۲	۸۳,۷۷۷	۱۹۳,۱۵۷	۵۳۸,۶۸۲
۱۳۹۴	۲۰,۸۷۸	۴۶,۷۴۶	۵۳,۴۹۶	۴۸,۷۶۶	۵۳,۷۹۹	۴۳,۵۸۶	۲۶۷,۲۷۱	۳۳,۳۱۲	۲۲,۹۶۲	۱۳,۲۱۶	۲,۴۸۵	۹,۶۷۹	۱۰۳,۹۴۶	۱۸۵,۶۰۰	۴۵۲,۸۷۱
۱۳۹۵	۴۰,۱۶۴	۵۵,۷۳۲	۶۲,۹۰۷	۵۳,۷۷۴	۶۷,۷۳۶	۷۹,۶۷۲	۳۵۹,۹۸۵	۱۵,۱۳۰	۱۱,۱۶۱	۶۱۴	۰	۹۷,۸۳۹	۲۴۸,۷۵۹	۳۷۳,۹۰۵	۷۳۳,۸۹۰
۱۳۹۶	۸,۳۶۵	۸,۴۰۴	۴,۵۶۰	۶,۲۷۵	۸,۰۲۰	۱۱,۳۰۱	۴۶,۹۲۵	۱۰,۵۰۱	۷,۵۸۸	۸,۹۲۰	۱۳,۷۷۵	۱۵,۳۱۶	۵۰,۰۴۹	۱۰۶,۱۴۹	۱۵۳,۰۷۴
۱۳۹۷	۵۶	۷,۲۶۴	۱۱,۱۹۶	۱۵,۰۳۳	۲۰,۱۸۰	۱۲,۱۴۶	۶۵,۸۷۵	۱۰,۸۱۴	۸,۳۲۲	۰	۰	۰	۷۶,۰۲۴	۹۵,۱۶۰	۱۶۱,۰۳۵
۱۳۹۸	۲,۴۹۴	۲۰,۴۵۳	۳,۵۰۹	۵,۳۸۰	۷,۲۰۹	۸,۰۳۳	۴۷,۰۷۸	۵,۱۲۸	۸,۱۲۱	۱۹,۳۸۲	۷,۴۹۰	۱۳,۵۸۴	۱۵,۷۵۳	۶۹,۴۵۸	۱۱۶,۵۳۶
۱۳۹۹	۰	۳۲,۸۱۰	۲۱,۱۳۶	۲۲,۸۸۰	۱۹,۲۴۰	۱۸,۷۹۴	۱۱۴,۸۶۰	۱۷,۱۸۳	۱۰,۵۰۶	۵,۷۴۵	۲,۳۸۷	۷,۴۵۱	۵۳,۳۳۴	۹۶,۶۰۶	۲۱۱,۴۶۶
جمع کل (۱۳۹۹-۱۳۸۸)															۵,۳۰۷,۵۸۶

به‌دلیل این که آمار مذکور از منابع مختلف در طی سالیان گذشته تهیه شده است و با وجود اختلاف اندک بین آن‌ها، ازاین‌رو داشتن خطای احتمالی رد نمی‌شود.



رمزگشایی از صنعت موتورسیکلت ایران

پیش‌بینی وقوع یک انقلاب جدید

نویسنده: محمدعلی نژادیان
مدیرمسئول پایگاه خبری موتورسیکلت نیوز

■ تولد صنعت موتورسیکلت در ایران

این صنعت از اواخر دهه ۱۳۴۰ شمسی همزمان با تاسیس صنایع جدید در ایران ایجاد شده است. اما، هیچ وقت نتوانستیم در موتورسیکلت‌های بنزینی به خودکفایی برسیم و تولید ملی داشته باشیم و همچنان این صنعت به صورت مونتاژکاری فعال است که در ادامه دلایل آن توضیح داده خواهد شد.

امروز در بازار ایران بیشتر موتورسیکلت‌ها چینی است. به‌دلیل تحریم‌ها و عدم واردات موتورسیکلت‌های ژاپنی در چند سال گذشته، استقبال از موتورسیکلت‌های کشورهای مالزی، اندونزی، تایلند، کره جنوبی و مخصوصا هندوستان (به‌دلیل کیفیت بالای محصولات آن نسبت به محصولات چینی) در ایران بسیار خوب بوده است و محبوبیت ویژه‌ای پیدا کرده‌اند. البته از سال ۱۳۹۸ به‌دلیل تحریم‌های جدید علیه ایران بعد از حدود ۱۸ سال محصولات هندی وارد نمی‌شوند.

همچنین بعد از تحریم‌ها مخصوصا چند سال اخیر بعضی از برندهای معروف موتورسیکلت دنیا از طریق کشورهای ثالث و یا از طریق کارخانه‌های تحت لیسانس در کشورهای آسیایی وارد ایران می‌شود و باعث شده که طی چند سال گذشته با ورود «غیر مستقیم» این محصولات به کشور، برای صنعت موتورسیکلت ایران یک بازار جدید ایجاد شود و افرادی که قبلا به‌دلیل کیفیت پایین موتورسیکلت‌ها و یا عدم علاقه به طرح موتورسیکلت‌های موجود تمایلی به استفاده از این نوع وسیله‌نقلیه را نداشتند، این محصولات جدید، انگیزه خرید در آن‌ها را ایجاد کند و تصور برخی تولیدکنندگان را که قبلا می‌گفتند محصولات گران قیمت را نمی‌شود در ایران به فروش رساند، دگرگون کرد!

■ تعداد موتورسیکلت‌های موجود در ایران

آمار دقیقی از موتورسیکلت‌های موجود در ایران وجود ندارد، اما طبق گفته مسئولان، حدود ۱۱ الی ۱۲ میلیون دستگاه موتورسیکلت در کشور وجود دارد و طبق اعلام پلیس حدود ۹ میلیون دستگاه از این موتورسیکلت‌ها فرسوده شده‌اند.

■ تعداد شرکت‌ها و ظرفیت تولید موتورسیکلت در ایران

در سال ۱۳۹۹ شمسی، حدود ۴۱ شخصیت حقوقی که بعضی از آن‌ها دارای چندین شرکت هستند و در این خبر از آن‌ها به‌عنوان گروه صنعتی نام برده شده است، فعال و یا نیمه فعال بوده‌اند.

پیش‌بینی می‌شود در صورت وجود تقاضا مجموعه شرکت‌ها تا سالی یک میلیون دستگاه بتوانند مونتاژ کنند.

■ چرا تا به امروز بومی‌سازی موتورسیکلت در ایران انجام نشده است؟

امروز زمان آن رسیده است که صنعت موتورسیکلت ایران وارد مرحله جدیدی از حیات خود شود تا بتواند بقای خود را حفظ کرده و باعث رشد صنعت کشور شود؛ این مرحله همان انتقال تکنولوژی به ایران است! همچنین نیاز است برای این کار هر چه زودتر به‌طور جدی کارخانه‌های تولیدکننده موتورسیکلت مراکز تحقیق و توسعه خود را راه‌اندازی و ارتباط خود را با دانشگاه‌ها بیشتر کنند.

قابل ذکر است که در دهه ۷۰ شمسی «شرکت نیرو محرکه» و «گروه صنعتی بنا (جهانرو)»، قصد تولید قوای محرکه موتورسیکلت را داشتند و حتی طی سه سال گذشته توسط «گروه صنعتی نیرو موتور» اقدامات خوبی برای مونتاژ قلب موتورسیکلت صورت پذیرفت ولی به‌دلیل مقرون به‌صرفه نبودن از لحاظ اقتصادی و همچنین به‌دلیل تغییرات سریع استانداردها تا به امروز به بهره‌برداری نرسیده است.

البته در خصوص موتورسیکلت‌های برقی توسط شرکت‌های دانش بنیان و دانشگاه‌ها اقدامات خوبی برای طراحی و تولید صورت پذیرفته هرچند که آن‌ها نیز به‌دلیل مقرون به‌صرفه نبودن از بعضی قطعات موجود در بازار استفاده کرده‌اند ولی اکثرا تجاری نشده‌اند و یا تولید و فروش آن‌ها بسیار کم بوده است.

■ مهم‌ترین عواملی که در دهه‌های گذشته، باعث افزایش تقاضا برای موتورسیکلت در ایران شده است:

۱-بازار موتورسیکلت در ایران بر اساس استفاده‌های گوناگون از این وسیله با کشورهای توسعه یافته متمایز است. اساسا در ایران موتورسیکلت علاوه‌براین که یکی از وسایل پر اهمیت در جابجایی و نقل و انتقال مردم به حساب می‌آید، یکی از وسایل کسب‌وکار نیز هست (پیک موتوری)

۲- افزایش قیمت اتومبیل و عدم امکان تهیه آن برای اقشار کم درآمد

۳- محدودیت‌های به‌وجود آمده در شهرها، برای استفاده از اتومبیل (جای پارک، محدوده طرح ترافیک و...)

۴- کاهش زمان رفت و آمد نسبت به اتومبیل

۵- کاهش هزینه رفت و آمد

۶- هزینه پایین تعمیر و نگهداری

۷- تا سال ۱۳۷۲ بازار موتورسیکلت منحصرا در اختیار چهار شرکت بوده است که هر کدام دارای تنوع محصول محدودی بوده‌اند. بعد از سال‌های ۱۳۷۱ و ۱۳۷۲ شرکت‌های جدید وارد عرصه رقابت شدند که باعث تنوع محصولات و قیمت‌ها شدند

۸- تا پایان دهه هفتاد، موتورسیکلت به‌عنوان کالای سرمایه‌ای مورد توجه مردم قرار داشت. ازاین‌رو، عده‌ای از مردم جهت سرمایه‌گذاری سودآور، به پیش‌خرید موتورسیکلت روی می‌آوردند و با پیش فروش محصولات از طریق نمایندگی‌های رسمی شرکت‌های تولید کننده، سود خوبی نصیب خریداران می‌شد. شایان ذکر است که در دهه هفتاد، کیفیت محصولات نیز بسیار مطلوب و قابل توجه بود

۹- از سال ۱۳۷۹ به‌دلیل تاخیر در تحویل موتورسیکلت‌های ثبت نامی به‌تدریج تمایل مردم نسبت به سیستم پیش‌فروش شرکت‌ها کم شد و از سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۲ بازار خرید و فروش موتورسیکلت به‌صورت اقساطی و چکی درآمد و به همین دلیل نیز می‌توان گفت تمایل خرید برای موتورسیکلت نیز افزایش یافت، زیرا عمدتا نمایندگان فروش از شرکت‌ها چکی می‌خریدند و چکی می‌فروختند!

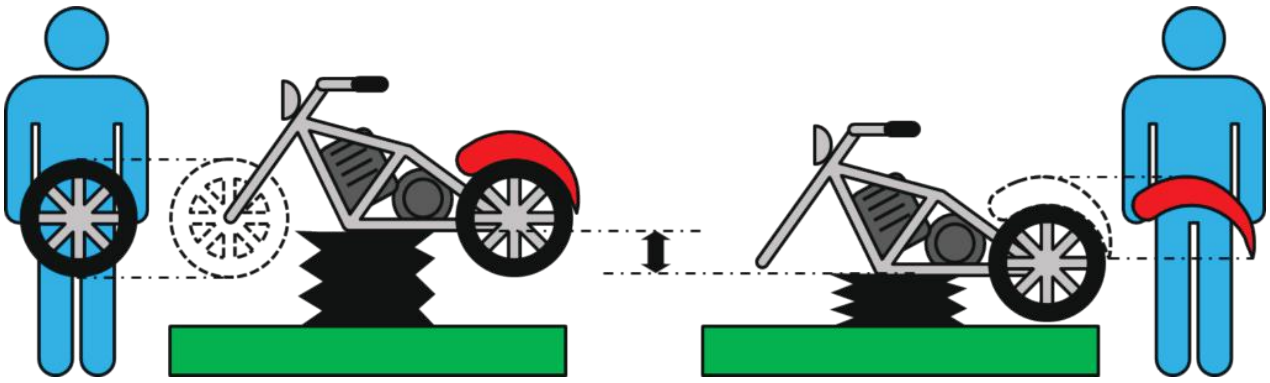
۱۰- از اواخر سال ۱۳۸۱ با شدت گرفتن رقابت منفی بین شرکت‌های تولید کننده، ناگهان قیمت موتورسیکلت‌ها به شدت کاهش یافت (حدود ۵۰ تا ۶۵ درصد) و این موضوع باعث افزایش درخواست برای موتورسیکلت شد...

