

کاهش فروش محصولات ب ام و در آمریکا؛ باز هم پای تسلا در میان است؟ - دیجیاتو

سعید علیپور | چهارشنبه، ۱۷ خرداد ۱۳۹۶

محصولات برقی تسلا که در حال حاضر شامل دو اتومبیل مدل S و مدل X می شوند، با استقبال بسیار خوبی در نقاط مختلف جهان مخصوصاً در آمریکا روبرو شده اند. در مقایسه با ماه های ابتدایی سال 2016، تولید و در نتیجه فروش این مدل ها تا حد قابل توجهی افزایش یافته و زنگ خطر برای برخی خودروسازان سنتی دیگر مثل مرسدس بنز و ب ام و به صدا درآمده است.



همین چندی پیش بود که آمار فروش خودروها در سه ماهه نخست سال 2017 در آمریکا، از برتری مطلق تسلا مدل S در برابر کل سدان های فول سایز و لوکس آلمانی حکایت داشت. بر اساس این آمار آمریکایی ها در سه ماهه نخست امسال حدود 7500 دستگاه مدل S خریداری کرده اند، در حالیکه در مدت مشابه باواریایی ها موفق به فروش فقط 2103 دستگاه سری 7 شده اند.



اگر چه این آمار کاملاً به نفع تسلا است ولی باید در نظر داشته باشیم که بیشترین میزان فروش ب ام و به مدل های بین سری 2 و 4 اختصاص دارد و سایر مدل ها مثل سری 5، 6، 7، X5، X4 و X6 در رده های بعدی قرار می گیرند. با وجود این باز هم به نظر می رسد که اوضاع برای باواریایی ها در آمریکا چندان مساعد نیست.



برای مثال نگاهی به آمار فروش خودروهای الکتریکی در ماه گذشته میلادی نشان می دهد که میزان استقبال از i3 در مقایسه با ماه می سال 2016 تا 27 درصد کاهش یافته است. این آمار برای کل خودروهای سواری ب ام و و نیز اصلاً امیدوار کننده نیست، چرا که فروش این دسته از محصولات نیز در ماه می با 17.3 درصد افت همراه بوده است. در طول پنج ماهه نخست سال 2017 نیز فروش محصولات سواری باواریایی ها در مقایسه با مدت مشابه سال قبل در مجموع 11.4 درصد افت داشته که در صورت ادامه روند کنونی این میزان تا پایان سال قطعاً بیشتر خواهد شد. فروش خودروهای برند مینی نیز که ب ام و معمولاً حساب ویژه ای روی آن باز می کند، کاهشی 11.6 درصدی در ماه می داشته؛ این آمار برای پنج ماهه نخست امسال 12.1 درصدی افت

نشان می دهد.



یکی از دلایل کاهش نسبتاً زیاد فروش خودروهای سواری ب ام و را می توان به ظهور مدل 3 دیگر اتومبیل برقی تسلا نسبت داد. این اتومبیل که در کلاس سدان های کامپکت قرار دارد، از لحاظ اندازه و قیمت به نوعی رقیب چند سری از محصولات ب ام و محسوب می شود.



اگر چه هنوز مدل 3 وارد خیابان ها نشده اما به واسطه اعتمادی که تسلا در بین عموم مشتریان بازار خودرو جلب کرده بود، توانست بیش از 400 هزار مشتری را در مرحله پیش فروش جذب کند. نکته جالب اینکه این افراد در حالی اقدام به پیش خرید کردند، که تقریباً هیچ اطلاعاتی از [مشخصاتی فنی مدل 3](#) در دست نبود.



استقبال از پیش فروش این خودرو به حدی بالا بود که بسیاری آن را غیرمنتظره توصیف کردند. شاید اگر مدل 3 با قیمتی در حدود 35000 دلار ظهور نمی کرد، بخشی از این 400 هزار مشتری به سمت محصولات ب ام و گرایش پیدا می کردند. در این صورت آمار فروش باواریایی ها نیز بسیار بهتر از این می شد.

[دیجیاتو](#)