



SIB SORKH

Tel: 021 - 88514198 - 88514265

Fax: 021 - 88743495

Email: info@sibsorkhsemnan.ir

- نرم کن های سیلیکونی
- نرم کن کاتیونیک
- آنتی استاتیک
- ضد آب و روغن
- ضد چروک
- صابون پس شور
- فیکسه کننده
- دیسپرس کننده
- نفوذ دهنده
- صابون پخت

شرکت سیب سرخ
نماینده انحصاری تاناتکس هلند

- ◀ مسير توسعه صنايع نساجي و پوشاک کشور کدام است؟
- ◀ گزارش مجمع عمومی انجمن تولیدکنندگان رزین ایران
- ◀ گزارش مجمع عمومی انجمن برندهای پوشاک ایران
- ◀ برگزاري دمو تکس ۲۰۲۳ هانوفر با چیدمان جدید
- ◀ بیست و ششمین سالروز ملی صادرات برگزار شد
- ◀ عملکرد صادرات نساجی ترکیه در نیمه اول ۲۰۲۲

ایران نوبافت

کارخانجات تولید الیاف، نخ، پارچه ایران نوبافت با بیش از ۳۵ سال فعالیت، همچنان در خدمت توسعه صنعت نساجی در کشور بوده و محصولات خود را بطور مستمر در کلیه زمینه های تولید الیاف پلی استر سیستم پنبه ای، ریسندگی انواع نخ، بافندگی گردباف، رنگرزی و تکمیل و چاپ پارچه ارائه می نماید. گروه تولیدی ایران نوبافت یکی از واحدهای بزرگ تولید کننده صنعت نساجی در ایران است که از سال ۱۳۶۰ فعالیت رسمی خود را با هدف عرضه تولیدات مرغوب به منظور جایگزینی کالاهای خارجی آغاز نمود. اندیشه نوآوری، ارتقاء مستمر کیفیت، توجه به نیاز مصرف کنندگان و سعی در کسب آخرین تکنولوژی روز دنیا باعث شده تا گروه تولیدی ایران نوبافت با رعایت معیارهای کیفی و استانداردهای بین المللی بتواند توان تولید سالیانه خود را بالا ببرد.

باور همیشگی ما در گروه تولیدی ایران نوبافت
مشتری نوازی است نه مشتری مداری

گروه تولیدی ایران نوبافت

در راستای کیفیت و سرویس دهنی برتر خود
محصولات ذیل را اعم از انواع الیاف، نخ و پارچه های
گردد بافی با متنوع ترین رنگ بندی عرضه می کند.

الیاف:

پلی استر کتان قایپ (با استحکام بالا و در دنیرو و طولهای متفاوت)
پلی استر هالو (در دنیرو و مدل های متفاوت)

انواع نخ:

نخ دوخت سفید و رنگی در نمرات مختلف
نخ ملانژ در انواع رنگبندی
نخ ملانژ پنبه ای شانه شده
نخ اسپان رنگی
نخ آریو، آرتیک، آیتا، پرشیا، فلور، سپتا و آسان
نخ دولاسه لا، مولینه، افکت (اسلب) و ...
نخ ملانژ افکت (نپ یارن)
نخ پنبه ای و پلی استر پنبه رنگی
نخ پنبه ای شانه شده رنگی
نخ آنتی باکتریال در رنگ های مختلف

انواع پارچه:

پارچه های یکرو، دورو
پارچه های ریب، مخمل
پارچه های دورس، جودون
پارچه های ژاکارد و رینگل
پارچه های لمه دار و گلکسی
انواع پارچه های آنتی باکتریال در طرح های مختلف
انواع پارچه های ترکیبی در طرح های مختلف



دفتر: تهران، خیابان ولیعصر، جنوب میدان ولیعصر، ساختمان ۶۳۷، طبقه هفتم، واحد ۷۰۳
کدپستی: ۱۳۴۶۸-۱۵۹۳۸ تلفن: ۰۲۱-۸۸۹۴۲۲۱۹ فکس: ۰۲۱-۸۸۹۴۳۳۹۹

کارخانه: اصفهان، جاده تهران، مقابل پالایشگاه، خیابان بیستم، کدپستی: ۸۱۶۱۱۹۴۶۵۸
تلفن: ۰۲-۳۳۸۰۲۳۹۱-۳۱ فکس: ۰۳۱-۳۳۸۰۲۲۲۹



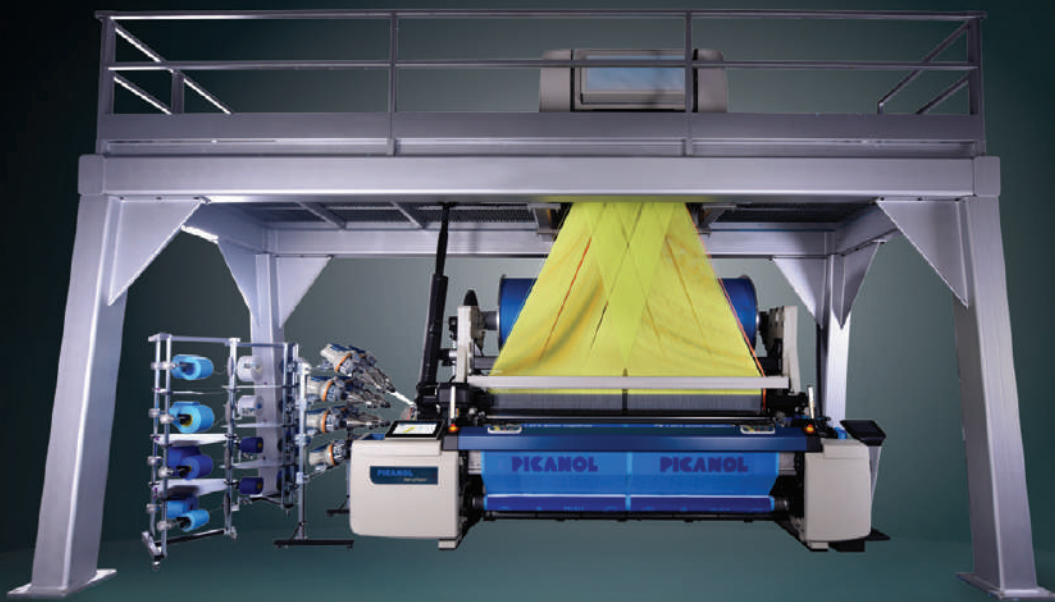
سازگار با انواع جوهر
← پیگمنت، دیسپرس و ...
نرم افزار کنترل رنگ
← متناسب با نیاز مشتری
سهولت استفاده نرم افزار
← مدیریت ماشین
قابلیت چاپ بر روی انواع پارچه

Let printers think!



PICANOL

پیکانول: پر فروش ترین ماشین بافندگی دنیا
با نزدیک به یک قرن تجربه



JOULA

www.joula.org

شرکت شیمیایی سلیس (سهامی خاص)

(دانش بنیان)

با بیش از سی سال تجربه در تولید انواع مواد شیمیایی جهت صنایع مختلف



SALIS CHEMICALS Co.

www.salischemicals.com

info@salischemicals.com



محصولات صنعت نساجی

اسپین فینیش و روغن‌های ریسندگی و بافندگی

SALISAN SP25

روغن اسپین فینیش دارای ۱۰۰ درصد ماده فعال
با کاربرد ویژه در تولید موکت و گونی

SALINOL OF1070

آنتی استاتیک و نرم کننده مناسب برای تولید پتوی اکریلیک و تولید ایاف پلی پروپیلن

SALISAN H185

روغن حل شونده نانیونیک

SALITEX ZPS

روغن اسپین فینیش بر پایه اسیدهای چرب پلی‌گندانه و ترکیبات
آنتی استاتیک

SALISAN Z1

روغن اسپین فینیش بر پایه ترکیبات
آنتی استاتیک با ماهیت نانیونیک

SALINOL OF1880

آنتی استاتیک

SALISAN ST

روغن استرچ

SALITEX K1

روغن فرآیند بافندگی حلقوی با خاصیت
لوبریکیشن سوزن و قطعات دستگاه

SALISAN Z8

روغن اسپین فینیش مخصوص نخ
پلی استر نیمه آرایش یافته (POY)

SALINOL OF1080

آنتی استاتیک

SALISAN 111

روغن ریسندگی بر پایه روان کننده و
ترکیبات آنتی استاتیک با ماهیت یونی
نانیونیک-آنیونیک

SALITEX BCF

اسپین فینیش مورد استفاده در
خطهای تولید BCF

مقدمات و آماده سازی:

SALISOFT CAT HDN

صابون جهت شستشوی کالای رنگری شده نرم کن کاتیونیک
با رنگ راکتیو

SALIPOTAN N135

SALIPON HL

شوینده نساجی بر پایه مخلوطی از صابون‌های نانیونیک، آنیونیک
حلال‌های آلی جهت شستشوی احیایی پس از رنگری پلی استر با رنگری دیسپرس

SALIPON S155

ماده کمکی پخت با پایداری بالا در آب سخت،
محیط‌های قلیایی و اسیدی و قابل استفاده در
سنگشویی چین

SALIPON 128A

صابون لکه بر قوی جهت کلیه ایاف با خاصیت
براق کنندگی و مناسب برای قالی شویی

SALIPON 127

درجنت آنیونیک مناسب برای شستشوی
کالای رنگری یا چاپ شده

SALIPON 128

درجنت آنیونیک و پایدار در آب سخت،
محیط‌های قلیایی و اسیدی

رنگری و چاپ:

SALIWET W300

نفوذدهنده و آبخورکننده بسیار قوی جهت نفوذ بیشتر و سریع تر مواد

SALINOL TRO (روغن قرمز ترکی)

روغن کرچک سولفونه به عنوان روان کننده خمیر چاپ و موثر در نفوذ و یکنواختی بهتر رنگ

SALIPOTAN NLH-N

دیسپرس کننده و یکنواخت کننده پودری جهت
رنگری انواع ایاف طبیعی و مصنوعی با مواد
رنگری دیسپرس

SALITHICK MZ 100

غلظت دهنده مصنوعی بر پایه پلی اکریلات

SALIPOTAN NLH

دیسپرس کننده پودری جهت رنگری
ایاف طبیعی و مصنوعی با انواع رنگری
دیسپرس

SALITHICK MZ102P

غلظت دهنده مصنوعی برای
چاپ منسوجات

ضد کف:

SALIFOAM DF 400: ضد کف سیلیکونی

SALIFOAM DF100: ضد کف با ماهیت آنیونیک



SALIS CHEMICALS Co.

تهران، خیابان دکتر بهشتی، نرسیده به چهارراه سهروردی، پلاک ۱۱۲، طبقه ۲ واحد ۴ و ۵

۰۲۱۸۸۴۰۷۲۸۸

۰۲۱۸۸۴۱۰۱۰۰ و ۰۲۱۸۸۴۰۸۱۵۳۰۴





شرکت تولیدی تن پوش حقدوست با شماره ثبت: ۷۷۰۷۸

گروه تولیدی حقدوست با بیش از ۲۰ سال سابقه درخشان در زمینه تولید و عرضه لباس کودک و نوجوان با ضمانت محصول و کیفیت و نازلترین قیمت در خدمت شما عزیزان هستیم.

حذف کنید واسطه ها را

قابل توجه فروشگاه ها و بوتیک های
فروش لباس کودک:



www.haghdooost.com



[haghdooost.t.p.h](https://www.instagram.com/haghdooost.t.p.h)



[@haghdost1](https://www.telegram.me/haghdost1)

آدرس: مشهد - میدان ۱۷ شهریور - درب پشت پاساژ کیمیا - داخل شهید خنایی ۱۶

تلفن ثابت: ۰۵۱ - ۳۳۴۳۹۰۰۰ - ۰۵۱ - ۳۳۴۳۰۰۶۰

همراه: ۰۹۱۵۶۰۱۰۶۰۰ - ۰۹۳۰۱۶۰۰۶۰۴ - ۰۹۱۵۳۰۱۰۶۰۰

RIFA DYESTUFFS

Disperse Dye / Reactive Dye / Optical Brightening Agent



RIFA

SINCE 1950

شرکت نیکورنگ سپهر

تلفن: ۰۳۱-۳۶۲۷۱۶۳۳

www.nikorang.com



الیاف کاسپین

انواع الیاف پلی استر

از ۳ تا ۲۰ دنیئر



☎ 09122705938
☎ 013 42474656
☎ 013 42474657

گیلان، سیاهکل، شهرک صنعتی
caspianfiber.com



پردیس تجارت اسپادان



تولید کننده انواع نخ های BCF از
دنیر ۸۰۰ تا ۳۰۰۰ در رنگ بندی مختلف

تهران - خیابان مطهری - بعد از ترکمنستان - بن بست آرمان - پلاک ۵ - طبقه دوم - واحد ۸

تلفن: ۰۲۱-۸۸۴۴۲۳۸۴ موبایل: ۰۹۱۲-۶۲۲۶۰۰۰



شرکت رنگین نخ تبریز

خدمات تخصصی رنگرزی نخ

دفتر مرکزی: ایران - تهران ، خیابان فلسطین جنوبی ،
ساختمان البرز ، واحد ۸

۰۲۱ ۶۶ ۴۹ ۸۸ ۴۳ / داخلی ۱۰۷

۰۹۹۱ ۲۹۳ ۵۷۱۱

www.rangestan.com

Yarn.marketing@rangestan.com



Rangestan

رنگرزی نخ های اکریلیک نایلون ، اکریلیک پشم ،
و انواع نخ های پنبه ای : رینگ ، اپن اند ،
کاور پنبه ، ویسکوز ، پنبه پلی استر و مودال
در نمرات ۶ الی ۶۰ به صورت تک و چند ل ،
با ثبات های شستشویی ، نوری و سابشی بالا
جهت مصارف : پیراهنی ، شلواری ، تریکو زنانه ،
جوراب بافی و ...



صنایع نساجی
فلاحتی
Falahati Textile



صنایع نساجی

(رنگین نما)

فلاحتی

Textile Industries

Falahati

Weaving, Dyeing & Finishing

www.nasajifalahati.com

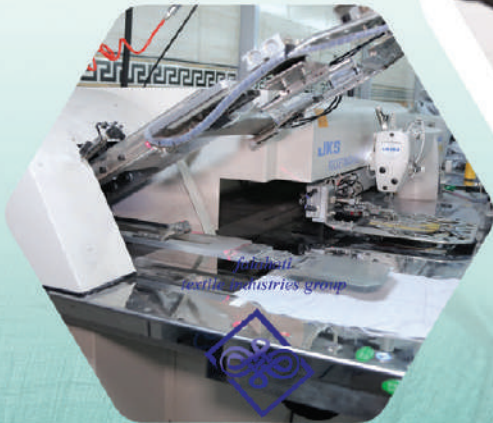
شرکت نساجی رنگین نمای سپاهان

شماره ثبت ۵۰۹۶۸

صنایع نساجی فلاحتی (رنگین نما)

- بافت، رنگ و تکمیل انواع پارچه
- اعم از ترگال ساده، ترگال کجراه
- تترون (پیراهنی، بیمارستانی)
- فاستونی جات و ساتن کش
- کتان کش
- کتان ۷۰٪ پنبه ۳۰٪ پلی استر
- کتان ۳۰٪ پنبه ۷۰٪ پلی استر
- پلی استر ویسکوزو...

عیب کار ما را
به خودمان بگوئید و
حُسن آن را
به دیگران



مدیریت آقایان فلاحتی

۰۹۱۳۱۱۹۷۱۵۷

۰۹۱۳۱۱۸۲۶۵۹

دفتر مرکزی

اصفهان، خیابان جی، خیابان مالک اشتر، جاده PVC، پلاک ۵۸۹

www.nasajifalahati.com

مدیریت فروش


آقای ابراهیم رستمی

۰۹۱۳۳۶۶۲۸۲۲

دفتر تهران

تهران، بازار بزرگ، بازار عباس آباد، بعد از کوچه علی آبادی،

نیش سرای عاج، پلاک ۲۶۹

 @nasajifalahati



کارخانجات دسترچ رضابافت

اولین و تنها تولیدکننده نخ های پلی استر میکروفیلامنت رنگی در ایران

تولید انواع محصولات میکروفیلامنت و رنگی

POY-FDY-DTY-TFO-ITY

و پارچه های گرد بافت



اتوبان تهران - قزوین، ۳۵ کیلومتر مانده به قزوین، شهرک ناصرآباد، جنب پمپ بنزین پارسین

۰۲۸-۳۲۹۳۸۴۹۱ / ۳۲۹۳۸۴۹۵  ۰۲۸-۳۲۹۳۸۴۸۵-۹۰

REZABAFT

www.DastranjRezabaft.ir



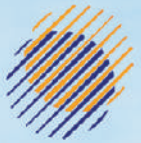
تهران، میرداماد، خیابان بهروز، کوچه احمد شریفی، پلاک ۱۰ کد پستی ۱۹۱۱۹۱۳۵۳۴



۲۲۲۲۵۳۳۰-۲۲۲۲۵۱۹۶



۲۲۲۵۵۵۳۴-۶ / ۲۲۲۲۲۹۵۰ / ۲۲۲۲۲۱۷۰ / ۲۲۲۲۲۳۷۰



بافتینه جدیدترین تکنولوژی خط تولید منسوج نبافته بافتسان مجتمع صنعتی بافتینه و بافتسان (RF5)

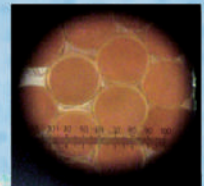
در راستای تأمین نیازهای منسوجات نبافته صنایع کشور و ادامه توسعه مستمر، این مجتمع صنعتی اقدام به اجرای طرح توسعه منسوج نبافته BICO و تولید محصولی متشکل از الیاف دو جزئی نموده است. همچنین همگام با پیشرفت جهانی تکنولوژی، مجتمع صنعتی بافتینه و بافتسان نسبت به خرید جدیدترین فناوری روز دنیا، رایکفیل RF5 اقدام نموده است. خط تولید جدید شرکت بافتینه نیز با هدف افزایش ظرفیت و افزایش کیفیت تولید منسوجات چند لایه اسپان باند/ ملت بلون در حال اجرایی شدن می باشد. بدین ترتیب با بهره برداری از طرح های توسعه مذکور مجموع ظرفیت تولیدی مجتمع صنعتی بافتینه و بافتسان به ۹۹۰۰۰ تن در سال خواهد رسید.

بهره برداری از طرح توسعه منسوج نبافته با ظرفیت ۱۹۰۰۰ تن در سال بهره برداری از طرح توسعه منسوج نبافته Bico



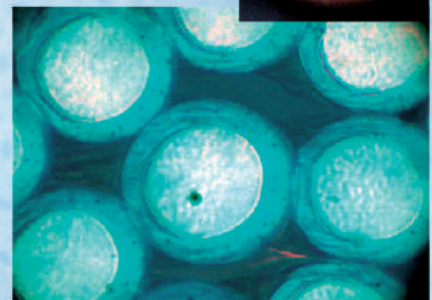
Side by Side
50 : 50

Sheath/Core
10 : 90



Sheath/Core
20 : 80

Sheath/Core
20 : 80



افتخارات:

- گواهینامه ملی رعایت حقوق مصرف کنندگان ۱۳۹۵، ۱۳۹۴، ۱۳۹۳
- واحد نمونه کشوری ۱۳۹۲، ۱۳۸۶
- کارآفرین برتر کشوری ۱۳۹۲
- واحد نمونه کیفی ۱۳۹۱
- واحد نمونه تحقیق و توسعه کشوری ۱۳۸۴
- تلاشگر برتر عرصه کیفیت ۱۳۷۸، ۱۳۷۹





بافتینه



بافتسان

نسل جدید منسوج نبافته پنج لایه SSMMS

مجتمع صنعتی بافتینه و بافتسان بزرگترین تولیدکننده منسوجات نبافته چند لایه با بهره‌گیری از مدرنترین تکنولوژی روز دنیا (اروپا)، با اجرایی شدن طرح‌های توسعه‌ای خود با ظرفیت ۹۹۰۰۰ تن در سال محصولاتی مطابق با استانداردهای جهانی با حداقل وزن ۷ گرم در متر مربع را به صنایع مختلف کشور ارائه می‌نماید.

همچنین لایه‌های ۱۰۰٪ ملت بلون متشکل از نانوالیاف از جمله تولیدات این مجتمع می‌باشد.

www.baftineh.com | www.baftsan.com

info@baftineh.com | info@baftsan.com

تهران، خیابان دکتر شریعتی، پایین‌تر از حسینیه ارشاد، خیابان دشتستان دوم، پلاک ۱۰

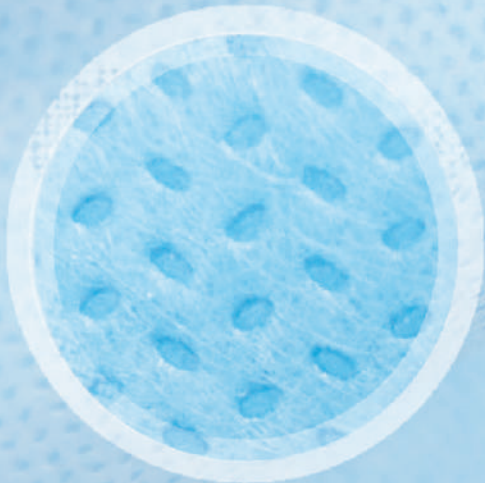
تلفن: ۰۲۱-۲۲۸۸۵۵۹۹ | فکس: ۰۲۱-۲۲۸۸۵۶۰۰



IRRI DCO
سازمان عبا و دارو



محصولات شرکت بافتینه و بافتسان
دارای نشان استاندارد ملی ایران



گواهینامه‌ها:

- ISO10002:2015 ●
- ISO10004:2012 ●
- ISO14001:2015 ●
- HSE-MS ●
- OHSAS18001:2007 ●

آگهی فروش ماشین آلات بازیافت

فروش ۳ خط تولید ماشین آلات بازیافت ضایعات :

ضایعات کارخانجات ریسندگی (پنبه ، پنبه پلی استر ، پلی استر پنبه)
ضایعات کارخانجات پنبه پاک کنی



مشخصات فنی ماشین آلات:

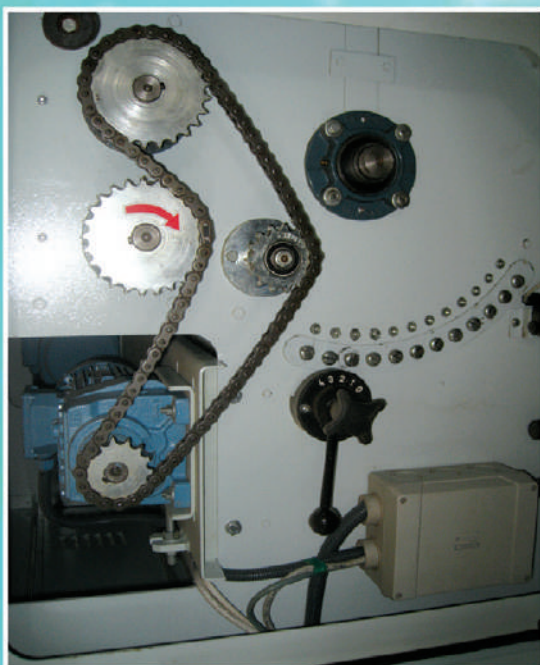
- ساخت شرکت بالکان ترکیه
- یک خط تولید با پرس عدلبندی - کارنکرده (نو)
- دو خط تولید با پرس عدلبندی - بسیار کم کارکرده
- ظرفیت تولید هر خط با پرس عدلبندی ۲۵۰ کیلوگرم در ساعت می باشد.
- ظرفیت تولید خط بدون پرس عدلبندی ۴۰۰ کیلوگرم در ساعت می باشد.
- برق مورد نیاز هر خط تولید ۱۰۰ کیلو وات
- عرض هر خط ۲ متر - طول هر خط ۳۶ متر با پرس و ۳۱ متر بدون پرس می باشد.
- توجه : لوازم یدکی هر خط تولید بطور جداگانه بصورت آکبند موجود می باشد .**

موارد استفاده از ایلیافی که بازیافت می شوند:

- استفاده در تولید انواع نخ نمره ۲ تا ۱۰ انگلیس
 - استفاده در تولید پنبه هیدروفیل
 - استفاده در تولید انواع منسوجات بی بافت
 - و غیره ...
- تلفن وقت اداری:

۰۲۱۸۸۸۷۰۳۲۸

اجاقی ۰۹۱۲۲۱۳۴۶۸۳



LIAPOOD

TEXTILE INDUSTRIES COMPANY

صنایع نساجی لیاپود



عرضه و خدمات انواع
نخ رنگی و فرش

پنبه

پنبه پلی استر

پلی استر ویسکوز

ویسکوز

مودال

پلی استر فیلامنت (DTY و ATY)

های فیلامنت (میکرو)



تلفن تماس

۰۲۱-۸۸۷۸۶۵۵۱

HIRADKARA

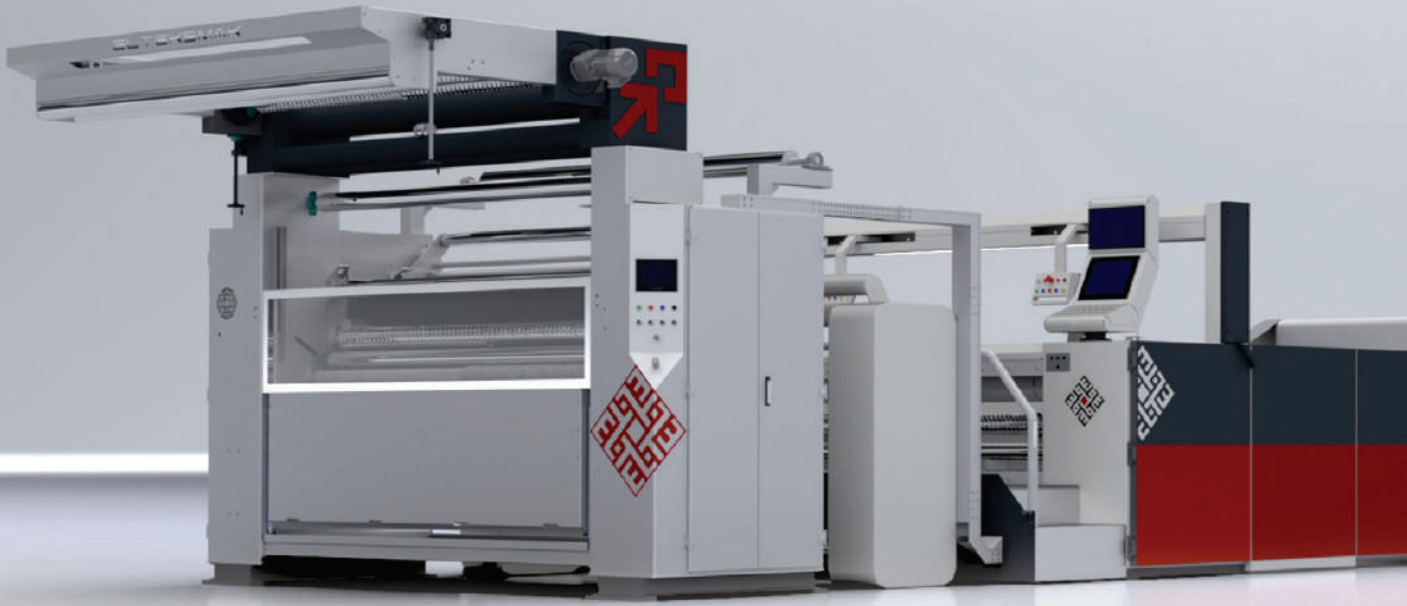
شرکت هیراد کارا



ELTEKSMAK®
DRYING TECHNOLOGIES

09123932419-09120453500

POSLU GEN4 STENTER MACHINE



POSLU GEN3 STENTER MACHINE



WWW.HIRADKARACO.COM

METALLIC YARN

جین دون متالیک نخ

جین دون متالیک نخ با بیش از ۲۰ سال سابقه، تولید با کیفیت و خدمات مناسب به مشتریان را در سر لوحه فعالیت های خود قرار داده است. ما به تمامی مراحل تولید از تهیه مواد اولیه تا بارگیری و تحویل به مشتری توجه ویژه داریم. جین دون همچنین یک سیستم کنترل کیفیت به روز را در تولیدات خود به اجرا در آورده است. دارای مدرک کیفیت مدیریتی Oeko-test و SIRA Certificate



M-RAINBOW YARN

MH-TYPE
MH-TYPE



MX-TYPE



SHANGHAI JIN DUN INDUSTRIAL CO.,LTD

Tel:86-21-34668961 Fax:86-21-34668962

E-mail:stella_gan@shjdgrou.com

Add:No.9,Lane3599,Qixin road, Minhang district, Shanghai, China





واردات و پخش انواع نخ های فنسی جهت پرده و منسوجات خانگی از قبیل
نخ اسلب - انواع نخ مونو از قبیل 60/4 تاییده و غیره - لوملت - فولد و ...

ارائه دهنده نخ ها

جهت تولید پرده، رو مبلی و نساجی خانگی،
چیپس جهت تولید انواع نخ ها و الیاف،
چیپس جهت بطری های یک بار مصرف
و نوشابه

فروش چیپس

از کشورهای هند، تایوان، کره و چین



تلفن ۵۵ ۱۵ ۶۰ ۹۹
۵۵-۱۵ ۶۰ ۸۵
۵۵ ۱۵ ۶۷ ۴۰
۵۵ ۱۵ ۶۷ ۴۱
۵۵ ۱۵ ۶۷ ۴۲
۵۵ ۱۵ ۶۷ ۴۳ فکس

INFO@VIRATEX-CO.COM



MINDERS

شرکت بازرگانی ماینדרز
وارد کننده مواد اولیه نساجی

WWW.MINDERS-CO.COM

INFO@MINDERS-CO.COM



Manufacturer of Polyester
- Cotton Type V - RV
- Hollow Fiber
- Micro

یکتاالیاف
Yekta Fiber

تولید انواع الیاف پلی استر
- کتان تایپ RV - V
- پرسان (میکرو)
- هالو



- ۳۱ - همکاری کارل مایر با برندهای پیشرو چین
- ۳۲ - سلول‌های خورشیدی، انرژی را به پارچه‌ها می‌آورند
- * پوشاک و خرده‌فروشی**
- ۳۳ - پایان ماه عسل صنعت پوشاک؟
- ۳۷ - رویکردهای نوین در بازار پوشاک مردانه
- ۳۸ - آیا تنوع کانال‌های فروش برای برندهای مد امتیاز است؟
- ۳۹ - احتمال خروج ایندیکنس از بازار روسیه؛ زارا تغییر نام می‌دهد
- ۴۰ - چرا اقبال به پوشاک ورزشی رو به افزایش است؟
- ۴۱ - نگاهی به بازار جهانی چاپ تیشرت سفارشی
- * نمایشگاه‌ها**
- ۴۲ - برگزاری دمو تکس ۲۰۲۳ هانوفر با چیدمان جدید
- ۴۳ - برگزاری Texworld Evolution پاریس در فوریه ۲۰۲۳
- ۴۴ - نمایش نوآوری‌ها در صنعت نساجی در نمایشگاه TITAS
- ۴۵ - نگاهی به نمایشگاه تجاری پارچه و اکسسوری مونیخ
- * تولید و تجارت پنبه**
- ۴۶ - گزارش دپارتمان کشاورزی آمریکا از بازار پنبه (اکتبر ۲۰۲۲)
- ۴۸ - ۳۰۰ هزار تن ووش پنبه امسال در کشور تولید می‌شود
- ۵۰ - آیا پنبه می‌تواند آینده بهتری برای صنعت مد ایجاد کند؟
- * محیط کسب و کار**
- ۵۲ - اتصال ۹,۳ میلیون دستگاه کارت‌خوان به پرونده‌های مالیاتی
- ۵۳ - چرا تسهیلات بانکی به رونق تولید منجر نمی‌شود؟
- ۵۴ - صدور ۱۷۵۸ بخشنامه گمرکی در ۶ سال گذشته
- ۵۶ - درس‌هایی از برنامه ششم توسعه
- ۵۸ - صادرات در محاصره تصمیمات کوتاه‌مدت
- ۶۳ *** بخش انگلیسی**

- * سرمقاله**
- ۲ - مسیر توسعه صنایع نساجی و پوشاک کشور کدام است؟
- * خبرنامه**
- ۴ - تاثیر تفکیک حساب‌های تجاری در شناسایی دهک‌های درآمدی
- ۴ - پرداخت ارزش افزوده واردات ماشین‌آلات و تجهیزات تولید تسهیل شد
- ۵ - رفع پیچیدگی‌ها در مبارزه با واردات قاچاق پوشاک در دستور کار است
- ۵ - شتاب کفش ایرانی در مسیر صادرات
- ۶ - سهم ۷۰ درصدی استان اصفهان در تولید محصولات نساجی
- ۶ - نرخ تورم مهرماه اعلام شد
- ۷ - خبر خوب برای تولیدکنندگان بدهکار
- ۷ - فقط ۱۹ درصد از واحدهای صنفی، تولیدی هستند
- ۷ - نرخ حقوق گمرکی با تایید شورای نگهبان یک درصد شد
- * گزارش**
- ۸ - گزارشی از مجمع عمومی و انتخابات انجمن صنفی تولیدکنندگان رزین ایران
- ۱۲ - گزارشی از مجمع عمومی و انتخابات هیئت مدیره انجمن ویژندهای پوشاک ایران
- ۱۷ - بیست و ششمین سالروز ملی صادرات برگزار شد
- ۲۰ - نمایشگاه‌های بین‌المللی نساجی و پوشاک ایران برگزار شدند
- * دیدگاه**
- ۲۲ - گفتگوی ماهنامه با مهندس هامان شایختی مدیرعامل «شرکت صنایع نساجی لیاپود»
- * دنیای نساجی**
- ۲۴ - عملکرد صادرات نساجی ترکیه در نیمه اول ۲۰۲۲
- ۲۶ - تاثیر تقویت ارزش دلار بر صنایع نساجی و پوشاک
- ۲۷ - آمار صادرات نساجی و پوشاک چین در ۸ ماهه اول ۲۰۲۲
- ۲۸ - احیای کامل صنعت نساجی ایتالیا تا پایان ۲۰۲۲
- ۲۹ - چشم‌انداز بازار جهانی منسوجات خانگی تا ۲۰۲۵
- ۳۰ - همکاری ۴ کشور برای کاهش مواد شیمیایی خطرناک



صاحب امتیاز و مدیر مسئول: جمشید بصیری

مسئول اجرایی تحریریه: علیرضا هاشمی

مشاوران علمی نشریه: محمد نیک پنجه، احسان سلطانی

طراح و منقح آرا: مسعود ایمانی

مسئول روابط عمومی: سعیده شکوری

هماهنگی و اجرا: حسین کیانی

همکاران این شماره: نیما بصیری، حمیدرضا عظیمی، اشکان جوادیان، مصطفی مرادیان،

لیلا بی باک

امور چاپ: چاپ ایده آل، تهران، سی متری نیروی هوایی، نرسیده به خیابان دماوند، بعد از کوچه آقاجانی شرقی، پلاک ۵۱۹

آدرس دفتر مجله: تهران، خیابان سهروردی شمالی، خیابان توپچی، پلاک ۳۰، کدپستی: ۱۵۵۸۸۴۴۳۱۳، تلفن: ۸۸۵۱۶۷۹۹ (خط) - فکس: ۸۸۵۲۵۸۷۲

مدیریت هنری و نظارت برچاپ: طرح سازگوه / www.tsgir.com

تلفن: ۷۷۱۶۴۹۹-۷۷۱۶۷۳۱۰

تلفن: ۸۸۵۱۶۷۹۹ (خط) - فکس: ۸۸۵۲۵۸۷۲

جذب آگهی: گروه یاران

www.sanatnassaji.com



مسیر توسعه صنایع نساجی و پوشاک کشور کدام است؟

جمشید بصیری طهرانی

آماده به کار، بازار هشتاد و چند میلیونی در داخل و بیش از ۳۰۰ میلیونی در همسایگی، وجود امکانات تولیدی راکد و آماده به کار در اقصا نقاط کشور، فراهم بودن زیرساختها در حوزه کسب و کارهای آنلاین و تجارت الکترونیک و دهها مورد دیگر اشاره کرد که همچون یک خاک حاصلخیز، آماده بذرافشانی، آبیاری و برداشت محصول نهایی است که همانا انواع منسوجات و پوشاک باکیفیت و عالی برای کاربردهای مختلف و در شأن مصرف کنندگان ایرانی می باشد.

اکنون این سوال مطرح است که چرا با وجود فراهم بودن تمام شرایط و امکاناتی که بدانها اشاره شد، صنایع نساجی و پوشاک نمی تواند از این ظرفیتها حداکثر بهره برداری را داشته و بازارهای داخلی و بین المللی را در تصرف خود در بیاورد و به قول معروف، حلقه مفقوده در این ناکامی کجاست؟ در پاسخ به این سوال، نگارنده در حد بضاعت فکری خود، سه حوزه را به عنوان حلقه های مفقوده توسعه صنایع نساجی و پوشاک کشور می داند که عبارتند از: «هدف گذاری، برنامه ریزی و اجرا» که در ادامه به توضیح مختصری در ارتباط با هریک از این مولفه ها می پردازم.

در حوزه هدف گذاری، واقعیت این است که امروزه کشورهای مطرح و نوظهور در صنایع نساجی و پوشاک یک سری هدف گذاری های کمی برای چشم انداز میان مدت و بلندمدت تعریف کرده اند که این هدف گذاری ها، سال به سال و بر حسب میزان پیشرفت یا احيانا پسرفت صورت گرفته، به روزرسانی شده و بر حسب میزان دوری یا نزدیکی کشورها

سال گذشته در نشستها و مجامع مختلف مشاهده می کنیم، به طور قطع ظرفیتها و پتانسیل رشد و توسعه در این عرصه فراهم است و به وضوح انگیزه و اشتیاق برای رشد تولید و توسعه فعالیتها در بین فعالان صنعت نساجی و پوشاک به چشم می خورد. در طول یک سال گذشته و بعد از فروکش کردن همه گیری کرونا، دست کم چهار مجمع عمومی و انتخابات هیئت مدیره برای تشکلهای مرتبط با این صنعت برگزار شده که از آنجمله می توان به مجمع عمومی و انتخابات انجمن صنایع نساجی ایران در اسفندماه سال گذشته و نیز مجمع عمومی اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک در تیرماه، جامعه متخصصین نساجی ایران در مردادماه و اخیرا انجمن برندها یا ویژه های پوشاک کشور در مهرماه امسال اشاره کرد که همه مجامع ذکر شده نیز در سالن های مجلل و باشکوه و با مشارکت حداکثری اعضای تشکلهای مذکور برگزار گردیده و در کنار حضور افراد جوان و خلاق در بین منتخبین، گزارشات عملکرد هیئت مدیره نیز از ایده ها، برنامه ها و اقدامات نو و خلاقانه از سوی گردانندگان تشکلهای حکایت می کند.

از سوی دیگر، ظرفیتها، امکانات و فرصت های موجود در اقتصاد کشور نیز به نحوی است محیطی کاملا مستعد و مناسب برای توسعه صنایع نساجی و پوشاک فراهم می کند که از آنجمله می توان به موقعیت مناسب جغرافیایی، منابع فراوان انرژی، و وفور مواد اولیه مصنوعی، وجود ظرفیت لازم برای کشت و تولید پنبه، نیروی کار تحصیل کرده و

بیست و هشتمین نمایشگاه بین المللی ماشین آلات، مواد اولیه، منسوجات خانگی، ماشین های گلدوزی و همچنین دهمین نمایشگاه بین المللی پوشاک در شرایطی روزهای ۲۹ مهر تا ۲ آبان ماه با مشارکت حدود ۲۵۰ شرکت کننده داخلی و خارجی برگزار گردید که به دلیل شرایط فعلی حاکم بر کشور از یک سو و همچنین برخی مشکلات ساختاری نظیر محدود بودن تعداد سالن های قابل تخصیص و اصرار سازمان توسعه تجارت و شرکت نمایشگاهها برای برگزاری این رویدادها در ساعت ۸ صبح تا ۳ بعدازظهر، با ظرفیت حداکثری برگزار نگردید و علی الخصوص در ارتباط با نمایشگاه پوشاک نسبت به دوره قبلی، کاهش قابل توجه تعداد غرفه گذاران و مساحت نمایشگاه را شاهد بودیم که باید در جای خود مورد واکاوی قرار بگیرد. البته همین که در شرایط دشواری سیاسی و اقتصادی حاکم بر کشور، باز هم این نمایشگاهها برگزار شدند و شرکتها نیز با برپا کردن غرفه های شکیل و زیبا، پذیرای همکاران خود و بازدیدکنندگان نمایشگاه بودند و این چراغ را همچنان روشن نگه داشتند، جای بسی خوشحالی دارد و لازم است در ابتدای سخن، از مجری برگزاری نمایشگاهها، هیئت مدیره تشکلهای مرتبط و همچنین مدیران شرکت های غرفه گذار کمال تشکر و قدردانی را داشته باشیم.