۱۱- افزایش قیمت بنزین و سهمیه‌بندی آن

۱۲- ورود محصولات روز دنیا

۱۳- ترافیک شهرهای بزرگ

۱۴- به‌دلیل ایمن نبودن حمل‌ونقل عمومی در دورنا کرونا از این به بعد نیز شاهد افزایش استفاده از موتورسیکلت خواهیم بود



بررسی وضعیت صنعت موتورسیکلت ایران

مَرکَب نیاز چهارم افراد جامعه ایران است. نیاز اول انسان هوا، غذا و آب،... دوم پوشاک و سوم مَسکن است. ازاین‌رو، نیاز است تولیدکنندگان موتورسیکلت ایران با درنظر گرفتن وضعیت سخت اقتصادی جامعه امروز، نوع بازاریابی و فروش خود را تغییر دهند.

تعریف نیازها، خواسته‌ها و تقاضاها

«قبل از آن که به بررسی وضعیت صنعت موتورسیکلت ایران در سال گذشته بپردازم، تحلیل خود را با تعریف چند مفهوم اساسی در بازاریابی از آقایان فیلیپ کاتلر و کولین لین کلر که از معتبرترین اندیشمندان و نظریه‌پردازان بازاریابی در سرار جهان هستند، شروع می‌کنم.

تعریف نیازها: بیانگر احتیاجات اساسی انسان هستند. افراد برای بقای خود به هوا، غذا، آب، لباس و سرپناه نیاز دارند. انسان‌ها همچنین نیاز شدیدی به تفریح، آموزش و گردش دارند (برای اطلاع از طبقه‌بندی نیازها به هرم مزلو مراجعه شود).

هرم سلسله مراتب نیازهای مزلو

تعریف خواسته: قابل ذکر است که خواسته هنگامی شکل می‌گیرد که فرد برای ارضاء نیازهای خود به سمت یک شیء خاص متمایل می‌شود. به عنوان مثال، یک آمریکایی ممکن است «نیاز به غذا» را با خوردن همبرگر، سیب‌زمینی سرخ شده و نوشابه ارضاء کند، در حالی که یک موریتانیایی ممکن است همان نیاز را با خوردن انبه، برنج و نخود فرنگی ارضاء کند. بنابراین، می‌توان گفت که خواسته‌های فرد توسط جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کند، شکل می‌گیرد.

تعریف تقاضا: این واژه به معنی خواستن یک محصول خاص توسط یک فرد است که با توانایی وی برای پرداخت پول برای خریدن آن محصول همراه است. بسیاری از مردم خواهان یک خودرو یا موتورسیکلت مدرن هستند، ولی عده کمی وجود دارند که توانایی خرید چنین خودروها یا موتورسیکلت‌هایی را دارند.

ازاین‌رو، شرکت‌ها علاوه بر تعیین تعداد افراد خواهان محصولات، باید تعداد افرادی که توانایی خرید محصول را دارند نیز تعیین کنند.

سوال: بازاریاب‌ها بر نیازها تاثیر می‌گذارند یا بر خواسته‌ها؟

تفاوت بین نیاز، خواسته و تقاضا باعث به وجود آمدن انتقاداتی مانند این که بازاریاب‌ها، نیازهای خاصی را ایجاد می‌کنند یا بازاریاب‌ها مردم را به خرید محصولاتی تشویق می‌کنند که واقعا به آن‌ها نیاز ندارند می‌شود. ازاین‌رو، باید توجه داشت که بازاریاب‌ها هیچ نیاز جدیدی را به‌وجود نمی‌آورند؛ زیرا نیازها پیش از آن که بازاریابی به‌وجود بیاید، وجود داشته‌اند. بازاریاب‌ها با توجه به شرایط اجتماعی و فرهنگی موجود در جوامع، تنها می‌توانند بر خواسته‌های افراد تاثیر بگذارند. به‌عنوان مثال، یک بازاریاب تنها می‌تواند نیاز به افراد به داشتن موقعیت اجتماعی را با ارائه یک خودرو یا موتورسیکلت لوکس ارضاء کند، ولی هرگز نمی‌تواند این نیاز را در افراد به‌وجود آورد.

شناخت نیازها و خواسته‌های افراد کار آسانی نیست، زیرا انسان‌ها نیازهای ناشناخته و ناخودآگاه بسیاری دارند. حتی اگر فرد به وجود نیازی آگاهی داشته باشد، ممکن است نتواند نیاز خود را بیان کند یا ممکن است آن نیاز را به صورتی نشان دهد که باعث گمراهی بازاریاب‌ها در شناخت آن نیاز شود. به‌طور مثال، وقتی فردی می‌گوید که به یک موتورسیکلت قوی و یا یک هتل آرام احتیاج دارد، نیاز واقعی آن فرد چیست؟

بازاریاب‌ها ۵ نوع نیاز اساسی را بررسی می‌کنند:

نیازهای بیان شده: یک مشتری خواهان موتورسیکلتی ارزان قیمت است

نیازهای واقعی: مشتری مثال بالا، در حقیقت موتورسیکلتی می‌خواهد که هزینه نگهداری آن پایین است و نه یک موتورسیکلت ارزان قیمت

نیازهای بیان نشده: مشتری خواهان خدمات پس از فروش مناسب و ارزان از طرف موتورساز است

نیازهای رضایت‌آور: مشتری از فروشنده می‌خواهد که یک سیستم رهیاب روی موتورسیکلت خریداری شده نصب کند

نیازهای پنهان: مشتری می‌خواهد به دوستان خود ثابت کند که یک خرید موفق انجام داده است

توجه صرف به نیازهای بیان شده ممکن است نارضایتی مشتری را به همراه داشته باشد؛ زیرا بسیاری از مشتریان دقیقا نمی‌دانند به چه محصولی نیاز دارند. به‌عنوان مثال، در ابتدای ورود تلفن همراه به بازار، بسیاری از خریداران نمی‌دانستند که به چه نوع گوشی‌های تلفنی احتیاج دارند. در این میان، شرکت‌های نوکیا و اریکسون با تشخیص نیازهای گوناگون مشتریان توانستند گوشی‌های همراهی را طراحی و عرضه کنند که نیازهای مختلف مشتریان در آن لحاظ شده بود. در نتیجه، این دو شرکت خواسته‌های مشتریان را شکل دادند و آن‌ها را به خود وابسته کردند. در شرایط رقابتی، ارائه محصولی که مشتری در ظاهر خواهان آن است، نمی‌تواند مشتری را راضی کند. درنتیجه شرکت‌های پیشرو به مشتریان خود یاد می‌دهند که چگونه خواسته‌ها و نیازهای واقعی خود را بیان کنند.»[1]

به گزارش موتورسیکلت نیوز، محمدعلی نژادیان مدیرمسئول نشریه

۱- کاتلر، فیلیپ و کوین لین کلر (۱۳۹۳)، مدیریت بازاریابی، مترجم مهدی امیر جعفری، جلد۱، چاپ۲، تهران: نص

صنعت موتورسیکلت نوشت: سال ۱۳۹۹ شمسی یعنی (۲۰ مارس ۲۰۲۰ تا ۱۲ مارس ۲۰۲۱) شیوع ویروس کرونا همه دنیا را تحت تاثیر قرار داد و تعطیلی‌های اجباری را به صنعت موتورسیکلت دنیا تحمیل کرد ولی در نهایت صنعت موتورسیکلت ایران با رشد صعودی مواجه شد و در مجموع رکورد سه سال گذشته شکسته شد.

با توجه به نوع فصل‌های ایران (بهار، تابستان، پاییز و زمستان) نوع رفتار مردم برای خرید و استفاده از موتورسیکلت در هر کدام از این فصل‌ها متفاوت است. به فرض در شش ماه اول سال یعنی بهار و تابستان خرید مصرف‌کنندگان بهتر از شش ماه دوم سال است. اما در دو ماهه آخر سال مخصوصا اسفندماه فروش شرکت‌ها به نمایندگان خود زیادتر است که دلیل آن فرا رسیدن بهار، سال نو و تغییر مدل موتورسیکلت‌ها در اسناد و مدارک از حدود ۴۰ روز قبل از سال جدید است.

■ آمار شماره‌گذاری موتورسیکلت در سال ۱۳۹۹

در سال ۱۳۹۹ تعداد ۲۱۱ هزار و ۴۶۶ دستگاه موتورسیکلت شماره‌گذاری شد که بیشترین آمار ماهانه متعلق به اسفند با ۵۳ هزار و ۳۳۴ دستگاه بود. این در حالی است که سال ۱۳۹۸ تعداد ۱۱۶ هزار و ۵۳۶ دستگاه پلاک شد و در مجموع سال گذشته رشد ۸۱.۴ درصدی را نسبت به سال قبل از آن در پی داشت. همچنین اسفند سال ۱۳۹۸ تعداد ۱۵ هزار و ۷۵۳ دستگاه پلاک شد و این یعنی اسفند ۱۳۹۹ نسبت به سال قبل از آن حدود ۳۳۸.۵ درصد رشد داشته است. قابل ذکر است که از سال ۱۳۹۷ با رشد صعودی، بیش از ۴۰ درصد فروش کشور متعلق به تهران است.

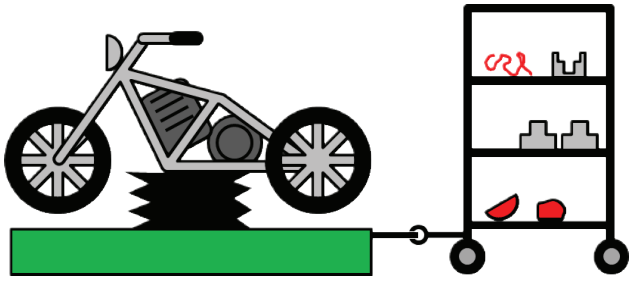
■ روند و چشم‌انداز بازار موتورسیکلت ایران

مهم‌ترین موضوع صنعت موتورسیکلت ایران برای سال ۱۴۰۰ موضوع موانع اسقاط موتورسیکلت‌های فرسوده و تبدیل یورو ۴ به یورو ۵ است که طبق توافق انجام شده با دولت اجرای آن تا سال ۱۴۰۰ به مدت یک سال به تعویق افتاد. البته انجمن صنعت موتورسیکلت ایران پیشنهاد جدول زمانی ۳ الی ۴ سال را ارائه کرد که هیات دولت با یک سال موافقت کرد. دلیل درخواست انجمن این بود که در ایران قوای محرکه ساخته نمی‌شود و به‌طور کامل از خارج از کشور و عمداتا از چین وارد ایران می‌شود و در حال حاضر محصولاتی که به ایران می‌آید هنوز به یورو ۵ مجهز نشده‌اند. همچنین از مشکلات دیگر تولیدکنندگان برای امسال بحث مسائل و موانع و مشکلات گمرکی، بانکی و تحریم‌ها است.

همان‌طور که قبلا بیان شد از ۱۲ میلیون دستگاه موتورسیکلتی که پیش‌بینی می‌شود در سطح ایران وجود داشته باشد، طبق اعلام پلیس راهنمایی و رانندگی حدود ۹ میلیون دستگاه در سن فرسودگی است. حال از یک طرف شرکت‌های مونتاژکننده باید در قبال تولید هر دستگاه موتورسیکلت بنزینی یک دستگاه موتورسیکلت فرسوده را از رده خارج کنند و از طرفی ساز و کار اجرایی مناسبی برای از رده خارج کردن موتورسیکلت‌های فرسوده وجود ندارد. البته با توجه به افزایش قیمت موتورسیکلت‌ها و ارزان بودن قیمت موتورسیکلت فرسوده انگیزه برای مالکان این نوع موتورسیکلت‌ها نیز وجود ندارد. همچنین تولیدکنندگان موتورسیکلت طبق قانون موظفند ۱۰ درصد از سبد محصولات هر دوره سه ماهه خود را بر مبنای تعداد تولید، به موتورسیکلت برقی اختصاص دهند و در صورت عدم امکان، باید به ازای شماره گذاری هر دستگاه موتورسیکلت (از میزان ۱۰ درصد مذکور)، سه دستگاه موتورسیکلت فرسوده از رده خارج کنند.

