شماره‌گذاری اولین موتورسیکلت الکتریکی چهارچرخ کشور

حسین زیارتی، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان پیشران خودرو از شماره‌گذاری اولین موتورسیکلت چهارچرخ کاملا الکتریکی کشور با همکاری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و پلیس راهنمایی و رانندگی خبر داد و اعلام کرد، این موتورسیکلت با نام «کوادرو» تا پایان همین تابستان شماره‌گذاری خواهد شد. کوادرو در مرحله اول عرضه به مشتریان تنها به صورت محدود و به تعداد صد دستگاه ساخته خواهد شد./ خودروبانک

شکایت از تسلا به خاطر کاهش ظرفیت باتری

تسلا با شکایتی از مصرف‌کنندگان که ادعا می‌کنند به‌روزرسانی نرم‌افزاری باعث شده برد الکتریکی خودروهایشان کاهش یابد، مواجه شده است. این شکایت روز چهارشنبه در دادگاه فدرال کالیفرنیا ثبت شده و احتمالا شامل هزاران مالك خودروهای تسلا مدل S و X می‌شود که از باتری‌های نسل قدیمی‌تر استفاده کرده و برد آنها تا ۶۴ کیلومتر کاهش یافته است./ پدال

نشان‌ها چه می‌گویند؟

آنچه از فلسفه طراحی لوگوهای خودروسازان نامدار جهان باید بدانید

معید حمیدی

دانش

داشتن یك نشان، آرم یا لوگوی مشخص و متمایز، از مهم‌ترین مراحل برای تعیین هویت یك برند است. این لوگو یا نشانه باید براساس عناصری برگرفته از کارخانه طراحی شود و لازم است روی محصول به چشم بخورد تا افراد متوجه هویت شرکت سازنده و برند محصول شوند. در ادامه خواهید دید پشت نشان تجاری خودروسازان مشهور دنیا چه فلسفه‌ای نهفته است.

ب‌ام‌و

بی‌راه نیست اگر نشان ب‌ام‌و را از مشهورترین و محبوب‌ترین‌ها در صنعت خودرو یا حتی به طور کلی در سراسر دنیا بدانیم. این دایره تقسیم‌شده به چهار ربع دایره که به رنگ آبی آسمان و سفید مزین و با یك حلقه مشکی رنگ احاطه‌شده را می‌توان با دو فلسفه تفسیر کرد. نخست، از آنجا که ب‌ام‌و در دوران جنگ جهانی اول و دوم به ساخت موتورهای هواپیماهای جنگی مشغول بود، این دایره چهار قسمتی چیزی شبیه چرخش ملخ‌های هواپیماهای آن دوران است. فلسفه دوم، شباهت ترکیب رنگ این نشان به پرچم ایالت باواریا در آلمان، یعنی زادگاه ب‌ام‌و است.

فِراری

لوگوی فراری با آن اسب سرکش نقش بسته روی سپر زرد رنگ، یکی دیگر از نشان‌های بسیار مشهور و محبوب در صنعت خودروسازی است که فلسفه خلق آن داستانی نسبتا طولانی دارد. اما اگر بخواهیم مختصر بگوییم؛ انزو فراری پس از قهرمانی در مسابقات منطقه‌ای ساویوو با مادر فرانچسکو باراکا که معروف‌ترین خلبان جنگی ایتالیا بود و در جنگ جهانی اول کشته شد، دیدار کرد. مادر باراکا از او خواست انزو هم همچون فرزندش، تصویر اسبی که روی هواپیماهایش ترسیم می‌کرد، روی خودروهای مسابقه‌ای خود اجرا کند تا موجب خوش‌اقبالی او شود. در نهایت این اتفاق افتاد؛ با این تفاوت که فرم اسبی که روی هواپیماهای باراکا ترسیم می‌شد با اسبِ فراری متفاوت بود و به غیر از این، باراکا اسبی قرمز در زمینه سفید ترسیم کرده بود و این در حالی است که اسب فراری مشکی‌رنگ (برای نمایش اندوه درگذشت باراکا) در زمینه زرد که رنگ منتخب شهر مودنا که زادگاه فراری محسوب می‌شود، طراحی شده بود. ضمنا در بیشتر مواقع، دو حرف «اس» و «اف» در دو طرف پای این اسب به چشم می‌خورد که حروف اول کلمات «اسکودریا» به معنای «مزرعه» و «فراری» است.