واقعیت این است که بر اساس شرایط و امکانات فعلی صنایع نساجی و پوشاک کشور و شرکت های فعال در این عرصه و نیز بر مبنای آنچه که اینجانب در یکی دو



در این زمینه نیز متأسفانه در کشور ما در هر دو سطح یادشده مشکلات عدیده وجود دارد و نه تشکل‌های نساجی و پوشاک از این اختیار و ظرفیت برای پیگیری و اجرای برنامه‌های کلان برخوردار هستند و نه دولت و حاکمیت چندان قائل به تفویض اختیار و افزایش نقش‌آفرینی آنها در راستای توسعه صنایع نساجی و پوشاک است. دقیقاً به دلیل همین حلقه مفقوده، شاهد هستیم که با وجود ظرفیت‌های مناسب فکری و اجرایی تک‌تک تشکل‌های نساجی و پوشاک کشور که در ابتدای سخن بدان اشاره شد، برآیند فعالیت‌های صورت‌گرفته توسط آنها و نیز برآیند فعالیت‌ها، جلسات و اقدامات صورت‌گرفته برای حمایت از فعالان صنعتی در حدی نیست که تحولی عظیم و قابل ذکر در صنایع نساجی و پوشاک کشور رقم بزند و اگر هم دستاوردی حاصل می‌شود، عمدتاً به صورت مقطعی و موردی اتفاق می‌افتد.

بنابراین وقت آن فرارسیده که تمامی تشکل‌ها، ذینفعان، متولیان و دست‌اندرکاران عرصه نساجی و پوشاک یک بار دور هم جمع شده و برآیند فعالیت‌ها و اقدامات صورت‌گرفته خود برای کل این صنعت را ارزیابی کرده و ضمن شناسایی دقیق کمبودها و ناکارآمدی‌ها و نیز نقاط مثبت و منفی، یک برنامه جامع و مدون همراه با اهداف کمی قابل‌اندازه‌گیری را برای ارتقای جایگاه صنایع نساجی و پوشاک تدوین نمایند. در گام بعدی لازم است تشکل‌ها و بدنه حاکمیت کشور که وزارت صنعت و دفتر صنایع منسوجات و پوشاک می‌باشد، ضمن تقسیم کار دقیق و تعیین وظایف و در صورت لزوم تفویض اختیار از جانب دولت به تشکل‌ها، کار پیگیری، ارزیابی و اجرای برنامه تدوین‌شده را دنبال نمایند تا در نهایت، خروجی همه اقدامات به رشد تولید و صادرات صنایع نساجی و پوشاک کشور بیانجامد.

با عدم تحقق آنها را بر عهده نگرفته و عملاً هدف‌گذاری‌ها صرفاً روی کاغذ و برای قفسه کتابخانه‌ها انجام گرفته است. به عنوان مثال، برای صنایع نساجی و پوشاک «دستیابی به جایگاه سوم در منطقه و رسیدن به رتبه پنجاهم جهان با تکیه بر رقابت‌پذیری، نوسازی و سرمایه‌گذاری همراه با توسعه فناوری و ارتقای بهره‌وری عوامل تولید»، از اهداف پیش‌بینی‌شده در افق ۱۴۰۴ بوده اما نه تنها این هدف محقق نشده بلکه در همین فاصله زمانی، کشور ازبکستان با دستیابی به صادرات ۳ میلیارد دلاری در صنایع نساجی خود، گوی سبقت را از ما ربوده است.

اینجاست که مولفه یا حلقه مفقوده سوم توسعه صنایع نساجی کشور خود را نشان می‌دهد که همانا پیگیری و اجرای برنامه‌ها جهت تحقق اهداف است. این پیگیری‌ها در دو سطح یعنی «سطح بنگاه‌ها» و همچنین «سطح کلان و حاکمیت» باید دنبال شود و در تمام کشورهای صاحب‌نام و صاحب‌برنامه در صنایع نساجی و پوشاک نیز شرایط به همین منوال است. پیگیری و اجرای برنامه‌ها در سطح بنگاه‌ها و شرکت‌ها معمولاً در ید اختیار تشکل‌ها و انجمن‌هاست و تشکل‌ها با اختیاری که از حاکمیت دریافت می‌کنند، شرکت‌های تولیدی را در مسیر اجرای برنامه‌ها یاری کرده و مشکلات آنها را هم در حاکمیت پیگیری می‌کنند. در سطح کلان نیز دولت‌ها از طریق سیاست‌گذاری، قانون‌گذاری و تعیین ضمانت‌های اجرایی لازم مثلاً در ارتباط با اعطای مشوق‌ها یا معافیت‌های مالیاتی، پرداخت تسهیلات بانکی به شرکت‌ها، اعطای تسهیلات در ارتباط با زمین، انرژی و ... بنگاه‌های اقتصادی را در مسیر دستیابی به رشد تولید و صادرات یاری کرده و برآیند فعالیت تمامی شرکت‌ها، در نهایت تحقق اهداف بلندمدت را در صنایع نساجی و پوشاک این کشورها رقم می‌زند.

به اهداف تعیین‌شده، اقدامات گذشته بازنگری شده یا تسریع می‌گردد. به عنوان دو نمونه از این هدف‌گذاری‌ها، ترکیه اخیراً تبدیل شدن به یکی از سه صادرکننده برتر نساجی در جهان را برای خود هدف‌گذاری کرده است. همچنین کشور بنگلادش به دنبال کسب ۱۰۰ میلیارد دلار درآمد از محل صادرات پوشاک و منسوجات تا سال ۲۰۳۰ است. این اهداف شاید در نگاه نخست بلندپروازانه به نظر برسند اما اگر اصطلاح «بزرگ فکر کنید تا بزرگ شوید» را ملاک و مبنای قرار دهیم، آنگاه تعیین چنین اهدافی قابل‌توجه خواهد بود و مطمئناً این کشورها را در مسیر بسط‌سازی و توسعه زیرساخت‌ها و امکانات خود برای تحقق اهداف یادشده قرار خواهد داد که همین موضوع نیز به خودی خود پیشرفت محسوب خواهد شد.

در زمینه مولفه بعدی یعنی برنامه‌ریزی، قطعاً همانطور که هدف‌گذاری به صورت بلندمدت صورت می‌گیرد، برنامه‌های تعیین‌شده برای رسیدن به اهداف نیز باید به صورت بلندمدت پایه‌ریزی شده و از آن مهم‌تر، به‌روزرسانی یا تغییر احتمالی این برنامه‌ها صرفاً بر مبنای تحولات اقتصادی باشد نه عوامل دیگر. ضمن اینکه برنامه‌ریزی باید به نحوی باشد که کشور را سال‌به‌سال به اهداف تعیین‌شده نزدیک‌تر نماید و به بیان دیگر، علاوه بر هدف نهایی در سال پایانی برنامه، در هر سال نیز باید یک هدف کمی برای همان سال تعریف شود و اگر هدف‌گذاری آن سال به هر دلیلی محقق نگردد، باید برنامه‌ها به فوریت بازنگری و برای سال‌های بعدی مورد تجدید نظر قرار بگیرند تا فاصله از اهداف هر سال بیشتر نشود. متأسفانه در ارتباط با کشورمان با وجودی که اهداف و برنامه‌های مشابهی برای اقتصاد کشور و همچنین صنایع نساجی و پوشاک در گذشته تعیین گردیده، اما هیچ نهاد یا سازمانی تاکنون مسئولیت پیگیری این اهداف و تحقق

تأثیر تفکیک حساب‌های تجاری در شناسایی دهک‌های درآمدی

مقطع ابتدای آبان‌ماه بود که بر این اساس شرکت‌های بورسی موظف به صدور صورتحساب الکترونیک شدند. مقاطع زمانی دیگر اول دی‌ماه سال جاری، اول فروردین سال آینده، اول خرداد سال آینده و پایان تابستان سال آینده است. بنابراین آخر تابستان سال آینده همه فعالین اقتصادی دارای صورتحساب الکترونیک خواهند بود. خاندوزی درباره مزایای صدور صورتحساب الکترونیک توضیح داد: این فرایند به افراد قدرت انتخاب می‌دهد زیرا می‌توانند مشاهده کنند که فلان کالای خاص با چه قیمتی و در کدام فروشگاه عرضه می‌شود.

خاندوزی با تأکید بر اینکه شفافیت می‌تواند بسیاری از مسائل اقتصادی کشور را حل کند، گفت: نباید گمان کرد در جوامع دیگر که فساد کمتر است افراد نسبت به جامعه ایرانی اخلاق مدارتر هستند. باید گفت ساختارها بسیار در این فرایند تأثیرگذارند. وزیر اقتصاد با اشاره به ابریدهکاران بانکی گفت: تعداد ابریدهکاران بانکی در بانک تجارت ۴۰ نفر، در بانک ملت ۵۱ نفر، در بانک مسکن ۹ نفر، در بانک ملی ۱۳۶ نفر، در بانک توسعه صادرات ۱۰ نفر و در بانک صنعت و معدن ۳۳ نفر هستند البته برخی از این افراد فقط معوقه دارند. انتشار این اطلاعات باعث شده است برای مثال پرونده تسهیلات سوخته بانک ملی ۱۴ درصد کاهش یابد.

وزیر اقتصاد با اشاره به تفکیک حساب‌های شخصی از تجاری عنوان کرد: این فرایند به منفعت خانوارها کمک می‌کند. زمانی که وزارت رفاه دهک درآمدی افراد را مشخص کرد بسیاری از افراد از اینکه در دهک‌های هفتم تا دهم قرار داشتند اعتراض می‌کردند. یکی از دلایل اینکه افراد در دهک‌های مذکور قرار می‌گرفتند در حالی که درآمد کمی دارند این است که فرد دیگری از حساب این افراد برای خرید و فروش و معامله استفاده می‌کند. احسان خاندوزی ادامه داد: تفکیک حساب‌ها کمک می‌کند که فعالیت‌های اقتصادی از زندگی روزمره تفکیک شود و افرادی که به اشتباه در دهک دهم قرار گرفتند، شناسایی شوند.

خاندوزی در مورد آخرین آمار شناسایی حساب‌های تجاری توضیح داد: تاکنون ۵۱۰ هزار و ۹۵۸ حساب تجاری شرکت‌ها و پنج میلیون و ۴۴۴ هزار حساب تجاری اشخاص حقیقی شناسایی شده است. به گفته وزیر اقتصاد، زمانی که یک حساب تجاری شناخته شود می‌تواند تراکنش‌هایی با سقف بالاتر انجام دهد که این سقف توسط بانک مرکزی اعلام خواهد شد. وی با بیان اینکه طبق مصوبه شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران سه قوه، پنج مقطع زمانی برای صدور صورتحساب الکترونیک در نظر گرفته شده است، توضیح داد: نخستین

پرداخت ارزش افزوده واردات ماشین‌آلات و تجهیزات تولید تسهیل شد

از تسهیلات بند (الف) ماده ۳۹ قانون احکام دائمی برنامه‌های توسعه کشور میسر است.

پیرو این پیگیری‌ها، با ابلاغ این حکم توسط سازمان امور مالیاتی در ۲۳ مهر به گمرک ایران، فعالان اقتصادی می‌توانند به‌منظور پرداخت مالیات بر ارزش‌افزوده واردات ماشین‌آلات خود همانند سال‌های گذشته، بر اساس دستورالعمل ابلاغی وزارت اقتصاد در مورد بند الف ماده ۳۹ قانون احکام دائمی برنامه‌های توسعه کشور اقدام کرده و در صورت تشخیص و تأیید وزارت صنعت، با ارائه گواهی چک به جای پرداخت نقدی، اقدام به ترخیص کالای وارداتی خود کنند. همچنین وزارت صنعت، معدن، تجارت نیز با ارسال نامه‌ای به سازمان‌های صمت استانی و گمرک کل کشور از آمادگی همکاری این وزارتخانه برای استفاده از ظرفیت‌های سامانه بهین‌یاب برای تسهیل فرآیند مذکور خبر داده است.

پس از مصوبه صد و سیزدهمین جلسه شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی در ۱۸ مهرماه ۱۴۰۱ سازمان امور مالیاتی با ارسال نامه‌ای به گمرک ایران اعلام کرد: امکان اخذ گواهی چک بابت مالیات بر ارزش‌افزوده واردات ماشین‌آلات و تجهیزات خطوط تولید وجود دارد. پس از آنکه مشکلات اجرایی پرداخت مالیات ارزش‌افزوده واردات ماشین‌آلات و تجهیزات تولیدی در سال ۱۴۰۱ با حذف بند (غ) ماده ۱۱۹ قانون امور گمرکی در ماده ۳ قانون جهش تولید دانش‌بنیان و بند (ص) تبصره ۶ قانون بودجه ۱۴۰۱ شدت گرفت، موضوع در جلسه اخیر شورای گفتگو با حضور وزیر اقتصاد و نمایندگان مجلس و دستگاه‌های اجرایی مختلف بررسی و مقرر شد سازمان امور مالیاتی طی مکاتباتی به گمرک اعلام کند در مورد پرداخت مالیات بر ارزش‌افزوده واردات ماشین‌آلات و تجهیزات تولیدی در زمان ترخیص، امکان بهره‌مندی



رفع پیچیدگی‌ها در مبارزه با واردات قاچاق پوشاک در دستور کار است

درصد کاهش پیدا کرده است و به لحاظ این اتفاق خوب که در تسهیل واردات مواد اولیه اقدامی راهگشا می‌باشد از همراهی نمایندگان مجلس تشکر می‌کنیم.

گرچه ادامه داد: این اتفاق خوب اقدام مهمی است که زمینه را برای واردات ماشین‌آلات نساجی و پوشاک نیز مهیا می‌کند و صنعتگران این صنایع می‌توانند با توجه به کاهش تعرفه‌ها بدون دغدغه ماشین‌آلات مورد نیازشان را برای نوسازی این صنایع وارد کنند. وی اظهار داشت: کاهش تعرفه‌ها از چهار درصد به یک درصد همچنین اقدامی راهگشا در نوسازی ماشین‌آلات صنایع نساجی و پوشاک خواهد بود و امید است صنعتگران این صنایع در ایجاد خطوط جدید تولید و بازسازی و نوسازی ماشین‌آلات بستر را برای تولید محصولات مرغوب و صادرات‌محور فراهم کنند.



است که در چند هفته آینده در سطح عرضه پوشاک در یک برنامه زمان‌بندی شده، مبارزه با قاچاق پوشاک را با قاطعیت پیگیری خواهیم کرد تا در آینده شاهد تداوم این چالش نباشیم. مدیر کل دفتر صنایع منسوجات و پوشاک وزارت صمت در ادامه سخنانش خطاب به فعالان حوزه نساجی و پوشاک کشور گفت: در حوزه واردات مواد اولیه تعرفه‌ها از چهار درصد به یک

مدیرکل دفتر صنایع منسوجات و پوشاک وزارت صمت از واردات قاچاق پوشاک به عنوان یک موضوع چندوجهی و پیچیده‌ای نام برد که صنعت نساجی و پوشاک را به شدت تحت تاثیر قرار داده است. به گزارش ایرنا، دکتر محسن گرجی در هجدهمین نشست دبیرخانه مشترک تشکل‌های نساجی، پوشاک و چرم کشور در اتاق بازرگانی البرز گفت: در ماه‌های اخیر در جلسات متعدد با ذینفعان حوزه تولید پوشاک، چالش واردات قاچاق پوشاک مورد بررسی‌های همه‌جانبه قرار گرفته است و رفع این مشکل را در اولویت قرار داده‌ایم. وی افزود: برنامه‌ای را تدارک دیده‌ایم تا در مبارزه با قاچاق در حوزه پوشاک اقدامات لازم همراه با ضمانت اجرایی در دستور کار قرار گیرد و اولویت‌ها در این راستا مشخص شده است. گرجی اظهار داشت: پیش‌بینی ما این

شتاب کفش ایرانی در مسیر صادرات

از جمله عواملی است که سرعت افزایش صادرات را گرفته است. اگر این موضوع بین بانک مرکزی و وزارت صمت حل‌وفصل شود، شاهد جهش خیلی بیشتری در این حوزه خواهیم بود. عضو هیئت مدیره جامعه صنعت کفش ایران در برنامه روی خط بازار رادیو اقتصاد یادآور شد: بر اساس آخرین آمارها سهم صادرات کفش ایران به عراق در ۵ ماه نخست امسال به ۵۲ درصد کاهش یافته و ترکیه و چین به دلیل همین نگاهی که به آن اشاره شد، توانسته‌اند بقیه سهم بازار عراق را که یک بازار بسیار بزرگ است، از ایران بگیرند. برای مثال یک‌زمانی بین ۶۰ تا ۷۰ درصد کفش ایران به بازارهای عراق صادر می‌شد.

عضو هیئت مدیره جامعه صنعت کفش ایران از افزایش ۱۲ درصدی وزن و رشد ۵ درصدی ارزش صادرات کفش کشور در ۵ ماه نخست امسال خبر داد. علی لشکری در یک برنامه رادیویی گفت: از آغاز فروردین تا پایان مردادماه ۱۴ هزار و ۳۵۵ تن کفش به ارزش ۳۳ میلیون دلار صادر شده است که نسبت به گذشته رو به بهبود است، اما این بدین معنا نیست که تولیدکنندگانی که در کشور صادرات انجام می‌دهند، با چالش روبه‌رو نیستند. وی افزود: تولیدکنندگان کفش در کشور مجبورند با دلار صادراتی مواد اولیه وارد کنند یا این دلار را در سامانه نیما بفروشند. شکاف بین دلار حاصل از ارزش صادرات و دلار نیمایی

سهم ۷۰ درصدی استان اصفهان در تولید محصولات نساجی

مسئول شهرک فعلی پوشاک اصفهان تصریح کرد: زمین متعلق به ساخت این شهرک با متراژ یک میلیون متر در اطراف کمشچه قرار گرفته است و در حوالی همان محل ۴۰۰ هزار متر دیگر متصل به همان زمین برای شهرک، تخصیص یافته است. امامی در پاسخ به این پرسش که دلایل قرارگیری زمین شهرک در این منطقه چه بوده است؟ گفت: مجموعه‌ای از خیاطان و دوزندگان ماهر در مناطق اطراف این زمین ساکن هستند، همچنین این مناطق دارای بیکاران تحصیل کرده زیادی نیز است که می‌توان شرایط شغلی مناسبی در این شهرک برای آنها فراهم آورد. به‌علاوه این منطقه در شاهراه اصلی اصفهان-تهران قرار داشته و نزدیک بودن آن به راه‌آهن سراسری از جمله دلایل برای انتخاب آن بوده است.

مسئول شهرک فعلی پوشاک اصفهان با اشاره به سهم ۷۰ درصدی اصفهان در تولید انواع محصولات صنعت نساجی و سهم ۲ درصدی در تولید پوشاک گفت: امیدواریم با ایجاد شهرک پوشاک سهم اصفهان در تولید پوشاک هم ارتقا یابد. دکتر آرش امامی در گفتگو با ایمن‌اظهار کرد: شهرک پوشاک اصفهان چهارمین شهرکی است که تا به حال برای راه‌اندازی آن اقدام شده و خوشبختانه این مورد به نتایج هم رسیده است درحالی‌که به دلیلی، موارد قبلی به نتیجه نمی‌رسید. وی افزود: اکنون با همکاری مسئولان و نمایندگان استانی موفق به دریافت زمین رایگان از دولت شدیم، ضمن آنکه قرار بر عهده‌گیری هزینه‌هایی از زیرساخت‌ها توسط دولت شد.

نرخ تورم مهرماه اعلام شد

گروه عمده «خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات» با کاهش ۴,۷ واحد درصدی به ۷۰,۷ درصد رسیده و گروه «کالاهای غیرخوراکی و خدمات» با افزایش ۰,۷ واحد درصدی به ۳۶,۱ درصد رسیده است. این در حالی است که نرخ تورم نقطه‌ای برای خانوارهای شهری ۴۷,۷ درصد است که نسبت به ماه قبل ۰,۷ واحد درصد کاهش داشته است. همچنین این نرخ برای خانوارهای روستایی ۵۳,۲ درصد بوده که نسبت به ماه قبل ۳,۱ واحد درصد کاهش داشته است.

افزایش نرخ تورم ماهانه خانوارهای کشور

منظور از نرخ تورم ماهانه، درصد تغییر عدد شاخص قیمت، نسبت به ماه قبل است. نرخ تورم ماهانه مهر ۱۴۰۱ به ۳,۰ درصد رسیده که در مقایسه با همین اطلاع در ماه قبل، ۰,۸ واحد درصد افزایش داشته است. تورم ماهانه برای گروه‌های عمده «خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات» و «کالاهای غیرخوراکی و خدمات» به ترتیب ۲,۲ درصد و ۳,۵ درصد بوده است. این در حالی است که نرخ تورم ماهانه برای خانوارهای شهری ۳,۲ درصد است که نسبت به ماه قبل ۱,۰ واحد درصد افزایش داشته است. همچنین این نرخ برای خانوارهای روستایی ۲,۰ درصد بوده که نسبت به ماه قبل ۰,۲ واحد درصد کاهش داشته است.

بر اساس جدیدترین گزارش مرکز آمار ایران، نرخ تورم سالانه مهرماه امسال برای خانوارهای کشور به ۴۲,۹ درصد رسیده که نسبت به همین اطلاع در ماه قبل، ۰,۸ واحد درصد افزایش داشته است. منظور از نرخ تورم سالانه، درصد تغییر میانگین اعداد شاخص قیمت در یک سال منتهی به ماه جاری، نسبت به دوره مشابه قبل از آن است. نرخ تورم سالانه مهرماه ۱۴۰۱ برای خانوارهای کشور به ۴۲,۹ درصد رسیده که نسبت به همین اطلاع در ماه قبل، ۰,۸ واحد درصد افزایش نشان می‌دهد. همچنین نرخ تورم سالانه برای خانوارهای شهری و روستایی به ترتیب ۴۲,۳ درصد و ۴۶,۲ درصد است که برای خانوارهای شهری ۰,۸ واحد درصد افزایش و برای خانوارهای روستایی ۰,۹ واحد درصد افزایش داشته است.

افزایش نرخ تورم نقطه به نقطه

منظور از نرخ تورم نقطه‌ای، درصد تغییر عدد شاخص قیمت، نسبت به ماه مشابه سال قبل است. نرخ تورم نقطه‌ای در مهرماه امسال به عدد ۴۸,۶ درصد رسیده است؛ یعنی خانوارهای کشور به طور میانگین ۴۸,۶ درصد بیشتر از مهر ۱۴۰۰ برای خرید یک «مجموعه کالاها و خدمات یکسان» هزینه کرده‌اند. نرخ تورم نقطه‌ای مهرماه در مقایسه با ماه قبل ۱,۱ واحد درصد کاهش یافته است. نرخ تورم نقطه‌ای



خبر خوب برای تولیدکنندگان بدهکار

متعددی برای واحدهای تولیدی به واسطه آن ایجاد شده، با اجرای این مصوبه رفع خواهد شد. تولیدکنندگانی که تمام یا بخشی از بدهی‌های بانکی آنها معوق شده است برای استفاده از این تسهیلات می‌توانند درخواست خود را به بانک‌ها و کارگروه‌های تسهیل و رفع موانع تولید استان‌ها بدهند. بانک‌ها موظفند با دریافت حداکثر ۷٫۵ درصد مانده بدهی و با تنفس ۶ ماهه و حداکثر اقساط پنج‌ساله، بدهی این واحدها را امهال کنند. مهلت استفاده از این تسهیلات تا پایان شهریور ۱۴۰۲ است.

با پیگیری‌های ستاد تسهیل و رفع موانع تولید، شورای پول و اعتبار برای حمایت از واحدهای تولیدی کشور، تمهیداتی برای ارائه از طریق بانک‌ها و موسسات اعتباری مصوب کرده است که ظرف روزهای آینده فرآیند اجرایی آن از طریق بانک مرکزی به بانک‌های عامل و موسسات اعتباری ابلاغ خواهد شد که پس از ابلاغ تا پایان شهریور ۱۴۰۲ ارائه خواهد شد. امهال و تقسیط تسهیلات مالی دریافتی واحدهای تولیدی در سنوات گذشته که بنا به هر دلیلی امکان بازپرداخت آن فراهم نشده و مشکلات

فقط ۱۹ درصد از واحدهای صنفی، تولیدی هستند

ایران و کشورهای توسعه‌یافته متفاوت و در نتیجه، وضعیت سرانه واحدهای صنفی نیز متفاوت است؛ به طوری که در ایران به ازای هر واحد صنفی ۲۷ تا ۲۸ نفر مراجعه می‌کنند، اما این رقم در کشورهای توسعه‌یافته ۱۷۰ تا ۱۸۰ و متوسط در دنیا ۱۰۰ نفر است. اما تعداد زیاد اصناف منجر به کاهش درآمد آنها می‌شود و به نفع خودشان هم نیست و علت آن مشکلاتی است که در حوزه سرمایه‌گذاری و ایجاد اشتغال در بخش صنعت و کشاورزی وجود دارد.

در میان استان‌ها، تهران میزبان بیشترین واحد صنفی است که ۳۱۰ هزار و ۷۶۱ واحد را در خود جای داده است و کهگیلویه و بویراحمد با ۲۴ هزار و ۶۰۷ واحد صنفی، کمترین واحد را به خود اختصاص داده است. همچنین تهران با داشتن بیش از ۶۶ هزار و کهگیلویه و بویراحمد با داشتن ۳۲۹۰ واحد صنفی تولیدی، بیشترین و کمترین صنف تولیدی را به خود اختصاص داده است. طبق گفته‌های عضو هیئت رئیسه اتاق اصناف ایران، شیوه کسب‌وکار در

بر اساس آمار منتشر شده وزارت صنعت، معدن و تجارت تا پایان تیر امسال در مجموع بیش از دو میلیون و ۴۳۹ هزار واحد صنفی در کشور فعال است که تقریباً نصف آنها، یعنی بیش از یک میلیون و ۱۹۱ هزار واحد، در بخش توزیعی کار می‌کنند. از نیمه باقی‌مانده، حدود ۴۶۰ هزار واحد یعنی ۱۸٫۸ درصد، در بخش تولید، ۳۹۰ هزار یعنی ۱۶ درصد در بخش خدمات فنی و ۳۹۶ هزار یعنی ۱۶٫۳ درصد در بخش خدمات فعال هستند.

نرخ حقوق گمرکی با تایید شورای نگهبان یک درصد شد

افزود: حقوق ورودی شامل حقوق گمرکی و سود بازرگانی است که بیشتر با مصوبه دولت، سود بازرگانی کاهش یافته بود. این لایحه دولت که حالا به قانون تبدیل شده، قانون بودجه امسال را اصلاح می‌کند و حقوق گمرکی را از ۴ درصد به یک درصد کاهش می‌دهد.

سخنگوی شورای نگهبان از تأیید لایحه کاهش حقوق گمرکی خبر داد. به گزارش ایسنا، هادی طحان‌نظیف گفت: این لایحه درباره کاهش «نرخ حقوق گمرکی مواد اولیه، واسطه‌ای، اجزاء و قطعات و ماشین‌آلات و تجهیزات» به یک درصد بود که شورای نگهبان آن را مغایر با شرع و قانون اساسی نشناخت. طحان‌نظیف

گزارشی از مجمع عمومی و انتخابات انجمن صنفی تولیدکنندگان رزین ایران

گزارشی از وضعیت انجمن ارائه کرد که اهم صحبت‌های ایشان بدین شرح است:

«در ابتدای سخن باید به عرض برسانم چندین سال است که از عمر هیئت مدیره قبلی که انتخاب فرمودید می‌گذرد. متأسفانه بحران کرونا گرفتاری‌هایی را ایجاد کرد و مجمع را به عقب انداخت و باعث خوشحالی است که سرانجام می‌توانیم امروز مجمع عمومی را برگزار کنیم. قبل از هر صحبتی، لازم است از هیئت مدیره قبلی که امشب دوران مسئولیتش تمام می‌شود تشکر و قدردانی نمایم. من از ابتدای تشکیل انجمن و بیش از ۳۰ سال است که در هیئت مدیره‌های مختلف حضور داشته‌ام ولی واقعیت این است که هیئت مدیره‌ای که امشب دوران فعالیتش تمام می‌شود، جزو فعال‌ترین هیئت‌مدیره‌های تمام ادوار انجمن بوده و کمتر شاهد بودیم که در جلسات غیبت نمایندند. همچنین اسپانسر مراسم امشب هم یکی از اعضای محترم هیئت مدیره هستند.

با ذکر این نکته ضروری اجازه دهید به خود انجمن بپردازم. به طور کلی، انجمن عبارت است از اینکه عده‌ای هم‌صنف، هم‌فکر یا هم‌عقیده دور هم جمع می‌شوند و با تشکیل یک انجمن، برای حفظ منافع جمعی فعالیت می‌کنند. انجمن ما هم از این قاعده مستثنا نیست و ما در چند سال اخیر توانسته‌ایم روابط بسیار خوبی با موسسات وابسته ایجاد کنیم. خوشبختانه انجمن امروز یک انجمن شناخته‌شده و پذیرفته‌شده در ارگان‌های مختلف است و در اکثر جلسات مرتبط از انجمن دعوت به



دکتر شیبانی به عنوان رئیس، مهندس صفی‌نژاد به عنوان منشی و آقایان بیگدلی و شریفی به عنوان ناظر تعیین گردید و آقای دکتر علیمردان شیبانی رئیس مجمع، بر اساس دستور جلسه از مهندس رحمت‌الله رضایی رئیس هیئت مدیره انجمن دعوت کرد که به ارائه گزارش عملکرد هیئت مدیره بپردازد. مهندس رضایی ضمن عرض خوشامدگویی و خیرمقدم به حضار

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، مجمع عمومی عادی و فوق‌العاده انجمن تولیدکنندگان رزین ایران روز سه‌شنبه مورخ ۱۹ مهرماه ۱۴۰۱ با حضور نماینده وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در رستوران بین‌المللی شان‌دیز برگزار گردید. در ابتدای جلسه بعد از خیرمقدم مهندس درودی دبیر انجمن به حضار، هیئت رئیسه اداره مجمع با رای حضار متشکل از آقایان



نماییم. متأسفانه سهمیه‌بندی در چند سال گذشته دائماً دستکاری شده و گروه‌های جدیدی به انجمن اضافه شده‌اند. در حال حاضر نیز ظاهراً قرار است سهمیه‌های قبلی حذف شده و سهمیه‌های جدیدی بر مبنای گزارش عملکرد دو سال گذشته صنایع، تخصیص داده شود و مجدداً برای VAM سهمیه تعیین کنند که قطعاً این تصمیم هم می‌تواند مشکلات جدیدی برای برخی از تولیدکنندگان مخصوصاً آنهایی که به هر دلیل در دو سال گذشته تعطیل بوده یا تولید نداشته‌اند، به دنبال داشته باشد.»

مهندس رضایی در بخش پایانی صحبت خود نیز ضمن اشاره به هزینه‌های ماهانه دفتر انجمن، از اعضا درخواست کرد از طریق همت عالی و مشارکت خود، مبالغی را اختصاص داده تا دفتری آبرومند برای انجمن خریداری گردد.

بعد از صحبت‌های مهندس رضایی، دکتر شبیانی تأکید که در انجمن صنایع نساجی ایران همواره از انجمن رزین به عنوان یک انجمن متحد، خوب و توانمند یاد می‌شود و ما باید از انجمن رزین یاد بگیریم چگونه حرفمان را در نهادهای بالادستی به کرسی بنشانیم. وی ضمن تأیید صحبت‌های



مهندس رحمت‌الله رضایی

متأسفانه مسئله VAM همواره یک مشکل جدی برای اعضای انجمن و تولیدکنندگان رزین بوده است. از سال ۱۳۷۴ که پتروشیمی اراک تولید خود را آغاز کرد، تقریباً ۴ ماه بعد سهمیه‌بندی آغاز شد و از همان ابتدا، این سهمیه‌بندی اشکال داشت که هنوز هم این اشکال وجود دارد. حدود ۸ سال قبل هم سایت بهین‌یاب راه افتاد که در آنجا هم مشکلات متعددی از جمله سهمیه‌بندی‌های نامتعارف ایجاد گردید و ما در انجمن تلاش کردیم با همکاری اعضا و از طریق بحث و رایزنی، این مشکلات را حل و فصل

عمل آمده و آقای مهندس درودی یا سایر اعضای هیئت مدیره به نمایندگی از انجمن حضور داشته‌اند. بعضاً تعدادی از دوستان و همکاران مخصوصاً در هنگام پرداخت حق عضویت یا مبلغی که به عنوان سهمیه VAM یا استایرن تعیین شده، می‌پرسند که انجمن تاکنون چه کرده است؟ در پاسخ به این سوال من واقعا نمی‌دانم چه باید بگویم. انجمن متشکل از ۷ نفر هیئت مدیره است که هر دو هفته یا ماهی یکبار دور هم جمع شده و مسائل مختلف روز را به بحث می‌گذارند. خوشبختانه در این دوره، درهای انجمن را بازگذاشتیم و تمامی اعضا می‌توانستند با قرار قبلی یا روز برگزاری جلسه هیئت مدیره، مشارکت کنند و نظراتشان را ارائه دهند.

تمام تلاش هیئت مدیره این بوده که با سازمان‌های مختلف نظیر وزارت صنعت، شرکت ملی صنایع پتروشیمی (NPC)، پتروشیمی اراک و به طور کلی هر ارگان یا شرکتی که به نحوی منافع اعضای انجمن به آن وابسته است، ارتباط برقرار کند. مخصوصاً تا همین چند ماه قبل با پتروشیمی اراک ارتباط بسیار خوبی داشتیم و به مدت چندین سال مسئله مونومر وینیل استات (VAM) را از نظر قیمت با این شرکت حل کرده بودیم ولی متأسفانه از حدود ۸ ماه پیش، این مراودات به حال خود رها شده و نه شرکت پتروشیمی اراک حاضر است چنین توافقاتی را تکرار کند و نه شرکت ملی صنایع پتروشیمی این کار را صلاح می‌داند. اینها از جمله اقداماتی است که انجمن طی سال‌های اخیر انجام داده و اعضای هیئت مدیره به طور مستمر و تا جایی که در توانشان بوده، به دنبال حل مشکلات اعضا بوده‌اند و اطلاع‌رسانی‌هایی لازم نیز در این زمینه انجام شده است. لازم است به این نکته اشاره کنم که



مهندس رضایی درباره تهیه دفتر مستقل، تاکید کرد که انجمن صنایع نساجی از روزی توانست به صورت جدی تر اعلام موجودیت نماید که با همت آقای مهندس بصیری و سایر عزیزانی که دعوت مهندس بصیری را لیبیک گفتند، توانست ساختمان مستقلی برای خود بسازد و همین دفتر بیش از پیش به اعتبار انجمن صنایع نساجی ایران افزوده است. دکتر شیبانی ابراز امیدواری کرد که به زودی شاهد باشیم که انجمن رزین نیز ساختمان مستقلی را با همت اعضای محترم آن تدارک ببیند.

بعد از توضیحات دکتر شیبانی، مهندس هرمز درودی گزارش مالی انجمن را به نیابت از خزانه دار ارائه نمود و همچنین به پیشنهاد وی، افزایش حق عضویت سالانه انجمن به ۱۰ میلیون تومان مورد تایید حضار قرار گرفت. همچنین در راستای پیشنهاد مهندس رضایی، ۶ نفر از اعضا اعلام آمادگی کردند که هرکدام مبلغ یک میلیارد تومان پرداخت کنند تا دفتری برای انجمن خریداری گردد.



مهندس هرمز درودی

- * **اعضای اصلی هیئت مدیره:**
 آقای درودی (آواشیمی) با ۲۳ رای
 آقای طالبیان (آبنیل شیمی) با ۲۱ رای
 آقای رضایی (هینزاشیمی) با ۲۰ رای
 آقای بیگدلی (آذر تابان) با ۱۳ رای
 آقای آشتیانی (پارس پلیمر) با ۱۱ رای
- * **اعضای علی البدل هیئت مدیره:**
 آقای عمرانی (خوش چسب) ۹ رای
 آقای ناسوتی (سیماب رزین) ۷ رای
- * **بازرس اصلی:** آقای محمودی
- * **بازرس علی البدل:** آقای زمانی

گفتنی است بعد از اعلام نتایج و پایان دستور کار مجمع، از مهندس جمشید بصیری مدیرمسئول ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک» دعوت به عمل آمد که دقایقی برای حضار به ایراد سخن پردازند که اهم صحبت‌های ایشان بدین شرح است: «با سلام خدمت اساتید و حضار محترم. در طول خدمت ۲۶ ساله در انجمن صنایع نساجی و خدمت ۱۵ ساله در اتاق بازرگانی، تلاش بسیاری انجام دادم که از طریق ترویج

پس از ارائه گزارشات هیئت مدیره و مالی و تایید آن توسط حضار، مجمع وارد دستور جلسه برگزاری انتخابات هیئت مدیره و بازرس انجمن گردید و هرکدام از کاندیداها دقایقی به معرفی خود پرداختند. در نهایت، پس از برگزاری انتخابات و شمارش آراء، اسامی زیر به عنوان اعضای جدید هیئت مدیره انجمن تولیدکنندگان رزین ایران انتخاب شدند:



عکس: ایران پلیمر

استعداد عالی، امکانات مالی لازم برای دانشگاه رفتن را نداشتند و اینچنین بود که توانستیم شعار آن زمان انجمن یعنی «از هر کارگر یک مهندس بسازیم» را محقق نماییم. ضمن اینکه از صاحبان کارخانجات بابت هرکدام از این افراد مبلغ هنگفتی بابت ۴ سالی که درس می‌خواندند دریافت کردیم و آزمایشگاه‌های دانشکده مهندسی نساجی به جایگاهی رسانده شد که امروز می‌توانید در آنجا ملاحظه نمایید.

این موارد، برخی از کارهایی است که در دوران خدمت اینجانب در انجمن صنایع نساجی ایران با همراهی عزیزانی همچون دکتر شبیانی و سایر همکارانی که در این جمع نیستند، انجام گرفت. در نهایت هم ساختمان فعلی انجمن در خیابان تور را بنا کردیم که امروز در اختیار هیئت مدیره و کلیه اعضای انجمن قرار دارد. مجموعه این اقدامات باعث شد که مسئولان و دست اندرکارانی که گره کار انجمن به نحوی در دستان آنها بود، قدری به حرف‌های ما توجه کنند و متعاقباً اعضای انجمن نیز ترغیب شدند که مشارکت خود را افزایش دهند.

در پایان باید خدمتتان عرض کنم روزی که آقای مهندس رضایی به نمایندگی از انجمن تولیدکنندگان رزین، عضو انجمن صنایع نساجی ایران شدند، صحبت من با ایشان این بود که قدمی که برداشته‌اید بسیار سنگین و خسته‌کننده است. امروز هم از شما عزیزان حاضر در جلسه خواهش می‌کنم که همراهی کنید تا چراغ انجمن‌تان پرنورتر از قبل روشن باشد چراکه قدرتمند بودن این تشکل به نفع خود شما و آینده این کشور خواهد بود. از همگی شما سپاسگزارم که به عرایضم گوش فرا دادید.»

گفتنی است بعد از صحبت‌های مهندس بصیری، جلسه مجمع با برگزاری ضیافت شام به پایان رسید.



دانشگاه صنعتی امیرکبیر شامل ۱۱ طبقه روی زمین و ۴ طبقه زیر زمین با همت همین اعضا بسازیم. در گام بعدی، توانستیم وارد کردن پنبه را که وزارت کشاورزی اصلاً زیر بار آن نمی‌رفت، آزاد نماییم. همچنین رقم ۵۰۰ میلیون دلار از دولت وقت برای بازسازی و نوسازی صنایع نساجی وام گرفتیم که در آن زمان پول کمی نبود و به کمک آن، بسیاری از کارخانجات نوسازی شدند. به عنوان یکی دیگر از اقدامات، بعد از زلزله بم توانستیم با کمک مالی اعضای انجمن و هیئت مدیره وقت، ساخت هنرستان صنعتی بم که شاید بزرگترین هنرستان صنعتی منطقه است را در ۱۴ رشته صنعتی با موفقیت به پایان برسانیم که امروز در اختیار جوانان آن منطقه است.

در کنار همین اقدامات، یکی دیگر از کارهای که باعث تعجب بسیاری گردید ایجاد دوره‌های آموزشی تخصصی نساجی برای فرزندان صاحبان کارخانجات نساجی بود که از این طریق، عده کثیری جوان که همه امکانات را برای خروج از کشور داشتند را در مملکت نگه داشتیم. البته باید اشاره کنم که تعدادی از این افراد، کارگران کارخانجات بودند که با وجود داشتن

فعالیت‌های تشکلی خدمتی به جامعه انجام دهم. کما اینکه در دوران حضورم در اتاق بازرگانی، حداقل ۱۷ اتحادیه را برای اولین بار بعد از انقلاب تشکیل دادم. بعد از آن، با توجه به اینکه دوستان و همکارانم از دانشکده پلی تکنیک من را به سوی انجمن صنایع نساجی سوق دادند، با حفظ سمت در اتاق بازرگانی، در انجمن صنایع نساجی نیز شروع به خدمت کردم و در دوران فعالیت خود در صنایع نساجی، تعداد ۱۵ واحد صنعتی بزرگ کشور از جمله کارخانجات جامعه و مطهری را بنا نمودم. در ارتباط با انجمن صنایع نساجی ایران باید به عرض برسانم که این انجمن ابتدا با نام «سندیکای کارفرمایان صنایع نساجی پنبه‌ای و الیاف مصنوعی ایران» تاسیس گردید. خوشبختانه با حضور اینجانب در انجمن، تشکل‌های دیگری همچون سندیکای پشمی ایران و سندیکای جوت نیز که جداگانه فعالیت می‌کردند، از سال ۱۳۶۹ درخواست ادغام در سندیکا (انجمن فعلی) را مطرح کردند و اینچنین بود که با ادغام تمام تشکل‌های نساجی آن زمان، انجمن صنایع نساجی ایران شکل گرفت. انجمن در آن زمان ۳۵ عضو بیشتر نداشت و دو اتاق کرایه‌ای در ساختمان نساجی مازندران در اختیار آن بود. همین مشکلی که آقای مهندس رضایی و آقای مهندس درودی اشاره کردند در آن زمان هم برای انجمن نساجی وجود داشت و با وجود تلاش‌هایی که انجام دادیم، اعضا برای پرداخت حق عضویت مشکل داشتند و حق عضویت‌ها هم جوابگوی هزینه‌ها نبود.