همچنین پیش‌بینی می‌شود که اگر مجموعه حاکمیت ایران در برابر تولید موتورسیکلت مقاومت نکند، در نتیجه به دلایلی که در بالا به آن اشاره شد و تعداد زیاد موتورسیکلت‌های فرسوده که در حال تردد هستند که باید با موتورسیکلت‌های نو جایگزین شود، همچنین شیوع کرونا و ریسک استفاده از حمل‌ونقل عمومی و افزایش قیمت و سهمیه‌بندی بنزین، کم کم استفاده از موتورسیکلت در ایران بیشتر از گذشته شود. اما در حال حاضر به‌دلیل وضعیت اقتصادی جامعه و مناسب نبودن روند اسقاط، مردم به خرید و تعمیر موتورسیکلت‌های کارکرده بیشتر تمایل دارند.

قابل ذکر است که بر اساس تصمیم هیات وزیران در سال ۱۳۹۷، سن فرسودگی برای موتورسیکلت بنزینی کاربراتوری ۶ سال، بنزینی انژکتوری هشت سال و برقی ۱۲ سال است.



■ شرکت‌های پیشتاز در صنعت موتورسیکلت

در سال ۱۳۹۸، چهار شرکت پیشتاز در ایران به ترتیب گروه نیرو موتور، گروه کویر موتور، شرکت نیکران موتور پاسارگاد و شرکت جهان همتا سیکلت بناب بوده اند.

در سال ۱۳۹۹ نیز چهار شرکت برتر از لحاظ میزان فروش به ترتیب گروه صنعتی نیرو موتور، گروه کویر موتور، شرکت نیکران موتور پاسارگاد و گروه (بهرو سیکلت و سرعت سیکلت) بوده‌اند.

سال ۱۳۹۸تقریبا صنعت موتورسیکلت با یک دهم ظرفیت و سال ۱۳۹۹ با یک پنجم ظرفیت خود کار کرد. ازاین‌رو، اگر از این صنعت حمایت واقعی شود، خیلی زود رشد و توسعه بسیار زیادی را در آن شاهد خواهیم بود.

دلایل کاهش تولید سه سال گذشته و افزایش شماره‌گذاری موتورسیکلت در سال ۱۳۹۹

از جمله دلایلی که باعث شد طی سه سال گذشته موتورسیکلت کم تولید شود:

الف- جلوگیری از شماره‌گذاری موتورسیکلت‌های کاربراتوری و ورود محصولات شبه‌انژکتوری یا انژکتوری بی‌کیفیت:

شماره‌گذاری تعداد ۷۳۳ هزار و ۸۹۰ دستگاه موتورسیکلت کاربراتوری در سال ۱۳۹۵ که قطعا بیشتر از «ظرفیت فروش» آن سال بود. در اینجا به این نکته توجه کنید که ظرفیت فروش بیانگر «خواسته و نیاز» نیست. زیرا، ممکن است شهروندان موتورسیکلت نیاز داشته باشند و یا بخواهند، اما به‌دلیل مشکلات اقتصادی نتوانند خرید کنند. البته از نگاهی دیگر صنعت موتورسیکلت ایران در سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۵ به‌طور میانگین سالانه ۶۲۰ هزار دستگاه موتورسیکلت تولید داشته است ولی واقعیت آن سال را نباید با سال‌های قبل و وضعیت تقاضا در سال ۱۳۹۵ یکی فرض کرد. زیرا، این تعداد در نیمه دوم سال و به‌طور فشرده پلاک شد.

ب- وقوع بعضی تعطیلی‌ها به‌دلیل مصوبه‌ها و قوانین دولتی که به‌درستی واکاوی و کارشناسی نشده بودند که عبارتند از:

سال ۱۳۹۵: حدود ۵ ماه تعطیلی به‌دلیل مصوبه مربوط به جلوگیری از شماره‌گذاری موتورسیکلت‌های کاربراتوری

سال ۱۳۹۶: حدود ۶ ماه تعطیلی به‌علت عدم تولید پیشرانه انژکتوری از سوی کارخانه‌های خارجی

سال ۱۳۹۷: نیمه اول سال ۴ ماه تعطیلی به‌دلیل موضوع یورو ۴ و نیمه دوم سال نیز ۴ ماه تعطیلی به‌علت طرح اسقاط موتورسیکلت‌های فرسوده

سال ۱۳۹۸: حدود ۲ ماه تعطیلی به‌علت این که باید ۱۰ درصد از تولید کارخانه‌ها به موتورسیکلت برقی اختصاص یابد.

ج- تورم، گرانی و کوچک شدن سفره مردم

دلیل دیگر رکود در این صنعت، افزایش تورم در ایران و افزایش قیمت ارز طی چند سال گذشته است. قابل ذکر است که ارزش ریال در برابر ارزهای خارجی، کاهش چشمگیری داشت و قیمت ارز از ابتدای سال ۱۳۹۷ تقریبا رشد ۶ برابری را تجربه کرد.

به غیر از کاهش تولید در چند سال گذشته از دیگر عواملی که باعث افزایش فروش موتورسیکلت در سال ۱۳۹۹ شد، می‌توان موارد زیر را برشمرد:

- فروش ویژه چند شرکت در سال ۱۳۹۹
- شیوع ویروس کرونا باعث شد تا افرادی که از موتورسیکلت استفاده نمی‌کردند، به‌دلیل وضعیت نابسامان حمل‌ونقل عمومی از این وسیله‌نقلیه استفاده کنند
- گسترش تنوع محصولات روز دنیا
- گسترش نمایشگاه‌ها و فروشگاه‌های چند شرکت معروف ایرانی
- گرانی و سهمیه‌بندی بنزین
- گرانی خودرو

■ شرکت‌هایی که در سال ۱۳۹۹ فعال و نیمه فعال بودند

۱	گروه نیرو موتور
۲	گروه کویر موتور (یکتاز سیکلت کویر و کویر موتور اوراسیا)
۳	نیکران موتور پاسارگاد
۴	بهرو سیکلت و سرعت سیکلت
۵	شاهین موتور
۶	دینو موتور قم
۷	گروه همتاز (جهان همتا سیکلت بناب و همتا خودرو آذربایجان)
۸	سالار گستر آسیا
۹	آرمان موتور فارس
۱۰	متین خودرو
۱۱	ایران دوچرخ ارشیا
۱۲	نیرو محرکه
۱۳	سهند سیکلت سپاهان
۱۴	چابکرو البرز
۱۵	عرفان سیکلت ایرانیان
۱۶	زمرد سیکلت کویر
۱۷	پاسارگاد سیکلت ایرانیان/فارس
۱۸	تیزپر توس
۱۹	تکتاز موتور و روان سیکلت
۲۰	ثاقب خودرو
۲۱	هانی موتور البرز
۲۲	صنعت موتور شکوهیه
۲۳	شباب خودرو روز
۲۴	پیشرو گستر فارس، پیشرو سیکلت و بهتاز
۲۵	تلاش

سپاهان سیکلت کوهپایه	۲۶
سپهر خودرو	۲۷
کبیر موتور کازرون	۲۸
توسن محرکه شرق	۳۹
پگاه موتور بینالود	۳۰
پیشتاز موتور توس	۳۱
جهانرو	۳۲
همراه سیکلت جهان	۳۳
اوج پرواز ما دو نفر	۳۴
تکاور میبد	۳۵
اصفهان سیکلت	۳۶
توسن سپهر آسمان کویر	۳۷
ماشین سازی شاهین شهر سپاهان	۳۸
فن گستران خودرو توسن	۴۹
مروارید ساز خزر	۴۰
سکان صنعت پارس	۴۱

آمار تولید موتورسیکلت ایران از سال ۱۳۸۰

در ادامه دو ستون آمار نقل شده است. ستون اول بر اساس اطلاعات جمع‌آوری شده توسط پایگاه خبری موتورسیکلت نیوز از منابع مختلف، طی چند سال گذشته است و ستون دوم آماری است که انجمن صنعت موتورسیکلت ایران دارد. قابل ذکر است، طی چند سال گذشته، منابع رسمی و دولتی از اعلام آمار شماره‌گذاری موتورسیکلت (حتی به انجمن) خودداری می‌کنند.

همچنین به‌دلیل این که آمار مذکور از منابع مختلف در طی سالیان گذشته تهیه شده است و با وجود اختلاف اندک بین آن‌ها از این رو داشتن خطای احتمالی رد نمی‌شود.

تعداد تولید موتورسیکلت

سال	آمار تحقیقی	آمار انجمن صنعت موتورسیکلت ایران
۱۳۸۰	-	۴۰۴.۳۱۷
۱۳۸۱	-	۷۰۹.۰۸۱
۱۳۸۲	-	۱.۰۰۵.۷۸۶
۱۳۸۳	۱.۳۶۰.۰۰۰	۱.۰۸۶.۰۰۰
۱۳۸۴	۱.۰۶۴.۰۰۰	۸۵۶.۰۰۶
۱۳۸۵	۸۶۲.۰۰۰	۷۸۷.۶۵۵
۱۳۸۶	۸۹۵.۴۷۹	۸۹۵.۴۷۹
۱۳۸۷	۶۰۳.۸۲۷	۶۰۳.۸۲۷
۱۳۸۸	۵۵۴.۷۵۳	۶۲۹.۸۲۷
۱۳۸۹	۸۳۷.۱۹۶	۸۳۷.۵۴۱
۱۳۹۰	۸۱۳.۲۰۶	۸۱۳.۲۰۶
۱۳۹۱	۴۱۸.۷۳۳	۴۱۸.۷۳۳
۱۳۹۲	۳۱۶.۱۴۴	۳۱۶۰۱۴۴
۱۳۹۳	۵۳۸.۶۸۲	۵۳۸.۶۸۲
۱۳۹۴	۴۵۲.۸۷۱	۴۵۲.۸۷۱
۱۳۹۵	۷۳۳.۸۹۰	۷۳۶.۳۳۷
۱۳۹۶	۱۵۳.۰۷۴	۱۵۳.۰۷۴
۱۳۹۷	۱۶۱.۰۳۵	۱۶۴.۵۲۸
۱۳۹۸	۱۱۶.۵۳۶	
۱۳۹۹	۲۱۱.۴۶۶	

پیش‌بینی وقوع یک انقلاب جدید در صنعت موتورسیکلت ایران

ما در صنعت موتورسیکلت ایران شاهد یک انقلاب و تغییر و تحول اساسی از سال ۱۳۸۱ بودیم که نتیجه آن واگذاری این صنعت به «نسل جدید» و البته از «جنس خود» بود. یعنی فروشندگان موتورسیکلت تولیدکننده شدند. اما، این‌بار متفاوت‌تر از گذشته خواهد شد و رقیب جدید این صنعت «علم و دانش» خواهد شد.

اگر به گذشته نه چندان دور رجوع کنیم و به بررسی راهبردها و عاقبت «نوکیا» که باعث شد در بازار خود کمرنگ شود بپردازیم و همچنین اگر روند تکاملی «اپل» و «تسلا» که امروز موفق هستند را درست بررسی کنیم، به این نتیجه خواهیم رسید که اگر یکسری واقعیت‌های جهان امروز را نبینیم، سرگذشت گذشتگان برای آیندگان نیز خواهد بود.

ورود نسل جدید به صنعت موتورسیکلت ایران

از مجموع تجربه‌های دانشگاهی و همچنین فعالیت‌های مستمر طی دو دهه اخیر در صنعت موتورسیکلت ایران، به این نتیجه رسیده‌ام که این صنعت خیلی آهسته و به‌طور غیرملموس و زیرپوستی در حال تغییر و تحول‌های گسترده‌ای است و نتیجه آن به‌روی کار آمدن یک نسل جدید با جنس متفاوت‌تر از اکثریت فعالان فعلی این صنعت خواهد بود.