بوگاتی

بوگاتی یك خودروسازی فرانسوی است که توسط «اتوره بوگاتی» که شخصی ایتالیایی بود پایه‌گذاری شد و در حال حاضر تحت مالکیت فولکس واگن آلمان قرار دارد. این برند که از ابتدا تاکنون دست نیافتنی‌ترین و خاص‌ترین خودروهای دنیا را تولید می‌کند و بیش از نیم‌قرن پیش تبحر زیادی در مسابقات اتومبیلرانی نیز داشت، دو لوگوی بسیار ساده دارد که در بخش‌های متفاوت محصولات فعلی‌اش می‌توان دید. لوگوی بیضی قرمزرنگی که در جلوی ویرون، شیرون و... دیده می‌شود، شامل یك حلقه طوسی رنگ دور با ۶۰ نقطه قرمزرنگ است؛ در وسط آن نوشته «بوگاتی» به زبان انگلیسی با رنگ سفید و سایه مشکی دیده می‌شود و در بالای آن نیز نشان «اتوره بوگاتی» به چشم می‌خورد. این نشان که به خودی خود و بدون هیچ قابی در بخش‌های مختلف محصولات این برند (مثل روی فرمان، پشت خودرو و...) دیده می‌شود به نظر می‌رسد که یك حرف «بی» انگلیسی بزرگ است، در واقع ترکیبی از «ای» و «بی» است که به صورت پشت در پشت به هم چسبیده‌اند و نام اتوره بوگاتی فقید را یادآور می‌شود.

مرسدس بنز

ستاره سه‌پر مرسدس‌بنز به عنوان یکی از پیشروترین خودروسازان را نیز می‌توان از محبوب‌ترین نشان‌های دنیای برندها دانست. این لوگو از سال ۱۲۸۸/ ۱۹۰۹ توسط «گوتلیب دایملر» فقید برای محصولات مرسدس طراحی شد و تاکنون در چند دوره مختلف دستخوش تغییرات شده است. نکته جالب این‌که آقای دایملر در سال ۱۲۵۱/ ۱۸۷۲ میلادی این لوگو را پشت یك کارت‌پستال کشید و برای همسرش فرستاد، با این عهد که روزی این لوگو به یکی از غول‌های صنعت خودرو تبدیل خواهد شد و همین‌طور هم شد! ستاره‌ای که به تسلط بر زمین، آسمان و دریا اشاره دارد.

شورولت

این خودروساز آمریکایی که در حال حاضر بزرگ‌ترین زیرمجموعه جنرال موتورز محسوب می‌شود، ۱۰۸ سال پیش یعنی در سال ۱۲۹۰/ ۱۹۱۱ توسط لوئیس شورولت و ویلیام دورانت در شهر دیترویت ایالت میشیگان پایه‌گذاری شد. مستندات حکایت از آن دارد که این نشان نخستین بار در سال ۱۲۹۲/ ۱۹۱۳ برای محصولات این کمپانی مورد استفاده قرار گرفت. در مورد فلسفه این نشان صحبت‌ها و نظرات گوناگونی وجود دارد؛ اما گفته می‌شود به احتمال فراوان دورانت نخستین بار طرحی شبیه این را در سال ۱۲۸۷/ ۱۹۰۸ روی کاغذی مربوط به یك هتل (پاریسین) در پاریس دیده بود. با این حال بسیاری از افراد، ماجرا را پیچیده‌تر تفسیر می‌کنند.

میتسوبیشی

میتسوبیشی یك گروه صنعتی بسیار وسیع ژاپنی است که «خودروسازی» تنها یك بخش از فعالیت‌های این برند ۱۴۹ ساله محسوب می‌شود. نام این برند از ترکیب دو کلمه «میتسو» به معنای «سه» و «هیشی» به معنای «شاه‌بلوط آبی» که در نهایت به «میتسوبیشی» تبدیل می‌شود، خلق شده است و نشان این برند که سه لوزی (الماس) را به صورت یك ستاره نشان می‌دهد، نیز ترکیبی از دو نشان مختلف محسوب می‌شود. نشان نخست که مربوط به خانواده «یامائوچی» است، سه برگ بلوط را نمایش می‌دهد که با ترتیبی شبیه لوگوی فعلی میتسوبیشی در کنار هم قرار گرفته‌اند. نشان دوم نیز به صورت سه لوزی قرار گرفته روی یکدیگر که نشان‌دهنده سه شاه بلوط آبی مرتب است، مربوط به خانواده ایواساکی (موسس میتسوبیشی) است.

جگوار

این شرکت بریتانیایی که از سال ۱۳۱۴/ ۱۹۳۵ به دنیای خودروسازی پا گذاشت، لوگویی کاملا متناسب با نام خود دارد و از این رو فلسفه تحلیل‌پذیر خاصی پشت طراحی نشان این خودروساز نهفته نیست.