لذا کم‌کم شروع کردیم به اضافه کردن اعضای انجمن و با پشتیبانی هیئت مدیره‌های وقت همچون آقای دکتر شبیانی توانستیم با همین اعضای که حاضر به پرداخت حق عضویت نبودند، به عنوان اولین اقدام دانشکده عظیم مهندسی نساجی را در

گزارشی از مجمع عمومی و انتخابات هیئت مدیره انجمن ویژندهای پوشاک ایران



ارتقای جایگاه تشکلهای کارآمد است. این ساختارها که با نیازسنجی دقیق از سوی فعالان راستین هر صنف به وجود می‌آیند، با مشارکت و پشتیبانی هرچه بیشتر اعضای خود می‌توانند خدماتی راهگشا ارائه نموده و افق‌هایی تازه در فضای کسب‌وکار ایجاد کنند. و دقیقاً با پیروی از همین الگو و بنا به تشخیص حلقه‌ای از پیشکسوتان و فعالان نام‌آور صنعت پوشاک و همراهی و پشتیبانی تشکلهایی مانند انجمن صنایع پوشاک ایران، انجمن برندهای پوشاک کشور در دی‌ماه سال ۱۳۹۸ ثبت گردید. هدف اصلی ما پرداختن متمرکز به امور بنیادینی مانند برندسازی و خرده‌فروشی و نیز یافتن راهکارهایی برای رفع مشکلات موجود در فروش برندها بوده که پرداختن به آنها در تشکلهای موجود آن زمان امکان‌پذیر نبود و نیازمند سامان دادن حلقه‌ای جداگانه بود.

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، مجمع عمومی و انتخابات هیئت مدیره انجمن ویژندها (برندها)ی پوشاک ایران شامگاه روز یکشنبه ۱۷ مهرماه با حضور نماینده وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در محل هتل اسپیناس پالاس تهران برگزار گردید. در ابتدای جلسه و بعد از به حد نصاب رسیدن تعداد اعضای انجمن، خانم حمیده زعیمزاده رئیس وقت انجمن برندهای پوشاک بعد از خیرمقدم و خوشامدگویی به حضار، توضیح مختصری درباره تشکیل این انجمن و اهداف و برنامه‌های آن ارائه کرد که اهم صحبت‌های وی بدین شرح است:

«در روزگاری که همه ما در حال دست‌وپنجه نرم کردن با مشکلات ریز و درشت و شاید باورنکردنی در همه شئون حرفه‌ای خود هستیم، یکی از راه‌حل‌های آزموده‌شده برای رفع این مشکلات، پایه‌گذاری و





قبل به انجام وظایف خود بپردازد. با آرزوی تندرستی و کامیابی هرچه بیشتر برای شما همکاران ارجمند.»

بعد از صحبت‌های مقدماتی خانم زعیم‌زاده، رای گیری از حضار برای تعیین هیئت رئیسه اداره مجمع انجام گرفت و آقایان افتخاری، اتابکی، مستوفی، قالی و تیرگر به عنوان اعضای هیئت رئیسه مجمع فوق‌العاده و عادی انتخاب شدند و جلسه وارد دستورات خود شد. بعد از تلاوت آیاتی از کلام‌الله مجید و پخش سرود جمهوری اسلامی ایران، دستورجلسه اول مجمع عمومی فوق‌العاده مبنی بر اصلاح ماده ۱۹ اساسنامه و افزایش تعداد نفقات هیئت مدیره از ۵ به ۷ نفر در دستور کار قرار گرفت که با رای اکثریت حضار مورد تصویب قرار گرفت. دستورجلسه دوم مجمع فوق‌العاده، اصلاح ماده ۲۱ اساسنامه و افزایش تعداد اکثریت اعضای هیئت مدیره از ۳ به ۵ نفر بود که این موضوع نیز با اکثریت آرا تصویب گردید.

بعد از پایان مجمع فوق‌العاده، جلسه وارد مجمع عمومی عادی شد و به عنوان دستور کار اول، آقای شهرام صالحی نوع‌پرور نایب رئیس وقت هیئت مدیره انجمن برندهای پوشاک کشور به ارائه گزارش عملکرد هیئت مدیره پرداخت که اهم صحبت‌های وی بدین شرح است:

«اولین مجمع انجمن ویژه‌های پوشاک کشور دو سال و نیم پیش با تلاش هیئت موسسی برگزار شد و تعدادی از دوستان با رای اعضای آن زمان، کار را آغاز کردند. دلیل اصلی و چرایی تشکیل یک انجمن هم‌افزایی، همبستگی، همکاری و جمع شدن زیر یک پرچم واحد برای پیشبرد منافع یک صنف و صنعت است. واقعیت این است که وقتی ما در کنار یکدیگر جمع می‌شویم، امکانات بسیاری برایمان به وجود می‌آید و می‌توانیم در مذاکره با نهادها و سازمان‌های مختلف دست بالا را داشته باشیم که از آنجمله می‌توان به بالا رفتن قدرت چانه‌زنی در مذاکره با مراکز خرید اشاره کرد. موضوع دیگر درباره چرایی تشکیل انجمن، کم کردن هزینه‌های برندسازی است. در این

برای هیچ یک از ما پوشیده نیست که فعالیت‌های تخصصی بازاریابی و فروش صنعت پوشاک کشور تا چه میزان از استانداردهای جهانی دور هستند تا جایی که برندهای ایرانی کماکان به عنوان گزینه‌های اول خریداران مطرح نبوده و با وجود رشد جدی فروش برخط در دوران همه‌گیری، تا رسیدن به نزدیک‌ترین رقبای منطقه‌ای راهی دراز در پیش داریم. لازم به گفتن است که با توجه به توان بالای تولید و تخصص صنعتگر ایرانی، تاکید همگی ما تلاش برای ریل‌گذاری صادرات مستمر و جدی محصولات نیز می‌باشد. البته در همان آغاز راه انجمن، ضربه گیج‌کننده و همه‌گیری کووید ۱۹ باعث دیرکرد قابل توجه و حتی به هم خوردن بسیاری از برنامه‌های ما گردید اما امشب با خرسندی به آگاهی‌تان برسانم که به مجرد به وجود آمدن امکان فعالیت، ما بر سر پیمان خود بازگشته و با تمامی نیرو پیگیر عمل به برنامه‌ها شدیم. در همین راستا و بعد از عرایض بنده، گزارش کاملی از فعالیت‌های انجام‌گرفته هیئت مدیره از سوی همکار گرامی جناب آقای صالحی نوع‌پرور ارائه می‌شود که دستاوردهای نام‌برده‌شده در آن، مایه رشد و مباحثات همگی ما هستند. در اینجا فرصت را غنیمت می‌شمارم و از پیشکسوت گرامی جناب آقای هاگوپیان و همچنین همکاران گرامی جناب آقای جوانرود و جناب آقای اسد رهبری برای همه همراهی‌ها و پشتیبانی‌هایشان سپاسگزاری نموده و همکاری‌های صمیمانه یکایک اعضای هیئت مدیره اول و همچنین انجمن صنایع پوشاک ایران و اتحادیه صادرکنندگان را ارج بنهم. بی‌شک بدون یاری‌های همدلانه، آنچه که امروز به عنوان دستاورد اولین دوره فعالیت انجمن برندهای پوشاک کشور مطرح می‌شود وجود نداشت. در اینجا مایلیم عرایضم را با اعلام خبری خوش به پایان برسانم. انجمن برندهای پوشاک کشور همزمان با در اختیار داشتن مجوز وزارت کار و رفاه اجتماعی، در شمار تشکلهای ذیل اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران نیز قرار گرفته تا با در اختیار داشتن تمام ظرفیت‌های پارلمان بخش خصوصی، پرنیروتر از



آقایان شرام صالحی، محسن اصفهانیان، اسد رهبری



حضور مهندس بصیری مدیر مسئول ماهنامه صنعت نساجی و پوشاک در مجمع

مسئله قابل ذکر دیگر در ارتباط با اهداف انجمن، انجام اقدامات دسته‌جمعی است که باعث تاثیرگذاری بهینه در بازار شود. در این زمینه، ما در همان بدو امر قصد داشتیم یک کمپین ویتترین‌ها راه اندازی کنیم؛ ایده‌های خوبی در این مسیر مطرح شد و تعدادی از دوستان طراحی داخلی را جذب کردیم اما متأسفانه اجرای آن با کرونا مصادف شد و به تاخیر افتاد که انشاءالله در دوره آتی هیئت مدیره انجام خواهد شد.

آنچه که تا اینجا ذکر شد در ارتباط با اهداف و چرایی تشکیل انجمن بود و اکنون به فعالیت‌ها و اقداماتی که انجمن انجام داده می‌پردازم. یکی از بزرگترین مشکلات صنعت پوشاک، عکاس ماهر در حوزه عکاسی برندینگ است که اکثر دوستان با آن به نوعی دست به گریبان هستند. ما در این زمینه تلاش کردیم کمپین‌ها و مسابقاتی را در زمینه عکاسی مد و همچنین استایلیست برگزار کنیم که نتیجه آن ایجاد یک بانک اطلاعاتی در زمینه عکاسی مد و برند است که می‌تواند به همکاری که می‌خواهند در این زمینه کار کنند، کمک نماید.

موضوع بعدی، ایجاد یک سایت مرجع پوشاک با عنوان TeepSet است. این سایت کاملاً با دیجی‌کالا متفاوت است و در واقع محلی است که مشتریان را جذب کرده و مستقیماً به سایت‌های فروش اینترنتی برندها هدایت می‌نماید. این سایت می‌تواند در حوزه آگاهی از برندها، تبلیغات با قیمت مناسب و مقایسه قیمت‌ها بین برندهای مختلف از یک رسته بسیار تاثیرگذار باشد. البته هزینه این کار پرداخت شده و متعلق به خود انجمن است که در آینده برای هیئت مدیره بعدی و برندهای پوشاک باقی خواهد ماند.

بعد از این موضوع، یکی از مهم‌ترین اقداماتی که انجمن انجام داده، اجرای پروژه تحقیقات بازار حوزه برندهای پوشاک در سطح کشور است که هدف از این پروژه ارزیابی جایگاه و موقعیت برندها در سطح جامعه و در ذهن عموم مردم و مصرف‌کنندگان است. البته در گذشته

زمینه باید عرض کنم که انجمن برندهای پوشاک کشور فقط مختص یک تعداد برند موجود نیست، بلکه در اساسنامه آن تعریف شده که اگر فردی بخواهد اسمی را ثبت کرده و فروشگاه زنجیره‌ای راه‌اندازی کند یا بخواهد هویت برند خود را بسازد، انجمن به او نیز کمک می‌کند لذا انجمن برندها صرفاً برای همکاری که تعداد زیادی فروشگاه دارند و برند هستند نیست، بلکه یکی از رویکردهای آن کمک به سایر همکاران تازه‌وارد برای برندسازی نیز می‌باشد. همه عزیزانی که در این جمع حاضرند به خوبی می‌دانند که برندسازی چه هزینه‌های گزافی دارد، اما وقتی حرکت به صورت جمعی صورت بگیرد، این امکان فراهم می‌شود که بسیاری از هزینه‌ها سرشکن شده و سریع‌تر به اهداف خود برسیم. یکی از این هزینه‌ها، هزینه تبلیغات اعم از صداوسیما، تبلیغات محیطی، فضای مجازی و ... است که همه ما را آزار می‌دهد که می‌توانیم با همبستگی و همکاری با یکدیگر این هزینه‌ها را کاهش دهیم.

یکی از مهم‌ترین اهدافی که این انجمن دنبال می‌کند، نزدیک کردن علوم دانشگاهی با صنعت خرده‌فروشی (ریتیل) است. امروز خرده‌فروشی مانند قدیم نیست که یک مغازه خوب با پاخور مناسب پیدا کرده و چند نفر را هم به عنوان تامین‌کننده پیدا کنیم و منتظر مشتری بمانیم. امروز، خرده‌فروشی یک صنعت و یک دانش است و می‌بایست علوم روز دنیا را به این صنعت نزدیک نماییم و در اختیار همکارانی که می‌خواهند در حوزه برندسازی اقدام کنند، قرار دهیم. یکی از علوم روزی که راجع به آن صحبت می‌کنیم، تکنولوژی است. امروزه شرایط اداره کردن فروشگاه‌ها کاملاً با گذشته فاصله پیدا کرده و یکی از بهترین اقداماتی که انجمن انجام داده، پیگیری اخذ نمایندگی یک شرکت کانادایی در حوزه سایزگذاری در حوزه فروش اینترنتی و تجارت الکترونیک است که مراحل خود را طی می‌کند و بعد از تکمیل شدن، می‌تواند کمک زیادی به برندها جهت توسعه فروش اینترنتی داشته باشد.



دکتر محسن کرجی مدیرکل صنایع نساجی و پوشاک وزارت صنعت

مسیر را دنبال کنم. به اعتقاد من، در این شرایطی که صنعت پوشاک کشور در آن قرار دارد و وجود پیچیدگی‌های چندمتغیره و چندجانبه، تصمیم‌گیری‌ها هم نیازمند محاسبه متغیرهای مختلف و ابعاد مختلف موضوعات است و بهترین راهکاری که به ذهن من می‌رسد آن است که تصمیم‌گیری‌های صحیح در حوزه نساجی و پوشاک از طریق صحبت، گفتگو و مذاکرات متنوع و مختلف و از ابعاد گوناگون صورت گیرد. به اعتقاد من، آنچه که بیش از برنامه‌ریزی‌های راهبردی میان‌مدت و بلندمدت می‌تواند در صنعت تاثیرگذار باشد، اتخاذ تصمیمات به‌موقع و با ضمانت اجرایی است که این تصمیمات در بستر تعاملات و گفتگوهای دوطرفه بین حاکمیت به نمایندگی اینجانب و بخش صنعت به نمایندگی بزرگان صنعت و انجمن‌ها و نهادهای صنفی شکل خواهد گرفت. آنچه که این مسیر را می‌تواند تسریع کرده و تصمیم‌گیری‌ها را با مغز و تاثیرگذار نماید، آن است که بتوانیم از انجمن‌ها و نهادهای صنفی خود، حرف‌های یکسان، متحد و پخته‌شده را بشنویم به نحوی که عنصر تضاد منافع از صحبت‌هایی که از انجمن‌ها بیرون می‌آید، کنار گذاشته شده باشد و مسیری را به ما منتقل کند که در آن منافع شخصی وجود نداشته باشد. این هم‌مسیری باید در سطح هر انجمن و همچنین در یک سطح بالاتر یعنی کل زنجیره تامین نساجی و پوشاک از مواد اولیه تا برند نهایی، وجود داشته باشد تا حاکمیت درگیر تضاد منافع انجمن‌ها و شناسایی تضادهای فی‌مابین اجزای زنجیره نشده و وقت بیشتری را برای ایجاد اتفاق نظر در بدنه حکمرانی و همچنین قانون‌گذاری و ضابطه‌گذاری برای حمایت از صنایع نساجی و پوشاک اختصاص دهد. اعتقاد من این است که اگر صنعت نساجی بخواهد حرکت کند، حتماً باید بخش پوشاک حرکت کند و در بخش پوشاک، قطعاً بحث‌های برندسازی، خرده‌فروشی و شبکه توزیع، مباحث بسیار مهم و تاثیرگذار است که ما هم در دفتر صنایع منسوجات و پوشاک به اندازه توان خود حمایت خواهیم کرد و پیگیر موضوعات منطقی و اثرگذار از زبان انجمن‌ها و تولیدکنندگان خواهیم بود.»

اتفاقاتی در این حوزه در دانشکده مهندسی نساجی دانشگاه صنعتی امیرکبیر رقم خورد اما به نظر من، یکی از بهترین پروژه‌هایی که در زمینه تحقیقات بازار پوشاک کشور در دست اقدام است، همین پروژه می‌باشد.

موضوع دیگر در ارتباط با وظایف و اقدامات انجمن، احقاق حقوق برندها در نهادها و ارگان‌های دولتی و خصوصی بوده است. من به جرأت عرض می‌کنم که برای اولین بار در ایران، پوشاک‌ها جلسه‌ای را در شورای نگهبان برگزار کردند که علاوه بر عضو محترم شورای نگهبان، یک وزیر، دو معاون وزیر و چندین مستشار در آن حضور داشتند و تاثیر آن به حدی بود که صبح فردای این جلسه، من به همراه چند نفر از همکاران برای اقدام در این رابطه، در اتاق معاون وزیر اقتصاد بودیم. به همین ترتیب، جلسات مشابهی در مرکز توسعه صادرات و وزارتخانه‌های مختلف با حضور هیئت مدیره و نمایندگان انجمن برندها برگزار شده و انجمن توانسته دست بالا را داشته باشد. در نهایت لازم است خبر خوشی که خانم زعیمرزاده اشاره فرمودند را بار دیگر خدمتتان عرض کنم که انجمن از این بعد علاوه بر وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، زیرمجموعه اتاق بازرگانی نیز خواهد بود. بنابراین ما در هیئت مدیره قبلی تمام تلاش خود را انجام دادیم که در محضر شما همکاران گرمی روسفید باشیم.»

بعد از گزارش آقای صالحی نوع‌پرور، آقای شهرام شکوفی خزانه‌دار انجمن گزارش عملکرد مالی انجمن را ارائه کرد که با رای اکثریت حضار، مورد تایید قرار گرفت. همچنین با اکثریت آراء، حق ورودی انجمن از ۵۰۰ هزار تومان به یک میلیون تومان افزایش یافت و حق عضویت در سال جاری نیز همان ۳ میلیون تومان باقی ماند. در ارتباط با گزارش بازرسی نیز با توجه به در دسترس نبودن ایشان در زمان مجمع، این گزارش با هماهنگی نماینده وزارت کار مورد تایید قرار گرفت.

بعد از تایید گزارشات خزانه‌دار و بازرسی، فرآیند انتخابات هیئت مدیره در دستور کار مجمع قرار گرفت و هرکدام از کاندیداها به مدت دو دقیقه به معرفی سوابق، اهداف و برنامه‌های خود پرداختند. سپس رای‌گیری الکترونیکی از اعضای انجمن بر اساس کد QR یک بار مصرفی که در اختیار هرکدام از اعضا قرار داشت، انجام گرفت.

همزمان با آغاز فرآیند رای‌گیری و تا زمان پایان این فرآیند، تریبون در اختیار دکتر محسن کرجی مدیرکل دفتر صنایع منسوجات و پوشاک وزارت صنعت قرار گرفت که اهم صحبت‌های ایشان بدین شرح است: «دغدغه اینجانب در دفتر صنایع منسوجات و پوشاک بیشتر این است که به جای صحبت کردن، شنونده و عامل باشم و در این چند هفته‌ای که تصدی این سمت را عهده‌دار بوده‌ام، تلاش کردم همین



بعد از پایان صحبت‌های دکتر گرجی و همچنین اتمام فرآیند رای‌گیری، شمارش الکترونیکی آرای ۹۹ نفر از اعضا که در انتخابات شرکت کردند انجام گرفت که در نهایت اسامی زیر به عنوان اعضای جدید هیئت مدیره انجمن ویژندهای پوشاک ایران انتخاب شدند:

*** اعضای اصلی هیئت مدیره:**

- آقای شهرام صالحی نوع‌پرور با ۸۱ رای
- آقای محمود محمدی با ۷۸ رای
- خانم حمیده سادات زعیم‌زاده با ۷۶ رای
- آقای جلال حسینی‌خواه با ۷۶ رای
- آقای پدرام سعادت‌مند با ۷۴ رای
- آقای صدرا شریعتمداری با ۶۶ رای
- آقای موسی افراز با ۵۵ رای

*** اعضای علی‌البدل:**

- آقای اسد رهبری با ۵۳ رای
- آقای علیرضا خدایی با ۲۵ رای

بازرس اصلی: آقای مهدی باغبان با ۴۹ رای
بازرس علی‌البدل: آقای اشتری با ۴۱ رای.



گفتنی است بعد از اعلام نتایج نهایی، نمایندگان پروژه تحقیقات جامع بازار پوشاک ایران و همچنین پروژه TeepSet به بیان توضیحاتی درباره پروژه‌های مذکور پرداختند و در نهایت، جلسه مجمع با برگزاری ضیافت شام به پایان رسید.



عکسی دسته جمعی اعضای هیئت مدیره جدید انجمن ویژندهای پوشاک ایران

ماهانمه «صنعت نساجی و پوشاک»، این انتخاب شایسته را به کلیه منتخبین هیئت مدیره انجمن برندهای پوشاک کشور صمیمانه تبریک عرض نموده و توفیقات روزافزون این گرامیان را جهت اعتلای جایگاه صنعت پوشاک کشور و برندهای ایرانی خواستار است.

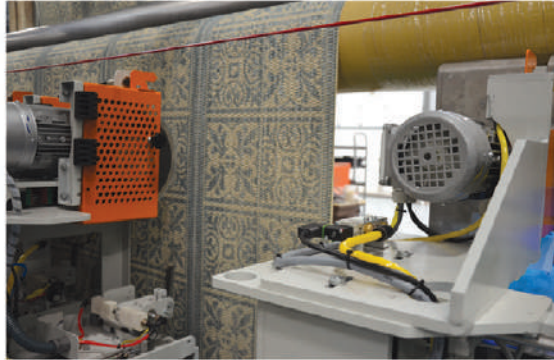




هندسامه

هر چقدر هم غیر ممکن به نظر برسد، راه حل آن را داریم

بسته بندی اتوماتیک و نیمه اتوماتیک صنایع فرش ماشینی و موکت



لول کردن، برش، حاشیه دوزی، ریشه دوزی، لبه چسبان و بسته بندی

تماس با آقای روزبه مروج: ۰۹۱۲ ۳۰۲ ۵۲ ۸۷





MADE IN ITALY



BLENDO ADROIT
TECHNOLOGY
CONTINUOUS GRAVIMETRIC LOSS-IN-WEIGHT BLENDER
WITH INTEGRATED GRAVIMETRIC EXTRUSION CONTROL



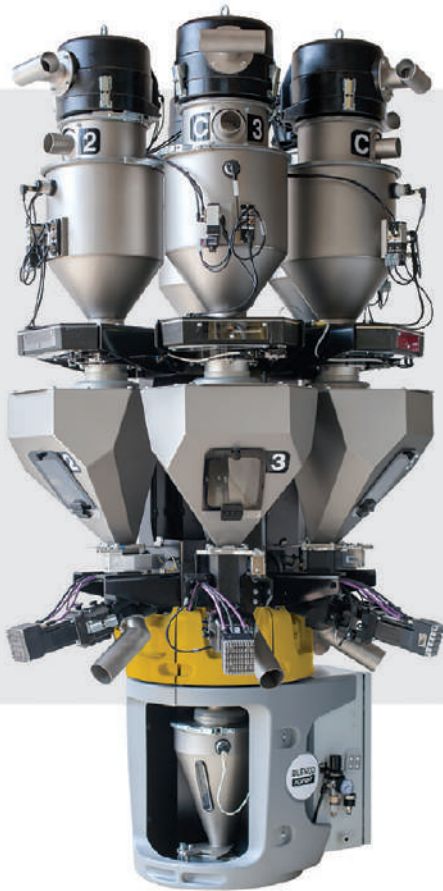
ساخت ایتالیا
دوتکو

DOTECO
ART OF CONTROL

محصول جدید

مخلوط کننده مواد برای دستگاه های اکستروژن

- دستگاه بلندو (Blendo) جدید در ۲۰ مدل ساخته میشود
- مخلوط کننده ۲، ۳، ۴، ۵ یا ۶ مواد مختلف
- ظرفیتهای ۱۵۰، ۳۰۰، ۶۰۰ تا حداکثر ۱۲۰۰ کیلوگرم در ساعت
- استفاده بسیار آسان: فقط کالیبراسیون (در صد) تریکبات (دوزینگ) مشخص شود



* سیستم واحدی به
شکل گل

* قابل افزایش

* قابل نصب توسط
خود مشتری

Contact Roozbeh Moravej

+98 912 302 52 87

Email: roozbeh.moravej@gmail.com

* دقت تا ۱۰۰ گرم
در ساعت

www.doteco.com

بیست و نهمین سالروز ملی صادرات برگزار شد

رشد تولید و صادرات، در گرو ثبات اقتصادی است

و با همکاری مجلس مسئله تعهدات ارزی را رفع کنند.

تراز تجاری کشور سال ۱۴۰۲ مثبت می‌شود

وزیر صنعت، معدن و تجارت نیز در این مراسم با اشاره به اینکه حضور شخص رئیس‌جمهور نشان‌دهنده اولویت صادرات برای کشور است گفت: صادرات برای مثبت شدن تراز تجاری کشور بسیار اهمیت دارد. سیدرضا فاطمی‌امین با بیان اینکه کشورهای مختلف صادرات را برای واردات انجام می‌دهند، خاطرنشان کرد: هر کشوری وارد کننده کالاهایی است که یا در کشور خود ندارد و یا توان تولید آن را ندارد و برای این واردات به پول نیاز دارد؛ بنابراین برای کسب پول مورد نیاز، به سراغ صادرات می‌روند.

وزیر صمت تصریح کرد: هر کشوری که بتواند صادرات بیشتری داشته باشد وضع بهتری دارد و این به معنای تراز تجاری مثبت است. خوشبختانه اعلام می‌کنم با روند فعلی تراز تجاری کشور در پایان سال آینده مثبت می‌شود. وی تأکید کرد: واردات سال گذشته ۵۲ میلیارد و صادرات غیرنفتی ۴۷ میلیارد دلار بود و امسال در ۶ ماه ابتدایی این اختلاف به ۲ میلیارد دلار رسید و به‌زودی برای سال آینده این اختلاف از وضعیت منفی خارج و مثبت خواهد شد.

وزیر صمت همچنین کارکرد دیگر صادرات را افزایش قدرت کشور عنوان کرد و افزود: این افزایش قدرت اما با خام‌فروشی ایجاد نمی‌شود، برای مثال صادرات سیمان اعتبار و قدرت برای کشور ندارد اما فروش تجهیزات پزشکی، داروهای با فناوری بالا و صنایع پیچیده عامل

رئیی با بیان اینکه قابل‌پیش‌بینی شدن تولید در گروهی ثبات است، گفت: هرچه ثبات بیشتر شود و تصمیمات لحظه‌ای کنار رود طبیعتاً تولید رشد بیشتری خواهد یافت. دستورالعمل‌ها و تصمیمات باید متقن باشد و دارای ثباتی باشد که به بازار و عرضه کالا ثبات دهد. وی با تأکید بر اینکه امروز کیفیت حرف بالایی را می‌زند و بسیار مهم است که کار از کیفیت بالایی برخوردار باشد، اظهار کرد: دستیابی به رشد اقتصادی در گروهی صادرات در کشور است.

رئیس‌جمهور ادامه داد: یکی از موضوعات و موانع، تصمیمات خلق‌الساعه، بخشنامه‌ها، دستورالعمل‌ها است. صادرکننده و تولیدکننده باید کارش با پیش‌بینی باشد. یک کشاورز باید بتواند پیش‌بینی کند بذری که امروز در زمین می‌کارد، وقتی محصول به دست او رسید خرید آن تضمین شده است و بتواند دخل و خرج خود را کاملاً حساب کند. وی خاطرنشان کرد: هرچه ثبات در بازار بیشتر شود و جلوی تصمیمات خلق‌الساعه گرفته شود به نحوی که دستورالعمل‌ها، بخشنامه‌ها و تصمیمات لحظه‌ای کنار برود و ثبات بیشتری در مسائل ارزی و تولید و عرضه کالا در بازارها ایجاد شود، اقتصاد رشد بیشتری پیدا خواهد کرد.

رئیس‌جمهور در پایان تصریح کرد: تمرکز دولت بر مقررات‌زدایی است، مقررات دست‌وپاگیری که صادرکننده را متوقف می‌کند برداشته شود و در این مسیر مجلس هم اعلام آمادگی کرده که برخی از قوانین مانند تعهدات ارزی که مشکلاتی را برای صادرات ایجاد کرده، اصلاح کند که این خوب است و وزیر صمت و همکارانش این موضوع را دنبال کنند.

روز شنبه ۳۰ مهرماه ۱۴۰۱ آیین بیست‌وششمین سالروز ملی صادرات به همت اتاق بازرگانی ایران و با حضور سیدابراهیم رئیسی ریاست جمهوری، سیدرضا فاطمی‌امین وزیر صمت، محسن رضایی معاون اقتصادی ریاست جمهوری، غلامحسین شافعی رئیس اتاق ایران، صادرکنندگان برتر ۱۴۰۱ و جمعی از مسئولان کشوری در سالن اجلاس سران برگزار شد.

در این مراسم سید ابراهیم رئیسی رئیس‌جمهور با اشاره به اینکه امروز علی‌رغم تحریم‌ها و تهدیدات، شاهد رشد صادرات در کشور هستیم گفت: ۴۰ درصد رشد صادرات در سال گذشته و ۱۳ درصد رشد صادرات غیرنفتی در سال جاری، نشان از عزم فعالین اقتصادی است که می‌خواهند صادرات در کشور رشد پیدا کند. وی با تأکید بر اینکه تولید قابل توجه، لازمه رشد صادرات است و همه تلاش باید در چارچوب رشد تولید باشد افزود: این نشست نماد و نمودی از توجه به صادرات و صادرکنندگان است. طبیعتاً در این نشست باید به موانع صادرات توجه شود و راهکارهای رشد صادرات در نظر گرفته شود.

رئیس‌جمهور گفت: رشد تجهیزات و ابزار تولید، رشد در حوزه شرکت‌های بورسی، کاهش نرخ بیکاری در کشور، ارتباط با زیرساخت‌های اقتصادی سازمان شانگهای آسیا و اتحادیه اوراسیا، برداشتن موانع ارتباط همسایگی و فعال شدن سیاست همسایگی، خبرهای خوبی برای تولید، اقتصاد و پیشرفت کشور هستند. وی با بیان اینکه ما زیربنای رشد اقتصادی و تولید را در کشور داریم، اظهار کرد: در این مسیر موانع را باید از پیش رو برداشت و فعالان اقتصادی هم با انگیزه و همگرایی خود در این مسیر گام بردارند.

قدرت و اعتبار کشور در سطح بین‌المللی می‌شود. وی در خصوص هدف صادرات گفت: تا پیش از این، هدف ارزآوری بود اما به مثبت شدن تراز تجاری هدف اصلی تغییر کرده و صادرکننده باید برای ایجاد اعتبار و قدرت ایران در دنیا صادرات انجام دهد.

فاطمی‌امین تاکید کرد: هدف‌گذاری رسیدن به ۷۵ میلیارد دلار صادرات غیرنفتی بر همین اساس بود و کیفیت کالای صادراتی اهمیت داشت. در دنیا شاخصی به نام پیچیدگی وجود دارد که مربوط به فناوری ساخت کالا می‌شود. هرچه کالای تولیدشده فناوری پیچیده‌تری داشته باشد، شاخص پیچیدگی هنگام صادرات افزایش می‌یابد. خوشبختانه این شاخص جهانی که ۱۵ سال پیش برای ما رتبه بالای ۱۰۰ بود، سال قبل به ۶۵ رسید و سال ۱۴۰۴ به زیر ۴۰ خواهد رسید. وی خاطرنشان کرد: اگر کشوری بتواند کالای پیچیده تولید کند، به معنای این است که دانش مولد دارد. اینکه ما بر دانش‌بنیان بودن کالاها تاکید می‌کنیم، منظور مولد بودن آن علم است نه تعداد مقالات منتشر شده و دانشجو و هیئت علمی.

وزیر صمت با اشاره به اینکه دانش مولد خود را در صادرات نشان خواهد داد گفت: در این زمینه دولت نقش حمایت‌گری و نظارت دارد و برای فراهم کردن زیرساخت‌های تجارت که همانا ایجاد روابط سیاسی و بین‌المللی و توسعه زیرساخت‌های لجستیک و انتقال پول است فراهم کند. وی تاکید کرد: در حوزه روابط سیاسی اقدامات بزرگی صورت گرفت که نمونه آن توافق‌نامه تجارت آزاد اوراسیا و پیمان شانگهای بود. اوراسیا ۱۷۰ میلیون جمعیت و بازار ۸۰۰ میلیون دلاری دارد. در خصوص شانگهای هم که اعضای آن یک چهارم خشکی دنیا، ۴۰ درصد جمعیت دنیا، یک‌سوم رشد اقتصادی را به خود اختصاص داده‌اند، بزرگترین مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان دنیا هستند.

فاطمی‌امین تصریح کرد: مزیت اصلی ما در اوراسیا این است که بزرگترین رقبای تجاری ما

در این بازار، عضو پیمان نیستند. به گفته فاطمی‌امین، در اجلاس پیمان شانگهای رئیس‌جمهور پیشنهاد حذف دلار و یورو و جایگزینی پول‌های ملی و توسعه زیرساخت‌های لجستیکی را مطرح کرد که با استقبال اعضا همراه شد.

وزیر صمت با اشاره به مشکلات صادراتی سال‌های قبل گفت: امروز ما بازارهای بکر و مغفول‌مانده مانند آفریقا را زنده کردیم و برخلاف گذشته تجارت خود را به جایی گره نزدیم که دستاوردی نداشته باشد. وی به رشد اقتصادی واحدهای تولید کشور اشاره کرد و افزود: در ۳ ماه ابتدایی امسال رشد اقتصادی حوزه صنعت ۵.۱ درصد بود در حالی که شاخص بنگاه‌های صنعتی داخل بورس با تولید ۵۰ درصد تولیدات کشور، در خرداد ۲.۵ درصدی، در تیر ۵.۸ درصد، در مرداد ۶.۷ درصد و در شهریور ۶.۵ درصد رشد داشتند که کم‌نظیر و بی‌سابقه است. فاطمی‌امین همچنین گفت: این رشد اقتصادی بی‌نظیر وظیفه صادرکننده برای صادرات تولیدات را افزایش می‌دهد. امروز در برخی صنایع ظرفیت تولید بالایی وجود دارد اما به علت فقدان بازار فروش، تولید صورت نمی‌گیرد و در این زمینه صادرکنندگان می‌توانند تکمیل‌کننده چرخه رشد اقتصادی شوند.

خواسته بخش خصوصی، تشکیل

شورای تجارت خارجی است

همچنین در این مراسم رئیس اتاق ایران از ضرورت ایجاد شورای تجارت خارجی به منظور یکپارچگی در سیاست‌گذاری‌های تجاری و توجه به تحولات جهانی در برنامه هفتم توسعه، سخن گفت. غلامحسین شافعی، مدیریت واحد را یکی از نیازهای مهم و قدیمی کشور عنوان کرد که به دلیل تعدد دستگاه‌های درگیر و نبود مدیریت یکپارچه در تجارت خارجی آسیب‌های جدی را به روند توسعه اقتصادی کشور وارد کرده است.

او طبق یافته‌های مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، گفت: بر اساس قوانین مصوب در ایران حدود ۴۴

دستگاه به صورت مستقیم و غیرمستقیم درگیر تجارت هستند. در کشورهای موفق که تجارت خارجی آنها رشد قابل‌توجهی داشته، مرکز واحد و مشخصی برای سیاست‌گذاری شکل گرفته و تجربه نشان می‌دهد که این تفکر به کاهش هزینه مبادله در روند تجارت کمک می‌کند، بنابراین خواسته بخش خصوصی تشکیل شورای تجارت خارجی است. بر اساس اظهارات رئیس اتاق ایران حجم صادرات غیرنفتی و ترکیب آن در دنیا، قدرت اقتصادی، سیاسی و فنی محسوب شده و امروز با ابزار دیگری این قدرت سنجیده نمی‌شود. پس در ایران نیازمند نگاه‌های بلندمدت در حوزه صادرات و سیاست‌های خارجی هستیم.

شافعی بازنگری در شیوه‌نقش‌آفرینی در زنجیره ارزش جهانی را مورد توجه قرار داد و درباره رویکرد برنامه‌های بالادستی به ویژه برنامه هفتم توسعه که در شرف تدوین است نسبت به صادرات غیرنفتی، تاکید کرد: ضرورت دارد در حوزه صادرات غیرنفتی به دنبال یک تحول اساسی باشیم. بررسی ده قلم عمده صادراتی کشور نشان می‌دهد که محصولات پتروشیمی و میعانات گازی تقریباً نیمی از صادرات غیرنفتی ایران را تشکیل می‌دهند. تمرکز جغرافیایی صادرات ایران به گونه‌ای است که سهم ۵ شریک اصلی صادراتی ایران حدود ۷۰ تا ۷۵ درصد صادرات ایران را تشکیل می‌دهند. بررسی نوع کالاهای صادراتی حاکی از غلبه کالاهای با فناوری و ارزش‌افزوده پایین است. از طرفی در چند سال اخیر سهم کالاهای با فناوری بالا در ترکیب صادرات زیر یک درصد بوده است و بخش بیشتر صادرات ایران مبتنی بر منابع بوده که محرک رشد و توسعه اقتصادی نیست که این زنگ خطری برای کشور به شمار می‌آید.

به باور رئیس اتاق ایران، افزایش صادرات، مستلزم تولید کالای با کیفیت است و تولید چنین کالایی به تکنولوژی بالا نیازمند دارد که متأسفانه در ایران این روند شکل نگرفته است. او تصریح کرد: در منطقه‌ای با تحولات شدید





سیاسی و اقتصادی قرار داریم که سیاست‌های دولت‌های حاکم، نقش پررنگی در تحولات و آینده بخش خصوصی دارد. بنابراین برنامه‌ریزی برای همکاری‌های بلندمدت با همسایگان، بسیار مهم است. شافعی از تصمیم‌سازان و نهادهای متولی تجارت تقاضا کرد که در برنامه‌ریزی خود با رویکردی برون‌گر و حضور در بلوک‌های منطقه‌ای، حرکت کنند.

رئیس اتاق ایران ادامه داد: پیش‌بینی تحلیل‌گران این است که در طول برنامه هفتم، تغییراتی رخ دهد و شاهد انتقال قدرت به آسیا باشیم. از طرفی تغییرات آب‌وهوایی را تجربه می‌کنیم و باید برای استفاده از سوخت‌های کم‌آسیب مانند گاز برنامه داشته باشیم. سیاست‌گذاری بر اساس این تحولات بر آینده ایران و جبران عقب‌افتادگی‌های اقتصادی مهم است و باید در برنامه هفتم این تغییرات ملاک عمل قرار بگیرد چرا که بی‌توجهی به آن موجب می‌شود جوانان و نسل فعلی، سیاست‌گذاران را نبخشند.

رشد ۱۳ درصدی صادرات کشور در نیمه نخست سال

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت نیز در این مراسم اظهار داشت: بعد از هشت سال مراسم روز ملی صادرات با حضور رئیس‌جمهوری برگزار شد که این مسئله باعث رونق این مراسم شد و ایشان راهکارهای قابل پیگیری برای جهش و تحول در حوزه صادراتی در سازمان توسعه تجارت را در این مراسم ارائه کرد. وی با بیان اینکه پس از مراسم روز ملی صادرات در سال گذشته، رئیس‌جمهور دستوراتی را در قالب هم‌اندیشی با صادرکنندگان مطرح کرد، افزود: این دستورات پیگیری و نتایج مثبتی هم به همراه داشت.

رئیس سازمان توسعه تجارت ایران درباره وضعیت توسعه تجارت کشور و اقدامات و راهکارهای قابل پیگیری در زمان باقیمانده دولت سیزدهم برای جهش و تحول در حوزه صادراتی، اظهار داشت: این اقدامات در دو بخش

پیگیری می‌شود که یکی از مهم‌ترین بخش‌ها، مسائلی در مورد مانع‌زدایی بود. وی ادامه داد: در خصوص مانع‌زدایی، تصمیم‌ها و سیاست‌هایی که مانع جدی بر سر راه توسعه صادرات و تجارت بود را برطرف کردیم. در خصوص مشکلاتی که بازگشت ارز ایجاد کرده بود با روش‌های مختلف از جمله واردات در قبال صادرات در همه گروه‌های کالایی - جز چند گروه محدود - تسریع در اعاده و کاهش قوانین متراحم توانستیم راه را برای تجارت باز کنیم.

پیمان‌پاک با بیان اینکه در این مسیر سازمان توسعه تجارت برنامه‌های خود را هدفمند به اجرا درآورد، تاکید کرد: این هدفمندی را در حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی مانند نمایشگاه مسکو و اعزام و پذیرش هیئت‌های تجاری اجرا کردیم که دستاوردهای خوبی داشت. برای سال ۲۰۲۳ هم برنامه کامل نمایشگاهی و حضور هدفمند در این نمایشگاه‌ها آماده شده است. وی در بخش دیگری از سخنان خود با بیان اینکه ۳۰۰ اقدام زیرساختی توسط سازمان توسعه تجارت، وزارت صمت و وزارت خارجه انجام و پیگیری شده است، گفت: این اقدامات موجب شده تا صادرات کشور در سال ۱۴۰۰ نسبت به ۱۳۹۹ میزان ۴۰ درصد رشد داشته باشد و این رشد در ۶ ماه نخست سال جاری نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۱۳ درصد بوده است.

صادرکنندگان نمونه سال ۱۴۰۱

معرفی شدند + منتخبین صنایع نساجی

گفتنی است در بیست و ششمین مراسم روز ملی صادرات از ۵۷ صادرکننده نمونه سال ۱۴۰۱ کشور توسط رئیس‌جمهور تقدیر شد. از میان ۵۷ صادرکننده برتر، به سه شرکت مدال افتخار صادرات، به ۷ شرکت تندیس صادرکننده ممتاز ملی و به ۴۷ شرکت تندیس صادرکننده نمونه ملی اهدا شد. از میان برگزیدگان و در گروه صنایع نساجی و فرش ماشینی کشور، شرکت **موکت نگین مشهد** به عنوان صادرکننده ممتاز ملی و شرکت‌های **ره‌آورد ساین**، **دلیجان**، **تولیدی شهر فرش ایرانیان**، **کیمیا پلی‌استر قم** و **نوبافت شادیلون** به عنوان صادرکننده نمونه ملی سال ۱۴۰۱ معرفی و تندیس ویژه مراسم را دریافت کردند.

ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک» کسب تندیس صادرکننده ممتاز و نمونه ملی را به منتخبین یادشده و مدیران توانمند این شرکت‌ها صمیمانه تبریک عرض کرده و ابراز امیدواری می‌کند که این موفقیت‌ها و دستاوردها در سنوات آینده نیز تداوم داشته و توسعه پیدا کند.

نمایشگاه‌های بین‌المللی نساجی و پوشاک ایران برگزار شدند

گردهمایی حدود ۲۵۰ شرکت داخلی و خارجی در تهران



قیمت مواد اولیه باعث می‌شود که قیمت نخ هم کاهش پیدا کند و این مسئله در بازدهی‌هایی که از واحدهای تولیدی صورت گرفت نیز از سوی تولیدکنندگان اعلام شد.

معاون وزیر صمت تاکید کرد: البته هزینه ارزش افزوده در زنجیره پوشاک بالا رفته که باید تک‌تک این زنجیره‌ها سهم خود را کم کنند تا محصول نهایی که پوشاک است، کالایی رقابتی شود. برادران با اشاره به روز ملی صادرات نیز گفت: در صنعت پوشاک ۱۲ درصد نسبت به ۶ ماه پارسال، افزایش صادرات وزنی داشته‌ایم. وی با اشاره به کاهش تعرفه‌های واردات مواد اولیه پوشاک گفت: در برخی پتروشیمی‌ها مانند تندگویان، افزایش تولید مواد اولیه از ۴,۰۰۰ تن به حدود ۸,۰۰۰ تن در هفته رسیده که باعث شده با انباشت مواد اولیه پوشاک مواجه شویم و واحدها به صورت سه شیفت کار کنند.

معاون وزیر صمت با اشاره به اشتغال‌پذیر بودن واحدهای تولیدی پوشاک افزود: در سال جدید ۴۲۲ هزار اشتغال در صنایع مختلف ایجاد شده و برخی از واحدهای پوشاک ۲۰ درصد افزایش اشتغال داشته‌اند. برادران، صادرات پوشاک و رقابتی بودن این صنعت را از مزیت‌های آن دانست و افزود: به‌هیچ‌وجه نخواهیم گذاشت که این صنعت به خاطر واردات تعطیل شود.

روزهای ۲۹ مهر تا ۲ آبان‌ماه، بیست و هشتمین نمایشگاه بین‌المللی ماشین‌آلات، مواد اولیه، منسوجات خانگی، ماشین‌های گلدوزی و همچنین دهمین نمایشگاه بین‌المللی پوشاک برگزار گردید. مراسم افتتاحیه این دو رویداد با حضور محمدمهدی برادران معاون صنایع عمومی وزیر صمت، موسوی معاون صنایع ماشین‌آلات و تجهیزات وزارت صمت، محسن گرجی مدیرکل دفتر صنایع منسوجات و پوشاک وزارت صمت و همچنین نمایندگان انجمن‌ها و تشکل‌های نساجی و پوشاک برگزار شد و سپس مسئولان مربوطه دقایقی را به بازدید از غرفه‌ها و صحبت با تعدادی از غرفه‌گذاران پرداختند.

رشد ۱۲ درصدی صادرات وزنی پوشاک

در جریان این بازدید محمدمهدی برادران با اشاره به کاهش قیمت مواد اولیه صنعت نساجی اظهار کرد: پتروشیمی ایران طبق تفاهم‌هایی که با انجمن صنایع نساجی ایران و اداره کل نساجی وزارت صمت انجام داد، موجب افزایش تولید شد و قیمت نخ کاهش پیدا کرد. وی با اشاره به کاهش قیمت از ۳۴ هزار تومان در سه‌ماهه نخست امسال به قیمت ۲۷ هزار تومان افزود: کاهش

و پارچه لباس رونمایی کردند. همچنین تعدادی از شرکت‌های دانش‌بنیان نیز در این رویداد حضور پیدا کردند.

برگزارکننده نمایشگاه‌های نساجی و پوشاک با برشمردن اهداف برگزاری این نمایشگاه‌ها اظهارداشت: توسعه صادرات، ارتباط بین تولیدکنندگان داخلی و شرکت‌های مشارکت‌کننده خارجی در نمایشگاه و نمایش آخرین دستاوردهای تولیدی شرکت‌های داخلی سه هدف عمده برگزاری این نمایشگاه‌ها بوده است. مرادی در پایان گفت: از سازمان توسعه تجارت ایران، نمایشگاه بین‌المللی و انجمن‌های صنایع نساجی ایران، جامعه متخصصین نساجی، تولیدکنندگان ماشین‌آلات و قطعات نساجی ایران و اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک که علیرغم همه مشکلات از برگزاری این نمایشگاه‌ها حمایت پشتیبانی کردند، تشکر ویژه می‌کنم.

گفتنی است ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک» نیز همچون سنوات گذشته در این نمایشگاه‌ها حضور داشت و پذیرای مدیران محترم صنایع نساجی و بازدیدکنندگان نمایشگاه بود. همچنین مصاحبه‌هایی هم با تعدادی از شرکت‌های حاضر در نمایشگاه و مدیران گرانقدر آنها انجام گرفت که مشروح آن در شماره آتی مجله به سمع‌ونظر خوانندگان گرامی خواهد رسید.



علی مرادی مدیرعامل شرکت سامع پاد نوین و برگزارکننده نمایشگاه‌های نساجی و پوشاک نیز در گفتگویی اظهار داشت: در نمایشگاه صنعت نساجی بالغ بر ۲۰۰ شرکت داخلی و خارجی، ضمن ارائه توانمندی‌های خود، زمینه‌های سرمایه‌گذاری، مبادلات تجاری و بازرگانی را فراهم کرده و با یکدیگر به گفتگو و تبادل اطلاعات نوین این صنعت پرداختند.

مدیرعامل شرکت سامع پاد نوین گفت: بیست و هشتمین نمایشگاه بین‌المللی ماشین‌آلات مواد اولیه، منسوجات خانگی، ماشین‌های گلدوزی و محصولات نساجی با نظارت انجمن صنایع نساجی ایران و همکاری جامعه متخصصین صنایع نساجی و انجمن تولیدکنندگان ماشین‌آلات و قطعات نساجی ایران در ۲۰ هزار متر مربع فضای نمایشگاهی برگزار شد و ۱۵۵ شرکت داخلی به همراه ۴۲ شرکت خارجی از کشورهای آلمان، چین، هند، ترکیه، ازبکستان و کره جنوبی مشارکت داشتند.

مرادی در ادامه گفت: دهمین نمایشگاه بین‌المللی پوشاک نیز با همکاری و نظارت اتحادیه تولید و صادرات صنایع نساجی و پوشاک برگزار گردید. وی افزود: ۴۹ شرکت داخلی و یک شرکت چینی در فضایی بالغ بر ۴۱۰۰ متر مربع حضور داشتند و از آخرین محصولات و دستاوردهای خود در زمینه انواع پوشاک مردانه، زنانه، بچه‌گانه



حفاظت از محیط زیست سرلوحه فعالیت شرکت لیاپود است

گفتگوی ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک» با مهندس «هامان شایبختی» مدیر عامل «شرکت صنایع نساجی لیاپود»

تولید خواهند کرد، مجوزهای نانوفناوری را دریافت نمایند.

نخ‌های نانوانتی باکتریال عمدتاً برای چه مصارفی استفاده می‌شوند؟
نخ‌های نانوانتی باکتریال در زمینه کفپوش و فرش ماشینی بسیار می‌توانند مورد استفاده قرار گیرند، چراکه فرش‌ها و کفپوش‌ها معمولاً بیشتر در معرض آلودگی هستند و به دلیل پزی که دارند، ممکن است آلودگی‌ها و باکتری‌های بیشتری را به خود جذب کنند. شرکت لیاپود چه در زمینه نخ‌های پلی‌استر و چه نخ‌های ویسکوز و مودال، می‌تواند خاصیت آنتی‌باکتریال را به فرش‌های تولیدی مشتریان اضافه نماید.

در نمایشگاه فرش ماشینی امسال چه محصولات و خدمات جدیدی ارائه کردید؟

در نمایشگاه فرش ماشینی امسال، خط رنگریزی ویسکوز-مودال خود را معرفی کرده‌ایم که امیدواریم مورد توجه و اقبال همکاران و مصرف‌کنندگان قرار گیرد. همچنین برای اولین بار، یک کالیته ۷۰۰ رنگی از انواع نخ فرش را در نمایشگاه عرضه کرده‌ایم.

در ارتباط با تنوع و کیفیت خدمات رنگریزی شرکت لیاپود چه نکاتی را قابل ذکر می‌دانید؟

یکی از مزیت‌های رقابتی که شرکت لیاپود



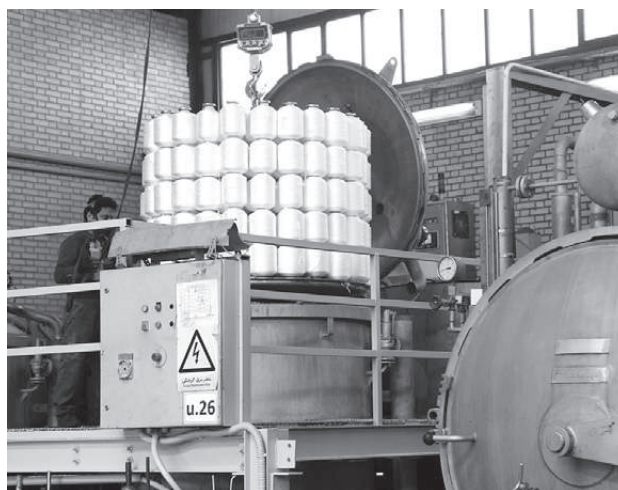
به صورت مستمر و مداوم، کیفیت برتری را خدمت مشتریان خود ارائه دهیم. محور اصلی کار ما، فعالیت‌های تحقیقاتی و علمی است و در زمینه فناوری نانو توانسته‌ایم گام‌های بلندی برداریم. حدود سه سال است که تاییدیه نانومقیاس ستاد توسعه فناوری نانو ریاست جمهوری را دریافت کرده‌ایم و عرضه نخ‌های نانوانتی باکتریال به صورت مداوم از سوی شرکت صورت می‌گیرد و مشتریان ثابتی در این زمینه داریم. ضمن اینکه چند مورد از مشتریان ما که در حلقه بعدی زنجیره یعنی صنعت بافندگی فعالیت می‌کنند، با استفاده از محصولات شرکت لیاپود مجوزهای نانوفناوری را از ستاد نانو دریافت کرده‌اند. لذا من این پیشنهاد را خدمت مخاطبان عزیز می‌دهم که چنانچه علاقمند هستند در زمینه نانو فعالیت کنند، می‌توانند اقدام کرده و به کمک محصولاتی که با نخ‌های نانوانتی باکتریال شرکت لیاپود

به عنوان اولین سوال، لطفاً خودتان را برای خوانندگان نشریه معرفی بفرمایید.

هامان شایبختی هستم مدیرعامل شرکت صنایع نساجی لیاپود. رشته تحصیلی من مهندسی شیمی نساجی است. بیش از ۲۰ سال است که به صورت خانوادگی در زمینه رنگریزی نخ فعالیت می‌کنیم و خوشبختانه امروز توانسته‌ایم لیدر بازار رنگریزی نخ در ایران باشیم و بالاترین ظرفیت تولید را ارائه دهیم.

در حال حاضر، شرکت لیاپود چه محصولات و خدماتی را به مشتریان ارائه می‌دهد؟

در شرکت صنایع نساجی لیاپود، مدرن‌ترین ماشین‌آلات رنگریزی و نخ‌پیچی را خریداری و نصب کرده‌ایم و به دلیل سطح بالای اتوماسیون در این ماشین‌آلات، می‌توانیم



توسعه فعالیت‌ها در نظر دارید؟

در حال حاضر، شرکت لیاپود به ظرفیت ۳ هزار تن رنگریزی در سال دست پیدا کرده و به دنبال افزایش این ظرفیت می‌باشد. همچنین یک سری ماشین‌آلات خشک‌کن مدرن اخیراً به شرکت اضافه شده و امیدواریم بتوانیم روزبه‌روز کیفیت بالاتر و بهتری را به مشتریان عزیز ارائه دهیم. ما در شرکت لیاپود، حفاظت از محیط زیست را در سرلوحه فعالیت خود قرار داده‌ایم. در همین راستا، گواهی ایزو ۱۴۰۰۱ را دریافت کرده‌ایم و امیدواریم در سال‌های آتی بتوانیم قدم‌های بزرگتری را در این زمینه برداریم.

پلی‌استر و چه نخ‌های پنبه و ویسکوز وجود نخواهد داشت. از نظر ثبات سایشی و نوری نیز استانداردهای بسیار بالایی را گذرانده‌ایم و در صورت درخواست، می‌توانیم بالاترین درجه ثبات نوری را به مشتریان ارائه دهیم. همچنین یک خط رنگریزی برای ثبات‌های تصعیدی بالا در اختیار داریم که برای پرده‌های زبرا، نخ‌های فیلامنت را با ثبات تصعیدی بالا رنگریزی می‌کنیم و چنانچه مشتریان درخواست داشته باشند، این نوع رنگریزی نیز برای آنها قابل انجام است.

ظرفیت شرکت لیاپود در حال حاضر چقدر است و چه برنامه‌هایی را برای

به مشتریان ارائه می‌کند، شیدگیری بسیار دقیق و همچنین آزمایشگاه بسیار مجهز در داخل کارخانه است. ما در کمتر از یک هفته، شیدهای رنگی مدنظر مشتریان‌مان را همانندسازی کرده و در خط تولید نیز بدون کوچکترین تفاوت با شید انتخابی مشتریان، فرآیند رنگریزی صنعتی را انجام داده و محصول نهایی را به مشتریان عرضه می‌کنیم. در زمینه ثبات رنگریزی، مشتریان می‌توانند کاملاً به شرکت لیاپود اعتماد کنند و ما کلیه ثبات‌های مورد نیاز رنگریزی را با استانداردهای مورد نظر و لازم عرضه می‌کنیم. از نظر شستشو، هیچ مشکلی در محصولات شرکت چه در مورد نخ‌های



عملکرد صادرات نساجی ترکیه در نیمه اول ۲۰۲۲

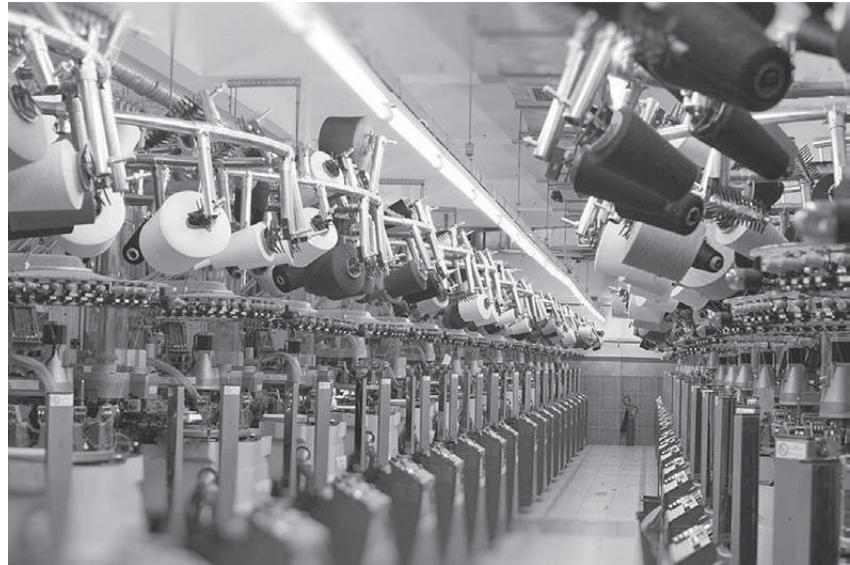
صادرات بخش نساجی و مواد اولیه ترکیه در شش ماهه اول ۲۰۲۲، سهم ۵,۴ درصدی از کل صادرات این کشور داشته است

کشورهای اروپایی خارج از اتحادیه اروپا نیز ۶,۷ درصد در نیمه اول سال جاری میلادی کاهش داشته است.

کاهش ۳,۹ درصدی حجم صادرات بخش نساجی ترکیه

اگرچه صادرات بخش نساجی و مواد اولیه ترکیه در شش ماهه اول ۲۰۲۲ از نظر ارزش افزایش داشته، اما از لحاظ حجمی کاهش داشته است. بر این اساس، حجم صادرات نساجی ترکیه با کاهش ۳,۹ درصدی معادل ۱,۴ میلیون تن در مدت یادشده بوده است. در این میان، صادرات به کشورهای اتحادیه اروپا با ۰,۶ درصد افزایش در حجم به ۶۰۵ هزار تن بالغ شده است. همچنین حجم صادرات نساجی به کشورهای آفریقایی با ۷,۱ درصد افزایش معادل ۱۶۷ هزار تن بوده است. در مقابل، شدیدترین کاهش در حجم صادرات در کشورهای آسیایی و اقیانوسیه تجربه شده به طوری که حجم صادرات نساجی به این منطقه با افت چشمگیر ۴۰,۶ درصدی، تنها ۹۱ هزار تن در نیمه اول سال جاری میلادی بوده است.

بر اساس این گزارش، بزرگترین بازار صنعت نساجی ترکیه در فاصله ژانویه تا ژوئن ۲۰۲۲ کشور ایتالیا با سهم ۹,۸ درصدی بوده است. صادرات نساجی به ایتالیا با افزایش ۲۳,۸ درصدی معادل ۶۶۸ میلیون دلار در مدت یادشده بوده است. کشور آلمان با سهم ۷,۶ درصدی از کل صادرات، دومین بازار بزرگ برای صنعت نساجی ترکیه بوده و ارزش این



در فاصله ژانویه تا ژوئن ۲۰۲۲ بیشترین صادرات منسوجات و مواد اولیه ترکیه با سهم ۴۶,۴ درصد به مقصد ۲۷ کشور اتحادیه اروپا صورت گرفته است. صادرات به این بازار با ۹,۳ درصد افزایش نسبت به شش ماهه ۲۰۲۱ به رقم ۳,۱ میلیارد دلار رسیده است. کشورهای آفریقایی با سهم ۱۱,۳ درصد، دومین بازار بزرگ بخش نساجی ترکیه بوده‌اند. صادرات ترکیه به این منطقه ۲۵,۷ درصد افزایش داشته و معادل ۷۶۸ میلیون دلار بوده است. همچنین صادرات نساجی ترکیه به کشورهای بلوک شرق با افزایش ۱۲,۲ درصدی به ۷۴۲ میلیون دلار و صادرات به کشورهای قاره آمریکا با رشد ۱۲ درصد به ۵۹۵ میلیون دلار بالغ شده است. در مقابل، صادرات نساجی ترکیه به کشورهای آسیا و اقیانوسیه ۹,۸ درصد و صادرات به سایر

گروه مترجمین مجله: بر اساس آمار گردآوری شده توسط انجمن صادرکنندگان نساجی و پوشاک استانبول (ITKIB)، ارزش صادرات صنعت نساجی ترکیه در شش ماهه اول ۲۰۲۲ معادل ۶,۸ میلیارد دلار بوده که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل، افزایش ۹,۹ درصدی نشان می‌دهد. همچنین صادرات این بخش در ماه ژوئن امسال در قیاس با ماه مشابه سال قبل رشد ۸,۳ درصدی داشته و معادل ۱,۲ میلیارد دلار بوده است. صادرات کلی ترکیه در ماه ژوئن نیز با افزایش ۱۸,۵ درصدی رقم ۲۳,۴ میلیارد دلار گزارش شده است. بر اساس این گزارش، سهم بخش نساجی و مواد اولیه از کل صادرات از ۵,۹ درصد به ۵,۴ درصد در مقیاس سالانه و از ۵,۷ درصد به ۵,۲ درصد در ماه ژوئن کاهش یافته است.

همچنین اشتغال ایجادشده توسط بخش‌های نساجی و پوشاک آماده در ماه ژوئن نسبت به ماه مشابه پارسال ۵,۳ درصد افزایش داشته و به یک میلیون و ۲۱۱ هزار نفر رسیده است. از این میزان، بخش نساجی و مواد اولیه به تنهایی ۵۲۰ هزار نفر از کل مشاغل را به خود اختصاص داده است.

افزایش ۱۴,۵ درصدی صادرات البسه و پوشاک آماده

از سوی دیگر، صادرات البسه و پوشاک آماده ترکیه در شش‌ماهه اول ۲۰۲۲ با ۱۴,۵ درصد افزایش به ۱۰,۸ میلیارد دلار رسیده است. سهم این بخش از کل صادرات ترکیه در قیاس با مدت مشابه سال قبل کاهش داشته و ۸,۶ درصد محاسبه شده است. بزرگترین واردکنندگان پوشاک آماده از ترکیه به ترتیب کشورهای آلمان، اسپانیا و انگلستان بوده‌اند. بر این اساس، صادرات به آلمان با افزایش ۱۷,۹ درصد به ۱,۹ میلیارد دلار رسیده، صادرات به اسپانیا با ۱۱,۵ درصد افزایش، معادل ۱,۳ میلیارد دلار بوده و صادرات به انگلستان با ۱۱,۹ درصد افزایش، به یک میلیارد دلار در نیمه نخست سال ۲۰۲۲ بالغ شده است.

در بخش پوشاک، گروه کالایی پوشاک و اکسسوری‌های کشف بیشترین صادرات را به خود اختصاص داده و ارزش صادرات این گروه کالایی با ۱۲,۳ درصد افزایش به ۵,۲ میلیارد دلار رسیده است. گروه کالایی پوشاک و اکسسوری تاری‌پودی نیز با صادراتی به ارزش ۴ میلیارد دلار (۱۹,۷ درصد افزایش)، در جایگاه دوم قرار داشته است. همچنین صادرات سایر محصولات آماده که شامل محصولات منسوجات خانگی و گروه ماسک جراحی نیز می‌شود، با افزایش ۶,۳ درصدی معادل ۱,۴ میلیارد دلار گزارش شده است.

میلیون دلار رسیده است. با نگاهی به جزئیات صادرات الیاف، مشاهده می‌شود که مهم‌ترین زیرگروه در این بخش، الیاف مصنوعی/سینتتیک با سهم ۶۱,۷ درصدی بوده است. ارزش صادرات الیاف مصنوعی ترکیه با ۴۱,۹ درصد افزایش به ۳۶۶ میلیون دلار در نیمه اول ۲۰۲۲ بالغ شده است. دومین زیرگروه مهم در بخش الیاف نیز الیاف پنبه با سهم ۳۶,۵ درصدی از صادرات بوده است.

بر اساس این گزارش، ایران با سهم ۱۱ درصد، بزرگترین بازار برای بخش الیاف ترکیه بوده به طوری صادرات ترکیه به ایران با افزایش ۴۳ درصدی به ۶۵ میلیون دلار در مدت یادشده رسیده است. صادرات الیاف به ایتالیا به عنوان دومین بازار بزرگ ترکیه با سهم ۱۰ درصد، ۳۹ درصد افزایش داشته و معادل ۶۰ میلیون دلار بوده است. همچنین صادرات الیاف ترکیه به کشورهای اتحادیه اروپا با ۵۹ درصد افزایش در شش ماهه اول ۲۰۲۲، به ۲۵۱ میلیون دلار رسیده است.

بخش پارچه چین نیز که در سال‌های اخیر پیشرفت‌های چشمگیری داشته و ارتباط خود را با بخش مد و پوشاک تقویت کرده است، توانسته در نیمه اول امسال صادرات خود را ۲۵,۴ درصد افزایش داده و به رقم ۱۶۷ میلیون دلار برساند. در این میان، تونس با سهم ۲۴,۷ درصد، مهم‌ترین کشور برای صادرات پارچه چین ترکیه بوده و ارزش صادرات به تونس ۴۱ میلیون دلار بوده است. بعد از تونس، کشور مصر با سهم ۱۵,۷ درصد و وارداتی به ارزش ۲۶ میلیون دلار، دومین بازار بزرگ برای پارچه چین ترکیه بوده است. بر اساس بیانیه بانک مرکزی جمهوری ترکیه، نرخ بهره‌برداری از ظرفیت کارخانجات در بخش تولید محصولات نساجی، در ماه ژوئن ۲۰۲۲ نسبت به ماه می، ۱,۲ درصد کاهش داشته و معادل ۷۷,۶ درصد بوده است.

صادرات با ۲,۲ درصد افزایش به ۵۱۴ میلیون دلار بالغ شده است. همچنین صادرات ترکیه به ایالات متحد آمریکا به عنوان سومین بازار بزرگ ترکیه با سهم ۷ درصدی از کل صادرات نساجی و مواد اولیه، افزایش ۱۷,۵ درصدی داشته و معادل ۴۷۵ میلیون دلار در شش‌ماهه اول ۲۰۲۲ بوده است.

افزایش ۹,۵ درصدی صادرات نخ، کاهش ۲,۶ درصدی صادرات منسوجات فنی

با در نظر گرفتن گروه‌هایی کالایی که صنعت نساجی ترکیه بیشترین صادرات را در ارتباط با آنها دارد، مشاهده می‌شود که گروه کالایی نخ پیش‌تاز صادرات در نیمه اول سال ۲۰۲۲ بوده است. صادرات این گروه کالایی ۲۰,۶ درصد از کل صادرات نساجی ترکیه را تشکیل داده و با افزایش ۶۰ درصدی نسبت به مدت مشابه پارسال، به ۱,۴ میلیارد دلار رسیده است. صادرات پارچه‌های تاری‌پودی در جایگاه دوم قرار داشته و با افزایش ۲۴,۴ درصدی معادل ۱,۳ میلیارد دلار بوده است. در مقابل، صادرات منسوجات فنی به عنوان ستاره درخشان دو سال گذشته (دوران همه‌گیری)، در شش‌ماهه اول امسال با کاهش مواجه بوده و با افت ۲,۶ درصدی، به ۱,۲ میلیارد دلار کاهش یافته است. بخش منسوجات خانگی نیز عملکرد موفقی در صادرات داشته و صادرات این بخش با افزایش ۵,۲ درصدی، معادل ۱,۱ میلیارد دلار بوده است. در مقابل، صادرات پارچه‌های حلقوی (کشیاف) افت ۲,۵ درصدی را تجربه کرده و به یک میلیارد دلار در نیمه اول سال ۲۰۲۲ بالغ شده است.

رشد ۲۵,۵ درصدی صادرات الیاف، ایران بزرگترین خریدار

صادرات الیاف ترکیه در دوره ژانویه تا ژوئن ۲۰۲۲ با افزایش ۲۵,۵ درصدی به ۵۹۳

تاثیر تقویت ارزش دلار بر صنایع نساجی و پوشاک

با افزایش قیمت دلار صادرکنندگان از کشورهایی با نرخ ارز ضعیف امیدوارند که درآمد بیشتری از محل صادرات به دست بیاورند هرچند روی دیگر سکه، افزایش هزینه‌های تولید است

ما از قیمت‌های بالاتری در قیاس با رقبا برخوردار می‌شدیم و صادراتمان صرفه اقتصادی برای مشتریان خارجی نداشت. با این حال، باید از منظر وسیع‌تری به پدیده افزایش دلار آمریکا نگریست. اگر ارزشهای رقیب نظیر پول فیلیپین، چین، ژاپن و کره جنوبی با سرعت بیشتری کاهش پیدا کنند، هند از نظر رقابت‌پذیری نسبی صادرات، قافله را به این کشورها واگذار خواهد کرد. زمانی که از کاهش ارزش صحبت می‌شود، باید دید روند ارزشهای رقیب نیز به چه صورت است. اگر ارزشهای رقیب با سرعت بیشتری کاهش پیدا کنند، نباید چندان روی آن حساب باز کرد.»

ایالات متحده آمریکا بزرگترین واردکننده منسوجات تولیدشده در هند است و این قطعا خبر خوبی است. با این حال، طبق گزارش Statista مورخ سپتامبر ۲۰۲۲، هند همچنین معادل ۱۵۴ میلیارد روپیه منسوجات وارد کرده است که نسبت به سال مالی قبلی افزایش نشان می‌دهد که دلیل این افزایش، اتفاقاً تضعیف ارزش روپیه است.

لZoom احتیاط از جانب صادرکنندگان هندی

آنطور که مدیر انجمن صادرکنندگان منسوجات خانگی هند گفته: «ما باید محتاط باشیم چراکه قبض سوخت صنایع به دلیل تضعیف روپیه جهش چشمگیری خواهد داشت و همچنین قیمت‌های نخ پنبه وارداتی

صادرکنندگان هندی می‌توانند از تضعیف روپیه استفاده کنند

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، در حال حاضر نرخ دلار آمریکا معادل بیش از ۸۲ روپیه هند است و کارشناسان کاهش بیشتر ارزش روپیه را پیش‌بینی می‌کنند. این افزایش نرخ دلار آمریکا خبر خوبی برای صادرکنندگان هندی است چراکه آنها به ازای هر دلار صادرات، روپیه بیشتری به دست می‌آورند و حاشیه سود خود را افزایش می‌دهند. در همین ارتباط، مدیرعامل فدراسیون سازمان‌های صادراتی هند (FIEO) گفته: «جهش قیمت دلار خبر خوبی برای صادرکنندگان است چراکه اگر دلار افزایش نمی‌یافت و دیگر ارزها با کاهش شدیدتری مواجه می‌شدند،

در دوران پس از همه‌گیری، ایالات متحده آمریکا آسوده نشسته و افزایش ارزش دلار آمریکا و کاهش ارزش سایر ارزها را مشاهده می‌کند. آخرین تحولات در این زمینه مربوط به یورو است که به پایین‌ترین رقم طی ۲۰ سال گذشته رسیده و همینطور پوند استرلینگ به تازگی سقوطی را تجربه کرده که در ۴۰ سال گذشته هرگز دیده نشده است. در این هرج و مرج ارزی، صادرکنندگان از کشورهایی با نرخ ارز ضعیف امیدوارند که درآمد نقد بیشتری از محل صادرات به دست بیاورند اما این ماجرا یک روی دیگر هم دارد چراکه واردات مواد اولیه در حال گران شدن است و بنابراین، هزینه‌های تولید در داخل افزایش می‌یابد.



و برآورد می‌شود که ریسندگی‌های داخلی فقط تا پایان سال جاری میلادی که ذخایر مواد اولیه آنها تمام می‌شود، می‌توانند به فعالیت‌های تولیدی خود ادامه دهند.

نوسانات فعلی ارزهای جهانی، کشورهایی که پوشاک تکمیل‌شده صادر می‌کنند اما به مواد اولیه وارداتی متکی هستند را تحت تاثیر قرار می‌دهد. اگر این بحران به سرعت حل نشود، این احتمال وجود دارد بخش پوشاک آماده در سراسر جهان به سختی ضربه بخورد و مشکلات بزرگی برای بخش خرده‌فروشی پوشاک ایجاد گردد.

بحران را تجربه می‌کنند، چراکه ذخایر دلاری این کشور به سرعت رو به اتمام است و دولت مجبور است برای نجات آن، به دنبال مداخله صندوق بین‌المللی پول باشد. انجمن کارخانجات نساجی بنگلادش در ماه سپتامبر بیانیه‌ای را منتشر و ابراز نگرانی کرده که اکثر بانک‌های تجاری بنگلادشی با توجه به کمبود شدید دلار آمریکا در این کشور، حاضر به گشایش اعتبار اسنادی در قالب صندوق توسعه صادرات نیستند. آنطور که در بیانیه آمده، این معضل واردات مواد اولیه برای کارخانجات نساجی را به یک ماموریت بسیار دشوار تبدیل می‌کند

و نیز اکسسوری‌هایی نظیر دکمه، کش و ... بالاتر خواهد رفت. نرخ برابری دلار/روپیة به قله‌های جدیدی رسیده که خبر خوبی در کوتاه‌مدت است چراکه خریداران در حال پرس‌وجو در مورد سفارشات کریسمس هستند. اما در بلندمدت، این جهش دلار به دلیل تورمی که ایجاد می‌کند، به ما آسیب خواهد زد. کما اینکه ما در حال حاضر شاهد افزایش فوق‌العاده هزینه‌های مواد اولیه نسبت به سه‌ماهه قبلی هستیم.»

واردات مواد اولیه بنگلادش

با چالش مواجه می‌شود

کارخانجات نساجی بنگلادش بدترین

آمار صادرات نساجی و پوشاک چین در ۸ ماهه اول ۲۰۲۲

۴۹۰ میلیون دلار درآمدزایی برای چین داشته در حالی که صادرات پوشاک و اکسسوری در ماه آگوست معادل ۱۸ میلیارد و ۴۸۵ میلیون دلار اعلام شده است.



به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، صادرات نساجی، پوشاک و اکسسوری پوشاک چین در ۸ ماهه اول سال جاری میلادی به ۲۲۰ میلیارد و ۳۰۲ میلیون دلار رسیده که نرخ رشد سالانه ۱۱ درصدی را نسبت به مدت مشابه سال قبل نشان می‌دهد. جدیدترین آمار ماهانه منتشرشده توسط اداره کل گمرکات چین نشان می‌دهد که صادرات پوشاک این کشور در بازه زمانی مشابه، رشد ۱۱,۶ درصدی داشته است.

بر اساس این گزارش، صادرات پوشاک و اکسسوری پوشاک چین در فاصله ژانویه تا آگوست ۲۰۲۲ با رشد ۱۱,۶ درصدی نسبت به مدت مشابه پارسال، به ۱۱۸ میلیارد و ۳۴ میلیون دلار بالغ شده است. از سوی دیگر، صادرات نساجی شامل انواع نخ، پارچه و ... نرخ رشد سالانه ۱۰,۲ درصدی را ثبت کرده و مجموعاً ۱۰۲ میلیارد و ۲۶۸ میلیون دلار محاسبه شده است.

بر مبنای بررسی ماهانه، صادرات نساجی و پوشاک چین در ماه آگوست ۲۰۲۲ رقم ۳۰ میلیارد و ۹۷۵ میلیون دلار بوده است. از این میزان، صادرات نساجی شامل نخ و سایر اقلام ۱۲ میلیارد و

احیای کامل صنعت نساجی ایتالیا تا پایان ۲۰۲۲

ایتالیا چهارمین کشور جهان در زمینه صادرات ماشین‌آلات نساجی با سهم ۱۰ درصدی از کل بازار است

برای صنعت نساجی و پوشاک بود، اما بخش ماشین‌آلات نساجی توانست انعطاف‌پذیری و پایداری خود را مخصوصاً در حوزه صادرات حفظ نماید. ایتالیا چهارمین کشور جهان در زمینه صادرات ماشین‌آلات نساجی با سهم ۱۰ درصدی از کل بازار است. در سال‌های آینده، انجمن‌های صنعتی در این بخش همچنان به حمایت از توسعه خوشه‌ها از طریق ادغام عمودی و افقی شرکت‌های مختلف و ایجاد شبکه‌های تجاری بین نواحی مختلف ادامه خواهند داد. این امر امکان تجمع منابع برای خرید ماشین‌آلات جدید و به‌کارگیری نیروهای انسانی متخصص را برای شرکت‌ها فراهم خواهد کرد. همچنین اجرای «برنامه بازیابی و تاب‌آوری» ذیل برنامه «نسل بعدی اتحادیه اروپا» توسط این اتحادیه در واکنش به بحران ناشی از پاندمی کووید-۱۹ اجرا شده است که مبلغ تخصیص‌یافته برای ایتالیا در قالب این برنامه، ۲۳۵ میلیارد یورو منابع مالی طی یک دوره شش ساله است. برخی از صندوق‌های سرمایه‌گذاری نیز منابع لازم برای تغییرات تکنولوژیکی و فرهنگی در صنعت نساجی و پوشاک ایتالیا را فراهم می‌کنند.

با اجرای این برنامه‌ها و همچنین برنامه‌های دیگری که در آینده تصویب یا اجرا خواهند شد، بخش نساجی و پوشاک ایتالیا قادر خواهد بود که از فرصت‌های جدیدی بهره‌بردار شود و محصولات نوآورانه بیشتری را فراتر از بازار مد و لباس کلاسیک و متداول، عرضه نماید.



زنجیره تامین که باید بنگاه‌های کوچک و متوسط را شامل شود.

آنطور که الساندور زوکی رئیس انجمن تولیدکنندگان ماشین‌آلات نساجی ایتالیا (ACIMIT) گفته: «کارآفرینان صنعت نساجی به ضرورت و فوریت اجرای تحول دیجیتال در کسب‌وکار خود پی برده‌اند و دقیقاً به همین دلیل است که ACIMIT اجرای پروژه «آمدگی دیجیتال» را برای اعطای گواهینامه به ماشین‌آلات نساجی ایتالیا که با مجموعه مشتری از داده‌ها منطبق هستند، سرعت بخشیده است. هدف از اجرای پروژه مذکور آن است که تولیدکنندگان ماشین‌آلات نساجی، به آسانی با سیستم‌های عملیاتی مشتریان‌شان یکپارچه و ادغام شوند.

علیرغم اینکه سال ۲۰۲۰ سال نسبتاً سختی

به گفته ناظران و فعالان صنعت نساجی و پوشاک ایتالیا، انتظار می‌رود این صنعت در سال ۲۰۲۲ به طور کامل احیا شده و از نظر عملکرد، به سطوح پیش از پاندمی در سال ۲۰۱۹ بازگردد و در سال ۲۰۲۳ نیز بار دیگر در مدار رشد قرار بگیرد. با این حال، ساختار صنعت نساجی و پوشاک در ایتالیا طی پنج سال آینده باید دستخوش تحولات و دگرگونی‌های عمیقی شود.

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، فدراسیون نساجی، مد و اکسسوری ایتالیا، این تحول را به عنوان یک تغییر فرهنگی تعریف کرده است. صنعت نساجی ایتالیا نیاز دارد که به دو مسئله حیاتی و مهم بپردازد: تکامل به سمت یک سیستم تولیدی که از نظر زیست محیطی پایدارتر باشد و دیجیتالی کردن

چشم‌انداز بازار جهانی منسوجات خانگی تا ۲۰۲۵

پیش‌بینی می‌شود ارزش بازار منسوجات خانگی در جهان در سال ۲۰۲۵ به ۱۵۱,۸ میلیارد دلار رشد پیدا کند

۲۰۲۵ را شاهد باشند. ارزش بازار این منطقه در سال ۲۰۱۶ رقم ۱۰,۵ میلیارد دلار بود که به ۱۱,۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۱ افزایش پیدا کرد.

بر اساس این گزارش، کشور هند در سال ۲۰۲۴ سایر نقاط آسیا اقیانوسیه (به جز روسیه، چین و ژاپن) را پشت سر خواهد گذاشت به طوری که ارزش بازار منسوجات خانگی این کشور در سال ۲۰۲۴ به ۹,۸ میلیارد دلار افزایش پیدا خواهد کرد، در حالی ارزش این بازار در سایر نقاط آسیا اقیانوسیه به ۹,۶۶ میلیارد دلار خواهد رسید. همچنین پیش‌بینی می‌شود بازار منسوجات خانگی هند در سال ۲۰۲۵ به رقم ۱۰,۶ میلیارد دلار بالغ گردد که نشان‌دهنده نرخ رشد سالانه ۸,۱۸ درصدی در دوره پنج‌ساله می‌باشد و در صورت تحقق این امر، نرخ رشد بازار منسوجات خانگی در هند بالاترین رقم در جهان خواهد بود.

۴۲,۹ میلیارد دلار، ۴۵,۴ میلیارد دلار و ۴۸ میلیارد دلار باشد. میانگین رشد سالانه بازار منسوجات خانگی چین در دوره ۲۰۲۰-۲۰۲۵ احتمالاً ۵,۹ درصد خواهد بود.

از سوی دیگر، بازار منسوجات خانگی در ایالات متحد آمریکا در دوره یادشده با نرخ سالانه ۲,۰۶ درصد رشد خواهد کرد. ارزش این بازار در آمریکا در سال ۲۰۱۶ رقم ۲۴,۰۶ میلیارد دلار بود که در سال ۲۰۲۰ به ۲۶,۷ میلیارد دلار و در سال ۲۰۲۱ به ۲۷,۳ میلیارد دلار افزایش پیدا کرد. انتظار می‌رود بازار منسوجات خانگی آمریکا در سال ۲۰۲۲ به ۲۷,۸ میلیارد دلار رشد پیدا کند و در سال ۲۰۲۵ نیز به رقم ۲۹,۶ میلیارد دلار بالغ گردد. همچنین سایر نقاط اروپا (به جز آلمان، فرانسه، انگلستان و ایتالیا) می‌توانند نرخ رشد سالانه ۱,۱۲ درصدی بازار منسوجات خانگی و رسیدن آن به ۱۱,۷ میلیارد دلار در سال

گروه مترجمین مجله: انتظار می‌رود بازار جهانی منسوجات خانگی با نرخ سالانه ۳,۵۱ درصد بین سال‌های ۲۰۲۰-۲۰۲۵ رشد کند. اندازه این بازار تا سال ۲۰۲۵ به ۱۵۱ میلیارد و ۸۲۵ میلیون دلار خواهد رسید. چین موقعیت برتر خود را در این بخش حفظ خواهد کرد و با سهم بیش از ۲۸ درصد، بزرگترین بازار منسوجات خانگی در جهان باقی خواهد ماند. همچنین هند می‌تواند بالاترین رشد را در این بازار به دست بیاورد.