مهم‌ترین دلایل این پیش‌بینی عبارتند از:

۱- روند تولید و اختراع‌های وسایل‌نقلیه جدید در جهان

۲- الزامات شهری امروز دنیا

۳- پیشرفت علم و تکنولوژی

۴- ورود سازمان‌های بزرگ و صاحب‌نام به حوزه تحقیقات و تولید موتورسیکلت مثل «مپنا»

۵- گسترش شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی

۶- حمایت‌های دستگاه‌های دولتی از جمله «معاونت علمی ریاست جمهوری» از شرکت‌های نوآور و خلاق دانشگاهی

۷- حمایت‌های گسترده از تیم‌های تحقیقاتی نوظهور در جامعه علمی، توسط «پارک‌های فناوری» در سطح کشور

به‌علاوه روند اشتباه عده‌ای از فعالان صنعت موتورسیکلت ایران که همچنان فکر می‌کنند راه درستی را می‌روند، در آینده نزدیک باعث وقوع یک انقلاب جدید در این صنعت خواهد شد که نتیجه آن یک تغییر پارادایم اساسی است که نسل جدیدی را در صنعت موتورسیکلت ایران متولد خواهد کرد. نسلی که به اصول کار تیمی آگاه است، اهل کار گروهی است، از ایده‌های جدید استقبال می‌کند و نه فرار، برای علم ارزش قائل است، تحقیق و پژوهش می‌کند، در عالم رقابت فقط به‌دنبال بهتر کردن خود و متفاوت‌تر کردن محصولات و خدمات مجموعه خود است، از تجربیات نسل‌های قبل بهره می‌برد و ...

مهم‌ترین آثار اتفاقات سال ۱۳۸۱ در صنعت موتورسیکلت ایران

ما در صنعت موتورسیکلت ایران شاهد یک انقلاب و تغییر و تحول اساسی از سال ۱۳۸۱ بودیم که به‌دلیل رقابت‌های منفی و شکسته شدن قیمت‌ها این صنعت به نسل جدید و البته از جنس خود واگذار شد. یعنی فروشندگان موتورسیکلت جای مونتاژکنندگان قبلی را گرفتند و در نتیجه آن‌ها به حاشیه رفتند. طوری که نسل قبل، امروز سرمایه کافی برای رقابت با نسل جدید را ندارد و اگر هم داشته باشد انگیزه رقابت ندارند. حال با توجه به واقعیت‌ها و شواهد، همین موضوع مجدد با چارچوبی دیگر تکرار خواهد شد و شاهد یک انقلاب دیگر با جنس بسیار متفاوت‌تر در این صنعت خواهیم بود که پیش‌بینی می‌شود که نسل امروز توان رقابت با آن را نخواهد داشت.

علم و دانش رقیب جدید صنعت موتورسیکلت ایران

صنعت موتورسیکلت ایران که طی ۵۰ سال گذشته فقط تفکر مونتاژ و فروش داشته است و به اصول بازاریابی علمی توجه نداشت، صنعتی که می‌توانست انتقال تکنولوژی را از همه‌جای دنیا در زمان‌های طلایی که در اختیار داشت به ایران منتقل کند، اما به‌دلیل رقابت‌های داخلی و نگرانی از دست دادن بازار و عقب افتادن از همکاران خود در آمار فروش، در این حوزه فرصت‌های پیشرفت و توسعه را از دست داد. در نتیجه به‌زودی با رقیبی مواجه می‌شود به‌نام «علم و دانش» که دیگر با پول نمی‌تواند آن را به‌دست آورد و با آن رقابت کند، بلکه در خوش‌بینانه‌ترین حالت باید در خدمت علم و دانش باشد و این واقعیتی است که در طول تاریخ برای بسیاری از صنایع اتفاق افتاده و خواهد افتاد.

دلایل این که اکثر نسل امروز میدان را به نسل جدید واگذار خواهند کرد عبارتند از:

۱-علاوه‌براین که طی سالیان متمادی به روند سیاست‌ها و استراتژی‌های خود عادت کرده‌اند، از لحاظ روحی نیز به‌دلیل رقابت‌های منفی و استرس‌های زیاد، خود را خسته کرده‌اند که با افزایش سن عوارض آن نمود پیدا خواهد کرد.

۲- اکثریت این نسل هنوز فکر می‌کند راه درست را طی می‌کنند

۳- هنوز استراتژی عده‌ای حذف رقیب به هر قیمتی است و این راهبرد باعث می‌شود خودزنی کنند و البته سنت‌های الهی که تفکرات منفی و بدخواهی‌ها را بی‌عاقبت می‌کند

۴- اکثریت این صنعت همدیگر را قبول ندارند و همین موضوع باعث می‌شود به یکدیگر آسیب برسانند

۵- مونتاژکنندگان موتورسیکلت به قطعه‌سازان فعال در این صنعت رحم نکردند و برای کمی سود بیشتر واردات را ترجیح داند و البته اختلاف‌های بین این دو قشر مانع رشد هر دوی آن‌ها در دراز مدت خواهد شد

۶- امروز دنیا و روند زندگی در حال تغییر است. فرزندان ما با آموزش‌های مختلف در دوران تحصیل مواجه می‌شوند، طی ساعت‌های شبانه‌روز در فضای مجازی انواع و اقسام مهارت‌ها را یاد می‌گیرند که ممکن است فکر کنند در آن کارها علاقه و استعداد بیشتری دارند و با روحیه آن‌ها بیشتر سازگار است. پس ممکن است از میراث پدری خود فاصله بگیرند. زیرا، جوانان به این موضوع کاملا آگاه هستند که امروزه کسب‌وکارهایی در دنیا شکل گرفته و یا در حال شکل‌گیری است که درآمدهای بسیار زیادی می‌تواند داشته باشد و این تصور که فقط کار شما درآمد خوب دارد را از ذهن خود پاک می‌کنند.

در نهایت بسیاری از تغییر و تحول‌هایی که به آن اشاره شد با انقلاب در تولید باتری‌های جدید و ساخت دستگاه‌های شارژ هویدا خواهد شد. یعنی اگر باتری تولید شود که «ارزان باشد»، « زود شارژ شود و دیر ذخیره آن تمام شود» و «سبک باشد»، در نتیجه نسل جدید در صنعت موتورسیکلت گوی سبقت را از نسل امروزی خواهد گرفت.

■ چرا در ایران عده‌ای ساخت موتورسیکلت برقی را آسان می‌دانند!

عدم آگاهی به مباحث «هوش مصنوعی»، «اینترنت اشیاء»، «شهر هوشمند» و «فناوری اطلاعات و ارتباطات» که پایه و اساس برنامه‌ریزی‌های شهری آینده و تولید خودروهای پیشرفته است، باعث می‌شود عده‌ای در ایران بگویند ساخت موتورسیکلت برقی کاری ندارد.

وقتی در جامعه‌ای زندگی می‌کنیم که هر فردی این اجازه را به خود می‌دهد که از لقب مهندس برای خود و دیگران استفاده کند، نتیجه‌اش این است که عده‌ای ساخت موتورسیکلت برقی را مانند اسباب بازی کودکان که فقط راه می‌رود می‌بینند و نظر می‌دهند. اما، برای اینکه بدانیم در طراحی و ساخت یک موتورسیکلت برقی پیشرفته باید چه مولفه‌هایی را در نظر بگیریم، در ادامه توضیحات مختصری را ارائه کرده‌ام که توجه شما خوانندگان گرامی را به آن جلب می کنم.

تا چند سال پیش وقتی صحبت از ساخت یک محصول جدید می‌شد بیشتر توجه طراحان به اصول ارگونومی[1] معطوف می‌شد. اما، امروز کار طراحان حرفه‌ای از این فراتر رفته است و باید در طراحی محصول به موارد و نکات بسیار زیادی توجه کنند. زیرا، با افزایش جمعیت جهان، حکومت‌ها در ارتباط با تأمین نیازهای شهروندان خود و در عین حال جلوگیری از تخریب محیط‌زیست و سیاست‌های مدیریتی برای جلوگیری از بروز مشکلات بهداشتی، کاهش تراکم ترافیکی، کاهش ارتکاب جرم و ... با چالش‌هایی روبرو هستند که بسیاری از این مسائل را می‌توان با استفاده از فناوری اینترنت اشیا[2] مبتنی بر قابلیت هوش مصنوعی[3] حل کرد. قابل ذکر است که ادغام تکنولوژی‌های پیشرفته از جمله اینترنت اشیاء و فناوری اطلاعات و ارتباطات[4] می‌تواند زندگی روزمره مردم را راحت‌تر و ایمن‌تر کند که این امر باعث ایجاد مفهوم شهر هوشمند[5] شده است. یک شهر هوشمند شهری است که با استفاده از اطلاعات و فناوری‌های مختلف می‌تواند کیفیت و عملکرد خدمات شهری (مانند انرژی و حمل‌ونقل) را ارتقا بخشد که این کار باعث کاهش مصرف منابع و صرفه‌جویی می‌شود.

در واقع امروزه برای ایجاد یک زندگی راحت و امن برای شهروندان، نیاز به یک شهر هوشمند است و این موضوع بدون حکومت‌داری هوشمند میسر نیست و نیاز حکومت‌داری هوشمند نیز استفاده از اطلاعات و فناورهای جدید است تا بتواند بین شهروندان و دولت ارتباط به موقع برقرار کرده

1-Ergonomics
2-IOT
3-Artificial
4-Intelligence
5-ICT

و در تصمیم گیری‌ها با توجه به نیازهای مردم خوب عمل کند. در نتیجه یکی از این نیازهای حکومت به حوزه حمل‌ونقل مرتبط می‌شود. ارتباط برقرار کردن وسایل‌نقلیه جدید از طریق هوش مصنوعی و سنسورهای به کار رفته در (موتورسیکلت‌ها، دوچرخه‌ها و خودروها) با سنسورها و فناورهای دیگری که در (خیابان‌ها و جاده‌ها) قرار گرفته‌اند، برای تجزیه‌وتحلیل اطلاعات بسیار مهم است تا کنترل و مدیریت هوشمند ترافیک، پیدا کردن پارکینگ‌های هوشمند، ایجاد پلیس هوشمند، روشنایی هوشمند معابر، کاهش تصادف‌ها و... عملیاتی شوند. ازاین‌رو، یکی از موارد مهم در طراحی و ساخت تولیدات جدید استفاده از فناوری‌های نوین برای بالا بردن ایمنی و زندگی راحت انسان است. در نهایت از مهم‌ترین نتایج یک شهر هوشمند به‌واسطه تولیدات پیشرفته نجات محیط زیست، کاهش هزینه‌های انرژی و درآمدزایی بیشتر برای شهروندان است.

آمادگی مجموعه خبری موتورسیکلت نیوز و نشریه صنعت موتورسیکلت برای انتقال تجربه و کمک به دانشگاه‌ها

محمدعلی نژادیان: چند سالی است که دانشگاه‌ها به طراحی و تولید موتورسیکلت علاقه‌مند شده‌اند و نمونه‌های خوبی توسط دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین، دانشگاه صنعتی شریف، دانشگاه امیرکبیر و دیگر دانشگاه‌های ایران تولید شده است. اما، به چند دلیل مهم نتوانستند در تجاری سازی این موتورسیکلت‌های برقی موفق باشند:

۱- عدم آشنا بودن به بازار و صنعت موتورسیکلت ایران

۲- عدم استقبال مردم از موتورسیکلت‌های برقی به دلیل کیفیت پایین این محصولات که عمدتا از چین وارد می‌شود

۳- نبود زیرساخت‌های شهری برای شارژ

۴- عدم حمایت و سرمایه‌گذاری بر روی موتورسیکلت‌هایی که توسط دانشگاه‌ها ساخته شده است

اینجانب اعلام می‌کنم با توجه به این‌که حدود ۲۱ سال در صنعت موتورسیکلت ایران مدیر و مشاور فروش بوده‌ام و یک کارخانه را راه‌اندازی کرده‌ام، حاضر هستم به همه دانشگاه‌ها درباره این صنعت مشاوره داده و هر کاری که از دستم بر بیاید برای شرکت‌های دانش بنیان انجام دهم.

مسیر پیشرفت صنعت موتورسیکلت از شرکت‌های دانش‌بنیان و دانشگاه می‌گذرد

افرادی که مرتب می‌گویند دولت باید حمایت کند تا پیشرفت کنیم، اگر بهانه نباشد پس نتیجه می‌گیریم که نسخه اشتباهی برای خود و دیگران پیچیده‌اند. زیرا تجربه ثابت کرده است که تنها راه پیشرفت صنایع ایران تکیه به علم و تخصص نخبگان است.

طی ۴۰ سال گذشته هر صنعتی به نخبگان کشور اعتماد و تکیه کرد، پیشرفت چشم‌گیری را در آن حوزه شاهد بودیم. همین دیروز از پیشرفت فناوری کوانتمی رونمایی شد و ایران در حال حاضر جزو شش کشوری هست که به این فناوری مهم دست پیدا کرده است. پس «خواستنی» که با «دانستن» همراه باشد باعث «توانستن» می‌شود.