درواقع «جگوار»، پلنگ خالدار آمریکایی است که بزرگ‌ترین جانور از تیره گربه‌سانان در قاره آمریکا محسوب می‌شود و نامی است که در آن دوران برای این خودروساز در نظر گفته شد. نشانی که از سال ۱۳۲۴/ ۱۹۴۵ تاکنون برای محصولات جگوار استفاده می‌شود هم یك جگوار در حال جهش را نشان می‌دهد که به نوعی سمبل سرعت، استقامت و قدرت محسوب می‌شود. البته لوگوی دوم جگوار نیز یك تصویر روبه‌رو از صورت این جانور است که با دهانی باز و دندان‌هایی نمایان، در برابر رقبا قدرت‌نمایی می‌کند.

پورشه

این خودروساز آلمانی که این روزها ۸۸ سالگی خود را سپری می‌کند، در حال حاضر از مشهورترین و محبوب‌ترین خودروسازان جهان است که عمدتا در زمینه ساخت خودروهای اسپرت، لوکس و سریع فعالیت دارد. لوگوی این برند در دهه ۱۳۳۰/۱۹۵۰ در یك استودیوی طراحی در آلمان شکل گرفت و سه شاخص بسیار مهم در خلق آن مد نظر بود. نخست نقش بستن نام خانواده «پورشه»، زیرا دکتر فردیناند پورشه، پایه‌گذار این برند بود. دوم استفاده از اسب مشکی‌رنگ در وسط لوگو که نمادی از منطقه اشتوتگارت محسوب می‌شود و سوم بهره‌گیری از ترکیب رنگ مشکی و زرد که به عنوان نمادی از ایالت وورتمبرگ آلمان است. پورشه ۳۵۶ نخستین محصولی بود که با این لوگو روانه بازار شد و پیش از این محصولات این خودروساز فقط با نوشته پورشه تولید می‌شد.

> لوگوی هیوندای در واقع شمایلی از دو نفر یعنی مصرف‌کننده و نماینده هیوندای را نشان می‌دهد که بعد از عقد قرارداد خرید دست‌های یکدیگر را می‌فشارند

هیوندای

هیوندای را می‌توان از جوان‌ترین برندهای خودروساز در دنیا دانست که در حال حاضر محصولات متنوع خود را در رده‌های متفاوت به سراسر جهان عرضه می‌کند و در آمارهای فروش جایگاه تحسین‌برانگیزی دارد. این خودروساز که کار خود را در دهه ۱۳۴۰/۱۹۶۰ (بعد از خودروسازان ایرانی!) با مونتاژ فورد کورتینا شروع کرد و سپس با استخدام مهندسان و طراحان بریتانیایی روی پلتفرم‌های میتسوبیشی کار کرد، در حال حاضر بزرگ‌ترین خودروساز کره جنوبی است و لوگوی آن که در حرف اول کلمه هیوندای یعنی H را نشان می‌دهد، طبق اذعان این خودروساز، در واقع شمایلی از دو نفر یعنی مصرف‌کننده و نماینده هیوندای را نشان می‌دهد که بعد از عقد قرارداد خرید، دست‌های یکدیگر را می‌فشارند.

آئودی

لوگوی این خودروساز آلمانی‌الاصل که به صورت چهار حلقه در هم تنیده طراحی شده، در واقع نشانگر ادغام چهار نشان تجاری خودروسازی «هورچ»، «دی‌کی دابلیو»، «وَندِرِر» و در نهایت «آئودی» است. نکته جالب این‌که در ابتدا این شرکت خودروسازی تحت عنوان «آتو یونیون» که به معنای «اتحادیه اتومبیل» است، شناخته می‌شد. اما بعدها نام آئودی که به معنای «شنیدن» در زبان لاتین است، جایگزین آن شد. شعار این خودروساز محبوب «پیشرفت از طریق فناوری» است و می‌توان از آن به عنوان یکی از محبوب‌ترین خودروسازان دنیا نام برد.

تویوتا

این روزها تویوتا را به عنوان یکی از بزرگ‌ترین خودروسازان دنیا و باارزش‌ترین برند خودروسازی در دنیا (از نظر سرمایه) می‌شناسیم. خودروسازی ژاپنی که ۸۱ سال عمر دارد و محصولات پرفروشی را به بازارهای جهانی عرضه کرده است. لوگوی این خودروساز را می‌توان ترکیبی از سه بیضی دانست که در مجموع به صورت گرافیکی حرف «تی» که اول کلمه «تویوتا» است را نشان می‌دهد. به گفته برخی منابع دو بیضی قرار گرفته در یکدیگر که در بطن بیضی اصلی لوگوی تویوتا قرار دارند، نشانگر رابطه نزدیك تویوتا و مشتریانش است و به بیان دیگر، به زعم این لوگو قلب خریداران تویوتا با قلب این برند گره خورده است. ضمن این که بیضی سوم نیز بعضا به معنای پیشرفت‌های تویوتا معنی می‌شود.