بر اساس گزارش TexPro به عنوان بازوی تحقیقاتی مجله Fibre2Fashion اندازه بازار جهانی منسوجات خانگی در سال ۲۰۱۶ به ۱۱۰ میلیارد دلار رسید و بعد از آن، به ۱۲۷,۸ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۰ و ۱۳۲,۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۱ افزایش پیدا کرد. پیش‌بینی می‌شود این بازار در سال ۲۰۲۲ به ۱۳۶,۹۹ میلیارد دلار، در سال ۲۰۲۳ به ۱۴۱,۶ میلیارد دلار، در سال ۲۰۲۴ به ۱۴۶,۶ میلیارد دلار و در سال ۲۰۲۵ به ۱۵۱,۸ میلیارد دلار رشد پیدا کند. میانگین رشد سالانه این بازار در دوره ۲۰۲۰-۲۰۲۵ احتمالاً رقم ۳,۵۱ درصد خواهد بود.

بر اساس این گزارش، چین جایگاه برتر خود را در بازار جهانی منسوجات خانگی حفظ خواهد کرد. بازار منسوجات خانگی چین در سال ۲۰۱۶ رقم ۲۷,۹ میلیارد دلار بود که به ۳۶,۱ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۰ و ۳۸,۳ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۱ افزایش پیدا کرد. انتظار می‌رود ارزش این بازار در سال‌های ۲۰۲۲ تا ۲۰۲۵ به ترتیب ۴۰,۶ میلیارد دلار،



همکاری ۴ کشور برای کاهش مواد شیمیایی خطرناک

دولت‌های بنگلادش، اندونزی، پاکستان و ویتنام، یک برنامه مشترک ۴۳ میلیون دلاری را برای مدیریت و کاهش مواد شیمیایی خطرناک در صنایع نساجی خود راه‌اندازی کرده‌اند

مدیریت خود را در ارتباط با مواد شیمیایی خطرناک بهبود بخشیدند. این پروژه همچنین شرکت‌های نساجی این چهار کشور را برای مدیریت ریسک‌های پیش روی کارگران و در نهایت حذف بدترین مواد شیمیایی از فرآیند تولید آنها، راهنمایی می‌کند.

این برنامه پنج ساله، چهار کشور را گرد هم می‌آورد تا سیاست‌های عمومی خود در بخش نساجی را با بهترین تجربیات بین‌المللی از جمله در زمینه شفافیت زنجیره تامین، سرمایه‌گذاری برای مدیریت مواد شیمیایی و نوآوری‌های زیست‌محیطی و همچنین بهداشت و ایمنی شغلی، هماهنگ و همراستا نمایند و از این طریق، الزامات محیطی لازم برای حذف تدریجی مواد PFAS و سایر مواد شیمیایی نگران‌کننده را ایجاد کنند.

گفتنی است برنامه محیط زیست سازمان ملل متحد، یک تربیون پیشرو جهان در زمینه محیط زیست است. این برنامه با ارائه ایده، اطلاع‌رسانی و توانمندسازی کشورها و مردم برای بهبود کیفیت زندگی‌شان بدون به خطر انداختن نسل‌های آینده، نقش راهبری و تشویقی را ایفا می‌کند. همچنین سازمان تسهیلات محیط زیست جهان، بزرگترین نهاد تامین مالی جهانی برای حفاظت از تنوع زیستی، احیای طبیعت، واکنش به تغییرات آب‌وهوایی و کاهش آلودگی در کشورهای در حال توسعه می‌باشد. این سازمان، کنوانسیون‌های بین‌المللی زیست‌محیطی و طرح‌های ابتکاری کشورها را که دارای منافع جهانی است، تامین مالی می‌کند.

ضمن انباشته شدن در محیط زیست، سلامت انسان و اکوسیستم را تهدید می‌کنند.

کارخانجات تکمیل مرطوب که در آنها پارچه خام از طریق سفیدگری، چاپ، رنگرزی، تکمیل و شستشو به پارچه نهایی تبدیل می‌شود، معمولا برای هر کیلوگرم پارچه تولیدشده، ۰٫۵۸ کیلوگرم نهاده‌های شیمیایی مصرف می‌کنند. این ترکیبات در تمام مراحل چرخه عمر منسوج، از تولید تا مصرف، دفن و بازیافت، به محیط زیست سرایت می‌کنند.

پروژه مذکور که به رهبری برنامه محیط زیست سازمان ملل متحد (UNEP) و با حمایت مالی سازمان تسهیلات محیط زیست جهان (GEF) اجرا خواهد شد، ابزارها و پشتیبانی‌های فنی لازم را برای شرکت‌های کوچک و متوسط و تولیدکنندگان نساجی فراهم خواهد کرد تا بتوانند دانش و

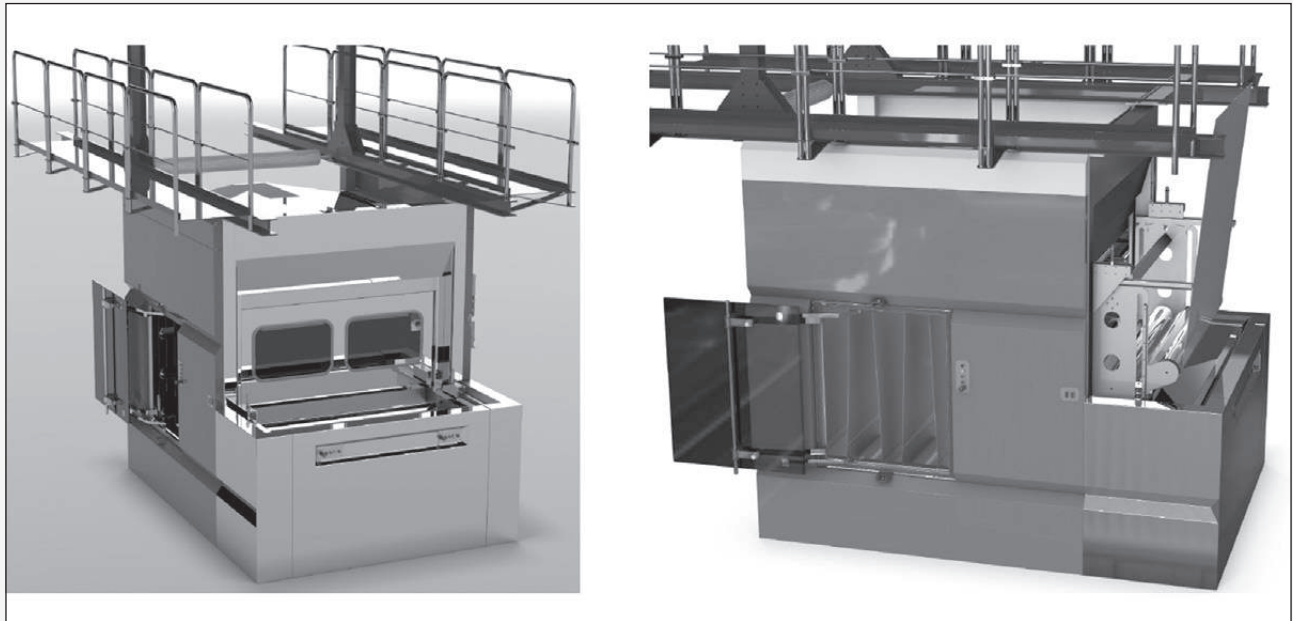
به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، دولت‌های بنگلادش، اندونزی، پاکستان و ویتنام برای مقابله با آلودگی شیمیایی در صنایع نساجی با یکدیگر متحد شده‌اند و یک برنامه مشترک ۴۳ میلیون دلاری را برای مدیریت و کاهش مواد شیمیایی خطرناک در صنایع نساجی خود راه‌اندازی کرده‌اند. بخش صنایع نساجی این چهار کشور با استخدام بیش از ۱۰ میلیون نفر، مجموعا نزدیک به ۱۵ درصد از کل صادرات پوشاک جهانی را تشکیل می‌دهد.

با این حال، مزیت‌های اقتصادی این صنعت هزینه‌هایی را هم به دنبال داشته به طوری که این صنعت یکی از مصرف‌کنندگان اصلی آلاینده‌های آلی پایدار (POPs) و مواد پرفلورواکلیل (PFAS) در جهان است؛ خانواده‌ای متشکل از حدود ۱۲۰۰۰ مواد شیمیایی مصنوعی که تجزیه نمی‌شوند و



همکاری کارل مایر با برندهای پیشرو چین

مرکز تحقیق و توسعه چین شرکت کارل مایر این فرصت را برای آزمایش تکنولوژی Greendye جهت رنگرزی پایدار چین فراهم کرده است



این تلاش‌ها برای پایداری بیشتر و راندمان اقتصادی بالاتر، برای شرکت‌های چین نیز متقاعدکننده بوده است. امسال، شرکت نوآور Nien Hsing اولین تولیدکننده‌ای بوده که روی تکنولوژی Greendye کارل مایر سرمایه‌گذاری کرده است. اولین ماشین مبتنی بر این تکنولوژی نیز تا پایان سال جاری میلادی به تایوان تحویل داده می‌شود.

مرکز تحقیق و توسعه چین

گفتنی است مرکز تحقیق و توسعه کارل مایر برای چین، این فرصت را برای آزمایش عملکرد تکنولوژی Greendye در یک کارخانه پیلوت و در قالب آزمایش‌های فردی ارائه می‌دهد. به گفته رئیس بخش تکنولوژی و محصولات شرکت کارل مایر، «هر مشتری می‌تواند با نخ مورد نظر خود به ما مراجعه کند. ما این نخ را رنگرزی کرده و با همکاری شرکای ایتالیایی خود، آن را به پارچه‌هایی تبدیل می‌کنیم تا مشتری بتواند آن را با کالاهای قبلی خود مقایسه کند.» همچنین متخصصین باتجربه حوزه چین آماده پاسخگویی به سوالات و کمک به مشتریان از طریق شبکه گسترده خود هستند.

گروه مترجمین مجله: شرکت کارل مایر همچنان به روند موفقیت خود در بخش چین ادامه می‌دهد و اکنون به شریک مهمی برای فعالان اثرگذار و بانفوذ جهان در صنعت چین تبدیل شده است. این شرکت در حال برقراری روابط جدید با برندهای پیشرو جهان در حوزه چین است و اخیراً توافق‌نامه‌ای را برای پیگیری و اجرای یک پروژه مشترک با شرکت لوی‌اشتراوس جهت ایجاد فرآیند پایدارتر برای رنگرزی چین امضا کرده است.

شرکت کارل مایر با واحد Prodye-S خود، در بازار مد و پوشاک پیشگام است و واحد Prodye-R این شرکت نیز به طور فزاینده‌ای در فرآیند رنگرزی طنابی مورد استفاده قرار می‌گیرد. همچنین تکنولوژی Greendye به عنوان یک نوآوری که در نمایشگاه ایتما ۲۰۱۹ بارسلون رونمایی گردید، مبتنی بر سیستم رنگرزی بر پایه نیتروژن است و از مزایای آن می‌توان به کاهش چشمگیر مصرف مواد شیمیایی، بهترین راندمان رنگرزی و صرفه‌جویی قابل توجه در مصرف آب اشاره کرد.

سلول‌های خورشیدی، انرژی را به پارچه‌ها می‌آورند

ظاهر و رفتار این نوع پارچه‌ها مانند هر پارچه معمولی است و می‌توان آنها را در ماشین لباسشویی در دمای ۴۰ درجه سانتیگراد شستشو کرد

است، تنفس‌پذیر و از نظر شیمیایی پایدار است چراکه تمام سلول‌های خورشیدی از سیلیکون ساخته شده‌اند. آزمایشات نشان داده که این ماده با دریافت نور خورشید ۰,۸۶ می‌تواند خروجی ۳۳۵,۳ میلی وات را تولید کند. همچنین زیر نور خورشید ۱,۰ این ماده تا ۳۹۴ میلی وات توان تولید می‌کند.

به گفته یکی از محققان تحقیق: «این پروژه نشان می‌دهد که چگونه منسوجات الکترونیکی می‌توانند در خط مقدم پایداری باشند و این پتانسیل را دارند که مفاهیم و برداشت‌های موجود ما از تکنولوژی را تغییر دهند. ما تکنیک‌های قدیمی و پر قدمت بافندگی تاری پودی را با تکنولوژی مدرن ترکیب کرده‌ایم تا محصولاتی را برای آینده ایجاد کنیم که ممکن است تصور مردم از لباس و لوازم الکترونیکی را تغییر دهند.»

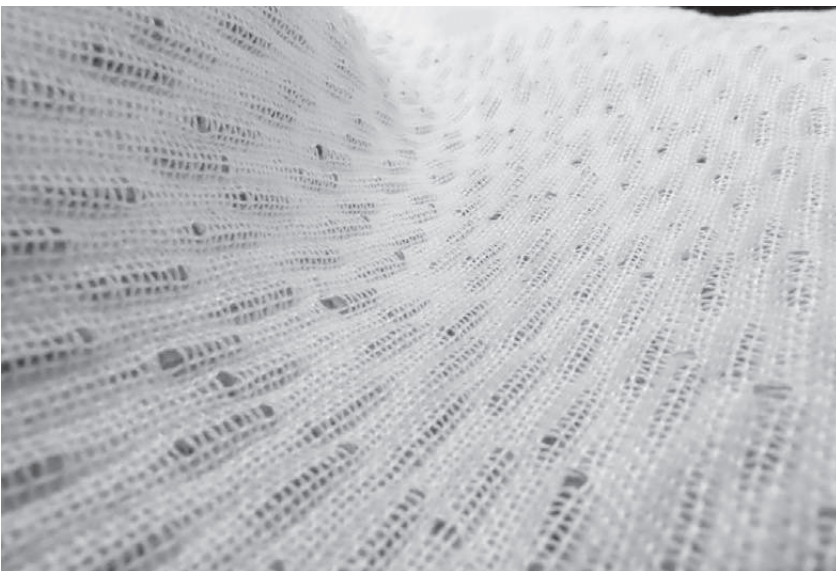
همه اهداف و کاربردها توسعه داده‌ایم، ظاهر و رفتاری مشابه هر نوع منسوج معمولی و متداول دارد چراکه می‌توان آن را تکه تکه کرد و در ماشین لباسشویی شستشو داد، اما لایه پنهان در زیر سطح پارچه، شبکه‌ای از بیش از هزار فتولتائیک کوچک است که می‌توانند انرژی خورشید را برای شارژ دستگاه‌های شخصی مهار کنند.»

به گفته این استاد دانشگاه، «منسوجات الکترونیکی واقعا پتانسیل تغییر رابطه مردم با تکنولوژی را دارند چراکه این نمونه اولیه نشان می‌دهد که چگونه می‌توانیم بسیاری از دستگاه‌ها را روی دیوار شارژ کنیم. این توسعه مبتنی بر تکنولوژی‌های قبلی است که ما ساخته‌ایم و می‌توان مقیاس آن را برای تولید انرژی بیشتر، افزایش داد.» این پارچه که ابعاد آن ۵۱ در ۲۷ سانتی‌متر

گروه مترجمین مجله: تحقیقاتی که تحت نظارت دکتر تئودور هیوز-ریلی دانشیار منسوجات الکترونیک در دانشکده هنر و طراحی ناتینگهام انگلستان انجام گرفته، منجر به توسعه یک منسوج تاری پودی حاوی ۱۲۰۰ سلول فتولتائیک شده است. این سلول‌های ترکیب‌شده با هم، قادرند ۴۰۰ میلی وات انرژی الکتریکی را از نور خورشید مهار کنند که این میزان برای شارژ یک تلفن همراه یا ساعت هوشمند کافی است.

این منسوج الکترونیکی یک نمونه اولیه پیشرفته است که می‌تواند در یک تکه لباس نظیر ژاکت تعبیه شده یا به عنوان بخشی از اکسسوری‌هایی نظیر کوله پشتی یا کیف دستی استفاده شود. این منسوج که به سیم‌کشی قوی اما بسیار انعطاف‌پذیر مجهز است، به گونه‌ای طراحی شده که همانند لباس‌های روزمره، بتواند در معرض نیروهای مشابهی قرار بگیرد و می‌توان آن را در ماشین با دمای ۴۰ درجه سانتیگراد همراه لباس‌های دیگر شستشو کرد. سلول‌های خورشیدی که تنها ۵ میلی‌متر طول و ۱,۵ میلی‌متر عرض دارند، در یک رزین پلیمری ضدآب تعبیه شده‌اند و توسط کاربر قابل لمس نیستند.

آنطور که استاد ناظر این تحقیق گفته: «این نمونه اولیه بارقه‌ای هیجان‌انگیز از پتانسیل آینده منسوجات الکترونیکی را نشان می‌دهد. تا به امروز، تعداد بسیار کمی از مردم تصور کرده‌اند که لباس یا منسوجات مورد استفاده آنها می‌تواند برای تولید برق استفاده شود. موادی که ما برای



COLOROBIA



واردات و فروش
انواع رنگ

انواع نرم کننده بعد از جاب
خلط دهنده جاب پیگمنت
(نماینده فروش رنگ COLOROBIA)

سابلیمیشن

پیگمنت

ر آکتیو

دیسپرس

ایران کتن (مهدی)

وارد کننده ماشین آلات کتن

تولید پارچه های

(مخمل ، رو مبلی ،

انواع تور پرده ای

و انواع پتو)

  +98 912 211 1805

 +90 545 979 49 03

بهترین رنگ پنبه رنگی را از ما بخواهید



شرکت مرکزی چاپ و چاپ سمنان



Tell: ۰۲۱-۸۸۷۴۳۴۹۱-۳

آدرس دفتر مرکزی حریر سمنان: خیابان مفتاح شمالی، کوچه نقدی، بلاک ۴۸، واحد ۴

گروه صنعتی موکت همدان



- ❖ تولید کننده انواع موکت های خانگی (نمدی - تافتینگ) لایه های صنعتی و خودرویی، ژئوتکستایل، الیاف پلی پروپیلن و رزین های صنعتی
- ❖ دارنده: تندیس طلایی ابتکار و کیفیت برتر بین المللی سا ۲۰۰۱ ژنو
- ❖ دارنده: لوح تقدیر صادر کننده معتبر کشور از موسسه استاندارد
- ❖ دارنده: گواهینامه رتبه زرین اتاق بازرگانی و صنایع معادن ایران
- ❖ دارنده: تندیس رعایت حقوق مصرف کنندگان
- ❖ دارنده: نشان بین المللی TQM CC100
- ❖ دارنده: گواهینامه سیستم یکپارچه IMS مبنی بر استانداردهای

ISO 9001:2008 و ISO 14001:2004 و OHSAS 18001:2007

- ❖ عضو انجمن صنایع نساجی ایران
- ❖ عضو انجمن تخصصی مراکز تحقیق و توسعه صنایع و معادن
- ❖ عضو انجمن صنفی مهندسی ژئوسینتتیک ایران
- ❖ عضو انجمن صنفی تولید کنندگان رزین ایران

❖ واحد نمونه صنعتی سالهای ۱۳۸۰-۱۳۸۱-۱۳۸۳-۱۳۸۷-۱۳۹۰-۱۳۹۲-۱۳۹۴-۱۳۹۶-۱۳۹۹-۱۴۰۱



ISO 9001:2008
ISO 14001:2004
OHSAS 18001:2007



کارخانه: همدان، شهرک صنعتی بوعلی، بلوار یکم، خیابان شانزدهم، تلفن: ۴۰-۴۳۸۳۲۳۸-۰۸۱۳، تلفکس: ۰۲-۴۳۸۳۵-۰۸۱۳
دفتر مرکزی: تهران، بلوار میرداماد، کوچه دفینه، پلاک ۴، طبقه ۳، واحد ۶ تلفن: ۱۹-۸۱۷۷۳۱۱۶-۸۸۷۹۳۳۱۷، فاکس: ۸۸۷۹۳۳۱۷
www.hamedanmoquette.com Email: info@hamedanmoquette.com



برای کیفیت عالی هم
کمتر هزینه کنید

شرکت تولیدی صنایع رنگری

طیف تبار

قابل توجه کلیه فعالین نساجی، تولید کننده های نخ های فرش ظریف، پتویی، الیاف
و تولید کنندگان پارچه های Non-Woven از جنس پلی استر

شرکت رنگری طیف تبار با ۳۵ سال سابقه درخشان

انجام رنگری کارمزدی انواع الیاف پلی استر، اکریلیک و ویسکوز

را با بهترین کیفیت با ماشین آلات تمام اتوماتیک اروپایی و با استفاده از

بهترین رنگ های نساجی به همراه آزمایشگاه مدرن در کوتاهترین زمان و با کمترین هزینه انجام می شود.

در راستای سرویس دهی برتر خود = هزینه حمل الیاف به کارخانه رایگان می باشد.



• آزمایشگاه این واحد با دارا بودن دستگاه پیشرفته فام سنج بدون خطا، نسخه های رنگری را به خط تولید ارسال می کند.



دفتر مرکزی: تهران، خیابان شهید بهشتی (روبروی مصلی)، پلاک ۱۲، طبقه ۳، واحد ۱۵
کارخانه: تهران، کیلومتر ۴۷ جاده خاوران، شهرک صنعتی پایتخت، خیابان یاسمن ۲
تلفن: ۰۲۳-۳۴۵۷۲۱۳۲-۳
تلفکس: ۰۲۱-۸۸۷۴۰۷۷۳
مدیریت: رحیمی تبار ۰۹۱۲۱۱۱۲۳۹۹
Website: teiftabar.com Email: Saeedrahimitabar@gmail.com



Hinza Chemical

• تولیدکننده روغن‌های اسپین فینیش با تکنولوژی روز دنیا
برای خطوط **BCF** و **CF**

• تولیدکننده انواع روغن و آنتی‌استاتیک مخصوص ریستدگی اکریلیک

• تولیدکننده انواع نرمکن‌های سیلیکونی، کاتیونیک، نانیونیک و هیدروفیل

• تولیدکننده انواع آنتی‌استاتیک مخصوص تولید الیاف پلی‌استر

• تولیدکننده روغن بافت جهت استفاده در ماشین‌های گردباف

• تولیدکننده انواع ضدکف‌های سیلیکونی، الکلی و روغنی

• تولیدکننده انواع شوینده و صابون مورد استفاده در رنگریزی

• تولیدکننده رزین‌های هموپلیمر و کوپلیمر وینیل استات،

کوپلیمرهای اکریلیک و کوپلیمرهای استایرن آکریلات

تولیدی و صنعتی هینزا شیمی

با توجه به نیاز روزافزون صنعت نساجی به انواع مواد شیمیایی و واردات طیف گسترده ای از آنها، با همت جمعی از متخصصان نساجی و شیمی که سابقه چند دهه فعالیت در این صنعت را داشتند و با تکیه بر تجربیات و اندوخته های آنها مخصوصا در شرکت سیزال، شرکت هینزا شیمی در سال ۱۳۸۹ تاسیس و تصمیم بر آن شد که این شرکت بتواند سهمی هرچند اندک در تامین مایحتاج صنعت نساجی داشته باشد و برای نیل به این هدف محل تولید این شرکت در شهرک صنعتی اشتهارد بنیان نهاده شد.

برنامه‌های شرکت از بدو تاسیس

- دستیابی به سطوح بالای علمی و بومی نمودن آن‌ها در کشور.
- ایجاد تحولات اساسی و بنیادی در ساختار مواد شیمیایی، افزایش استانداردها و کیفیت مواد تولیدی تا بالاترین سطح.
- ایجاد، رشد و توسعه سرمایه گذاری به همراه اشتغال و تولید انواع مواد شیمیایی.
- ارتباط با مراکز علمی، تحقیقاتی و صنعتی داخل و خارج از کشور برای ایجاد زمینه‌های همکاری گسترده و فعال.

📍 تهران، سهروردی شمالی، کوچه سراب، پلاک ۴، واحد ۸



☎ ۰۲۱-۸۸۷۴۸۶۳۸-۳۹

📧 @hinzachemical

🌐 www.Hinzachemical.com



خدمات و تخصص:

- ارائه خدمات در زمینه ایده، انتخاب خطوط تولید و جیدمان ساختمانها و ماشین آلات
- بررسی فنی، اقتصادی و مالی طرحهای توجیهی جهت اخذ تسهیلات از سیستم بانکی
- مطالعات امکان سنجی در زمینه بهینه سازی مصرف انرژی
- طراحی ابنیه، تاسیسات، نظارت بر اجرا و کنترل پروژه
- طراحی ابنیه، تاسیسات، نظارت بر اجرا و کنترل پروژه
- ظرفیت سنجی، زمان سنجی و برنامه ریزی تولید
- عرضه یابی و بهینه سازی خطوط تولید
- مشاوره فنی و تخصصی

- بهاز تاسیس از وزارت صنایع و معادن در زمینه صنایع شیمیایی
- بهاز تاسیس از وزارت صنایع و معادن در زمینه صنایع نساجی
- عضویت اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران
- نظامنامه کیفیت ISO 9001 از موسسه TÜV آلمان
- عضو انجمن مشاوران سرمایه گذاری و نظارت بانکی
- عضو کانون مشاوران اعتباری و سرمایه گذاری
- گواهی رتبه بندی از بانک صنعت و معدن

بیش از ۲۰ سال حضور مستمر و موفق در صنایع نساجی ایران

افتخار همکاری با بیش از یکصد شرکت معتبر در صنایع نساجی ایران از جمله:

نساجی مطهری - نساجی فردوس - نساجی بروجرد - نساجی رازی - نساجی حجاب شهرگرد - نساجی کویر سمنان - نساجی ارم -
 وطن اصفهان - ساوین تاب - فرش مهستان - قالی سلیمان - فرش باستان یزد - فرش تهران - فرش ساوین - فرش زمرد - فرش مشهد -
 فرش سهند - فرش تندیس کاشان - فرش پایتخت - نگین مشهد اردهال - فرش خاطره کاشان - گروه صنعتی کبیر ریس - فرزانه خراسان -
 یزد باف - دیبا ریس - طلا ریس - مانریس - تارا ریس - پویاریس - کاشمر مدرس - دسترنج رضابافت - پویانخ ایلام - ذوب ریزی چهلستون -
 قیام نخ - صنعتی تولیدی همباف - شادیلون - مشهد نخ - یزدبافت - پتوی پاکان - اکریلتاب - الیاف گستر یزد - الیاف ساوین - مخمل و ابریشم کاشان -
 سرچین و ...

آدرس: تهران، بلوار میرداماد، خیابان رودبار جنوبی غربی، کوچه کاووسی، پلاک ۳۵، واحد ۴

info@samersanaat.com

WWW.SAMERSANAAT.COM ۲۲۲۲۴۵۰ - ۲۲۲۲۵۰۶۲ تلفن:

سما نقاله نماینده انحصاری کمپانی نیتا در ایران



Nitta Industries Europe GmbH
Heerdter Lohweg 35
40549 Düsseldorf · Germany

Sama Naghaleh Co.
Unit 4, No. 102 Malayeripour St.
Mofateh Ave.
Tehran
Islamic Republic of Iran

January 1st, 2022

Distributor

By this Statement we, Nitta Industries Europe GmbH, confirm that Sama Naghaleh Co., located in Tehran / Islamic Republic of Iran is the only official Distributor of Nitta in Iran and supply Flat Power Transmission Belting manufactured by Nitta Corporation of Japan in Iran. There are no other authorized Distributors of Nitta in the Islamic Republic of Iran.

Due to the long-term Partnership and successful Cooperation since many years we will continue our Cooperation for the Years 2022 to 2024.

Best Regards

Nitta Industries Europe GmbH

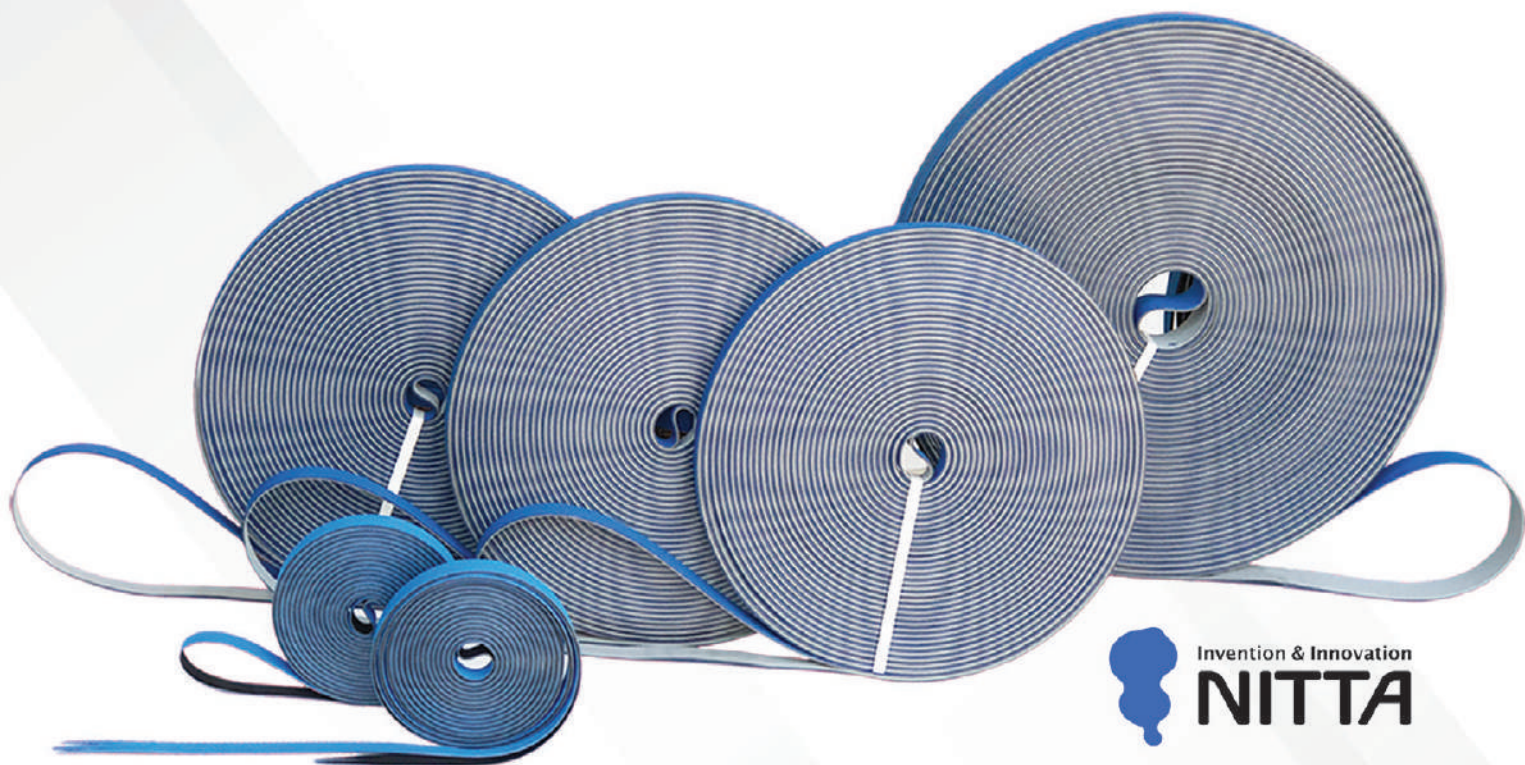
Michael Planz
Manager Sales & Marketing

NITTA INDUSTRIES EUROPE GMBH
Heerdter Lohweg 35 - 40549 Düsseldorf
Telefon: 02 11 / 53 75 35 - 0 Fax: 02 11 / 53 75 35 - 35
www.nitta.de



SAMA NAGHALEH

نماینده انحصاری شرکت نیتا ژاپن در ایران



کمپانی نیتا ژاپن بزرگترین تولیدکننده تسمه های تخت انتقال نیرو و سراسری دستگاه های نساجی ، رینگ ، دولتاب و ... می باشد . محصولات این کمپانی به صورت انحصاری و با ارائه گارانتی توسط شرکت سما نقاله در ایران به فروش می رسد . این محصولات دارای ۱۲۰۰۰ ساعت گارانتی و تماما با برند نیتا ، در کارخانه سما نقاله با مجهزترین تجهیزات روز جهان برش و اتصال داده شده و به سفارش مشتری تولید می گردد .



آدرس کارخانه : تهران ، کیلومتر ۸ اتوبان لشگری ، بلوار
دکتر عیّدی خیابان یکم ، بن بست دوم ، پلاک ۴
تلفن : ۴۴۵۶۱۶۶۶ (۰۲۱) ۴۴۵۳۰۷۶۱-۲ (۰۲۱)

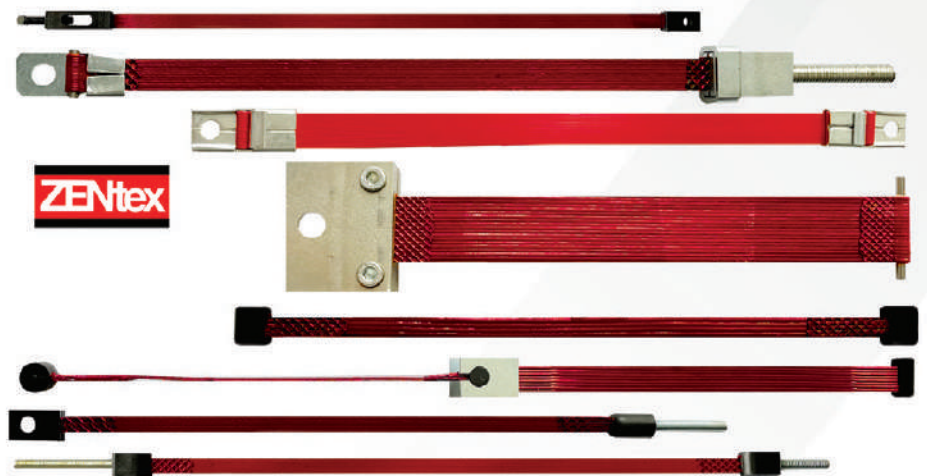
WWW.SNBELT.COM

0912-1191102

SN.BELT

SAMA NAGHALEH

عامل فروش انحصاری کمپانی زنتکس ایتالیا در ایران



• شرکت سما نقاله ارائه دهنده با کیفیت ترین ، رول پیکرهای دستی ، شارژی و انواع بوبین هلدر



آدرس دفتر مرکزی : تهران ، خیابان مفتح ، نرسیده به
میدان هفت تیر خیابان مسعود ملایری پور ، پلاک ۱۰۲ واحد ۴

تلفن : ۸۸۳۱۱۰۹۱ (۰۲۱) ۴-۸۸۸۶۶۰۶۲ (۰۲۱)

WWW.SNBELT.COM

0912-1191102

SN.BELT

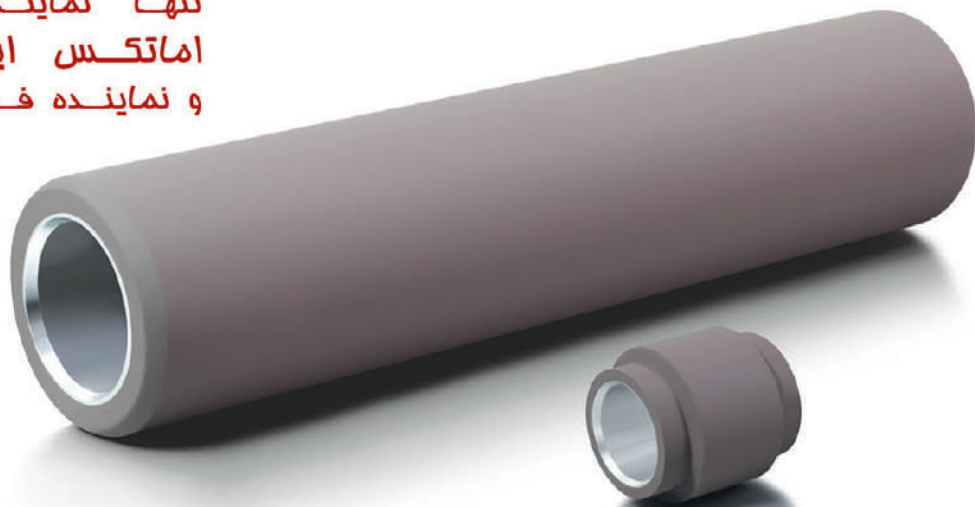
SAMA NAGHALEH

تنها نماینده انحصاری کمپانی های
اماتکس ایتالیا ، سوپرتکس هند
و نماینده فروش آستکس ترکیه در ایران

OMATEX



asteks



• شرکت سمانقاله ارائه دهنده با کیفیت ترین ، انواع کاتس و آپرون طبق استاندارد های
روز اروپا به همراه گارانتی جهت دستگاه های ریسندگی در صنعت نساجی می باشد.



آدرس کارخانه : تهران ، کیلومتر ۸ اتوبان لشگری ، بلوار
دکتر عیّدی خیابان یکم ، بن بست دوم ، پلاک ۴
تلفن : ۴۴۵۶۱۶۶۶ (۰۲۱) ۲-۴۴۵۳۰۷۶۱ (۰۲۱)

WWW.SNBELT.COM

0912-1191102

SN.BELT

SAMA NAGHALEH

• شرکت سما نقاله ارائه دهنده

انواع نوارهای روکش غلتک با تنوع طرح و جنس و انواع توری های نسوز و نوارهای کولار با تحمل حرارتی ۲۷۰ درجه سانتیگراد



آدرس دفتر مرکزی: تهران، خیابان مفتح، نرسیده به
میدان هفت تیر خیابان مسعود ملایری پور، پلاک ۱۰۲ واحد ۴

تلفن: ۸۸۳۱۱۰۹۱ (۰۲۱) ۴-۸۸۸۶۶۰۶۲ (۰۲۱)

WWW.SNBELT.COM

0912-1191102

SN.BELT

SAMA NAGHALEH

نماینده انحصاری شرکت ZWR (ZHA) در ایران



ZWR ©

انواع کاتس ، آپرون ، تاپ رولر ، توپین دیسک و پرزگیرهای ماهوتی با بالا ترین کیفیت و قیمت رقابتی



ارائه دهنده با کیفیت ترین و با دوام ترین آپرون های شیاردار برای ماشین آلات نساجی از کمپانی گلوبتکس ایتالیا



GLOBTEX

آدرس کارخانه : تهران ، کیلومتر ۸ اتوبان لشگری ، بلوار
دکتر عیّدی خیابان یکم ، بن بست دوم ، پلاک ۴

تلفن : ۴۴۵۶۱۶۶۶ (۰۲۱) ۴۴۵۳۰۷۶۱-۲ (۰۲۱)

WWW.SNBELT.COM

0912-1191102

SN.BELT

ALMAS ASIA
CHEMIE
TRADING CO., LTD



福盈科技化學

شرکت مهندسی بازرگانی
الماس شیمی

جینتکس

تولید کننده انواع مواد کمک نساجی

www.almaschemie.com
E-mail : info@almaschemie.com
Tehran - Iran

تلفکس: ۰۲۱۸۸۰۱۵۸۷۶ - ۰۲۱۸۸۰۱۵۸۷۷
صندوق پستی: تهران ۱۴۱۵۵-۵۴۷۳



ALMAS ASIA
CHEMIE
TRADING CO., LTD



遠東精密化學股份有限公司
Solar Fine Chemical Co., Ltd.

شرکت مهندسی بازرگانی الماس شیمی

سولار تولید کننده

انواع رنگهای راکتیو، مستقیم، دیسپرس
اسیدی، کاتیونیک و سفید کننده های نوری

Tehran - Iran
E-mail : info@almaschemie.com
www.almaschemie.com

تلفکس: ۰۲۱ ۸۸۰۱۵۸۷۶ - ۰۲۱ ۸۸۰۱۵۸۷۷
صندوق پستی: تهران ۱۴۱۵۵-۵۴۷۳



نتیجه یک جستجو هوشمندانه



کلندر فوق صنعتی سایز 320 cm و 190 cm
با دارام 60 و 80 و 100
سرعت بی نظیر و نمد و کلیه متعلقات اروپایی



تی شرت DTF با 2 و 4 هد های ایسون 3200
جهت انواع مترال های مختلف در سایزهای A1 الی A3

چاپگر مستقیم رو پارچه های
نخ و پنبه و ویسکوز
با 8 الی 42 هد های صنعتی کیوسرا
اصل ژاپن و سرعت فوق العاده و
ریپ تخصصی ارگو یا نیواسستمپا
و
کلیه امکانات



ترانسفر سابیمیشن 320 cm و 180 cm
بصورت 4 و 6 و 8 و 15 هد ایسون مدل 3200
با air shaft و ریپ تخصصی و کلیه متعلقات و جامبو رول های متفاوت

ترانسفر سابیمیشن سایز 190 cm با 12 هد ایسون 3200
با کلیه متعلقات و جامبو رول های متنوع





شرکت کارخانجات نساجی خوی

- تولید کننده مرغوبترین جین در ایران با مدرنترین ماشین Indigo
- تولید کننده انواع نخهای صد درصد پنبه و پلی استر-پنبه
- تولید کننده انواع متقال خام سبک و سنگین
- ظرفیت ۵ تن دولاتی در روز
- ظرفیت ۵ تن در روز رنگرزی نخ با مدرنترین ماشین آلات بوبین رنگ کنی



تهران - خیابان بهشتی - بین وزرا و بخارست - پلاک ۲۸۳ - ساختمان نگین آزادی - طبقه ۸ - واحد غربی

تلفن: (خط ۱۰) ۸۸۱۰۱۴۱۶ - ۸۸۱۰۴۲۱۱ - ۸۸۱۰۴۶۶۲ - ۰۲۱ - ۸۸۱۰۴۸۶۰ : فکس



دانا نساج توانا

سهامی خاص شماره ثبت: ۴۲۴۲

انواع رنگ های نساجی با برند Cita Color
راکتیو | کاتیونیک | مستقیم | اسیدی | متال کمپلکس

گروه دانا نساج توانا:

با در اختیار داشتن مجموعه زیر آماده همکاری
با فعالین بخش صنعت نساجی می باشد.