این که در جامعه سوال می‌شود، چرا صنعت موتورسیکلت طی پنجاه سال هنوز به خودکفایی نرسیده است؟ چند پاسخ دارد:

۱- دولت‌ها به‌دلایل مختلف با وجود موتورسیکلت مخالف بوده‌اند. از جمله سازمان حفاظت محیط زیست و مجموعه‌ی پلیس طی دوران مختلف اگر جایی مورد ماخذه قرار گرفتند معمولا تقصیرهای آلودگی هوا و ترافیک را به گردن موتورسیکلت‌ها انداخته‌اند.

۲- نگاه مونتاژکنندگان موتورسیکلت برای پیشرفت به دولت‌ها بوده است و نه به نخبگان ایران.

۳- وجود همیشگی رقابت‌های منفی در صنعت موتورسیکلت.

۴- نهادینه شدن تفکر بازرگانی به‌جای تفکر تولیدی در صنعت موتورسیکلت آسیب‌های بسیاری را به بدنه این صنعت و قطعه‌سازان وارد کرده است. متاسفانه به‌جای این که شرکت‌ها به‌دنبال برتری در تولید داخل و کسب فناوری باشند و به دستاوردهای ساخت داخل خود افتخار کنند هنوز در تعداد فروش بیشتر با یکدیگر مسابقه دارند.

قابل ذکر است که دلیل این موضوع این است که مونتاژکنندگان فعلی موتورسیکلت در کشور اکثرا فروشنده موتورسیکلت بوده‌اند و شاید اگر از ابتدا تولیدکننده بودند، وضعیت امروز صنعت موتورسیکلت از سمت مونتاژ به تولید پیشرفت بیشتری کرده بود. البته در حال حاضر مونتاژکنندگان می‌گویند برای خودکفایی در حال تلاش هستیم و این جای امیدواری دارد. اما به شرطی که مسیر خودکفایی را اشتباهی طی نکنند و در حد شعار باقی نماند.

مونتاژکنندگان در هر صنعتی تا زمانی که دانش علمی و محیط زیستی خود را افزایش ندهند نمی‌توانند پیشرفت خوبی داشته باشند. اگر امروز صنعتگران ایران به فکر جان هموطنان خود بودند و برای حفظ ایمنی

بیشتر با هم رقابت کردند جای امیدواری است. اما، تا زمانی که تفکر فروش بیشتر باشد نتیجه‌اش این است که باید برروی قیمت مانور دهند و این یعنی ممکن است از کیفیت محصولات خود بکاهند.

این که فقط ادعای تمدن ۲۵۰۰ ساله داشته باشیم و به خود افتخار کنیم که هویت ایرانی-اسلامی داریم کافی نیست. زیرا، زمانی می‌توانیم چنین ادعاهای بزرگی را داشته باشیم که علاوه‌بر اینکه به فکر جان و مال مردم ایران هستیم بلکه برای جان و مال همه مردم جهان نیز ارزش قائل باشیم. در نتیجه وقتی چنین دیدگاهی داشتیم به فکر تولید محصول باکیفیت و پیشرفت و توسعه خواهیم بود تا علاوه بر تولید ناب به یک صادرکننده باانصاف نیز در منطقه خاورمیانه معرفی شویم.

وقتی نام کشوری آورده می‌شود در کنارش اولین چیزی که به اذهان خطور می‌کند مهم است. به فرض وقتی نام محصولات ژاپنی را می‌شنویم به‌دنبال آن «کیفیت» در ذهن‌ها نقش می‌بندد، وقتی نام محصولات آلمانی را می‌شنویم بلافاصله «قدرت» در ذهن‌ها نقش می‌بندد. پس حداقل کاری کنیم که وقتی نام ایران شنیده می‌شود مردم دنیا «انصاف» را به یاد بیاورند. اگر این ملاک ما شد در نتیجه محصول باکیفیت طراحی و تولید خواهیم کرد.

■ رقابت چگونه باید باشد؟

در رقابت‌های صنفی باید این اصل را در نظر بگیریم که عراق نیز یک روز برای ایران تهدید بود و امروز فرصت است و آن چیزی که باعث این اتفاق شد، تمرکز بر منافع مشترک بود. امروز صنعت موتورسیکلت در حال عبور از یک پیچ تاریخی است و اگر فعالان این صنعت به موضوع تغییرات جدید توجه نکنند، دچار ضررهای سنگینی خواهند شد.

در گذشته افراد برای پیشرفت از شهرستان‌ها به تهران مهاجرت کردند. اما، امروز مهاجرت اصلی از تفکر سنتی به تفکر علمی است، امروز مهاجرت اصلی از فضای کسب‌وکار سنتی به فضای کسب‌وکار جدید است، امروز مهاجرت اصلی از فروشگاه‌های فیزیکی به فروشگاه‌های مجازی و اقتصاد دیجیتال است.

طی سالیان گذشته به‌دلیل این که حاشیه سود در این صنعت مناسب بود، درنتیجه همه تفکر به افزایش مونتاژ و فروش متمرکز بود. حتی در قبل از دهه ۸۰، شرکت‌ها می‌توانستند بدون سرمایه خاصی و فقط با یک خط تولید شروع به کار کنند. زیرا، در قدیم شرکت‌ها بدون داشتن استانداردها و سخت گیری‌های امروز یک کارخانه را تاسیس و شروع به فعالیت می‌کردند و با یک آگهی پیش‌فروش در مطبوعات سرمایه خود را از طریق مردم تامین می‌کردند. اما، از این به بعد برای صنعت موتورسیکلت ایران معنی فعالیت‌های علمی، تحقیقاتی، بازاریابی و تبلیغاتی بیشتر نمایان خواهد شد.

مردم با چیزی که مرتب آن را می‌بینند، بیشتر ارتباط برقرار می‌کنند. شاید بعضی شرکت‌ها بگویند ما به اندازه ظرفیت خود فروش داریم ولی چند سال دیگر در اوج ناباوری خواهند دید شرکت‌های جدیدی که به اصول بازاریابی، تبلیغات و تحقیق و توسعه توجه بیشتری داشتند، یکدفعه از آن‌ها سبقت می‌گیرند.

یکی دیگر از مشکلات این صنعت رقابت‌های منفی است. البته رقابت اگر در چارچوب معنی واقعی آن رخ دهد، قطعا باعث ایجاد انگیزه و پیشرفت می‌شود، اما اگر بر اساس حسادت و خودبینی باشد نتیجه‌ای جز تخریب و ناامنی در پی نخواهد داشت. البته رقابت منفی فقط مخصوص صنعت موتورسیکلت ایران نیست، از قابیل و هابیل فرزندان حضرت آدم علیه‌السلام تا به امروز انسان در معرض امتحان انصاف به‌واسطه همین رقابت‌های به ظاهر ساده بوده است و هر جا که تضاد منافع یا منافع مشترک وجود داشته باشد، احتمال بی‌انصافی‌ها نیز بیشتر می‌شود. اما، هیچ گزینه ای در دراز مدت مانند همکاری باعث موفقیت ماندگار نمی‌شود. یادمان نرود که همه چیز در این دنیا خلاصه نمی‌شود و معادی در پیش داریم که انصاف ما در ترازوی عدل الهی سنجیده خواهد شد.

به‌طور طبیعی افراد و کشورهایی که منافع مشترک دارند، همیشه در طول تاریخ با هم جنگیده‌اند و مسلمان، یهودی، مسیحی و لائیک هم ندارد. در واقع کشورهایی که در یک منطقه جغرافیایی هستند یا مرزمشترک دارند، ضمن این که می توانند سود متقابل به هم برسانند، همزمان می‌توانند تهدید جدی برای یکدیگر باشند. مانند کره جنوبی و کره شمالی که سال‌هاست با هم نمی‌سازند یا یمن و عربستان امروز و عراق و ایران دیروز.

همچنین دولت علاوه بر حمایت از این صنعت و صنایع دیگر باید با کنترل و برنامه ریزی و تدوین قوانین خاص در امر تولید از رقابتی شدن به گونه ای که باعث تباهی صنایع گردد جلوگیری نماید تا دیگر شاهد وضعیت بحرانی و شکستن قیمت‌ها مانند سال ۱۳۸۱ در صنعت موتورسیکلت نباشیم.

در اینجا باید اشاره کرد که در بازی حیات مهم‌ترین موضوع این است که حریف منصف و درستی باشیم. این حتی از برنده شدن مهم‌تر است. مفهوم واقعی در رقابت این نیست که حریف را قلع و قمع کرده و از میدان بدر کنیم. بلکه رقابت باید به‌صورتی انجام شود که زندگی تمام شرکت‌کنندگان را بهبود بخشد. رقابت یک اصل دارد و باید برای همه نافع باشد و شرکت‌کنندگان را ترغیب به سعی و کوشش بیشتر نماید. این اصل واقعی رقابت است که اگر به‌صورت صحیح اعمال شود می‌تواند نیرویی مولد و خلاق شود. هدف واقعی رقابت یعنی تقویت توانایی‌ها و خلاقیت‌ها. رقابت باید به‌صورتی اعمال شود که نتیجه آن برای مصرف‌کننده این باشد که کیفیت محصول بهبود پیدا کند.

MOTORCYCLE REGISTRATIONS IN LARGEST MARKETS
ONLY ELECTRIC MODELS

Period	France	%*	Germany	%*	Italy	%*	Spain	%*	UK	%*	Total	%*
2020 - January	227	99.1%	62	14.8%	134	306.1%	155	55.0%	36	350.0%	614	98.7%
2020 - February	246	11.3%	109	-60.9%	164	9.3%	520	268.8%	30	650.0%	1,069	34.5%
2020 - March	180	-26.8%	155	-9.9%	110	66.7%	609	143.6%	75	102.7%	1,129	46.4%
2020 - April	80	-61.9%	153	-22.7%	12	-90.0%	273	264.0%	19	-32.1%	537	-14.9%
2020 - May	243	24.0%	212	24.7%	697	327.6%	1,426	1597.6%	23	-14.8%	2,601	306.4%
2020 - June	364	119.3%	354	164.2%	234	72.1%	264	-77.5%	76	16.9%	1,292	-22.7%
2020 - July	361	53.0%	367	48.6%	290	48.0%	1,190	18.2%	115	101.8%	2,323	33.3%
2020 - August	306	70.0%	327	135.3%	856	664.3%	243	242.3%	109	122.4%	1,841	234.1%
2020 - September	424	30.1%	264	104.7%	1,497	679.7%	438	280.9%	126	260.0%	2,749	244.9%
2020 - October	363	54.5%	237	154.8%	569	159.8%	288	-49.0%	131	101.5%	1,588	34.9%
2020 -November	260	39.8%	188	317.8%	816	451.4%	264	-84.9%	89	-1.1%	1,617	-27.1%
2020 - December	282	17.0%	174	411.8%	228	76.7%	472	-4.5%	104	73.3%	1,260	31.5%
2020 - Jan - March	**653**	**12.4%**	**326**	**-35.4%**	**408**	**63.9%**	**1,284**	**161.5%**	**141**	**187.8%**	**2,812**	**50.0%**
2020 - Jan - June	**1,340**	**16.2%**	**1,045**	**3.8%**	**1,351**	**102.2%**	**3,247**	**78.3%**	**259**	**53.3%**	**7,242**	**50.3%**
2020 - Jan - Sept	**2,431**	**28.3%**	**2,003**	**31.6%**	**3,994**	**242.0%**	**5,118**	**69.8%**	**609**	**96.5%**	**14,155**	**79.0%**
2020 - All year	**3,336**	**30.5%**	**2,602**	**53.6%**	**5,607**	**237.0%**	**6,142**	**5.5%**	**933**	**77.7%**	**18,620**	**51.8%**
2021 - January	183	-19.4%	83	33.9%	197	47.0%	211	36.1%	164	355.6%	838	36.5%
2021 - February	341	38.6%	143	31.2%	324	97.6%	262	-49.6%	94	213.3%	1,164	8.9%
2021 - March	331	83.9%	388	150.3%	486	341.8%	687	12.8%	296	294.7%	2,188	93.8%
2021 - Jan - March	**855**	**30.9%**	**614**	**88.3%**	**1,007**	**146.8%**	**1,160**	**-9.7%**	**554**	**292.9%**	**4,190**	**49.0%**