خودروی روز

مشخصات احتمالی جانشین ب‌ام‌و آی۸

اوایل ماه جاری میلادی بود که مجله اتومبیل خبری درباره محصولات جدید ب‌ام‌و منتشر کرد و گفت یکی از این خودروها جانشین محصول اسپرت و هیبریدی آی۸ (i8) خواهد بود. به گزارش پدال، ب‌ام‌و با معرفی خودروی مفهومی ویژن ام‌نکست (M NEXT) در تیر افراد زیادی را شوکه کرد و تمامی نشانه‌ها حاکی از پیش‌نمایش جایگزین آی۸ بود.

ادعا شده این خودرو می‌تواند آی ۱۲ (i12) نام بگیرد و همان قوای محرکه هیبریدی آی۸ را حفظ کند، اما قدرت بسیار بالاتری داشته باشد و آن را به رده جدیدی از خودروها بفرستد.

بخش اعظم قدرت خودرو از پیشرانه چهار سیلندر ۲/۰ لیتری توربوی ۳۴۰ اسب‌بخاری تأمین خواهد شد و یك پیشرانه الکتریکی ۱۲۰ اسب بخاری هم در این خودرو نصب خواهد شد. این مشخصات برای مدل پایه است، درحالی‌که نسخه پرچم‌دار قدرت ۶۷۱ اسب بخار خواهد داشت. یك مجموعه باتری بزرگ ۱۳۵ کیلووات ساعتی نیز کمك‌حال پیشرانه الکتریکی خواهد بود و برد الکتریکی قابل‌توجهی ایجاد خواهد کرد.

ب‌ام‌و در ماه‌های پیش اعلام کرده برنامه‌ای برای تولید جایگزین مستقیم آی ۸ ندارد اما خب این به معنی عدم توسعه محصول اسپرت و هیبریدی جدید نیست.

ب‌ام‌و ویژن ام‌نکست مفهومی با ظاهری تیز و چشمگیر معرفی شد و تفاوت‌های بنیادین با آی۸ یا دیگر محصولات قبلی این خودروساز داشت. اگر نسخه تولیدی این خودرو با نام آی۱۲ یا هر نام مشابه دیگر معرفی شود اصلاً تعجب نخواهیم کرد.

کیا موهاوی ۲۰۲۰ معرفی شد

کیا موهاوی کاملا اصلاح‌شده در کره جنوبی معرفی شد. به گزارش خبرخودرو، فیس‌لیفت موهاوی تقریبا شبیه موهاوی ماسترپیس (Masterpiece) مفهومی است که در نمایشگاه خودروی سئول سال جاری رونمایی شد. قسمت جلوی موهاوی به طور قابل توجهی بازطراحی شده و از چراغ‌های جلوی ال‌ای‌دی، نسخه برجسته‌تر از جلوپنجره tiger-nose نمادین این خودروساز، کاپوت بازطراحی شده و عناصری از فلز مصنوعی روی سپر جلو بهره می‌برد.

در نیمرخ این خودرو گلگیرهای برجسته، درها و خطوط شیشه‌ها بی‌تغییر باقی‌مانده‌اند. تغییرات در کناره‌های این خودرو به تزئینات پلاستیك در قسمت زیرین محدود می‌شود که اکنون کامل‌تر به نظر می‌رسد و با تزئینات فلزی شکل پوشیده شده‌است. در قسمت پشت این خودرو طرح نوینی برای سپر، چهارلوله اگزوز، قاب پلاك عریض‌تر و چراغ‌های عقب ال‌ای‌دی عریض نوین با نشان جدید موهاوی به چشم می‌خورد. کیا هنوز تصویری از کابین یا جزئیاتی از نیرومحرکه موهاوی به روز شده را منتشر نکرده است.

موهاوی قبل از فیس لیفت خود از موتور ۳/۰ لیتری توربو دیزل V6 با قدرت ۱۹۱ کیلووات و گشتاور ۵۶۰ نیوتون متر متصل به گیربکس اتوماتیك هشت سرعته و سیستم چهار چرخ فعال بهره می‌برد. با توجه به نشانه‌های AWD و V6 روی در صندوق عقب این خودرو به نظر می‌رسد نیرومحرکه آن حفظ شده است.

مدل‌های پیشتر این خودرو با موتورهای ۳/۸ لیتری V6 و ۴/۶ لیتری V8 فروخته می‌شدند. موهاوی در بازار کره در نسخه‌های پنج و هفت سرنشین موجود است. موهاوی به‌روز شده از شهریور امسال در کره جنوبی عرضه می‌شود.