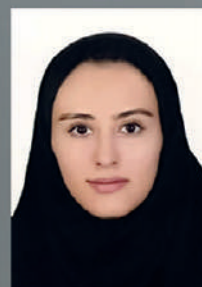
مهندس محرابی | مدیر دفتر مرکزی | ۹۸ ۹۱۲ ۲۵۶ ۴۴۸۲ +
واردات و فروش انواع رنگ های نساجی و مشاوره تخصصی به کارخانجات
آدرس دفتر مرکزی: ساوه، شهرک صنعتی گاوه، مجتمع اداری خدماتی گاوه،
طبقه همکف، واحد ۱



مهندس قندچی | مدیر دفتر کاشان | ۹۸ ۹۱۳ ۱۶۳ ۹۶۱۷ +
صادرات تخصصی فرش، تامین رنگ و مواد اولیه کارخانجات
کاشان، بلوار دانش، کوچه دانش ۲۳



مهندس امینیان | مسئول دفتر استانبول | شرکت شیدا ترک بازرگان
۹۰ ۵۵۱ ۷۴۴ ۰۸ ۰۴ + واتساپ
انجام کلیه خدمات واردات و صادرات از کشور ترکیه



فروش
ویژه
رنگ سرمه ای
کاتیونیک

CATIONIC DARK BLUE 2RN 300%



۰۲۱-۸۸۰۳۲۴۷۱



- ارائه کلیه وسائل آزمایشگاهی در فرایند تولید الیاف ، نخ ، پارچه ، فرش رنگرزی و تکمیل ، از شرکتهای : کایزوکي ژاپن ، کاتو ژاپن ، وایرا انگلستان ، اشمیت آلمان ، اشتوبر آلمان ، سدو تری پوینت آلمان ، پارامونت هند و چند شرکت معتبر چینی با گارانتی

- سنسورهای توقف در اثر پارگی نخ در ماشینهای ریسندگی غیر اتوماتیک از شرکت اشتوبر آلمان

- انواع روکش غلتک (کاتز) ، نوار کشش (ریبن) ، رینگ و سایر یدکیهای ماشین رینگ

- پیوندن دستی و نیز قابل نصب روی ریل برای انواع ماشینهای ریسندگی ، تکسچرایزینگ ، هایبالک (و یدکیهای آنها)

- ارائه سیستم PLC برای ماشینهای رنگرزی از شرکت سدو تری پوینت آلمان



**مشاوره رایگان
بازرگانی - فنی**

**برای خرید و واردات هر نوع کالا
ماشین آلات و پروژه های صنعتی**

۰۹۱۲۸۸۵۷۵۶۵



**این شرکت پخش کننده کلیه رنگ و مواد نساجی از اروپا و هندوستان می باشد،
رنگ و مواد شیمیایی برای چاپ و رنگری را به شرح زیر معرفی می نماید:**

تاسیس سال ۱۳۶۱

کشور	شرح	نام رنگ	
FARBCHÉMIE BRAUN GERMANY	– رنگهای دیسپرس جهت رنگری پلی استر – رنگهای دیسپرس مخصوص روکش صندلی ماشین و هواپیما با ثبات نوری بالا – رنگهای دیسپرس برای رنگری سریع	Fantagen Fantagen-A Fantagen-SD	۱
FARBCHÉMIE BRAUN GERMANY	– رنگهای مخلوط دیسپرس و متال کمپلکس ۱:۲ برای رنگری پلی استر پشم (۴۵/۵۵ درصد) در یک حمام جهت پارچه و بوبین – رنگهای مخلوط جهت رنگری پلی استر / پشم (۲۰ درصد–۸۰ درصد) در یک حمام جهت پارچه و بوبین – رنگهای مخصوص پلی استر نایلون در یک حمام	Polylan %55-%45 Polylan %80-%20 Polylan	۲
FARBCHÉMIE BRAUN GERMANY	– رنگ های مخلوط دیسپرس خمی برای رنگری پلی استر / ویسکوز (۳۳درصد–۶۷درصد) در سیستم ترمازول	Polycoton Fantacel	۳
FARBCHÉMIE BRAUN GERMANY	– رنگهای مخلوط دیسپرس دایرکت جهت رنگری پلی استر سلولز (۳۵ درصد–۶۵ درصد) در سیستم جت	Fantacol-CE	۴
FARBCHÉMIE BRAUN GERMANY	– رنگهای خمی مخصوص رنگری پنبه و ویسکوز	Farbanthren	۵
FARBCHÉMIE BRAUN GERMANY	– رنگهای راکتیو (وینیل سولفات) چاپ و رنگری – رنگهای راکتیو جهت چاپ – رنگهای راکتیو مخصوص رنگری	Somazin Somazin H Somazin HE	۶
FARBCHÉMIE BRAUN GERMANY	– رنگهای مستقیم مخصوص رنگری پنبه ویسکوز	Celasol	۷
FARBCHÉMIE BRAUN GERMANY	– رنگهای مخصوص پشم و پلی آمید و ابریشم	Sellan	۸
FARBCHÉMIE BRAUN GERMANY	– رنگهای متال کمپلکس ۱:۲ برای پشم و پلی آمید	Selmalan	۹
SHRIHARI INDIA	– راکتیو چاپ و رنگری	Ecofix	۱۰
AKIK INDIA	– دیسپرس چاپ و رنگری	Disperse	۱۱

مواد کمکی:

شامل راگم ها، آلژینات ها، امولگاتور، نرم کننده ها (سیلیکونی، کاتیونیک نانیونیک)، آهارگیرها، نفوذ دهنده ها و دیسپرس کننده ها، یکنواخت کننده ها، فیکسه کننده ها، گریرها، ضدکف، سفیدکننده ها، آنتی میگریشن ها و غیره (RANIECHEMIE , GERMANY)

Coming Soon...

Dyed Yarn From Kabir Ris



سرخ قرن

www.kabirristextile.com
info@kabirristextile.com

**Largest Ring Spun Yarn Manufacturer
in the Middle East With the most
advanced machinery from Rieter**

You Have Tried The Rest

Now Try The Best

Century Yarn

تهران، بزرگراه آیت الله صدر
خیابان قیطریه، پلاک ۲۶ و ۲۸
تلفن‌ها: ۱۷-۱۲-۲۲۳۹۰۰۲۱ ۹۸+
فکس: ۲۲۶۹۰۷۹۷



گروه صنعتی کبیر

کبیر ریس

بزرگترین تولیدکننده انواع نخهای ظریف
با سیستم رینگ و شانته در خاورمیانه
با مدرنترین ماشین آلات ریتر سوئیس



Kabirris Co.

www.kabirristextile.com

وبزودی ۱۰۰٪ تولید انواع نخ های رنگی

انواع تولیدات

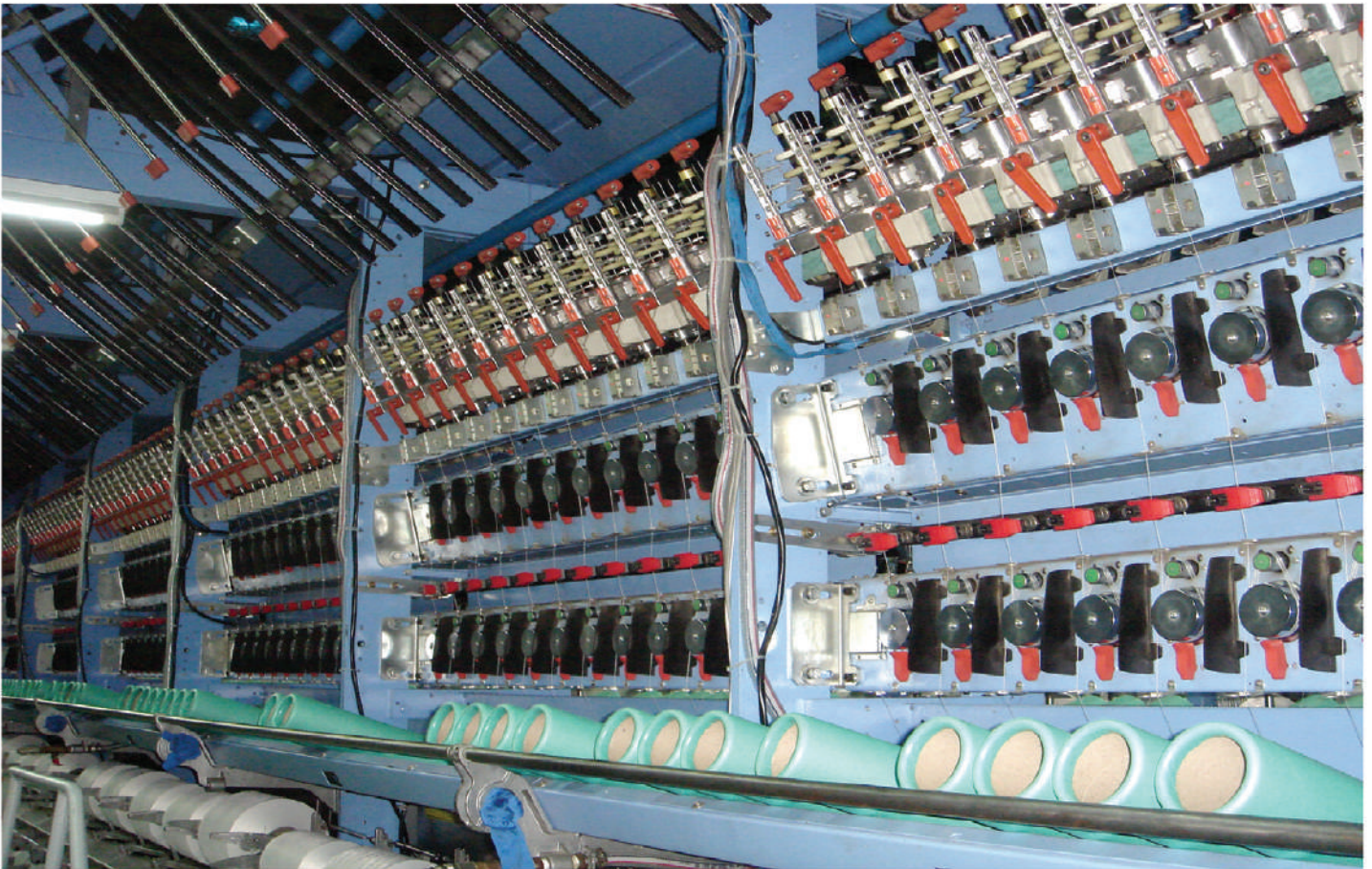
- نخهای ۱۰۰٪ پنبه‌ای شانته نمرات ۲۰Ne الی ۴۰Ne
- نخهای ۱۰۰٪ پنبه‌ای شانته شده Com ϵ (کامپکت) نمرات ۴۰Ne الی ۷۰Ne
- نخهای ۱۰۰٪ پنبه‌ای کارد نمرات ۱۰Ne الی ۳۰Ne برای Weaving و Knithing
- نخهای مخلوط پنبه (شانته شده و کارد) با الیاف مصنوعی (پلی استر، ویسکوز، مودال و ...)
- نمرات ۲۰Ne الی ۴۵Ne برای Weaving و Knithing
- نخهای ۱۰۰٪ الیاف مصنوعی (پلی استر، ویسکوز، مودال و ...) نمرات ۲۰Ne الی ۴۰Ne
- برای Weaving و Knithing
- نخهای پنبه‌ای شانته شده لایکرا، اسلب و مولتی کانت نمرات ۲۰Ne الی ۴۰Ne

تولید نخ چله با بالاترین کیفیت جهت دستگاه‌های مدرن فرش ماشینی

HONGYUAN

هو یان

سازنده ماشین آلات تکسچرایزینگ گودت HY- 6T



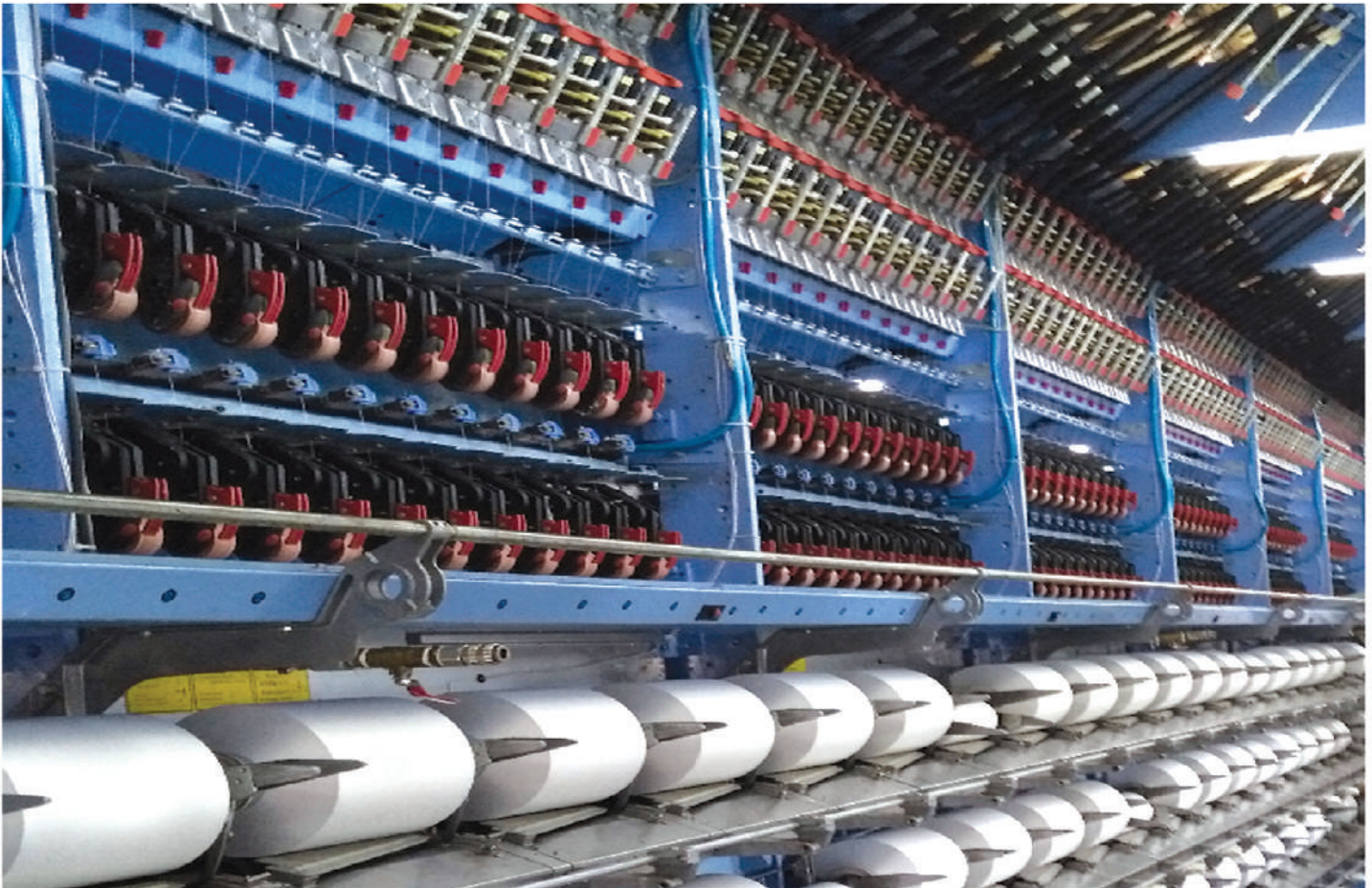
شرکت هو یان با بیش از ربع قرن تجربه در ساخت ماشین آلات تکسچرایزینگ

- | | |
|--|--------------------------|
| گودت سرد - بهترین گزینه برای تکسچره میکرو و ظریف | مدل HY- 6T - |
| دابل فریکشن گودتی - نسخه ای برای تمام تولیدات | مدل HY-6T Multispindle - |
| فریکشن دابل - تولید انبوه و با کیفیت نخهای فیلامنت بالا و بسیار ضخیم | مدل HY-7HLV - |
| یک فرمول اقتصادی برای تمام گزینه ها | مدل HY-7M/V - |
| اتوماتیک داف | مدل HY-9 - |
| ۴۸۰ دوک از نمبر ۵۰ تا ۱۵۰۰ دنیر - صرف جویی در سالن تولید و اپراتور | مدل HY-10 - |

HONGYUAN

هویمان

سازنده ماشین آلات تکسچرایزینگ دابل HY-7HLV



شرکت هویمان با بیش از ربع قرن تجربه در ساخت ماشین آلات تکسچرایزینگ

- | | |
|--|------------------------|
| گودت سرد - بهترین گزینه برای تکسچره میکرو و ظریف | مدل HY-6T |
| دابل فریکشن گودتی - نسخه ای برای تمام تولیدات | مدل HY-6T Multispindle |
| فریکشن دابل - تولید انبوه و با کیفیت نخهای فیلامنت بالا و بسیار ضخیم | مدل HY-7HLV |
| یک فرمول اقتصادی برای تمام گزینه ها | مدل HY-7M/V |
| اتوماتیک داف | مدل HY-9 |
| ۴۸۰ دوک از نمرة ۵۰ تا ۱۵۰۰ دنیر - صرف جویی در سالن تولید و اپراتور | مدل HY-10 |

تلفن: ۸ - ۸۸۵۱۵۳۱۷ فکس: ۸۸۷۶۱۶۵۲
موبایل: ۰۹۱۲۱۱۵۹۵۳۶
mananikpart@ymail.com
fghazi@mananik.com

شرکت مانانیک

نماینده انحصاری Hongyuan در ایران
نشانی: تهران - خیابان آپادانا - خیابان نوبخت
کوچه یکم - پلاک ۱۰ - واحد ۱

ARAD MACHINE

آراد ماشین با بیش از ۳۰ سال سابقه

در واردات ، فروش ماشین نساجی دست دوم

(گردبافی، رنگرزی، تکمیل)

فروش انواع

* ماشین های گرد بافت اروپایی

مونارچ، فوکوهارا، مایر، ترووت، پیلوتلی، اوریزیو، ویگنونی، بگ، ونگارد

* ماشین های گردبافت برای بافت های

ساده، طرح دار برگردان، دورس، حوله ای، الکترونیک فول ژاکارد،

الکترونیک حوله ای فول ژاکارد بدون پشت ریزی، پولش،

پایل تیغ دار، مخمل ساده، مخمل الکترونیک مخمل الکترونیک برجسته

* ماشین های گردبافت پارچه های

روتشکی، رو مبلی، پشت مبلی، رو کفشی، آستری، لمینت

* ماشین های رنگرزی دست دوم تحت فشار، اورفلو، استنتر،

کامپکت، کانتینیو، ترموفیکس، خشک کن، آبگیر بالنی،

ونکوو، خار، تیغ، آنگلادا، کنترل طاقه، رول کن

برای کسب اطلاعات بیشتر و مشاوره

از طریق واتساپ تماس بگیرید.



+98912-1987350

+9890542-2987350

داوود میرزایی

ARAD MACHIN.D IMPORT TO IRAN

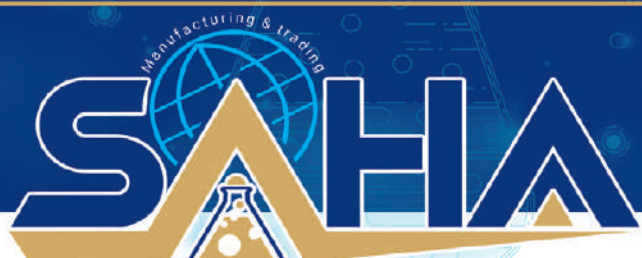
SALE

SECOND HAND
CIRCULAR
KNITTING
MACHINES
(EUROPEAN)



TEKSTILKENT TICARET MERKEZI
B13 BLOK NO:99
(10-Y/316) ORUCREIS MAH.
TEKSTILKENT CADESENLER
ISTANBUL/TURKIYE
DAVOUD MIRZAEI

تمامی محصولات با بهترین کیفیت و قیمت عرضه میگردد



CHEMICALS Manufacturing & trading
تولیدی - بازرگانی سها

برترین تولید کننده و وارد کننده مواد اولیه مورد نیاز در صنایع مختلف همچون تصفیه آب و فاضلاب، حفاری، نساجی و تکمیل و رنگ رزی پارچه، رنگ و رزین، چسب، کاغذسازی، بتن سازی مواد شوینده و...

لیست محصولات

SH10 نرمکن کاتیونیک خمیری ۲۰٪	SA380 ضد کف پودری
M3010 نرمکن سیلیکونی میکرو	SA220 ضد کف مخصوص حفاری
..... نرمکن سیلیکونی میکرو کنس	SA280 ضد کف مخصوص کاغذسازی
..... نرمکن کاتیونیک پرک	SA300 ضد کف مخصوص نساجی
..... نونیل فنل اتوکسیلات (مول ۱۰)	S30 ضد کف سیلیکونی
TS330 تگزاین	S60 ضد کف سیلیکونی
F20 دترجنت آنیونیک	S80 ضد کف سیلیکونی
F50 دترجنت آنیونیک نانیونیک	KN10 ضد کف کنس
F10 فوم حفاری	S100 ضد کف مخصوص آکرلیک
	S200 ضد کف غیر سیلیکونی

S.F1500 پلی الکترولیت آنیونیک	S.F25 پلی الکترولیت آنیونیک
A350 پلی الکترولیت آنیونیک	S.F40 پلی الکترولیت آنیونیک
K.F80 پلی الکترولیت کاتیونیک	S.F60 پلی الکترولیت آنیونیک
K.F750 پلی الکترولیت کاتیونیک	S.F500 پلی الکترولیت آنیونیک
K.F140 پلی الکترولیت کاتیونیک	S.F1000 پلی الکترولیت آنیونیک

اطمینان شما، موفقیت ماست

ارسال رایگان نمونه به تمام نقاط کشور

مدیریت ۳۶ ۹۸ ۸۷۱ - ۰۹۱۲ امیر بهاری تلفن: ۰۲۱ ۸۸ ۴۴ ۲۴ ۹۳ - ۰۲۱ ۸۸ ۴۴ ۲۴ ۹۲

کارشناس فروش نساجی ۰۳۱۸۷-۲۰-۰۹۱۹ خانم حسین زاده

www.sahachemistry.ir saha.chemistry@gmail.com @sahachemistry

پایان ماه عسل صنعت پوشاک؟

با افزایش قابل توجه هزینه‌های تولید در سال‌های اخیر و تثبیت نسبی نرخ ارز، مزیت قیمتی تولید داخلی در حال از بین رفتن و زنگ خطر برای تولیدکنندگان داخلی به صدا درآمده است



صنایع تولیدی در چند سال اخیر دچار تحولات قابل توجهی شده‌اند که کمتر مورد توجه قرار گرفته است. ظواهر امر نشان می‌دهد علی‌رغم اینکه جهش نرخ ارز و محدودیت واردات موجب افزایش هزینه تولید و اختلال در تامین نهاده‌ها شده، ولی از طرف دیگر افزایش قیمت محصولات خارجی و محدودیت واردات زمینه را برای توسعه بخش قابل توجهی از صنایع داخلی فراهم کرد.

در عمده صنایع تولیدی، به‌ویژه صنعت پوشاک این توسعه کمی و کیفی به وضوح قابل مشاهده است. جالب اینکه ظهور و توسعه برندهای پوشاک ایرانی در سال‌های اخیر به‌رغم کاهش قدرت خرید مردم و همچنین مشکلاتی که همه‌گیری کرونا ایجاد کرد اتفاق افتاد. به عبارت دیگر، شکاف بهره‌وری صنعت پوشاک داخلی با پوشاک خارجی از طریق جهش نرخ ارز و محدودیت واردات جبران شد و به تولیدکننده داخلی فرصت و امکان رقابت با محصولات خارجی را به طور موقت داد. اما با افزایش قابل توجه هزینه‌های تولید در سال‌های اخیر و تثبیت نسبی نرخ ارز، مزیت قیمتی تولید داخلی در حال از بین رفتن بوده و زنگ خطر برای تولیدکنندگان داخلی به صدا درآمده است.

به عبارت دیگر، چند سال اخیر فرصتی بود تا با سیاست درست شکاف بهره‌وری صنعت پوشاک داخل با رقبای منطقه‌ای جبران شود؛ ولی متأسفانه صنعت پوشاک از این فرصت برای سرمایه‌گذاری در افزایش بهره‌وری استفاده نکرده و حالا که تورم تولیدکننده در حال رسیدن به جهش نرخ ارز است، تسخیر بازار پوشاک توسط

محصولات خارجی بسیار محتمل است. به نظر می‌رسد اگر تا یک سال آینده، تورم تولیدکننده در همین حد بالا بوده و نرخ ارز هم به‌طور نسبی ثابت بماند، تولید داخل به کلی مزیت خود را در برابر محصولات خارجی از دست خواهد داد. این زنگ خطری برای سیاست‌گذاران اقتصادی و صنعتی و همچنین تولیدکنندگان داخلی است که تا دیر نشده برای متغیرهای کلان اقتصادی و شکاف بهره‌وری تولید داخل کنند. برای پیگیری این دغدغه با چند تن از فعالان برجسته صنعت پوشاک داخل گفتگو کردیم و از آنها خواستیم تا دغدغه‌های خود را درباره وضعیت صنعت پوشاک بیان کنند. متن پیش رو، چکیده‌ای از مهم‌ترین نظرات فعالان صنعت پوشاک است.

*** شاهرخ جعفری، مدیر عامل برند پوشاک سله‌بن:** حال صنعت پوشاک به‌طور کلی اصلاً خوب نیست. صنعت

پوشاک در هفته‌های اخیر به تبع افزایش نرخ ارز تا ۳۳ هزار تومان شاهد افزایش قیمت نهاده‌های پوشاک به‌ویژه پنبه و بعضی از نخ‌های پلی‌استر و بعضی پارچه‌های وارداتی بود. برندها برای جلب نظر مشتری نیازمند موارد اولیه خوب هستند که تولید داخلی آنها محدود است. همچنین موانعی بر سر واردات نخ و پارچه وجود دارد که مدیریت تامین نهاده را مشکل کرده است. در همین راستا افزایش هزینه‌ها مثل نیروی کار، اجاره مغازه‌ها و بحث مالیات از یک طرف و کاهش قدرت خرید مردم از طرف دیگر موجب فشار بر تولیدکننده شده است. سال قبل این کاهش قدرت خرید موجب کاهش فروش محصولات زمستانی شد که گران‌تر هستند تا جایی که بسیاری از بنگاه‌های تولیدی ناچار به کاهش ظرفیت تولید خود شدند. امسال هم احتمالاً استقبال چندانی از محصولات زمستانی نشود

و شاید حدود ۲۰ درصد مردم قدرت خرید این محصولات را داشته باشند که همین ۲۰ درصد هم در رقابت با کالای خارجی تعریف می‌شود. همچنین به‌خاطر تورم بالای ترکیه، وضعیت روسیه و جنگ اوکراین، کالاهای خارجی و استوکی از جمله نخ، پارچه و پوشاک در بازار ایران بسیار زیاد شده است. صفحات اینستاگرامی بسیار زیادی هم شروع به فروش این کالاها از طریق اینستاگرام کردند که به راحتی خریدار می‌تواند به قیمت مناسب از سایت‌های فروش آنلاین ترک خرید کند و کمتر از یک هفته کالای خود را در ایران تحویل بگیرد.

خبر خوب ولی این است که در این پنج شش سال اخیر برندهای پوشاک زیادی ظهور کردند که پیش از آن بی‌سابقه بود. هرچند من معتقد هستم که این اتفاق نه به‌خاطر جهش نرخ ارز و نه محدودیت واردات، بلکه به‌خاطر ورود اولین تولیدی‌های پوشاک به بحث فروشگاه‌داری و برندینگ و دنباله‌روی بقیه از اولین‌ها بود. در حقیقت کاری که اینها کردند عرضه مستقیم بود یعنی تهیه نخ و پارچه و تولید محصول و فروش مستقیم آن در فروشگاه‌های تولیدکننده. این رویکرد یعنی حذف واسطه‌ها و ورود به بخش زیادی از زنجیره ارزش اگرچه گرفتاری‌های زیادی دارد و پیچیدگی کار را بسیار بالا می‌برد؛ ولی ظاهراً تنها را زنده ماندن در این کسب‌وکار است. در نهایت باید بگویم که با توجه به افزایش هزینه‌های تولید، کاهش قدرت خرید مردم و افزایش واردات پوشاک قاچاق، سال سختی پیش روی فعالان صنعت پوشاک است.

*** مجید افتخاری، مدیرعامل برند پوشاک عصر جدید و عضو هیئت مدیره اتحادیه تولیدکنندگان پوشاک:** تولیدکنندگان پوشاک از جهات مختلفی تحت فشار هستند. از یک طرف افزایش هزینه‌های

تولید و از طرف دیگر کاهش قدرت خرید مردم، به‌ویژه حذف ارز ۴۲۰۰ باعث کاهش خرید پوشاک توسط مردم شده است. همچنین برندهای نوظهوری که در سال‌های اخیر پا گرفته بودند و شعب متعددی را در کشور تاسیس کردند با افزایش اجاره مغازه، دچار مشکلاتی شدند. مجموعه این عوامل باعث شده است تولیدکنندگان و عرضه‌کنندگان پوشاک تحت فشار باشند.

از طرف دیگر، گشت‌های بازرسی و نظارتی هم افزایش پیدا کرده و مشکلاتی را برای فروشندگان پوشاک به‌وجود آورده است. نکته اینجاست که عمده پوشاک امکان استفاده در فضای خصوصی و عمومی را دارد. متأسفانه قضاوت نهادهای نظارتی عمدتاً بر اساس کد لباس عرصه عمومی انجام می‌شود که اشتباه است. چراکه فلان لباس به ظاهر نامناسب برای فضای عمومی می‌تواند برای استفاده در خانه یا جمع‌های خصوصی مورد استفاده قرار گیرد. تجربه هم در این چند دهه نشان داده که بازرسی به این شکل نه تنها مشکلی را حل نکرده، بلکه موجب افزایش دردسر و هزینه فعالان اقتصادی شده است. آن هم در این شرایط اقتصادی که فعالان بخش خصوصی به‌شدت تحت فشار هستند. نکته اینجاست که این افزایش هزینه‌ها در نهایت خود را به شکل تعدیل نیروی و افزایش بیکاری یا افزایش قیمت کالا نشان می‌دهد.

نکته بعدی، مسئله قاچاق است. از طرق مختلف و کشورهای متفاوت قاچاق پوشاک به‌صورت گسترده انجام می‌شود. پوشاک بنگلادشی، ترکی و چینی به وفور در کشور وجود دارد. یکی از راه‌های نسبتاً جدیدی که مورد توجه واردکنندگان قرار گرفته، واردات پوشاک به‌صورت چمدانی از کشور ترکیه است؛ به‌طوری‌که از طریق صفحات اینستاگرامی خرید پوشاک ترکیه‌ای انجام شده و کمتر از یک هفته محصول را دریافت

می‌کنید. برای این منظور به‌طور روزانه ۶۰ تا ۷۰ پرواز بین استانبول و تهران انجام می‌شود که گمان می‌رود بخش زیادی از مسافران بخشی از کسب‌وکار واردات پوشاک باشند. در کنار این رویه، واردات پارچه و پوشاک استوک و دسته‌دوم به‌صورت کیسه‌ای نیز در حجم قابل توجه انجام می‌شود.

ضروری است که وزارت صنعت برنامه خود برای ارتقای رقابت‌پذیری صنعت پوشاک را در دستور کار قرار دهد. در غیر این صورت با افزایش حقوق و دستمزد، افزایش قیمت نهاده‌ها، اجاره‌بها و... در فقدان یک برنامه برای افزایش بهره‌وری تولیدی‌های پوشاک، این صنعت رقابت‌پذیری خود را به‌طور کامل از دست داده و بسیاری از تولیدکنندگان پوشاک در خطر تعطیلی قرار خواهند گرفت. خلاصه اینکه صنعت پوشاک ایران در مرز نابودی قرار دارد و در صورت عدم مداخله توسعه‌ای دولت، اصلاً بعید نیست که به یک واردکننده تبدیل شویم.

*** رامین جوانرود، مدیرعامل برند بادی اسپینر و نایب‌رئیس و سخنگوی انجمن صنایع پوشاک:** ابتدا اجازه بدهید کمی به عقب برگردیم. واقعیت این است که ۱۰ سال قبل جایی برای مانور تولیدات داخل از جمله پوشاک داخلی وجود نداشت. رقابتی منطقه‌ای، از پوشاک ترک و پاکستانی گرفته تا پوشاک چینی و ویتنامی در حال بلعیدن بازار داخل بودند؛ به‌طوری‌که صاحبان مجتمع‌های تجاری تمایلی به اجاره مغازه به برندهای پوشاک داخلی نداشتند. پس از تحولات نرخ ارز و محدودیت واردات در چند سال اخیر، زمینه برای رشد و توسعه بسیاری از صنایع داخلی از جمله صنعت پوشاک فراهم شد؛ به‌طوری‌که مجموعه ما امروزه شعب فیزیکی خود را به پنجاه شعبه رسانده است. این اتفاق برای بسیاری از برندهای پوشاک دیگر و همچنین سایر تولیدات داخلی نیز رخ





داده است.

واقعیت این است که این سال‌ها فرصت خوبی بود که با حمایت دولت، فاصله فناوری و بهره‌وری کارخانه‌های تولیدی جبران شود تا پوشاک ایرانی با کیفیت و قیمت مناسب تولید شود؛ ولی متأسفانه این اتفاق رخ نداد و حالا با تورم موجود در کشور، تولیدات داخلی در حال از دست دادن مزیت قیمتی خود هستند؛ به طوری که پوشاک خارجی دوباره راه خود را به کشور باز کرده و کالای قاچاق و واردات به طرق مختلف دوباره به یک معضل تبدیل شده است. درحالی‌که اگر در این مدت برنامه‌ای برای ارتقای شیوه تولید و بهره‌وری واحدهای تولیدی پوشاک داشتیم، حالا ورود کالاهای خارجی کشور موجب نگرانی ما نبود.

با این حال معتقدم با همین قیمت دلار، اگر شرایط برای تامین نهاده‌ها با قیمت و کیفیت مناسب فراهم شود، باز هم امکان رقابت با پوشاک خارجی وجود دارد. هرچند ورود کالاهای استوک و نامرغوب تا حد زیادی نگران‌کننده است؛ چراکه این محصولات با قیمت‌های بسیار پایین و بدون ضابطه وارد می‌شوند و هم برای مصرف‌کنندگان و هم برای تولیدکنندگان داخلی زیان‌بار هستند. نکته مهم اینجاست که دفتر نساجی و پوشاک وزارت صنعت باید سیاست تجاری صنعت پوشاک را حداقل برای پنج سال آینده مشخص کند. تغییر مداوم دستورالعمل‌های واردات و صادرات موجب نااطمینانی در این صنعت شده و امکان برنامه‌ریزی بلندمدت را از تولیدکنندگان گرفته است. البته در اینجا موضوع دیگری هم اهمیت دارد و آن تعارض ذاتی بخش نساجی و پوشاک است. بخش پوشاک خواهان دسترسی به نهاده‌ها با قیمت و کیفیت مناسب است و از این رو طرفدار تعرفه پایین و تسهیل واردات پارچه است. در مقابل صنعت نساجی خواهان اعمال محدودیت و افزایش تعرفه واردات پارچه است. این مسئله

مزیت بزرگ باشد. از این رو توجه به توسعه تمام حلقه‌ها اهمیت داشته و وزارت صنعت برای ایجاد این هماهنگی و همکاری می‌تواند از ابزارهای سیاستی در دسترس خود استفاده کند.

کارخانه نساجی و پوشاک آرتا در اردبیل، یکی از بزرگ‌ترین کارخانه‌های نساجی و پوشاک کشور و به گفته بعضی‌ها خاورمیانه است. درحالی‌که در حال حاضر این مجموعه با مشکلات عدیده‌ای مواجه است. یکی از کارهایی که می‌توان کرد این است که چند برند پوشاک ایرانی که شعب متفاوت و قدرت فروش بالایی دارند، مالکیت یا مدیریت این مجموعه را برعهده گرفته تا پوشاک خود را در این مجموعه تولید کنند. از این طریق، هم مشکل مقیاس تولید برندها حل می‌شود و هم امکان تولید صنعتی با استانداردهای کیفی بالا فراهم می‌شود. در واقع اگر این مجموعه با ظرفیت کامل کار کند، می‌تواند بخش زیادی از نیاز بازار پوشاک داخل را تامین کند.

*** مهدی رهبری، فعال صنعت پوشاک:** یکی از مهم‌ترین عوامل موثر بر صنعت پوشاک، بحث تحریم‌هاست؛ به طوری که پیش از تحریم‌ها، در انتهای دهه

دوباره حلقه‌های قبلی زنجیره نیز صادق است. یعنی بخش نساجی هم با تولیدکننده پنبه تعارضی دارد.

دفتر نساجی و پوشاک وزارت صنعت به‌عنوان متولی بالادست این صنعت که باید نفع جمعی صنعت و اقتصاد را در نظر بگیرد و در این زمینه نقش فعال ایفا کرده و با در نظر گرفتن منافع تمام حلقه‌های زنجیره نساجی و پوشاک، سیاست تجاری مناسبی را در دستور کار قرار دهد. به عبارت دیگر نوعی بازی برد-برد باید بین حلقه‌های مختلف این صنعت تعریف شود تا حلقه‌های مختلف یکدیگر را نه به‌عنوان رقیب، بلکه به‌عنوان همکار در نظر بگیرند. برای این منظور، کارشناسان اقتصادی توصیه می‌کنند که تا جای ممکن محدودیت تعرفه‌ای برای نهاده‌های تولید اعمال نشود و از حلقه‌های بالادست حمایت‌های غیرتعرفه‌ای صورت گیرد؛ به طوری که هم تولیدکنندگان پوشاک به نهاده‌های با کیفیت و قیمت مناسب دسترسی داشته باشند و هم حلقه‌های بالادست امکان ادامه فعالیت داشته باشند. واقعیت این است که همان‌گونه که وجود یک بخش پوشاک قوی برای فعالان حوزه نساجی اهمیت دارد، در دسترس بودن پارچه داخلی هم برای تولیدکنندگان پوشاک می‌تواند یک

هفتاد و ابتدای دهه هشتاد، بنگاه‌های تولید پوشاکی در ایران داشتیم که به برندهای معروف دنیا جنس می‌فروختند. ولی مسئله تحریم و عدم امکان استفاده از نظام بانکی برای تبادلات مالی، ادامه همکاری با خریداران بین‌المللی را ناممکن کرد. مسئله اینجاست که تا وقتی شما صادرات نداشته باشید و در فضای بین‌الملل وارد رقابت نشوید، نمی‌توانید ادعای تولید با بهره‌وری، کیفیت و قیمت مناسب کنید. در واقع بسیاری از فوت و فن تولید و همچنین صرفه‌های مقیاس ناشی از ورود به بازار بین‌المللی است. در صورتی که تحریم‌ها ورود رسمی به بازارهای بین‌المللی و همکاری با برندهای جهانی را تقریباً غیرممکن کرده است. پس یک عامل مهم که پویایی صنعت پوشاک را مختل کرده، مسئله تحریم است. نکته بعدی مربوط به اهمیت در دسترس بودن مواد اولیه و خرج کار تولید پوشاک با قیمت و کیفیت مناسب است. از پارچه و زیپ و دکمه گرفته تا نخ دوخت و خرجی کار و چرخ و سوزن، تنوع بسیار بالایی دارد که امکان ایجاد تمام این زیرساخت‌ها در کوتاه‌مدت ممکن نیست. از این رو برای حفظ پویایی و تولید رقابتی در صنعت پوشاک واجب است که تا جای ممکن دسترسی تولیدکننده پوشاک به نهاده‌های مورد نیاز تسهیل شود و هیچ‌گونه محدودیت تعرفه‌ای یا وارداتی اعمال نشود. از طرف دیگر توسعه بخش نساجی و تولیدکنندگان سایر نهاده‌های پوشاک نیز برای توسعه بخش پوشاک حیاتی است. ولی توسعه سایر حلقه‌های زنجیره تولید پوشاک نباید به قیمت اختلال در زنجیره تامین صنعت پوشاک و کاهش رقابت‌پذیری این بخش تمام شود. به عبارت دیگر، حمایت از سایر حلقه‌های پوشاک باید در دستور کار دولت باشد؛ ولی نه به صورت حمایت تعرفه‌ای و محدودیت واردات. دولت می‌تواند از سایر ابزارهای خود برای حمایت از حلقه‌های دیگر این صنعت حمایت کند.

در مجموع باید گفت که تضمین و تسهیل دسترسی تولیدکنندگان پوشاک به مواد اولیه و خرج کار مورد نیاز خود برای یک بازه حداقل پنج‌ساله (همزمان با سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های تولید مواد اولیه مورد نیاز) می‌تواند زمینه را برای توسعه بخش پوشاک و در ادامه توسعه سایر حلقه‌های زنجیره ارزش این صنعت فراهم کند. نکته اینجاست که قابلیت‌ها تولیدی و تجربه لازم برای توسعه و شکوفایی این صنعت بسیار اشتغال‌زا در کشور فراهم است و لازمه این اتفاق، شنیده شدن صدای تولیدکنندگان و سیاست‌گذاری دولت با توجه به خواسته‌ها و دغدغه‌های فعالان این صنعت است.