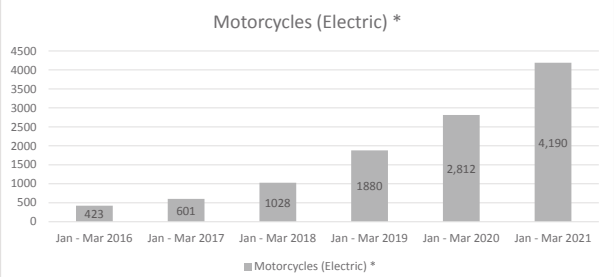
% change is related to the same period of the previous year
Note 1 - Motorcycle figures include Two-wheel motorcycles (L3e category) as well as two-wheel motorcycles with sidecar (L4e category) and tricycles (L5e category)

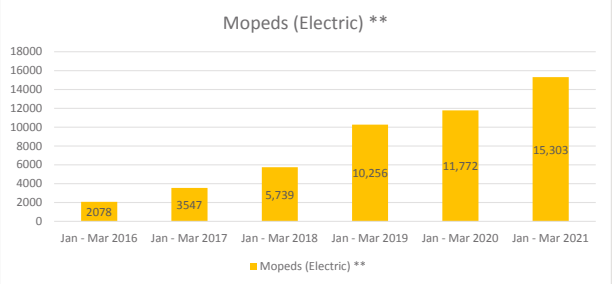
MOPED REGISTRATIONS IN LARGEST MARKETS
ONLY ELECTRIC MODELS

Period	Belgium	%*	France	%*	Germany	%*	Italy	%*	Netherlands	%*	Spain	%*	Total	%*
2020 - January	881	-4.7%	770	-22.9%	-	-	1,080	445.5%	1,046	57.8%	895	93.3%	4,672	43.9%
2020 - February	953	17.7%	816	-32.3%	-	-	632	259.1%	877	23.3%	850	78.6%	4,128	22.2%
2020 - March	887	19.4%	576	-62.2%	-	-	112	-21.7%	754	-36.2%	643	180.8%	2,972	-22.2%
2020 - April	636	-50.7%	276	-67.8%	-	-	15	-95.3%	1,205	3.0%	35	-90.4%	2,167	-45.8%
2020 - May	1,286	-28.1%	773	-32.1%	-	-	257	8.0%	1,541	24.2%	302	35.4%	4,159	-10.2%
2020 - June	1,878	-16.5%	1,204	-27.3%	-	-	427	10.3%	2,315	82.9%	699	25.9%	6,523	6.7%
2020 - July	1,725	-8.2%	1,409	-22.1%	-	-	485	55.9%	2,620	85.4%	1,721	107.3%	7,960	27.5%
2020 - August	1,648	16.1%	856	0.8%	-	-	250	138.1%	2,208	91.2%	1,840	651.0%	6,802	80.3%
2020 - September	1,411	-10.3%	1,094	-13.4%	-	-	433	200.7%	2,466	112.0%	490	-39.8%	5,894	18.9%
2020 - October	1,231	-7.8%	1,085	-10.6%	-	-	336	89.8%	1,668	86.8%	516	123.4%	4,836	25.6%
2020 -November	923	-10.6%	877	27.3%	-	-	481	-8.6%	1,940	135.2%	230	-44.2%	4,451	27.8%
2020 - December	935	-1.8%	1,150	75.0%	-	-	545	-54.3%	1,087	6.4%	288	-61.4%	4,005	-12.4%
2020 - Jan - March	**2,721**	**9.9%**	**2,162**	**-42.0%**	**-**	**-**	**1,824**	**252.8%**	**2,677**	**4.7%**	**2,388**	**104.5%**	**11,772**	**12.7%**
2020 - Jan - June	**6,521**	**-16.5%**	**4,415**	**-40.1%**	**-**	**-**	**2,523**	**73.0%**	**7,738**	**24.1%**	**3,424**	**48.2%**	**24,621**	**-2.2%**
2020 - Jan - Sept	**11,305**	**-10.8%**	**7,774**	**-31.2%**	**-**	**-**	**3,691**	**82.9%**	**15,032**	**50.9%**	**7,475**	**78.0%**	**45,277**	**12.7%**
2020 - All year	**14,394**	**-10.0%**	**10,886**	**-21.4%**	**-**	**-**	**5,053**	**29.1%**	**19,727**	**55.3%**	**8,509**	**52.2%**	**58,569**	**12.5%**
2021 - January	893	1.4%	735	-4.5%	-	-	272	-74.8%	1,761	68.4%	200	-77.7%	3,861	-17.4%
2021 - February	1,025	7.6%	1,103	35.2%	-	-	295	-53.3%	1,799	105.1%	253	-70.2%	4,475	8.4%
2021 - March	1,443	62.7%	2,206	283.0%	-	-	369	229.5%	2,501	231.7%	448	-30.3%	6,967	134.4%
2021 - Jan - March	**3,361**	**23.5%**	**4,044**	**87.0%**	**-**	**-**	**936**	**-48.7%**	**6,061**	**126.4%**	**901**	**-62.3%**	**15,303**	**30.0%**

* % change is related to the same period of the previous year
Note 1 - Moped figures include L1eB vehicles (two-wheel mopeds) as well as L2e vehicles (three-wheel mopeds).
For some countries, depending on their administrative practices, they may also include L1e-A vehicles (powered-cycles).

Note 2 - France, The Netherlands, Germany, Italy, Belgium and Spain account for about f80% of moped new registrations in the EU + UK block.





MOPED REGISTRATIONS IN LARGEST MARKETS
INTERNAL COMBUSTION ENGINE + ELECTRIC VEHICLES

Period	Belgium	%*	France	%*	Germany	%*	Italy	%*	Netherlands	%*	Spain	%*	Total	%*
2020 - January	1,688	53.0%	5,876	13.7%	1,241	76.8%	2,159	76.0%	4,472	12.9%	2,018	28.4%	17,454	22.6%
2020 - February	1,752	12.6%	5,500	-4.9%	1,997	15.6%	1,810	57.9%	3,898	-0.4%	1,776	38.4%	16,733	8.6%
2020 - March	1,469	-3.8%	3,526	-49.9%	1,526	-43.6%	589	-59.9%	4,029	-23.6%	1,152	-5.5%	12,291	-36.1%
2020 - April	956	-57.9%	1,499	-78.4%	1,471	-53.4%	55	-96.9%	5,788	8.6%	239	-82.3%	10,008	-51.9%
2020 - May	2,354	-16.4%	7,419	0.6%	2,522	-17.7%	1,410	-25.6%	8,293	30.9%	1,036	-26.4%	23,034	0.6%
2020 - June	3,690	9.6%	12,484	39.8%	2,530	-22.6%	2,646	11.3%	9,847	51.5%	1,936	6.6%	33,133	26.2%
2020 - July	3,232	4.8%	13,092	13.0%	2,414	-14.5%	3,352	20.1%	9,959	38.0%	3,573	50.2%	35,622	19.2%
2020 - August	3,107	23.5%	9,427	13.2%	2,181	29.5%	1,618	31.0%	9,349	46.7%	3,139	133.2%	28,821	34.2%
2020 - September	2,937	8.4%	11,319	23.6%	2,661	38.2%	2,414	30.0%	8,538	54.1%	1,907	-3.2%	29,776	28.6%
2020 - October	2,470	5.6%	10,188	17.1%	2,124	13.4%	1,980	22.6%	6,786	46.6%	1,995	34.8%	25,543	23.8%
2020 -November	2,098	22.3%	6,431	9.4%	1,666	6.5%	1,588	13.2%	5,668	40.2%	1,339	-11.6%	18,790	16.6%
2020 - December	2,851	77.4%	11,831	92.3%	1,593	116.7%	1,749	-25.7%	8,105	131.4%	2,507	33.4%	28,636	76.4%
2020 - Jan - March	**4,909**	**4.8%**	**14,902**	**-17.2%**	**4,764**	**-7.2%**	**4,558**	**18.6%**	**12,399**	**-5.7%**	**4,946**	**21.4%**	**46,478**	**-4.9%**
2020 - Jan - June	**11,909**	**-9.4%**	**36,304**	**-11.9%**	**11,287**	**-22.8%**	**8,669**	**-12.3%**	**36,327**	**16.0%**	**8,157**	**-5.6%**	**112,653**	**-5.2%**
2020 - Jan - Sept	**21,185**	**-1.2%**	**70,142**	**-0.2%**	**18,543**	**-11.9%**	**16,053**	**1.8%**	**64,173**	**27.2%**	**16,776**	**17.0%**	**206,872**	**7.0%**
2020 - All year	**28,604**	**5.5%**	**98,592**	**8.3%**	**23,926**	**-5.2%**	**21,370**	**1.1%**	**84,732**	**35.3%**	**22,617**	**17.7%**	**279,841**	**13.6%**
2021 - January	1,483	-12.1%	5,551	-5.5%	1,253	1.0%	1,205	-44.2%	4,370	-2.3%	854	-57.7%	14,716	-15.7%
2021 - February	1,813	3.5%	6,462	17.5%	1,820	-8.9%	1,368	-24.4%	4,210	8.0%	1,104	-37.8%	16,777	0.3%
2021 - March	2,434	65.7%	9,190	160.6%	2,723	78.4%	1,673	184.0%	7,423	84.2%	1,599	38.8%	25,042	103.7%
2021 - Jan - March	**5,730**	**16.7%**	**21,203**	**42.3%**	**5,796**	**21.7%**	**4,246**	**-6.8%**	**16,003**	**29.1%**	**3,557**	**-28.1%**	**56,535**	**21.6%**

* % change is related to the same period of the previous year
Note 1 - Moped figures include L1eB vehicles (two-wheel mopeds) as well as L2e vehicles (three-wheel mopeds).
For some countries, depending on their administrative practices, they may also include L1e-A vehicles (powered-cycles).
Note 2 - France, The Netherlands, Germany, Italy, Belgium and Spain account for about 80% of moped new registrations in the EU + UK block.

MOTORCYCLE REGISTRATIONS IN LARGEST MARKETS
INTERNAL COMBUSTION ENGINE + ELECTRIC VEHICLES

Period	France	%*	Germany	%*	Italy	%*	Spain	%*	UK	%*	Total	%*
2020 - January	12,837	23.7%	6,819	55.5%	14,356	5.6%	12,535	11.6%	5,748	2.4%	52,295	15.7%
2020 - February	15,602	21.9%	13,377	6.0%	18,144	11.8%	12,993	19.3%	4,280	3.2%	64,396	13.6%
2020 - March	10,400	-50.1%	23,063	-16.0%	8,520	-66.1%	8,108	-46.5%	12,565	-22.2%	62,656	-40.2%
2020 - April	3,666	-83.2%	17,754	-26.0%	811	-97.0%	825	-94.4%	1,480	-84.0%	24,536	-74.6%
2020 - May	18,677	-15.7%	24,664	23.1%	25,672	-10.3%	10,023	-43.7%	5,018	-51.7%	84,054	-15.1%
2020 - June	29,911	35.4%	25,957	48.5%	39,088	37.2%	20,817	10.2%	12,619	13.5%	128,392	30.9%
2020 - July	29,435	32.3%	30,210	54.7%	36,885	24.7%	24,191	16.8%	13,205	41.5%	133,926	32.1%
2020 - August	15,607	17.5%	23,277	59.1%	16,667	42.7%	13,893	17.4%	8,423	31.8%	77,867	34.7%
2020 - September	19,024	15.7%	18,393	65.3%	23,611	29.9%	15,822	3.6%	13,486	10.5%	90,336	23.4%
2020 - October	15,060	-4.1%	12,774	57.3%	15,681	-14.3%	13,407	-18.1%	7,958	21.6%	64,880	-0.2%
2020 -November	8,307	-21.5%	10,346	134.7%	10,941	19.5%	10,815	-18.8%	5,445	-1.8%	45,854	6.6%
2020 - December	12,705	34.5%	13,670	369.8%	7,651	24.4%	12,773	18.2%	7,111	54.7%	53,910	59.0%
2020 - Jan - March	**38,839**	**-11.8%**	**43,259**	**-2.7%**	**41,020**	**-25.4%**	**33,636**	**-9.7%**	**22,593**	**-12.8%**	**179,347**	**-13.2%**
2020 - Jan - June	**91,093**	**-17.2%**	**111,634**	**5.3%**	**106,591**	**-23.3%**	**65,301**	**-26.4%**	**41,710**	**-26.4%**	**416,329**	**-16.8%**
2020 - Jan - Sept	**155,159**	**-4.2%**	**183,514**	**21.3%**	**183,754**	**-7.4%**	**119,207**	**-12.7%**	**76,824**	**-9.2%**	**718,458**	**-2.0%**
2020 - All year	**191,231**	**-3.3%**	**220,304**	**32.2%**	**218,027**	**-6.0%**	**156,202**	**-11.8%**	**97,338**	**-3.9%**	**883,102**	**1.0%**
2021 - January	10,185	-20.7%	2,978	-56.3%	12,285	-14.4%	7,801	-37.8%	3,482	-39.4%	36,731	-29.8%
2021 - February	13,476	-13.6%	10,545	-21.2%	19,231	6.0%	10,287	-20.8%	2,586	-39.6%	56,125	-12.8%
2021 - March	21,030	102.2%	27,971	21.3%	28,916	239.4%	15,369	89.6%	11,714	-6.8%	105,000	67.6%
2021 - Jan - March	**44,691**	**15.1%**	**41,494**	**-4.1%**	**60,432**	**47.3%**	**33,457**	**-0.5%**	**17,782**	**-21.3%**	**197,856**	**10.3%**

* % change is related to the same period of the previous year

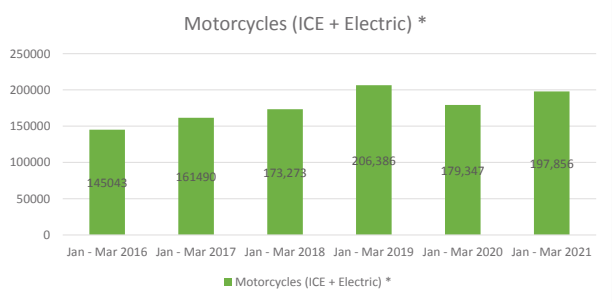
Note 1 - Motorcycle figures include Two-wheel motorcycles (L3e category) as well as two-wheel motorcycles with sidecar (L4e category) and tricycles (L5e category)

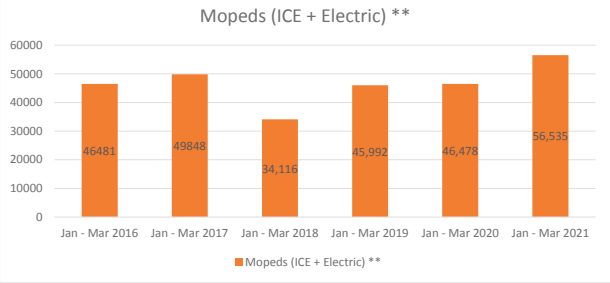
Note 2 - Italy, France, Germany, Spain and UK account for about 80% of motorcycle new registrations in the EU + UK block.

CUMULATIVE NEW REGISTRATIONS OF MOTORCYCLES AND MOPEDS
INTERNAL COMBUSTION ENGINE + ELECTRIC VEHICLES

L-cat. Vehicle	Jan - Mar 2016	Jan - Mar 2017	Jan - Mar 2018	Jan - Mar 2019	Jan - Mar 2020
Motorcycles (ICE + Electric) *	145043	161490	173,273	206,386	179,347
Mopeds (ICE + Electric) **	46481	49848	34,116	45,992	46,478
Motorcycles (Electric) *	423	601	1028	1880	2,812
Mopeds (Electric) **	2078	3547	5,739	10,256	11,772

**Figures for France, Germany, Italy, Spain and the UK.*
*** Figures for Belgium, France, Germany, Italy, The Netherlands and the UK.*





Registrations of PTWs in largest European markets continue to raise in the first 3 months of 2021

In the first three months of 2021, registrations of new motorcycles in five of the largest European markets (i.e. France, Germany, Italy, Spain and UK) showed an increase of 10.3% (197,856 units), compared to the same period of 2020. March's strong results (+67.6%) managed to offset the negative trend shown in the first two months of the year (-29.8% in January and -12.8% in February).

The registration trends in the motorcycle segment vary considerably across the countries. Some as Italy (+47.3%) and France (+15.1%) registered substantial increases, while others such as the UK (-21.3%), Germany (-4.1%) and Spain (-0.5%) still lag behind 2020 figures. This is linked to the different form of lockdowns imposed across European countries in 2020, and to the fact that last year's basis for comparison in some cases was exceptionally low.

The moped segment performed slightly better. In the six largest European moped markets (i.e. Belgium, France, Germany, Italy, the Netherlands and Spain), moped registrations reached 56,535 units, which represents an increase of 21.6% in comparison to last year's figures.

Quote

Commenting on the current situation of the sector, Antonio Perlot, ACEM Secretary General, said:

"The registration figures for the first quarter of 2021 show that the sector continues to recover from the C-19 crisis, although at a different pace across Europe".

"It would not be fully accurate to compare this year's figures with the ones from 2020 since last year, a large number of dealerships were closed and several European economies were under lockdown".

"If we look at 2019, arguably a more normal year, 2021 motorcycle registrations are still behind (-4.14%), whilst moped registrations show a substantial increase (+19%).

"This shows that whilst uncertainties persist for European economies, at the same time the market is reactive. The attractiveness and convenience of powered two-wheelers for urban and peri-urban commuting, within a sanitary context in which public transportation has not been deemed a safe option, is confirmed. Also, more and more consumers are opting for motorcycling when it comes to safe leisure activities, such as touring closer to home"[1]

1- Registrations of PTWs in largest European markets continue to raise in the first 3 months of 2021ACEM, 4 May 2021
https://www.acem.eu

next six years.

In the field of research and development, including the system and capability for the development of digital technologies which needs to be further strengthened, we will take necessary measures, including alliances, as quickly as possible.

Moreover, we also will take proactive measures to build a strong value chain from the perspective of electrification.

4. Preparations for the future

I believe that **the "unique characteristics of Honda" are represented by the "value we derive by thinking through the very essence of things"** and our **"originality."** Honda is a company with a group of individuals who have the strong desire to be original. We value people's dreams and continue taking on challenges toward ambitious targets. In so doing, we want to be a company that will always pursue the very essence of things and originality.

As of last fiscal year, we enabled Honda R&D to focus on the research of advanced technologies, and we are conducting research on leading-edge environmental and safety technologies for the realization of a society that aims for zero environmental impact and a collision-free society. Also, we are making progress with **research on technologies which will expand mobility into the 3rd and 4th dimensions, into the skies, the ocean, outer space and the area of robotics.** We will **strengthen our original research of technologies by ensuring optimal allocation of resources into the area of advanced and cutting-edge technologies.**

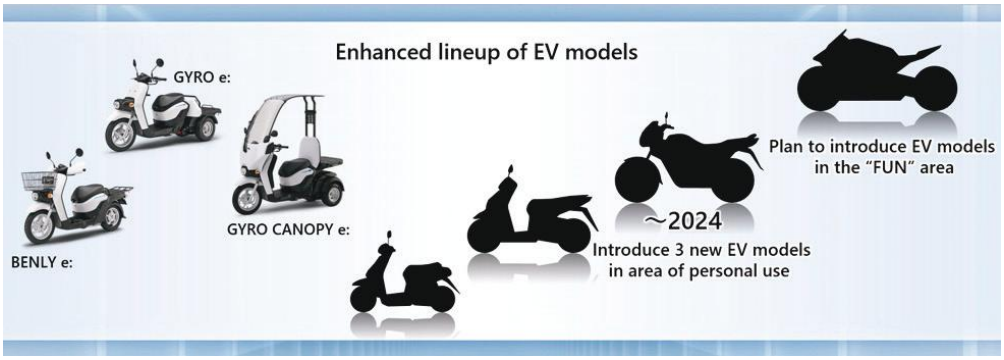
Moreover, in order to actively create and deliver new value for our customers, we have started the **"New Business Creation Program"** where the dreams and ideas of Honda associates become the starting point of each project.

<Closing>

My hope is to hear people saying, "We are glad Honda exists" or "Honda will definitely do it." Honda wants to continue to be a company that people want to exist. That is what we want to achieve.

To this end, we will establish a business structure which has resilience against changes in our business environment and speedily implement large-scale action plans. We will continue to work aggressively, while always asking ourselves what it means to maintain the unique characteristics of Honda, which is to pursue the very essence of things and to be original.[1]

1- Mibe, Toshihiro (2021), Summary of Honda Global CEO Inaugural Press Conference, Honda, April 23, 2021, Japan: https://global.honda/newsroom/news/2021/c210423eng.html



1-4. Fuel cell

Hydrogen is expected to be popularized as a renewable energy source. Honda has a long history of researching, developing and commercializing FC technologies.
While continuing our collaboration with GM, Honda will strive to reduce costs and realize a "hydrogen society" by expanding our lineup of FCVs and also by **using FC systems for a wide range of applications, including commercial trucks as well as both stationary and movable power sources.**

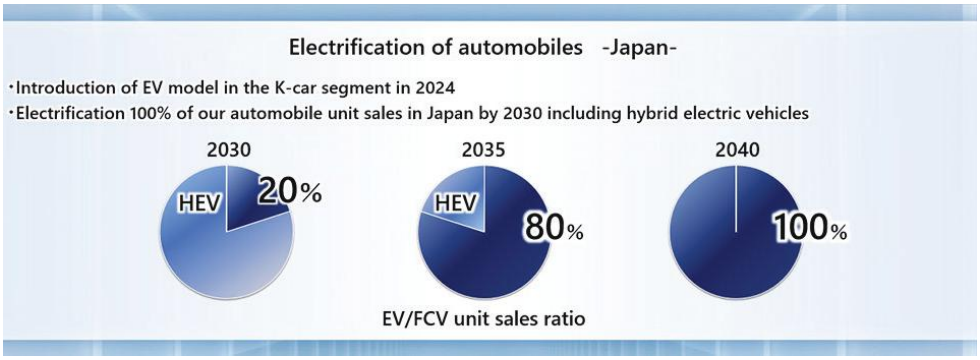
2. Safety Initiatives

Honda will strive for **zero traffic collision fatalities involving Honda motorcycles and automobiles globally by 2050.** The major challenge we will face as we work toward this goal is how to eliminate motorcycle collision fatalities, especially in emerging countries. As a company that has both motorcycle and automobile businesses, we will continue to strengthen our research on safety technologies that enable motorcycles and automobiles to safely coexist and lead the way in realizing a collision-free society from the standpoint of both hardware and software.

- Since many motorcycle collision fatalities involve automobiles, we will strive to **apply our omni-directional ADAS (advanced driver-assistance system) to all new automobile models we introduce in developed countries by 2030.**
- By leveraging the knowledge and know-how we have amassed through research and development of our Level 3 automated driving technologies, we will further enhance the intelligence of ADAS, which increases the percentage of collision patterns covered by our ADAS.
- Particularly in emerging countries, there are many collisions that can be prevented through traffic safety education activities and by approaching the issue from the perspective of infrastructure and government policies. Therefore, Honda will focus also on such areas including strengthening of educational programs and government/industry relations activities.

3. Research & Development Initiatives

In order for Honda to keep making progress in its environmental and safety initiatives, it becomes essential for us to invest aggressively in the area of research and development. Therefore, **regardless of fluctuations in our sales revenue, Honda will invest a total of approximately 5 trillion yen as R&D expenses over the**



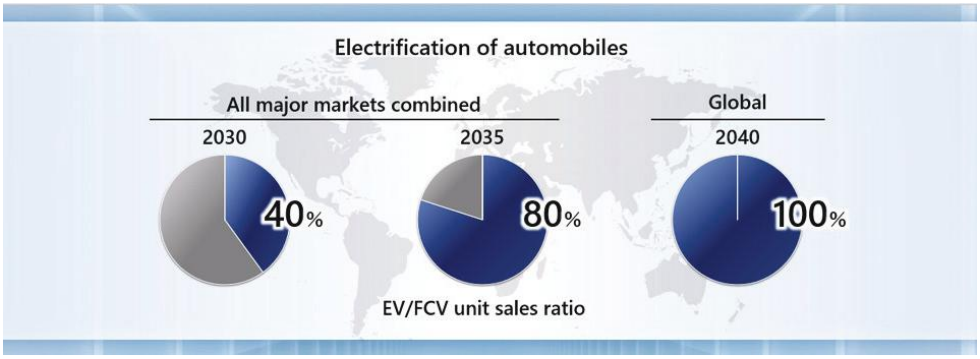
In order to secure the high competitiveness of our EVs of the future, Honda is conducting independent research on **all-solid-state batteries** as the next generation batteries which will realize high capacity and low cost. We will **undertake the verification of production technology using a demonstration line**, starting this fiscal year. We will begin accelerating this research with an aim to make all-solid-state batteries available for our new models to be introduced in the second half of the 2020s.