*** اکبر رضائیان، پیشکسوت صنعت پوشاک:** صنعت پوشاک همواره مورد توجه صنعتگران قدیمی ما بوده است. از اواخر دهه چهل، بسیاری از مجموعه‌های صنعتی بزرگ کارخانه‌های تولید پوشاک پیشرفته‌ای در ایران تاسیس کردند که در منطقه نظیر نداشت. در آن زمان ترکیه هنوز در بخش پوشاک حرفی برای گفتن نداشت و این کارخانه‌های تولیدی پیشرفته می‌توانست موتور صنعت پوشاک کشور را روشن کند؛ ولی تولید این کارخانه‌ها تحت تاثیر مشکلات اقتصادی دهه پنجاه، تحولات انقلاب و پس از آن جنگ قرار گرفت تا دهه هفتاد که ثبات نسبی در اقتصاد به وجود آمد. در آن زمان هم مشکلات پیمان‌سپاری ارزی و همچنین اجبار صادرکنندگان به فروش ارز صادراتی زیر قیمت بازار موجب ضرر و زیان بسیاری از تولیدکنندگان شد. در صورتی که مجموعه بنده در همان دوره پیراهن به کشورهای اروپایی از جمله آلمان صادرات می‌کرد. ولی مشکلات ارزی و مقررات نامناسب جلوی پیشرفت کار را گرفت. مسئله اینجاست که تا وقتی تولیدکننده پوشاک داخلی در بازارهای جهانی حضور نداشته باشد، امکان حرکت با مد روز و تامین

رضایت مصرف‌کننده را ندارد. به عبارت دیگر آگاهی‌های مرتبط با مدهای پارچه و لباس تا حد بسیار زیادی با حضور در بازارهای جهانی ممکن می‌شود. هرچند مداخلات دولتی درخصوص طراحی و تولید پوشاک، به‌ویژه پوشاک زنانه همواره یکی از مشکلات صنعت پوشاک بوده است. هرچند در گذشته این سخت‌گیری‌ها بیشتر بوده ولی همچنان این مداخلات وجود دارد. نکته اینجاست که بسیاری از لباس‌های مردانه و زنانه برای استفاده در خانه و محیط‌های خصوصی تولید می‌شود؛ ولی عمده این مداخلات سلیقه‌ای بر اساس عرف پوشش در فضای عمومی قضاوت می‌شود. این هم مشکل مهمی است که باید به آن توجه کرد.

در نهایت باید در نظر داشت که لکوموتیو زنجیره ارزش صنعت نساجی و پوشاک، بخش تولید و فروش پوشاک است. هرچند در سیاست‌گذاری‌های گذشته، توجه‌ها بیشتر به سمت بخش نساجی بود. در حالی که این بخش نیازمند سرمایه‌گذاری بالا و تکنسین‌های حرفه‌ای دارد و همچنین اشتغال‌زایی چندانی در پی ندارد. در عوض صنعت پوشاک از نظر فناوری نسبتاً ساده بوده، نیاز به سرمایه‌گذاری کمتری دارد و همچنین اشتغال‌زایی بسیار بالایی دارد. البته به این مهم باید اشاره کرد که وجود یک بخش نساجی پویا و توسعه‌یافته برای تولیدکنندگان پوشاک یک مزیت است؛ با این حال توجه به بخش نساجی نباید منجر به غفلت از بخش پوشاک شود.

البته در سال‌های اخیر شاهد توسعه کمی و کیفی خوبی در بخش پوشاک به‌ویژه در بخش خرده‌فروشی بودیم؛ ولی این پیشرفت با توسعه بخش تولید پوشاک و همچنین ورود به بازارهای صادراتی باید پیوند بخورد که نیازمند همت تولیدکنندگان با همراهی و حمایت دولت است.

منبع: دنیای اقتصاد



رویکردهای نوین در بازار پوشاک مردانه

بخش پوشاک مردانه وارد فضایی شده است که در آن، جنبه‌های سنتی و صرفاً مردانه کمتری دیده می‌شود و در واقع، مرز بین لباس مردانه و لباس زنانه در حال محو شدن است



محصولات بر اساس زیبایی‌شناسی کلی آنها عرضه می‌شوند و هیچ بخش ویژه‌ای برای زنان یا مردان یا اتاق‌های پرو مبتنی بر جنسیت در آنها وجود ندارد.

موقعیت سیال

با این حال، عموم مصرف‌کنندگان در حال حاضر، هنوز یک مدل ذهنی دارند که هنگام خرید لباس از آن استفاده می‌کنند. هنگام جستجو در مجموعه گسترده‌ای از بیش از ۱۰۰۰ برند، یک سهولت و سادگی در سازماندهی لباس‌ها از طریق دپارتمان‌های پوشاک مردانه و زنانه وجود دارد چراکه این روش با چگونگی نگرش کلی مردم به لباس و نحوه جستجوی آنها در فروشگاه‌های آنلاین و فیزیکی، همخوانی دارد. خرده‌فروشان با محدودیت‌های لجستیکی خاص خود مواجه هستند که باید با آن مواجه شوند. اکثر آنها به دو تیم فروش مردانه و زنانه تقسیم می‌شوند که هر کدام بودجه جداگانه دارند و مسئولیت فروش در حوزه خود را عهده‌دار هستند. در عین حال، آگاهی جمعی درباره هویت جنسیتی رو به افزایش است که همچنان این نحوه تفکر و تقسیم‌بندی را پشتیبانی خواهد کرد. مصرف‌کنندگان صرف‌نظر از هویت جنسیتی آنها، سزاوار یافتن محصولی هستند که مناسب آنها باشد و برای بدن آنها ساخته شده باشد. شاید در حال حاضر پیشرفتی که بیشتر جلب نظر می‌کند گسترش گروه‌های کالایی در بین برندها و توسعه سایزبندی مردانه و زنانه باشد، اما مرز بعدی نیز به زودی در راه است.

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، پوشاک مردانه یک تجارت پررونق است و در برخی زمینه‌ها، حتی سریع‌تر از پوشاک زنانه در حال رشد است. توسعه برندها به سمت پوشاک مردانه، به سادگی به آنها امکان می‌دهد که از مزیت‌های هر دو گروه کالایی (زنانه و مردانه) بهره‌مند شوند. در حال حاضر، رشد تصاعدی در بازار لباس آماده با طراحی مردانه به چشم می‌خورد که همین موضوع، فرصتی را برای برندهای لباس زنانه جهت حرکت به سمت این گروه کالایی و گسترش دامنه فعالیت برنیشان فراهم می‌کند.

اکثر برندها به جای مجموعه‌های تک‌جنسیتی لباس (Unisex)، با تمرکز بر پیشنهادات فردی برای عموم زنان و مردان گسترش یافته‌اند. گسترش گروه کالایی محصولات همچنین به برندها امکان می‌دهد که خودشان را در جایگاه برندهای سبک زندگی قرار دهند و رشد کسب‌وکار خود را حتی در دوران رکود عمده‌فروشی پوشاک، تقویت کنند.

مرزهای محوشده

بخش پوشاک مردانه وارد فضایی شده است که در آن، جنبه‌های سنتی و صرفاً مردانه کمتری دیده می‌شود. در واقع، مرز بین لباس مردانه و لباس زنانه در حال محو شدن است. مشتریان به طور فزاینده‌ای در حال خرید از گروه کالایی متقابل خود هستند و مد بدون جنسیت افزایش یافته است. همانطور که عادت‌های خرید برای انعکاس اولویت‌های مشتریان، به تکامل خود ادامه می‌دهد، صنعت مد و پوشاک نیز نسبت به این روند تکاملی واکنش نشان خواهد داد.

ظرافت‌های خاصی در درجه‌بندی الگو و برش در بخش‌های مردانه و زنانه وجود دارد که برای ایجاد فرم‌های سنتی زنانه و مردانه به صورت کامل، باید رعایت شوند و تقسیم‌بندی محصول به لباس مردانه و زنانه به برندها این امکان را می‌دهد تا بدون نیاز به بزرگتر در نظر گرفتن همه ابعاد یا استانداردها، بر این مانع غلبه کنند و یک تناسب استاندارد را برای مشتریان خود در نظر بگیرند. یک جفت شلوار جین مشابه را می‌توان همه به عنوان لباس مردانه و هم به عنوان لباس زنانه با تناسب‌ها و قالب‌های مختلفی ارائه کرد، سپس مشتری می‌تواند تصمیم بگیرد که چه چیزی به بهترین وجه برای او مناسب است. در برخی از فروشگاه‌های خرده‌فروشی،

آیا تنوع کانال‌های فروش برای برندهای مد امتیاز است؟

برندها و خرده‌فروشان به سرعت در حال پیشروی هستند تا تجربیات خرید یکپارچه‌تری را در قالب استراتژی omnichannel ارائه دهند

سبک زندگی همیشه مشتاق اتخاذ رویکرد همه‌جانبه برای فروش بوده است چراکه این بخش همواره می‌خواهد کالکشن‌های فصلی را در کل کانال‌های فروش و در مدت زمان کمی بارگذاری کند. در این بخش، خرده‌فروشان به طور موثری شکاف بین روش‌های آفلاین و آنلاین فروش را از طریق اتخاذ استراتژی خرده‌فروشی omnichannel برای جلب عموم مشتریان، پر کرده‌اند.



فروش سریع جدیدترین کالکشن‌ها

استراتژی فروش همه‌جانبه، دید وسیعی را به برندهای مد در کانال‌های مختلف فروش آنلاین و آفلاین ارائه می‌دهد. این رویکرد برای برندهای مد بسیار سودمند است چراکه محصولات قدیمی و کالکشن‌های فصلی معمولاً منسوخ می‌شوند. در اینجا، خرده‌فروشی omnichannel با آشکار کردن درخواست‌ترین محصولات برای برندها، گشایش بزرگی ایجاد می‌کند. این آشکار شدن به برندها و خرده‌فروشان کمک می‌کند که تمام کالکشن‌های باقی‌مانده خود را از انبارها تخلیه کنند و در نتیجه، حداکثر درآمد را با سهولت و راحتی بیشتر برای خود ایجاد نمایند.

خرده‌فروشان پوشاک با اتخاذ این رویکرد، همچنین جنبه‌های حیاتی مقوله مد را که همانا سرعت اتصال بخش عرضه به تقاضاست، در نظر گرفته‌اند. مشتریان از برندها انتظار دارند که محصولات را در سریع‌ترین زمان ممکن تحویل دهند که برای تحقق این موضوع،

معتقدند که داشتن فروشگاه‌های فیزیکی همچنان ضروری است. رویکرد آنها این است که بخش عمده‌ای از بهترین مشتریان آنها در هنگام خرید، ترکیبی از کانال‌های آفلاین (حضوری) و آنلاین را استفاده می‌کنند. در دوران پساپاندمی، این موضوع یک واقعیت آشکار است چراکه میزان پاخور فروشگاه‌های فیزیکی در دوران پساپاندمی رفته‌رفته در حال بازگشت به گذشته است.

در طول همه‌گیری، خرده‌فروشان حوزه مد و پوشاک، راهکار تجارت الکترونیک را برای بقا در بازار انتخاب کردند. بخش تجارت الکترونیک به لطف تاکید شدید بر رعایت فاصله‌گذاری اجتماعی، اقدامات ایمنی و روش‌های مرجوعی آسان، رونق چشمگیری پیدا کرد. برای خرده‌فروشان و برندهای مد، یک رویکرد فروش omnichannel در قیاس با داشتن کانال‌های فروش محدود، ترجیح داده می‌شود چراکه مزیت‌های آن بسیار زیاد است. بخش

آیا استفاده از استراتژی فروش همه‌جانبه (omnichannel) برای برندهای مد و پوشاک مزیت محسوب می‌شود؟ پاسخ احتمالاً یک بله بزرگ است. در مورد آن دسته از برندهای مد که به صورت استراتژیک در زمینه فروش همه‌جانبه سرمایه‌گذاری کرده‌اند، نرخ ماندگاری مشتری (درصد مشتریانی که به کرات و طی سالیان متمادی از یک برند خرید می‌کنند) ۸۹ درصد است در حالی که این نرخ در مورد برندهایی با کانال‌های فروش محدود ۳۳ درصد محاسبه شده و همین مقایسه، بهترین پاسخ برای این سوال است.

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، برندها و خرده‌فروشان به سرعت در حال پیشروی هستند تا تجربیات خرید یکپارچه‌تری را در قالب استراتژی omnichannel ارائه دهند، اما سرعت حرکت مشتریان در این زمینه بسیار بیشتر است. با این حال، بسیاری از شرکت‌های پوشاک

هستند چراکه آنها معمولاً تخفیفات بزرگ و مزیت ارسال رایگان محصولات را هنگام خرید دریافت می‌کنند. البته، برندهای مد و پوشاک باید به طور مستمر سفرها و تجربیات مشتریان خود را تغییر دهند تا نه تنها ارتباطشان را با مشتریان حفظ کنند، بلکه در دورانی که گرایشات بازار و مصرف‌کنندگان در حال تغییر و تحول است، همچنان جذاب باقی بمانند. تکنولوژی مخصوصاً هوش مصنوعی، راه را به سمت شخصی‌سازی بیشتر محصولات، سهولت دسترسی به اطلاعات محصول، پرو و مرجوع کردن و در نهایت ایجاد حس عالی خریدی ارزشمند در بازاری که بسیار به ارزش و قیمت حساس است، هموار خواهد کرد.

می‌کند، قیمت‌های پایین‌تر نسبت به سایر بخش‌ها و همچنین سهولت بسته‌بندی و ارسال پوشاک می‌باشد. متأسفانه صنایعی مانند الکترونیک و محصولات لوکس (جواهرات و ساعت) نمی‌توانند چنین سهولتی را فراهم کنند. محصولات الکترونیکی بزرگتر را نمی‌توان به سرعت حمل کرد و در نتیجه، آنها نمی‌توانند مانند مد و پوشاک در حوزه آنلاین اثرگذار باشند. از سوی دیگر، قیمت بالا باعث می‌شود مردم هنگام خرید آنلاین اقلام لوکس مانند جواهرات و ساعت محتاط باشند. به طور کلی، خرید آنلاین رضایت آنی را شامل می‌شود. مشتریان همچنین هنگام خرید آنلاین، از عایدی بیشتری برخوردار

اتخاذ استراتژی فروش همه‌جانبه ایده‌آل است. علاوه بر این، در کشوری مانند هند برندهای مد این مزیت را دارند که تقاضاهای فصلی را در مناطقی که تغییرات شدید آب‌وهوایی ندارند، نادیده بگیرند و یا در مناطقی با شرایط حاد آب‌وهوایی، از داشتن فروشگاه فیزیکی صرف نظر نمایند.

پوشاک بیشتر از سایر محصولات آنلاین خریداری می‌شود

بررسی‌ها نشان می‌دهد که مشتریان در مقایسه با سایر محصولات، تمایل بیشتری به خرید آنلاین پوشاک دارند. دو عامل اصلی که مد آنلاین را برای مشتریان بسیار جذاب

احتمال خروج ایندیتکس از بازار روسیه؛ زارا تغییر نام می‌دهد

درصد افزایش داشته است. فروش فروشگاه‌های و آنلاین گروه نیز ۱۱ درصد نسبت به مدت مشابه پارسال بیشتر بوده است. سود ایندیتکس در این مدت ۴۱ درصد و حاشیه سود ناخالص آن نیز ۵۷ درصد افزایش یافته که این آمار، قوی‌ترین عملکرد شش‌ماهه ایندیتکس در هفت سال اخیر بوده است. در حال حاضر، گروه ایندیتکس به طور فزاینده‌ای به دنبال ایجاد تجربه خرید بهینه‌سازی شده برای مشتریان و تمرکز بر پایداری است.

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، احتمال دارد گروه ایندیتکس بازار روسیه را ترک کرده و دارایی‌های خود در این کشور را به شرکای خود در کشورهای دیگر واگذار کند. در همین راستا، تعدادی از برندهای زیرمجموعه این گروه شامل ماسیمو دوتی، اویشو و زاراهوم به طور کلی بازار روسیه را ترک خواهند کرد، در حالی که سایر برندها از جمله زارا با نام‌های جدید و کالکشن‌های جدید بازگشایی خواهند شد که این اتفاق زودتر از بهار ۲۰۲۳ رخ نخواهد داد.



چند روز پس از شروع جنگ روسیه و اوکراین، ایندیتکس تصمیم گرفت ۵۰۲ فروشگاه خود را در روسیه به عنوان دومین بازار این گروه بعد از اسپانیا با بیش از ۹ هزار کارمند، تعطیل کند و در نتیجه، فروش آنلاین در این کشور را به دلیل تهاجم روسیه به اوکراین متوقف نماید. از این ۵۰۲ فروشگاه، ۸۶ مورد متعلق به زارا بوده است. روسیه تا پیش از این تصمیم، حدود ۸ درصد از درآمد عملیاتی خالص گروه ایندیتکس در کل جهان را تشکیل داده است.

گفتنی است در نیمه اول سال ۲۰۲۲، فروش کلی ایندیتکس ۲۴

چرا اقبال به پوشاک ورزشی رو به افزایش است؟

امروزه زنان و مردان عادت کرده‌اند که از پوشاک ورزشی حتی خارج از باشگاه‌های ورزشی و به عنوان یک لباس کازوال و روزمره استفاده کنند

پوشاک ورزشی شده است. این محصولات ورزشی مزیت‌های بسیاری را از جمله ویژگی خشک شدن سریع ارائه می‌دهند. سبک زندگی کم‌تحرک بسیاری از افراد در سنوات گذشته و تاثیرات منفی آن نیز باعث شده مصرف‌کنندگان بیشتر نسبت به سلامت خود آگاه شوند و این امر بازار پوشاک ورزشی را بیش از پیش تقویت خواهد کرد.

امروزه زنان و مردان عادت کرده‌اند که از پوشاک ورزشی حتی خارج از باشگاه‌های ورزشی و به عنوان یک لباس کازوال و روزمره استفاده کنند چراکه این نوع پوشاک احساس تمیزی و راحتی را در فرد پوشنده ایجاد می‌کند. پوشاک ورزشی پنبه‌ای به ویژه در تابستان محبوب هستند چراکه فرد پوشنده را خشک نگه داشته و همچنین از تحریک پوست جلوگیری می‌کنند. لازم به ذکر است که افراد سرشناسی مانند کریستیانو رونالدو و سرنا ویلیامز از جمله ورزشکاران اینفلوئنسر در حوزه فوتبال و تنیس هستند چراکه طرفداران زیادی به خاطر سبک زندگی فعال و سالمشان دارند و به همین دلیل، نقش مهمی در محبوب شدن پوشاک ورزشی داشته‌اند.

از سوی دیگر، یکی از مهم‌ترین محرک‌های رشد بازار پوشاک ورزشی آن است که بسیاری از برندهای ورزشی و سبک زندگی، پوشاک ورزشی را به یک مقوله جدی و مهم در صنعت مد تبدیل کرده‌اند. برندهایی نظیر نایک، ریباک، پوما، لولولمون، فیلا، نیوبالانس و جیمسارک، مثال‌های کاملی هستند که نشان می‌دهد چگونه برندهای مشهور ورزشی،

برندها نسبت داده است. با توجه به افزایش تعداد افرادی که به سمت سبک زندگی فعال روی می‌آورند، این نوع سبک زندگی تاثیر مثبتی بر بازار پوشاک ورزشی می‌گذارد. یکی از عوامل کلیدی که به رشد بازار پوشاک ورزشی کمک می‌کند، مزیت‌های منحصر به فرد ارائه‌شده توسط پوشاک ورزشی جدید است که از آنجمله می‌توان به خشک شدن سریع، مقاومت حرارتی، تنفس‌پذیر بودن، مقاومت شیمیایی و مقاومت استاتیک اشاره کرد. با این حال، افزایش تعداد محصولات تقلبی و غیراصلی، تاثیر منفی بر رشد بازار جهانی پوشاک ورزشی می‌گذارد.

پوشاک ورزشی با فراهم کردن تناسب مطلوب و پشتیبانی مناسب از فرد پوشنده، می‌تواند از رگ به رگ شدن عضلات و سایر آسیب‌های رباطی و عضله‌ای جلوگیری کند. این امر منجر به رشد سریع بازار جهانی

گروه مترجمین مجله: اگرچه پاندمی کووید دوران خوشایندی برای صنعت پوشاک به طور عام نبود، اما پوشاک ورزشی را باید از این قاعده مستثنا کرد. پیش‌بینی شده که ارزش بازار پوشاک ورزشی طی شش سال آینده به ۲۷۶٫۶ میلیارد دلار برسد که این واقعیت، گواهی بر محبوبیت و قدرتمند ماندن بخش پوشاک ورزشی در سنوات آینده است. آژانس تحقیقاتی تکنایو مستقر در انگلستان، گزارشی را با عنوان «بازار پوشاک ورزشی بر حسب کانال توزیع و جغرافیا در دوره ۲۰۲۶-۲۰۲۲» ارائه کرده که در این گزارش پیش‌بینی شده، ضرباهنگ صعودی بازار پوشاک ورزشی با نرخ رشد سالانه ۱۱٫۲۴ درصد در دوره مورد بررسی شتاب پیدا کند. گزارش مذکور، این روند رو به رشد را به استفاده نوآورانه از پارچه و استایل‌ها و همچنین ایجاد خط پوشاک ورزشی از سوی



که داستان برند آنها را به صورت حضوری و در محل فروشگاه، قابل تجسم و باورپذیر می‌کند. علاوه بر این، امکان پرو و تحویل به‌موقع یا عدم امکان آن، عامل دیگری برای تداوم محبوبیت خرید درون‌فروشگاهی است چراکه مردم رفته‌رفته به روال طبیعی زندگی خود در پس‌پاندمی باز می‌گردند. البته باید تاکید کرد که محبوبیت تجارت الکترونیک و خرید آنلاین که در دوران پاندمی به صورت انفجاری افزایش پیدا کرد، به عنوان یکی دیگر از روش‌های محبوب برای خرید باقی خواهد ماند.

مصرف‌کنندگان پاسخگو باشد. برندهای لوکس نیز به پتانسیل پوشاک ورزشی پی برده‌اند و از جمله برندهای گوچی و استلا مک‌کارتنی مشغول ایجاد خطوط ویژه و انحصاری برای پوشاک ورزشی هستند. باید به این نکته نیز اشاره کرد که وقتی صحبت از دسترسی به پوشاک ورزشی می‌شود، هر دو کانال فروش فیزیکی و آنلاین به خوبی کار می‌کنند. فروشگاه‌های خرده‌فروشی محبوبیت بیشتری پیدا می‌کنند چراکه برندهای پوشاک ورزشی تجربیات خرید حضوری بیشتری را معرفی می‌کنند

پوشاک ورزشی را به یک مقوله سرگرم‌کننده و مد روز تبدیل کرده‌اند. این برندها با استفاده از پارچه‌های پایدار، بادوام و باکیفیت عالی، عامل پایداری را در حوزه پوشاک ورزشی به پیش می‌برند و پوشاکی را عرضه می‌کنند که به شکلی نوآورانه، برای پر کردن شکافی که پوشاک ورزشی قبلا قادر به پر کردن آن نبودند، طراحی شده‌اند. یکی دیگر از مولفه‌های برنده برای پوشاک ورزشی آن است که توانسته با ارائه مد بدون جنسیت، روی موج تنوع و فراگیری محصول سوار شود و بتواند برای تمامی انواع بدن

نگاهی به بازار جهانی چاپ تیشرت سفارشی



مطالعه جدید موسسه Future Markets Insights نشان می‌دهد که بازار جهانی چاپ تیشرت سفارشی با نرخ رشد سالانه بیش از ۹٫۷ درصد تا سال ۲۰۲۳، احتمالاً از رقم ۹ میلیارد دلار عبور خواهد کرد. موسسه FMI در آخرین گزارش خود اشاره کرده که تیشرت‌های سفارشی در بین نسل جوان محبوبیت زیادی پیدا کرده‌اند و روند رو به رشد پوشیدن تیشرت‌های گرافیکی از پیش‌چاپ‌شده با آرم‌ها و شعارهای فیلم‌های سینمایی، از جمله محرک‌های افزایش فروش در بازار چاپ تیشرت محسوب می‌شوند. امروزه، بسیاری از افراد استفاده از تیشرت‌های چاپ‌شده را به دلیل طراحی منحصربه‌فرد و ظاهر شیک آن برای مردان و زنان ترجیح می‌دهند. این چاپ‌ها معمولاً از طریق رایانه استخراج می‌شوند و معمولاً متخصصان گرافیکی طرح‌ها را در اختیار طراحان مد قرار می‌دهند.

محبوبیت تیشرت‌های سفارشی در میان جوانان به دلیل در دسترس بودن طیف گسترده‌ای از رنگ‌ها، الگوها، لباس‌ها، کلمات یا تصاویر است که می‌توان روی تیشرت‌ها چاپ کرد. به همین دلیل فروش تیشرت‌های گرافیکی از پیش‌چاپ‌شده و خلاقانه رو به افزایش است. متعاقباً، در دسترس بودن تیشرت‌های سفارشی مبتنی بر مد روز، شیک و منحصربه‌فرد که منعکس‌کننده شخصیت‌های فردی مصرف‌کنندگان است، باعث رشد این بازار می‌شود. عامل دیگر، قیمت مقرون‌به‌صرفه این تیشرت‌ها به ویژه در اقتصادهای

نوظهور است که فروش در این بازارها را تسریع می‌کند. همچنین یکی دیگر از استفاده‌های رایج از تیشرت‌های چاپی سفارشی، افزایش آگاهی اجتماعی، ترویج یک رویکرد و حمایت از یک هدف یا موضوع مشخص است. به عنوان مثال، مشتریان در صنایعی نظیر هتلداری، حمل‌ونقل، ساخت‌وساز، پزشکی و ...، به طور فزاینده‌ای تیشرت‌های چاپی سفارشی را به عنوان یک ابزار بازاریابی در اختیار کارکنان خود قرار می‌دهند.

برگزاری دموتکس ۲۰۲۳ هانوفر با چیدمان جدید

دو بخش قدرتمند جدید با هدف بهینه‌سازی جهت‌گیری و بازدید شرکت‌کنندگان در دموتکس ۲۰۲۳ معرفی می‌شود که عبارتند از «بخش ویژه قالیچه و فرش» و «بخش ویژه کفپوش»

فرصت را خواهند داشت تا با نمایش محصولات اختصاصی یا فرآیند تولید خود، بخش ویژه «کالکشن سبز» را در نمایشگاه پررونق‌تر نمایند و در نتیجه، توجه شرکت‌کنندگان و بازدیدکنندگان را به سمت خود جلب کنند. در سال ۲۰۲۳ نمایشگاه دموتکس به موضوعات فعلی و در عین حال کلیدی در زمینه پایداری و حفاظت از محیط زیست در صنعت فرش و کفپوش خواهد پرداخت. تم یا موضوع اصلی این بخش با عنوان «کفپوشی از جنس طبیعت» بر جهت‌گیری ارزشمندان نمایشگاه تاکید می‌کند. در همین راستا، بخش ویژه «کالکشن سبز» به عنوان محور اصلی نمایشگاه، با هدف ملموس ساخت موضوع اصلی و وارد کردن آن به زندگی روزمره شرکت‌کنندگان نمایشگاه، ایجاد شده است. بخش «کالکشن سبز» همچنین شامل یک برنامه کنفرانس، نمایش مواد و مراسم اهدای جایزه به برگزیدگان خواهد بود.

گفتنی است علاوه بر این موارد، دو بخش قدرتمند جدید با هدف بهینه‌سازی جهت‌گیری و بازدید شرکت‌کنندگان در دموتکس ۲۰۲۳ معرفی می‌شود که عبارتند از «بخش ویژه قالیچه و فرش» و «بخش ویژه کفپوش». چیدمان سالن جدید، بخش شمالی محوطه نمایشگاه را که مستقیماً پشت ورودی اصلی نمایشگاه است، پوشش می‌دهد و تمام گروه‌های محصول این دو عنوان را در این سالن گرد هم می‌آورد. بنابراین شرکت‌کنندگان نمایشگاه از عمده‌فروشی و خرده‌فروشی، معماری، طراحی داخلی، صنایع دستی و مبلمان قادر خواهند بود که مسیر خود را با سهولت بیشتری پیدا کنند:

بزرگترین طیف فرش‌های دستباف جهان در سالن‌های ۲ تا ۴ ارائه خواهد شد و فرش‌های ماشینی در سالن‌های ۵ و ۶ قابل مشاهده خواهند بود؛ بنابراین سالن‌های ۲ تا ۵ بخش ویژه قالیچه و فرش را تشکیل می‌دهند. همچنین محصولات و راهکارهای عملی از تکنولوژی نصب و اجرا در سالن ۲۲ و دقیقاً در مجاورت بخش کفپوش‌های سخت و کفپوش‌های ارتجاعی در سال ۲۳ قرار خواهند داشت. بخش کفپوش‌های نساجی نیز دقیقاً در مقابل این سالن‌ها یعنی در سالن‌های ۱۹ و ۲۰ قابل رویت خواهند بود. بنابراین سالن‌های ۱۹ تا ۲۳ بخش ویژه کفپوش را تشکیل خواهند داد.



به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، دوره آتی نمایشگاه دموتکس روزهای ۱۲ تا ۱۵ ژانویه ۲۰۲۳ در شهر هانوفر آلمان برگزار خواهد شد. شرکت مسه‌فرانکفورت مجری این نمایشگاه با حفظ تاریخ تعیین شده نمایشگاه در ابتدای سال میلادی، به خواسته اکثریت فعالان صنعت فرش و کفپوش پاسخ گفته و امنیت برنامه‌ریزی را برای شرکت‌های غرفه‌گذار و شرکت‌کنندگان در این رویداد تجاری فراهم کرده است. دموتکس ۲۰۲۳ نیز مانند ادوار گذشته آن، یک رویداد چهره‌به‌چهره با پیشنهادات دیجیتالی اضافی خواهد بود. این بدان معنا است که همه شرکت‌کنندگان بار دیگر پلتفرمی که همواره در انتظار آن بوده‌اند را برای شبکه‌سازی و تبادل ایده‌ها در سطح فردی، در اختیار خواهند داشت. شرکت‌های غرفه‌گذار و مهمانان این نمایشگاه تجاری از سراسر جهان این امکان را خواهند داشت که در مورد محصولات جدید و روندهای فعلی در صنعت فرش و کفپوش، هم در محل نمایشگاه و هم به صورت مجازی، به تبادل اطلاعات بپردازند.

محصولات پایدار، محور دموتکس ۲۰۲۳

بر اساس اعلام برگزارکنندگان، موضوع «کالکشن سبز» محور اصلی نمایشگاه دموتکس ۲۰۲۳ خواهد بود. این نمایشگاه یک منطقه مرکزی است که موضوع پایداری در آن نقش‌آفرینی می‌کند. غرفه‌گذاران این

برگزاری Texworld Evolution پاریس در فوریه ۲۰۲۳

نمایشگاه Texworld Evolution که دو بار در سال برگزار می‌شود، حدود هزار غرفه‌گذار از صنعت مد جهان را گرد هم می‌آورد

خواهد کرد. کشور هند نیز که در نمایشگاه فوریه سال گذشته به دلیل پاندمی غایب بود، همانند اندونزی و تایوان بار دیگر به نمایشگاه باز خواهد گشت.

روندهای مشابهی در نمایشگاه Apparel Sourcing Paris مشاهده خواهد شد جایی که بسیاری از شرکت‌های چینی و هنگ کنگی تاکنون حضور خود را تایید کرده‌اند. کشور پاکستان همانند بنگلادش بازگشت خود را به نمایشگاه تایید کرده است. کشور هند نیز با منتخبی از شرکت‌های بسیار خوب خود به نمایشگاه باز خواهد گشت.

درباره Texworld Evolution پاریس

گفتنی نمایشگاه Texworld Evolution که دو بار در سال برگزار می‌شود، حدود هزار غرفه‌گذار از صنعت مد جهان را گرد هم می‌آورد. این رویداد به خریداران حرفه‌ای از سراسر جهان، یک بستر و پلتفرم تامین منابع را با طیف گسترده‌ای از محصولات از محصولات پایه گرفته تا خلاقانه‌ترین و باکیفیت‌ترین محصولات، ارائه می‌دهد. این رویداد از چهار نمایشگاه تجاری تشکیل شده است:

- نمایشگاه Texworld بافندگان بین‌المللی در زمینه طیف وسیعی از منسوجات و اکسسوری‌ها را گرد هم می‌آورد.
- نمایشگاه Apparel Sourcing با مشارکت صدها تولیدکننده، بزرگترین نمایشگاه اروپا در زمینه لباس و اکسسوری پوشاک از جانب کشورهای مهم تامین‌کننده محسوب می‌شود.
- نمایشگاه Avantex نمایشگاه تجاری بین‌المللی در حوزه نوآوری است که به مد پیشرفته و پایدار اختصاص دارد و فقط در نسخه جولای برگزار می‌گردد.
- نمایشگاه Leatherworld که یک پلتفرم اروپایی برای تامین اقلام چرمی محسوب می‌شود و فقط مختص نسخه جولای است.

نمایشگاه تجاری Texworld Evolution Paris روزهای ۶ تا ۸ فوریه ۲۰۲۳ درهای خود را در مرکز نمایشگاهی پاریس لی‌بروگت در فرانسه خواهد گشود. به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، این رویداد سه روزه متشکل از دو نمایشگاه مجزا شامل Apparel Sourcing Paris و Texworld Paris خواهد بود و جدیدترین پیشنهادات جهانی برای برندهای حوزه مد و پوشاک را از پوشاک آماده گرفته تا اقلام لوکس، برجسته خواهد کرد. برگزارکننده این نمایشگاه یعنی شعبه پاریس شرکت مسه فرانکفورت برای این دوره پیش‌بینی می‌کند که همراه با بهبود تجارت بین‌المللی، میزان مشارکت در نمایشگاه از جانب بسیاری از کشورهای اصلی تامین‌کننده، به سطوح قبل از پاندمی نزدیک شود. هم در نمایشگاه Texworld که مجموعه‌ای از پیشنهادات و محصولات را در حوزه نساجی گرد هم می‌آورد و هم نمایشگاه Apparel Sourcing که به ارائه پوشاک آماده و کالاهای تکمیل‌شده می‌پردازد، میزان مساحت تخصیص‌یافته بالاتر از دوره قبلی در ماه جولای ۲۰۲۲ است. بنابراین مشاهده شدن نشانه‌های بهبود در کشورهای عمده آسیایی بسیار مثبت قلمداد می‌شود. همچنین با برداشته شدن تدریجی محدودیت‌های بهداشتی برای سفر از جانب چین، تقاضای چشمگیر قبلی از جانب غرفه‌گذاران و تولیدکنندگان در این منطقه کلیدی برای تامین منابع، بیش از پیش افزایش پیدا خواهد کرد که اینک با وجود عدم قطعیت‌ها، تاکنون ثبت نام بیش از ۱۰۰ شرکت چینی برای حضور در نمایشگاه تایید شده است.

در نمایشگاه Texworld Paris تولیدکنندگان ترکیه‌ای با بیش از ۱۰۰ شرکت‌کننده، بار دیگر حضور پررنگی در سال ۲۰۲۳ خواهند داشت که این شرکت‌ها بین دو بخش مجزا یعنی پایون ملی ترکیه که در سال آینده بسیار توسعه یافته است و همچنین منطقه Elite که به محصولات حوزه جین اختصاص داده شده، تقسیم خواهند شد. همچنین پایون کره جنوبی که با پشتیبانی فدراسیون صنایع نساجی کره جنوبی راه‌اندازی می‌شود، در این دوره گسترش پیدا

نمایش نوآوری‌ها در صنعت نساجی در نمایشگاه TITAS

تعداد ۳۶۷ غرفه‌گذار از سراسر جهان در این رویداد که تنها نمایشگاه تجاری نوآورانه در زمینه نساجی در تایوان است، مشارکت کردند.



غرفه‌گذار دیگر نمایشگاه یعنی شرکت Libolon نیز با هدف به صفر رساندن خالص انتشار کربن خود، مفهوم «چرخه سبز محصول» را از طریق پیگیری اقتصاد چرخه‌ای در حوزه آب، محصولات لیفی بازیافتی مانند نخ پلی‌استر بازیافتی سازگار با محیط زیست به نام RePET و نخ بازیافتی ریسیده‌شده از پلیمر رنگی با نام ReEcoya توسعه داده است. شرکت Shinkong Synthetic Fibers یکی دیگر از غرفه‌گذاران بوده است که روی فرآیند کربن خنثی و موضوعات پایدار از جمله نخ ساخته‌شده از پوشاک بازیافتی متمرکز بوده است. در مجموع، موضوع اقتصاد چرخه‌ای موضوعی است که بسیاری از غرفه‌گذاران نمایشگاه دنبال می‌کردند. گروه New Wide نیز اعلام کرد که به دنبال ایجاد یک زنجیره تامین چرخشی و کربن خنثی در صنعت نساجی و پوشاک است.

علاوه بر این موارد، نمایشگاه TITAS تکنولوژی‌های دیجیتال مختلفی را برای ایجاد یک فرمت دیجیتال، تعاملی و هوشمند برای بازدیدکنندگان آنلاین خود فراهم کرده بود که از آنجمله می‌توان به سالن نمایشگاهی آنلاین مبتنی بر واقعیت مجازی (TITAS VR) و همچنین نمایشگاه آنلاین TITAS که به صورت ۲۴ ساعته و ۷ روز هفته برای ارائه جدیدترین محصولات غرفه‌گذاران به بازدیدکنندگان در هر زمان و مکانی در جهان فعال است، اشاره کرد.

گروه مترجمین مجله: بیست و ششمین دوره نمایشگاه کاربردهای نوآورانه نساجی تایپه (TITAS)، به عنوان یکی از نمایشگاه‌های تجاری پیشرو آسیا در زمینه نساجی، روزهای ۱۲ تا ۱۴ اکتبر ۲۰۲۲ برگزار گردید. تعداد ۳۶۷ غرفه‌گذار از سراسر جهان در این رویداد که تنها نمایشگاه تجاری نوآورانه در زمینه نساجی در تایوان است، مشارکت کردند.

علاوه بر غرفه‌گذاران داخلی صنعت نساجی و پوشاک، تعداد قابل توجهی از غرفه‌گذاران خارجی از جمله COTTON USA، Microban، Alchemie Technology و HeiQ، Omni Srl در این رویداد تجاری حاضر بودند. کشورهای ایالات متحده، ایتالیا، ژاپن، کره جنوبی، هنگ کنگ، بریتانیا، سوئیس و سوئد از جمله کشورهایی بودند که شرکت‌هایی از آنها در این نمایشگاه تجاری مشارکت کردند.

یک برنامه «فشن شوی پایدار» به میزبانی وزارت فرهنگ تایوان، به عنوان برنامه جانبی نمایشگاه برگزار گردید و تولیدکنندگان داخلی نساجی را به طراحان مد و سایر فعالان در زنجیره ارزش مد متصل کرد. تمرکز کلی نمایشگاه TITAS بر نوآوری بوده و محصولات ارائه‌شده به ویژه در پنج حوزه کلیدی متمرکز بوده است که عبارتند از: پایداری در منسوجات؛ برنامه‌های کاربردی؛ تجهیزات محافظت فردی (PPE)؛ تولید هوشمند؛ و منسوجات هوشمند.

بسیاری از غرفه‌گذاران نمایشگاه به دنبال کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای از طریق ارائه محصولات پایدار بودند. به عنوان مثال، شرکت Far Eastern New Century بر موضوع پایداری متمرکز بود و مواد اولیه و راهکارهای تولید جدید خود را به نمایش گذاشت. همچنین گروه Formosa Plastics با تلفیق مفهوم اقتصاد چرخه‌ای و متاورس، بر استفاده از تکنولوژی جهت به خدمت گرفتن طیف وسیعی از مواد اولیه مختلف طبیعی که تجدیدپذیر و قابل‌باز یافت هستند، تمرکز داشت. شرکت Zig Sheng ادعا می‌کرد که نخ پایدار این شرکت ردپای کربن تولیدکنندگان را کاهش می‌دهد. شرکت Eclat Textile همگام با تداوم روند در حال رشد خود در بخش پوشاک ورزشی، طیفی از «مواد اولیه هدفدار» خود را به نمایش گذاشت.



نگاهی به نمایشگاه تجاری پارچه و اکسسوری مونیخ

نمایشگاه Munich Fabric Start به عنوان یکی از نمایشگاه‌های پیشرو نساجی در اروپا است که دوبار در سال برگزار می‌شود

با تیم‌های بازدید خود نظیر Selected/ Homme و the Bestseller و Group مشارکت قدرتمندی در نمایشگاه داشتند و همچنین برندهایی از فرانسه و ایتالیا شامل Calzedonia, Diesel, Giorgio Armani و Lacoste در این رویداد حاضر بودند.

گفتنی است نمایشگاه Munich Fabric Start به عنوان یکی از نمایشگاه‌های پیشرو نساجی در اروپا که دوبار در سال برگزار می‌شود، مجموعه‌ای باکیفیت از تولیدکنندگان پارچه و اکسسوری بین‌المللی را گرد هم می‌آورد تا آنها جدیدترین پیشرفت‌ها و نوآوری‌های خود را در مونیخ به نمایش بگذارند. دوره آتی این نمایشگاه، روزهای ۲۴ تا ۲۶ ژانویه ۲۰۲۳ در مرکز نمایشگاهی MOC مونیخ برگزار خواهد گردید.

Adidas, ArmedAngels, Baldessarini, BMW, C&A, Cinque, Comma, Drykorn, Ecoalf, Hallhuber, the Holy Fashion Group, Hugo Boss, Lagerfeld, Laurèl, Mac, Marc Cain, Marc O'Polo, Nike, Peek & Cloppenburg, Riani, S Oliver, Schumacher, Strellson, Vaude, Windsor, or Zalando.