Honda has a track record of offering customers "creative movers," products in Japan such as Odyssey and StepWGN that help create better daily lives for people. This stance will not change in the world of EVs. **By combining digital technologies with Honda's existing strengths, such as unique creativity and original designs**, we will **continue to add unique value only Honda can offer to our EVs.**

1-3. Electrification of motorcycle products

Honda will strive to lead the motorcycle industry at the forefront of its environmental initiatives with an approach which will include not only electrification but also the improvement of the fuel efficiency of gasoline engines, utilization of biofuels and other strategies.

- The key to successful electrification of motorcycle products is to consider the battery, which is still expensive, separately from the motorcycle. In developed countries, where electrification is in strong demand by society, we will pursue **electrification utilizing Mobile Power Pack**, targeting our B-to-B (business-to-business) and B-to-G (business-to-national/local governments) customers.
- For personal-use customers, we must not only enhance our product lineup but also make a large number of battery-swapping stations available and ensure convenience to users by making them compatible with EVs of other makers. To this end, Honda has established a consortium with other motorcycle OEMs in Japan and Europe, respectively, to **develop technology standards for swappable batteries.** Honda has a vision to **expand Mobile Power Pack applications** beyond motorcycles **to power products and micro-mobility products.** With this vision, we have begun demonstration testing in India using "rickshaw" type tricycle taxis.
- To accommodate the diverse needs of our customers, in addition to introducing GYRO e: and GYRO CANOPY e: in the area of business-use bikes, scheduled for this year, we are going to introduce **three new EV models in the area of personal use, in classes with engine sizes of below 50cc and below 125cc., by 2024.** We also will **introduce new products in the "FUN" area** as well.



■North America

- In North America, we will strive for an **EV/FCV unit sales ratio of 40% by 2030, 80% by 2035 and 100% by 2040**. Leveraging the alliance with GM as one of our strategic pillars, we will pursue electrification in North America efficiently while taking advantage of the respective strengths of both companies
- **Honda and GM are jointly developing two large-sized EV models** using GM's Ultium batteries, and we are **planning to introduce these models to the North American market as model year 2024 vehicles, one from Honda brand and the other from the Acura brand.**
- **Starting from the second half of the 2020s, Honda will launch a series of new EV models which adopt e:Architecture**, a completely new EV platform led by Honda. These EV models will **first be introduced to the North American market**, and then **to other regions** of the world.

■China

- In China, we will strive for an **EV/FCV unit sales ratio of 40% by 2030, 80% by 2035 and 100% by 2040**.
- In China, we have been introducing EV models while utilizing local resources, and we will further accelerate this approach from here forward. We will introduce 10 Honda-brand EV models within five years. As the first of the 10 models, the mass-production model based on the Honda SUV e:prototype is scheduled to go on sale in spring 2022.
- We will further pursue the utilization of local resources, which includes strengthening our collaboration with CATL for the supply of batteries, which are core components for electrified vehicles.

■Japan

- In Japan, we will strive for an **EV/FCV unit sales ratio of 20% by 2030, 80% by 2035 and 100% by 2040.** Also, **including hybrid-electric vehicles**, we will strive to **electrify 100% of our automobile unit sales in Japan by 2030**.
- Including the first **introduction of an EV model in the K-car segment in 2024**, we will continue making progress in the electrification of our mini-vehicles with both hybrid and EV models.
- For the procurement of batteries, we will strive to realize a "local production and local procurement" approach in Japan, which also will contribute to the growth of domestic industries in Japan.
- In the area of mobility services (MaaS), we are aiming to introduce the Cruise Origin, an electric self-driving vehicle Honda is currently developing jointly with GM and Cruise, in the Japanese MaaS market in the mid-2020s. With this aim, we will be starting development for testing in Japan from this year.

1. Environmental Initiatives

1-1. Three initiatives in pursuit of “zero environmental impact”

Honda will strive to **realize carbon neutrality for all products and corporate activities Honda is involved in by 2050.** Striving for “zero environmental impact” of not only our products but the entire product lifecycle including our corporate activities, Honda will focus on the following areas as the “three-pillars” of our initiatives:

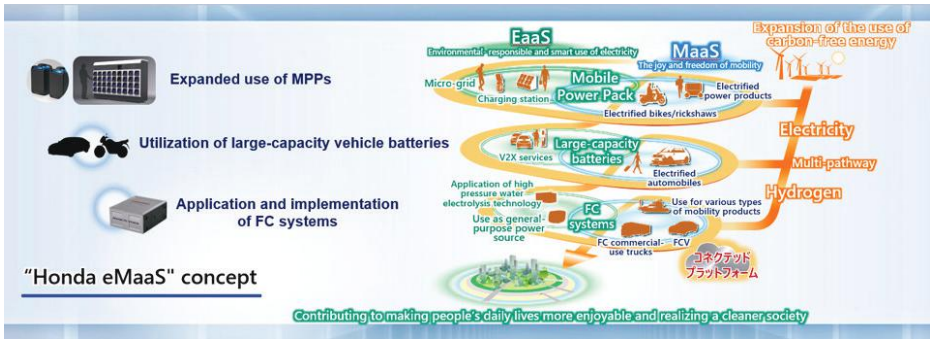
- **Carbon neutrality**
- **Clean energy**
- **Resource circulation**

• In addition to the electrification of our motorcycle and automobile products, we will **expand the range of electrified products** with our Honda Mobile Power Pack swappable battery and **expand utilization of renewable energy by enabling infrastructure-linked smart power operations**.

• For the further expansion of the use of renewable energy, we will be proactive in **promoting the utilization of hydrogen**. We will strive to **realize a “multi-pathway of energy,” which is a concept of utilizing a wide variety of energy sources including carbon-neutral fuels**, which will be effective in all areas, including where electrification is difficult, such as with aircraft.

• Including more effective ways to reuse and recycle batteries, Honda is pursuing research on material recycling and will take on the challenge of **developing products made from 100% sustainable materials.** We also will continue to work on the concept of **“Honda eMaaS”** through which Honda will contribute to the “freedom of mobility” and “expanded use of renewable energy” by connecting electrified mobility products and energy service. Honda eMaaS will be steadily pursued while focusing on the following three core areas:

- Expansion of the utilization of Mobile Power Packs
- Utilization of large-capacity batteries for electrified vehicles
- Application and implementation of fuel cell systems.



1-2. Electrification of automobile products

In order to achieve our carbon-free goal on a “tank-to-wheel” basis, as the responsibility of an automaker, Honda will strive to **increase the ratio of battery-electric vehicles (EVs) and fuel cell electric vehicles (FCVs) within overall unit sales in all major markets of electrification combined to 40% by 2030, to 80% by 2035,** and then to **100% globally by 2040.** These are challenging targets, and to attain them, we must put forth a collective effort of our entire value chain. However, we decided to set high goals so that all of us share the vision of what we are trying to accomplish and take on challenges toward the realization of our goals.

Summary of Honda Global CEO Inaugural Press Conference

TOKYO, Japan, April 23, 2021 -- Honda Motor Co., Ltd. President and Representative Director Toshihiro Mibe held an inaugural press conference at 3:00 pm (Japan time).

Following is a summary of his formal remarks:

<Powered by Honda>

Honda is a mobility company that offers a wide range of products which, in total, makes Honda the world's largest power unit manufacturer. Since its founding and through our wide array of power units, Honda has always been contributing to the advancement of mobility and people's daily lives by providing the "power" which enables people to take action.
By becoming the "power" that supports people who are trying to do things through their own initiative, including those who are trying to make changes to the society they live in and others who strive to enhance the quality of people's daily lives, **we will help people expand their own potential.**

<What Honda wants to achieve/direction of our initiatives>

Honda will work comprehensively to address challenges in the areas of the **environment** and **safety**. At the same time, **for the future, Honda will strive to lead advancements which will be made in the areas of mobility, the power unit, energy and robotics**.
Moreover, to have a firm footing in working toward our environmental and safety goals, we will remain committed to ensure the attainment of our goal to "solidify our existing businesses".

In the name of God

The First Exclusive Magazine of the Motorcycle Industry in Iran

Exclusive Monthly, Basic Sciences and Engineering- Automobile Manufacturing and Car Repairs

صنعت موتورسیکلت
Motorcycle Industry

Contents

Editorial.....2

The motorcycle industry dropped about 90% from the year of 2016.....3

The European motorcycle sale statistics during the first three months of the year of 2020.....3

The police statistics and information about the motorcycles and motorcyclists.....4

The Hyundai products will become electrical by the year of 2040.....5

The global statistics of the motorcycle sale in the year of 2020.....6

The global crisis of the semiconductors and its effect on the motorcycle industry.....8

Preventing the import of motorcycles in Sri Lanka due to the currency shortage.....10

The statistics of the motorcycle numbering in Iran (2020).....11

Decoding the motorcycle industry of Iran.....12

Registrations of PTWs in largest European markets continue to raise in the first 3 months of 2021.....31

Summary of Honda Global CEO Inaugural Press Conference.....25

Exclusive Monthly

VOL. 4, NO. 9, May 2021

Concessionaire, Managing Director and Editor in Chief

Mohammadali Nejadian

Art Management/ Designer Layout

Fateme Rostami

Contact with the publication

1- Iran, Tehran, Post Box: 19575-565

2- No. 9- Masjed Shahabi Alley -Shakouri St.

Kiyamanesh Avenue- 17 Shahrivar St.

Tehran-Iran

Post Code: 1769694541

Phone: +9821-33438587

Public relations and advertising organization

+989128237336

www.motorcycleindustry.ir

Twitter.com/motorcycle_ind

Telegram.com/motorcycleindustry

Instagram.com/ motorcycle.industry

Facebook.com/motorcycleindustry.iran

Email: motorcycle.industry@yahoo.com

- Any copying and quoting of the content of the publication is allowed with the mention of the source.
- Motorcycle industry magazine is not affiliated with any governmental or nongovernmental organization and is completely independent.
- Because of the limited number of pages, this publication may accept, reject, edit, and summarize articles.
- The responsibility for the accuracy and completeness of the content and advertisements is the responsibility of the author and the advertiser, so check it before any assurance.
- The motorcycle industry magazine is in need of guidance from experts in this field to grow and achieve its goals.Therefore, we appreciate and welcome any criticism and suggestion, and we are grateful to all the valued experts who have responded to our invitation with their thoughts and writings.

استندهای تبریک و تسلیت محک؛ نشان همراهی و همدلی شما

با سفارش استندهای محک با کمترین هزینه، همراهی و همدلی در روزهای شادی و ناراحتی عزیزان‌تان را به اقدامی نیکوکارانه پیوند دهید و سهمی بزرگ در تأمین هزینه دارو و درمان کودکان مبتلا به سرطان داشته باشید.

محک
مؤسسه خیریه حمایت از کودکان مبتلا به سرطان
mahak-charity.org

شماره سفارش استند تبریک و تسلیت:
۰۲۱-۲۳۵۴۰
از اینکه به پیام ما توجه می‌کنید، سپاسگزاریم

صنعت موتورسیکلت
Motorcycle Industry

صنعت موتورسیکلت
Motorcycle Industry
Benelli
هیجان محض از ۱۹۱۱
www.nikrunmotor.com

صنعت موتورسیکلت
Motorcycle Industry

صنعت موتورسیکلت
Motorcycle Industry
Benelli
TRK 249

صنعت موتورسیکلت
Motorcycle Industry

صنعت موتورسیکلت
Motorcycle Industry
HAMTAZ

صنعت موتورسیکلت
Motorcycle Industry
ZONTES
Z4 249 T1
کویر موتور نماینده رسمی زونتس در ایران
KAVIR

صنعت موتورسیکلت
Motorcycle Industry
HAMTAZ
Blenta
Z249
NEW PRODUCTS