همچنین کشور هلند با حضور شرکت‌هایی مانند Calvin Klein, Claudia Sträter, Espresso Fashion و Soda & به عنوان یکی از مهم‌ترین بازدیدکنندگان نمایشگاه خود را مطرح کرد. علاوه بر این، کشورهای منطقه اسکاندیناوی

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، پنجاهمین دوره از نمایشگاه Munich Fabric Start که همراه با نمایشگاه بین‌المللی جین با نام Bluezone برگزار گردید، جایگاه خود را به عنوان یک نمایشگاه تجاری برجسته در اروپا حفظ کرده است. تقریباً ۹۰۰ غرفه‌گذار از ۴۰ کشور جهان حدود ۱۵۰۰ کالکشن از انواع منسوجات، اکسسوری‌ها و کالاهای تکمیل‌شده را در فضای نمایشگاهی بالغ بر ۴۵ هزار مترمربع به نمایش گذاشتند. این رویداد روزهای ۳۰ آگوست تا اول سپتامبر ۲۰۲۲ برگزار گردید. مساحت اختصاص‌یافته به نمایشگاه حدود ۲۵۰۰ مترمربع بیشتر از آخرین دوره قبل از کووید در سپتامبر ۲۰۱۹ بود.

همگام با روند کلی در بخش نمایشگاه‌ها و رویدادهای تجاری، نمایشگاه مونیخ نیز کاهش مشابهی در تعداد بازدیدکنندگان نسبت به زمان پیش از کووید به ثبت رساند. مجموع بازدیدکنندگان این نمایشگاه با کاهش نسبت به دوره قبلی، ۱۴۲۰۰ نفر بود که البته با توجه به تلاطم برخی از محدودیت‌های مسافرتی و رزرواسیون مخصوصاً در سفرهای بین‌قاره‌ای و همچنین تغییرات ساختاری که در صنعت مد مشاهده می‌شود، قابل انتظار بود. با این وجود، کیفیت خریداران، طراحان و مدیران تولید حاضر در نمایشگاه، رضایت غرفه‌گذاران را به دنبال داشت. اکثر شرکت‌های غرفه‌گذار از کشورهای آلمان، اتریش و سوئیس به مونیخ آمده بودند که از جمله آنها می‌توان به اسامی زیر اشاره کرد:



گزارش دپارتمان کشاورزی آمریکا از بازار پنبه (اکتبر ۲۰۲۲)

افول صادرات پنبه آمریکا به پایین ترین رقم ۷ سال اخیر

پنبه آمریکا در محل مزرعه (قیمت خرید از کشاورزان) را افزایش داده است. اگرچه پیش‌بینی می‌شود میانگین فصلی قیمت مزرعه در آمریکا با ۶ درصد کاهش در ماه جاری به ۹۰ سنت در هر پوند برسد، اما باز هم این رقم دومین رکورد بالا در تاریخ پنبه آمریکا خواهد بود.

چشم انداز کلی ۲۰۲۲-۲۳

تولید جهانی پنبه با کاهش جزئی به ۲۵,۷ میلیون تن خواهد رسید اما این کاهش بیشتر از آن است که با افزایش موجودی ابتدای دوره جبران شود. مصرف جهانی نیز احتمالاً با کاهش ۶۵۳ هزار تنی به ۲۵,۲ میلیون تن بالغ خواهد شد که این موضوع از کاهش احتمالی مصرف در اکثر مصرف‌کنندگان اصلی پنبه در جهان نشئت می‌گیرد. تجارت جهانی پنبه نیز کاهش خواهد یافت که این موضوع به کاهش واردات و تقاضا در بحبوحه نگرانی مهم اقتصاد کلان در سطح جهان نسبت داده می‌شود. از جمله این نگرانی‌ها می‌توان به افزایش بیشتر نرخ بهره توسط فدرال رزرو آمریکا و پیش‌بینی کاهش رشد اقتصادی جهان برای سال‌های ۲۰۲۲ و ۲۰۲۳ در گزارش اکتبر صندوق بین‌المللی پول اشاره کرد. موجودی پایان دوره جهان نیز رقم ۱۹,۱ میلیون تن پیش‌بینی شده است که در قیاس با پیش‌بینی ماه قبل ۶۵۳ هزار تن بالاتر است و اگر محقق شود، بالاترین موجودی پایان دوره در سه سال اخیر خواهد بود.

آمریکا همچنان صادرکننده اصلی پنبه در جهان باقی می‌ماند. در صورت تحقق این موضوع، موجودی پایان دوره آمریکا در سال ۲۰۲۲-۲۳ به کمترین میزان خود از سال ۱۷-۲۰۱۶ و رقم ۶۰۹ هزار تن خواهد رسید و این کشور بیش از سه‌چهارم محصول خود را صادر خواهد کرد.

داده‌های گزارش‌شده درباره فروش صادراتی آمریکا در سال ۲۰۲۲-۲۳ نشان می‌دهد که میزان فروش و صادرات، بیش از نیمی از تولید پیش‌بینی شده است. البته این رقم تقریباً یک سوم صادرات ثبت‌شده در سال قبل است و انتظار می‌رود چین برای سومین سال متوالی بزرگترین خریدار پنبه آمریکا باشد. نسبت صادرات و فروش به تولید پیش‌بینی‌شده آمریکا، بالاترین رقم در بیش از ۱۰ سال گذشته است و همین موضوع، قیمت پیش‌بینی‌شده برای

صادرات پنبه ایالات متحد آمریکا در سال ۲۰۲۲-۲۳ رقم ۲,۷ میلیون تن پیش‌بینی می‌شود که حدود ۲۲ هزار تن نسبت به پیش‌بینی ماه قبل کمتر است و در قیاس با سال زراعی ۲۰۲۱-۲۲ نیز کاهش ۱۴ درصدی نشان می‌دهد. کاهش صادرات پنبه آمریکا به افت ۸۰۰ هزار تنی تولید این کشور در سال جاری و رسیدن آن به حدود ۳ میلیون تن نسبت داده می‌شود که این رقم، پایین‌ترین میزان تولید آمریکا در هفت سال اخیر است. افزایش دما و خشکسالی در منطقه تگزاس که ۴۰ درصد از کل تولید پنبه آمریکا در آنجا انجام می‌شود، میزان تولید و عرضه‌های صادراتی را کاهش داده است.

تجارت جهانی پنبه نسبت به پیش‌بینی ماه قبل حدود ۲۱۷ هزار تن کاهش یافته است. با این وجود، ایالات متحد

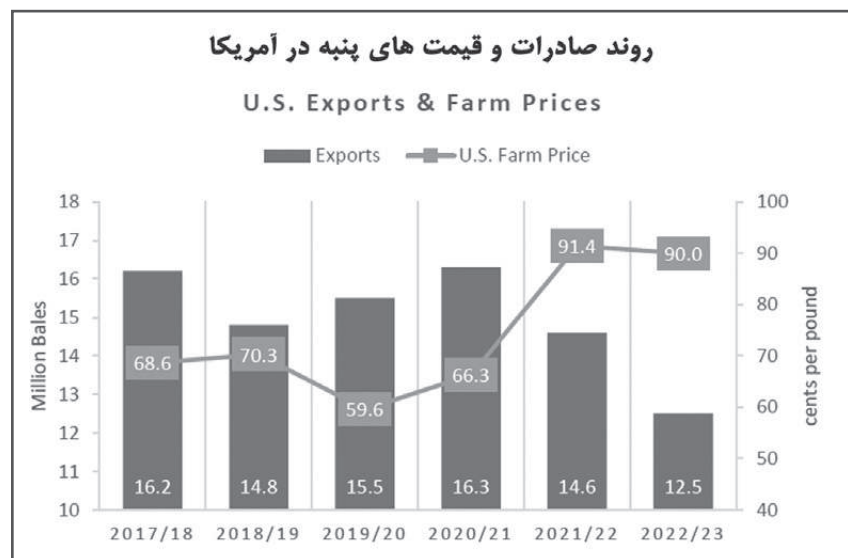


Table 01 Cotton World Supply, Use, and Trade (Season Beginning August 1)
(1000 MT)

	2018/19	2019/20	2020/21	2021/22	Sep 2022/23	Oct 2022/23
Production						
China	6,096	5,977	6,445	5,835	6,096	6,096
India	5,661	6,205	6,009	5,334	5,987	5,987
United States	3,999	4,336	3,181	3,815	3,012	3,007
Brazil	2,830	3,000	2,356	2,504	2,830	2,830
Australia	479	136	610	1,252	1,306	1,306
Pakistan	1,655	1,350	980	1,306	1,197	1,132
Turkey	816	751	631	827	958	958
Other	4,262	4,409	4,059	4,282	4,401	4,385
Total	25,798	26,164	24,270	25,156	25,789	25,703
USE Dom. Consumption						
China	8,600	7,403	8,927	7,620	8,165	7,947
India	5,291	4,463	5,661	5,443	5,443	5,225
Pakistan	2,330	2,068	2,351	2,330	2,286	2,177
Bangladesh	1,568	1,502	1,851	1,851	1,851	1,851
Turkey	1,502	1,437	1,676	1,894	1,851	1,807
Vietnam	1,524	1,437	1,589	1,459	1,481	1,459
Brazil	740	588	675	697	697	697
Other	4,525	3,759	4,079	4,260	4,055	4,006
Total	26,080	22,658	26,810	25,554	25,828	25,169
Imports						
China	2,096	1,554	2,800	1,707	1,960	1,894
Bangladesh	1,524	1,633	1,807	1,785	1,829	1,829
Vietnam	1,509	1,411	1,587	1,444	1,502	1,481
Pakistan	621	871	1,176	980	1,089	1,045
Turkey	785	1,017	1,160	1,203	1,045	1,023
Indonesia	664	547	502	561	544	544
India	392	496	184	218	327	327
Other	1,651	1,333	1,386	1,440	1,417	1,354
Total	9,243	8,862	10,602	9,337	9,713	9,497
Exports						
United States	3,230	3,377	3,560	3,184	2,743	2,722
Brazil	1,310	1,946	2,398	1,682	1,872	1,829
Australia	791	296	341	817	1,393	1,350
India	767	697	1,348	815	806	762
Benin	303	211	342	305	327	305
Mali	294	256	131	261	305	305
Greece	295	319	355	311	288	267
Other	2,044	1,837	2,132	1,973	1,972	1,957
Total	9,032	8,939	10,606	9,348	9,706	9,496
Ending Stocks						
China	7,819	7,913	8,229	8,124	7,930	8,157
Brazil	2,668	3,136	2,421	2,551	2,815	2,859
India	1,873	3,415	2,599	1,893	1,946	2,220
Australia	418	261	549	1,024	943	1,019
Turkey	369	602	590	602	613	635
United States	1,056	1,579	686	816	588	610
Bangladesh	388	548	534	499	509	509
Other	3,383	3,970	3,284	3,054	3,108	3,123
Total	17,975	21,423	18,892	18,563	18,453	19,131

مدیرکل پنبه و گیاهان صنعتی وزارت جهاد کشاورزی:

۳۰۰ هزار تن وش پنبه امسال در کشور تولید می‌شود

کنار اجرای پایش آفات، موجب افزایش بهره‌وری و تولید شده است. وی با اشاره به واردات و تامین هورمون تغذیه‌کننده رشد به اندازه کافی و توزیع آن در بین کشاورزان پنبه‌کار اظهار کرد: در زمان برداشت محصول نیز تلاش می‌شود که کمباین مورد نیاز تامین شده و برداشت به شکل مکانیزه در کنار برداشت دستی انجام شود.

مدیرکل پنبه و گیاهان صنعتی وزارت جهاد کشاورزی، تجارت و بازرگانی محصول پنبه را بسیار مهم خواند و گفت: تلاش وزارت جهاد کشاورزی این است که کارخانه‌های هر استان محصول تولیدی همان استان را خریداری کنند و با خرید برخی کارخانه‌های استان‌های همجوار، رقابت در روند خرید موجب قیمت شود. وی با اشاره به تداوم روند خرید پنبه تولیدی کشاورزان به شکل توافقی بین کشاورزان و کارخانه‌های پنبه پاک‌کنی افزود: قیمت امسال کمی بیشتر از سال گذشته است و بنا به دلایل و هزینه‌های بیشتری که کشاورزان انجام داده‌اند، انتظار این بود که قیمت محصول بالاتر از رقم فعلی باشد.

هزارجریبی اضافه کرد: به کارخانه‌های پنبه پاک‌کنی توصیه شده که محصول وش را با قیمت بالاتری خریداری کنند و به کشاورزان نیز توصیه می‌کنیم که محصول را با کیفیت بالاتر و با ضایعات کمتری برداشت کنند. وی اضافه کرد: کارخانه‌های پنبه‌پاک‌کنی نگران پنبه

جهاد کشاورزی، استان‌های خراسان رضوی، گلستان، فارس و اردبیل را مناطق عمده تولید پنبه کشور ذکر کرد و ادامه داد: برداشت محصول پنبه در این استان‌ها آغاز شده است. وی شهرستان پارس‌آباد مغان را با حدود ۱۵ هزار هکتار سطح زیرکشت، مهم‌ترین کانون کشت پنبه در کشور اعلام کرد و افزود: ۸ واحد کارخانه پنبه پاک‌کنی موجود در منطقه در حال خرید محصول و سفید هستند تا در نهایت محصول فرآوری شده را در اختیار صنایع ریسنده‌گی و تولید نخ در کشور قرار دهند. هزارجریبی از اجرای طرح‌های ترویجی در ۳۵ سایت و مکان ترویجی کشت پنبه در منطقه مغان خبرداد و اضافه کرد: در حوزه کاشت و داشت پنبه، اجرای برنامه‌های ترویجی مهم‌ترین فعالیت بوده که در

مدیرکل پنبه و گیاهان صنعتی وزارت جهاد کشاورزی اعلام کرد: امسال ۳۰۰ هزار تن وش پنبه و حدود ۱۰۰ هزار تن پنبه سفید در کل مناطق کشت این محصول در داخل ایران تولید و روانه بازار مصرف می‌شود. ابراهیم هزارجریبی روز پنجشنبه ۱۴ مهرماه ۱۴۰۱ در جریان سفر به منطقه مغان استان اردبیل در مصاحبه با خبرنگار ایرنا، میزان نیاز کشور به محصول پنبه خالص و سفید را حدود ۱۸۰ هزار تن اعلام کرد و گفت: مابقی این نیاز از طریق واردات تامین می‌شود. وی از افزایش ۲۰ درصدی سطح زیر کشت محصول پنبه در سال زراعی جاری خبرداد و افزود: امسال حدود ۱۱۲ هزار هکتار از اراضی کشور در ۲۰ استان به کشت پنبه اختصاص یافته است.

مدیرکل پنبه و گیاهان صنعتی وزارت





تولیدی خریداری شده و تصفیه شده نباشند چرا که به فروش محصول خریداری شده به کارخانه‌های نرخیسی و نساجی‌ها کمک خواهیم کرد.

مدیرکل پنبه و گیاهان صنعتی وزارت جهاد کشاورزی، پنبه را جزو محصولات راهبردی کشاورزی کشور عنوان کرد و گفت: برنامه وزارت جهاد کشاورزی این است که ایران در تولید این محصول که ماده اولیه بسیاری از محصولات جانبی است، به خودتکایی کامل برسد. وی اضافه کرد: برخی کشورها مثل ازبکستان به عنوان یکی از تامین‌کنندگان نیاز ایران به پنبه، صنایع ریسندهی خود را توسعه داده‌اند و دیگر ماده اولیه پنبه را نمی‌فروشند و تمایل به فروش نخ تولیدی خود را دارند و حتی اعلام کرده‌اند که همین نخ را هم پنج سال دیگر صادر نخواهند کرد. هزارجریبی بیان کرد: آینده‌نگری باعث شده که دولت خودکفایی در تولید پنبه را در راس برنامه‌های خود قرار دهد تا در اولویت کشت قرار گیرد و در الگوی کشت سال آینده هم پنبه جزو کالاهای اساسی مورد حمایت دولت خواهد بود.

به گزارش ایرنا، برداشت پنبه از اراضی زراعی دشت مغان در شمال استان اردبیل با مساعد شدن هوا و شکوفه زدن غنچه‌های این محصول آغاز شده است. کشت پنبه در شهرستان پارس‌آباد، اصلاندوز و بیله سوار در منطقه مغان استان اردبیل به علت مساعد بودن شرایط اقلیمی و آب کافی از سال‌های دور رواج دارد و در سال‌های اخیر نیز کشت این محصول گسترش یافته است.

به گفته رئیس سازمان جهاد کشاورزی استان اردبیل، امسال محصول پنبه در ۱۸

هزار و ۲۵۰ هکتار از اراضی کشاورزی منطقه مغان کشت شده و پیش‌بینی می‌شود که امسال بیش از ۷۰ هزار تن محصول پنبه از سطح مزارع منطقه مغان برداشت شود. ارقام مای و لیدر پنبه مهم‌ترین ارقام محصول کشت شده در منطقه مغان محسوب می‌شود و محصول برداشت‌شده نیز توسط ۸ کارخانه پنبه پاک‌کنی موجود در منطقه، تا سه ماه آینده بسته به شرایط آب‌وهوایی خریداری و به پنبه سفید تبدیل و به واحدهای نساجی فروخته خواهد شد.

تعداد زارعان پنبه‌کار استان اردبیل ۷۵۰ نفر و میانگین تولید پنبه در هر هکتار از اراضی مغان نیز حدود چهار تن اعلام شده است. پنبه از مهم‌ترین محصولات کشاورزی است که علاوه بر تامین مواد اولیه صنایع نساجی و روغن‌کشی، در اشتغال‌زایی نیز نقش مهمی ایفا می‌کند و کمتر محصول کشاورزی از نظر قابلیت ایجاد ارزش افزوده و تنوع فرآورده هم‌ردیف پنبه است. اراضی زراعی دشت مغان در شهرستان

پارس‌آباد و اصلاندوز، مهم‌ترین مناطق کشت پنبه در استان اردبیل به شمار می‌رود و به علت شرایط آب‌وهوایی مناسب، کشت پنبه از سال‌های دور در این منطقه رواج دارد. ۸ کارخانه پنبه‌کنی در منطقه وجود دارد که علاوه بر خرید توافقی، محصول خریداری‌شده را پس از فرآوری و تصفیه اولیه و تبدیل کردن به محلولج و دانه پنبه، به بازارهای هدف و کارخانه‌های نساجی و روغن‌کشی ارسال می‌کنند.

کشت پنبه در منطقه مغان سابقه طولانی دارد و این زراعت در حفظ مرغوبیت خاک زراعی و کاهش جمعیت حشرات، کنترل آفات و بیماری‌ها نقش بسیار مهمی دارد. در سال‌های گذشته سطح زیر کشت پنبه در منطقه مغان تا سقف ۲۰ هزار هکتار نیز افزایش یافته بود ولی به علت جایگزین شدن محصولات دیگر، سطح زیر کشت این محصول در سال‌های گذشته کاهش یافت ولی با افزایش قیمت محصول و حمایت دولت، کشت این محصول در منطقه مغان در حال افزایش است.

آیا پنبه می‌تواند آینده بهتری برای صنعت مد ایجاد کند؟

حدود ۷۵ کشور در سراسر جهان پنبه تولید می‌کنند و اقتصاد آنها از طریق صادرات، خطوط تولید پایین دستی و ایجاد اشتغال ناشی از آن، از بخش پنبه بهره‌مند می‌شود

اصلی روز جهانی پنبه در سال جاری «ایجاد آینده‌ای بهتر برای پنبه» بوده است. تمرکز این موضوع، بر روش‌های پایدار جهت کشت پنبه و همچنین بهبود شرایط زندگی و کار افرادی است که در زمینه کشت پنبه مشغول هستند مانند خرده‌کشاورزان و کارگران.

روز جهانی پنبه از آنجایی مهم است که حدود ۷۵ کشور در سراسر جهان پنبه تولید می‌کنند و اقتصاد آنها از طریق صادرات، خطوط تولید پایین دستی و ایجاد اشتغال ناشی از آن، از بخش پنبه بهره‌مند می‌شود. تاریخ نشان می‌دهد که قدیمی‌ترین سابقه کشت پنبه مربوط به هند است که در حال حاضر، دومین تولیدکننده بزرگترین الیاف دوستدار محیط زیست در جهان محسوب می‌شود.

هند شورای پنبه را راه‌اندازی کرد

دولت هند شورای پنبه این کشور را در تاریخ ۱۸ می ۲۰۲۲ راه‌اندازی کرد. این شورا برای انجام تحقیقات، تجزیه و تحلیل و تهیه یک برنامه اقدام جامع اختصاص پیدا کرده تا از این طریق، روش‌های کشاورزی پنبه، کیفیت الیاف، راندمان مزارع و پایداری کشت پنبه بهبود پیدا کند. در سال ۲۰۲۲ هند ۶ میلیون و ۱۶۲ هزار تن پنبه تولید کرده در حالی که تولید چین ۶ میلیون و ۴۲۳



عنوان روز جهانی پنبه در سطح بین‌المللی جشن گرفته شده است. ایده ایجاد این روز که نخستین بار ۷ اکتبر ۲۰۱۹ توسط سازمان تجارت جهانی با همکاری چهار تولیدکننده پنبه آفریقایی شامل بنین، بورکینافاسو، چاد و مالی معرفی گردید، در مجمع عمومی سازمان ملل متحد در سال ۲۰۲۱ به عنوان یک روز جهانی رسماً مورد تصویب قرار گرفت. این رویداد هر ساله توسط دبیرخانه سازمان تجارت جهانی و با همکاری دبیرخانه‌های کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل متحد، کمیته مشورتی بین‌المللی پنبه و سازمان غذا و کشاورزی سازمان ملل متحد (FAO) برگزار می‌گردد. موضوع

با توجه به نوسانات و حرکت سینوسی پنبه در ماه‌های اخیر از نظر قیمت‌گذاری و همچنین عرضه و تقاضا، همین موضوع بر نگرانی‌ها و عدم قطعیت‌های موجود در صنعت مد و پوشاک افزوده و اختلال در زنجیره‌های ارزش و تامین جهانی را به دنبال دارد. نگاهی به سه رهبر جهانی بازار پنبه یعنی هند، چین و ایالات متحد آمریکا از نظر تولید، مصرف و مشارکت آنها در تجارت جهانی، می‌تواند چشم‌انداز نزدیک صنعت پوشاک و آنچه که برای کسب‌وکارهای حوزه مد و پوشاک به ارمغان خواهد آورد را منعکس نماید. به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، روز جمعه ۷ اکتبر ۲۰۲۲ به

از محصول پنبه در سال ۲۰۲۲، میزان تولید این کشور رقم ۱۲,۶ میلیون عدل (۲,۷۴ میلیون تن) پیش‌بینی شده که بسیار کمتر از تخمین نهایی سال گذشته (۱۷,۵ میلیون عدل) بوده و کمترین برآورد تولید در ۱۳ سال گذشته است. در مقایسه با سال ۲۰۲۱، سطح کشت پنبه آمریکا همچنین به طور قابل توجهی کمتر پیش‌بینی شده (۳۱ درصد کاهش)، اما بازده ملی بالاتر در مزارع، مانع از کاهش بیشتر تولید شده است. با این حال، پیش‌بینی می‌شود که ایالات متحده همچنان بزرگترین صادرکننده پنبه در جهان بوده و سهم این کشور از تجارت جهانی پنبه در سال ۲۰۲۲-۲۳ در حدود ۲۷ درصد باشد.

در مجموع، همانطور که جهان دومین روز جهانی پنبه خود را پشت سر گذاشت، ذینفعان و فعالان این صنعت امیدوار هستند که بحران‌های فعلی را برطرف کنند و سودآوری صنعت پنبه را از طریق توجه به پایداری تولید و حمایت از صنعت مد و پوشاک با ارائه یک ماده اولیه پایدار، تضمین نمایند.

۲۰۲۰ سطح کشت پنبه در چین حدود ۳ میلیون و ۱۶۸ هزار هکتار بود که نسبت به یک سال قبل، ۵,۱ درصد کاهش نشان می‌داد.

به دلیل همه‌گیری، مصرف داخلی محصولات پنبه کاهش یافته است و چین با مازاد صادراتی مواجه شده است. ممنوعیت ایالات متحده بر منسوجاتی که منشأ آن استان سین‌کیانگ چین است، بر بحران فعلی افزوده و چین فرصتی پیدا کرده که بازار داخلی هند را با نخ پنبه‌ای خود که ارزان‌تر از نمونه هندی است، تصاحب کند و این موضوع با توجه به مشکلات قیمتی که هند با آن مواجه است، تشدید شده است. علاوه بر این، ممنوعیت آمریکا، صنعت ریسندگی نخ پنبه‌ای هند را تحت تاثیر قرار داده است و نیمی از کارخانجات این صنعت طی چهار تا پنج ماه گذشته تعطیل شده‌اند.

محصول سال ۲۰۲۲ آمریکا احتمالاً کمترین میزان در ۱۳ سال گذشته است
بر اساس پیش‌بینی ماه آگوست دپارتمان کشاورزی آمریکا (USDA)

هزار تن بوده است. ایالات متحده آمریکا با فاصله، سومین تولیدکننده جهان است که در سال ۲۰۲۲ مجموعاً ۳ میلیون و ۱۸ هزار تولید کرده است. در حال حاضر، هند ۱۸ درصد از کل تجارت جهانی پنبه را تامین می‌کند و اصلی‌ترین مقاصد این کشور چین، آمریکا، بنگلادش، ویتنام، تایوان، تایلند و اندونزی هستند. همچنین ۷۴ درصد از کل پوشاک صادراتی از هند محصولات پنبه‌ای است.

شورای پنبه هند رسیدگی به نگرانی اصلی فعلی در صنعت پنبه را آغاز کرده است. علیرغم اینکه سطح وسیعی زیر کشت پنبه رفته، قیمت پنبه داخلی در حال افزایش است. این موضوع به سطح پایین بهره‌وری در بین کشاورزان هندی نسبت داده شده است. در واقع، بهره‌وری پایین شاید بزرگترین مانعی است که هند باید بر آن غلبه کند تا همچنان پیشتازی خود را در بازار پنبه حفظ کرده و برای افزایش پایداری کشت، تلاش کند.

چین بازار هند را نرخ‌های پایین‌تر در می‌نوردد

طی چند سال گذشته، نرخ رشد صنعت ریسندگی پنبه‌ای چین رو به کاهش و هزینه‌های کارگری، اجاره زمین و قیمت‌های سایر عوامل تولید در مسیر صعودی قرار گرفته‌اند و در نتیجه، هزینه‌های کاشت پنبه افزایش و سودآوری و سطح کشت پنبه در چین کاهش پیدا کرده است. دولت چین در حال انتقال ظرفیت تولید پنبه خود به منطقه سین‌کیانگ است که در مقایسه با سایر نقاط این کشور از هزینه‌های تولید کمتری برخوردار است. در سال



رئیس کل سازمان امور مالیاتی اعلام کرد:

اتصال ۹,۳ میلیون دستگاه کارت خوان به پرونده‌های مالیاتی

الکترونیکی خواهند کرد و در مرحله بعد یعنی ابتدای دی‌ماه، شرکت‌های دولتی مشمول اجرای این قانون شده و به‌تأویب همه فعالان اقتصادی مشمول اجرای این قانون خواهند شد. به گفته وی اجرای قانون پایانه‌های فروشگاهی منجر به هوشمندسازی نظام مالیاتی می‌شود که بر اساس آن، اخذ مالیات مشخص، محاسبات مالیاتی شفاف و نظام داده مبنای متکی بر اطلاعات، جایگزین نظام چانه‌زنی می‌شود. معاون وزیر امور اقتصادی و دارایی با بیان اینکه اکنون با اجرای طرح‌ها و قوانین مختلف، اشراف اطلاعاتی سازمان امور مالیاتی کشور بر فعالیت‌های اقتصادی افزایش پیدا کرده، تصریح کرد: در حالی که در تیرماه امسال، بالغ بر ۳۳۰ هزار فقره اظهارنامه از سوی اشخاص حقوقی دریافت کردیم، حدود ۶۰۰ هزار شرکت از تسلیم اظهارنامه اجتناب کرده‌اند که برای آنها اظهارنامه برآوردی تولید خواهد شد. او با اشاره به اینکه در دولت سیزدهم با توجه به برنامه‌های وزارت اقتصاد و سند دولت، باید چند چرخش تحول‌آفرین را انجام دهیم گفت: اولین چرخش این است که فشار تأمین مالیات را از بخش رسمی اقتصاد برداریم و به بخش‌های غیررسمی، نامنظم و مالیات‌گریز منتقل کنیم که اغلب پنهان هستند. منظور ادامه داد: هدف در رویکردهای جدید، شناسایی بخش‌های غیر رسمی و دریافت مالیات از آنهاست. دریافت مالیات از فعالیت‌های سودآوری در بخش‌های مختلف مثل مسکن، طلا، ارز و خودرو نیز در همین چارچوب می‌گنجد.

میسر شده است. حال داود منظور، رئیس کل سازمان امور مالیاتی از اتصال ۹ میلیون و ۳۰۰ هزار دستگاه به پرونده‌های مالیاتی خبر داده و گفته است: ماده ۱۱ قانون پایانه‌های فروشگاهی و سامانه مودیان در سال ۱۴۰۰ با مشارکت بانک مرکزی به اجرا درآمد و در اجرای این قانون، حدود ۱۸ میلیون و ۷۰۰ هزار دستگاه پذیرنده شناسایی شد که در طرح ساماندهی ۹ میلیون و ۳۰۰ هزار دستگاه به پرونده‌های مالیاتی وصل شدند. او با بیان اینکه قانون پایانه‌های فروشگاهی و سامانه مودیان به‌صورت تدریجی و مرحله‌ای به اجرا درمی‌آید، گفت: این قانون گام اصلی هوشمندسازی نظام مالیاتی است که با اجرای آن، دیگر نیازی به دریافت اظهارنامه هم نیست؛ زیرا صورت‌حساب‌ها به‌صورت الکترونیکی در سامانه مودیان و در کارپوشه مخصوص افراد ثبت می‌شود و دیگر نیازی به حسابرسی و ممیزی هم نداریم. منظور از راه‌اندازی سامانه مودیان به‌عنوان اصلی‌ترین بخش نظام پایانه‌های فروشگاهی خبر داد و گفت: در حال حاضر برای همه مودیان، کارپوشه در سامانه مودیان ایجاد شده و هر فعال اقتصادی با کد ملی خود می‌تواند وارد این کارپوشه شده و تمام اطلاعات خود از جمله صورت‌حساب‌های الکترونیکی را مشاهده کند. وی خاطرنشان کرد: از ابتدای آبان‌ماه امسال، شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس و فرابورس به‌عنوان اولین گروه مشمول اجرای قانون پایانه‌های فروشگاهی و سامانه مودیان، اقدام به صدور صورت‌حساب

هدایت فشار دریافت مالیات از بخش‌های رسمی و شناخته‌شده به فعالیت‌های سوداگرایانه و غیر رسمی، همواره یکی از مطالبات جدی بخش خصوصی است. در این راستا قانون پایانه‌های فروشگاهی و سامانه مودیان تصویب و در سال ۱۴۰۰ به اجرا گذاشته شد و قرار بود به کمک آن شاهد شفاف شدن فرآیند مالیات‌ستانی در کشور باشیم. در همین ارتباط آرش علوی، عضو هیئت اتاق ایران با اشاره به اهمیت و کارکرد سامانه مودیان مالیاتی در جلوگیری از فرار مالیاتی و عادلانه‌تر شدن روند دریافت آن طی گفتگو با خبرگزاری ایرنا، تأکید کرد: هم‌اکنون مالیات پرداختی در ایران غیرمنصفانه است و بخش مولد بیشترین مالیات را پرداخت می‌کند؛ اما با اجرای سامانه مودیان شاهد شفافیت اقتصادی و دریافت عادلانه‌تر مالیات‌ها خواهیم بود. اجرایی شدن سامانه مودیان شرایطی را به وجود می‌آورد که از ابتدای زنجیره تولید کالا و خدمات تا رسیدن آنها به دست مصرف‌کننده نهایی، خرید و فروش‌ها بین مودیان مالیاتی قابلیت ثبت داشته باشد. بر این اساس یکی از اقداماتی که لازم بود انجام شود، اتصال دستگاه‌های کارت‌خوان به پرونده‌های مالیاتی بود. در این ارتباط اواسط مهرماه معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی از فعالیت ۸ میلیون ابزار پرداخت در کشور و اتصال همگی آنها به پرونده مالیاتی خبر داد. بر اساس اظهارات او اتصال کارت‌خوان‌ها و درگاه‌های پرداخت اینترنتی پس از دو سال همکاری شبکه پرداخت، مردم، سازمان امور مالیاتی و بانک مرکزی

بخش صنعت در دور باطل تورم

چرا تسهیلات بانکی به رونق تولید منجر نمی‌شود؟



یکی از اصلی‌ترین چالش‌های حوزه تولید و صنعت، موضوع تأمین سرمایه در گردش است؛ حتی آن‌طور که رئیس سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی می‌گوید این موضوع از مهم‌ترین دلایل تعطیلی صنایع در کشور محسوب می‌شود.

در این بین شبکه بانکی همواره به‌عنوان راهکاری برای تأمین مالی تولید و صنعت در کشور مورد تأکید قرار گرفته است؛ در واقع واحدهای تولیدی و صنعتی (سوی از تقاضاهای سوداگرایانه) که طی سال‌های گذشته زیر فشار تورم، با افزایش هزینه‌های تولید و در اغلب موارد با سرکوب قیمتی مواجه شده‌اند، برای دستیابی به سرمایه در گردش دست به دامان بانک‌ها می‌شوند.

به گزارش خبرگزاری مهر، بررسی آخرین وضعیت تسهیلات‌دهی شبکه بانکی (برنامه تولید و اشتغال در قالب طرح تبصره ۱۸) حوزه تولید و صنعت نشان می‌دهد که تا پایان تیرماه سال جاری از مجموع ۷ هزار و ۸۳ درخواست تسهیلات که از سوی بنگاه‌های کوچک و متوسط به شبکه بانکی ارسال شده، تنها هزار و ۸۳۵ مورد به بانک‌ها معرفی شده‌اند و ۶۰۷ مورد نیز تسهیلات دریافت کرده‌اند.

در این بین رقم درخواستی واحدهای صنعتی بیش از ۱۵ هزار میلیارد تومان بود که شبکه بانکی توانسته است فقط رقمی در حدود ۵ هزار و ۶۰۰ میلیارد تومان بپردازد. به این ترتیب شبکه بانکی فقط به یک سوم از درخواست‌های صادره برای دریافت تسهیلات پاسخ مثبت داده است؛ در واقع میان میزان تقاضا برای دریافت تسهیلات

به سرمایه در گردش دارد و از طرف دیگر نمی‌تواند این نیاز خود را برطرف کند.

همچنین علاوه بر مسئله یادشده، بسیاری از واحدهای تولیدی با توجه به تورم موجود و شرایطی که دارند، توان بازپرداخت تسهیلات دریافتی را ندارند که همین امر موجب افزایش معوقات بانکی و جریمه‌های سرسام‌آور روزانه می‌شود. بر همین اساس، وابستگی صنایع به تسهیلات بانکی برخلاف تصور مسئولان، نه تنها منجر به بازگشت رونق به این بخش نمی‌شود بلکه هم موجب بدهکار شدن واحدهای تولیدی و از آن طرف فریز شدن منابع شبکه بانکی می‌شود و هم رکود را در این بخش عمیق‌تر می‌کند.

بنابراین همان‌طور که تأکید شد، دولت باید تمام توان خود را در جهت کاهش نرخ تورم و رقابتی و بهره‌ور کردن صنایع کشور قرار دهد زیرا در غیر این صورت، ستون فقرات اقتصاد کشور درگیر رکود و بدهی‌هایی می‌شود که تبعات سختی را به همراه خواهد داشت.

و تسهیلات پرداخت شده، شکاف حدوداً ۱۰ هزار میلیارد تومانی وجود دارد.

تورم، صنعت را در دور باطل گرفتار کرده است

نکته قابل توجه این است که همان‌گونه که مسئولان مختلف به‌ویژه در بخش خصوصی تأکید می‌کنند، دولت باید اولویت نخست خود را کاهش نرخ تورم قرار دهد چراکه هرچقدر افسار تورم رهاتر باشد به همان میزان نیز صنایع در بخش‌های مختلف به‌ویژه در استخدام نیروی کار، هزینه خرید مواد اولیه و موجودی مواد اولیه در تنگنا قرار می‌گیرند و همین مسئله موجب افزایش تمایل این بخش به دریافت تسهیلات بیشتر می‌شود.

این در حالی است که شبکه بانکی به دلیل چالش‌های فراوانی که دارد نمی‌تواند به‌عنوان ابزار قابل‌اعتمادی برای رفع نیازهای صنعت و تولید نقش‌آفرینی کند؛ موضوعی که موجب می‌شود صنعت کشور در یک دور باطلی بیفتد که از یک‌طرف نیاز

کمیسیون توسعه صادرات غیرنفتی اتاق ایران گزارش داد

صدور ۱۷۵۸ بخشنامه گمرکی در ۶ سال گذشته



گزارش «روند صدور بخشنامه‌های گمرکی در سال‌های اخیر» توسط کمیسیون توسعه صادرات غیرنفتی اتاق ایران منتشر شد. بر اساس این گزارش، کاهش و اجتناب از صدور و ابلاغ بخش‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های گمرکی متعدد و تسهیل در فرآیندهای فرآوری تجارت سبب بهبود فضای کسب و کار کشور می‌شود. از طرفی کاهش هزینه‌های تجارت و تسهیل در تامین مواد اولیه در مورد نیاز صنایع و همچنین افزایش شرایط دسترسی به بازارها، مانع‌زدایی و رونق تولید را فراهم خواهد کرد.

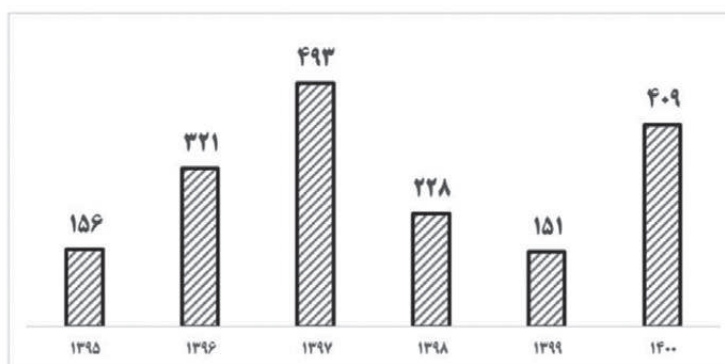
سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی نسبت به عدم ثبات در سیاست‌گذاری‌ها و ایجاد فضای نااطمینانی به شدت حساس هستند؛ اما تجارت خارجی در سال‌های اخیر به شدت از تحریم‌ها متاثر شد که در نتیجه آن دسترسی به درآمدهای ارزی و تامین کالاها از محل واردات با مشکل

مواجه شد. در این شرایط، سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان برای خروج از این وضعیت، در حوزه‌های مختلف از جمله تجارت خارجی، تنظیم بازار داخلی، تامین مالی و غیره برنامه‌ها و اقدامات مختلفی در دستور کار قرار دادند. در این شرایط و بنا به محدودیت‌های موجود، بخش‌نامه‌ها و آیین‌نامه‌های مختلفی صادر شد که حجم زیاد این بخشنامه‌ها برای واردات و صادرات مشکلاتی ایجاد کرد.

به‌گفته صاحب‌نظران در برخی موارد تعارض قوانین و مقررات تجارت کشور با این بخش‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های صادره نیز مشاهده می‌شود؛ علاوه بر این در برخی دیگر از موارد، عدم ثبات و پایداری بخشنامه‌های صادرشده باعث ایجاد مشکلات متعدد و عدم قطعیت و بی‌اعتمادی فعالان اقتصادی شده است.

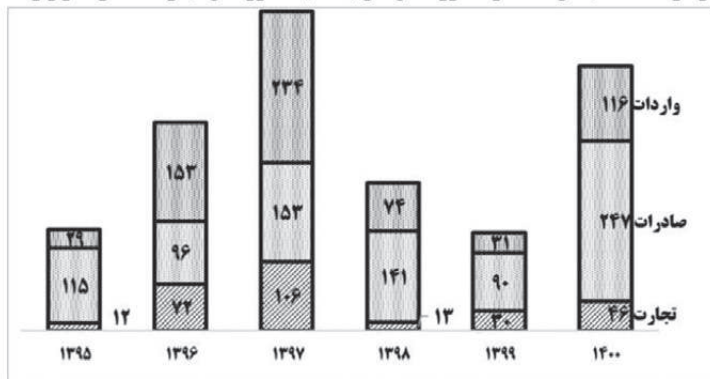
در بخشی از این گزارش تاکید شده که مشارکت فعال بخش خصوصی در جلسات کارشناسی و مشورتی می‌توانست از تعدد این بخشنامه‌ها بکاهد و تبعات زیان‌بار صدور بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌ها را به حداقل برساند. همچنین اطلاع‌رسانی به‌هنگام، زمان‌بندی مناسب و موثر و انضباط منطقی در اجرا می‌توانست یک رویه معین و مشخصی را حاکم کند. به اعتقاد برخی فعالان بخش خصوصی

نمودار ۱: تعداد کل بخش‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های صادرشده از سوی گمرک



ماخذ: یافته‌های تحقیق

نمودار ۲: تعداد بخش‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های به تفکیک حوزه کل تجارت، صادرات و واردات



ماخذ: یافته‌های تحقیق

گمرک افزایش شدیدی پیدا کرد. بررسی دقیق بخش‌نامه‌های ابلاغی سال ۱۴۰۰ نشان می‌دهد که بخش غالب آنها (حدود ۲۴۷ مورد، ۶۰ درصد) مرتبط با صادرات بوده است. این تعداد از بخش‌نامه‌های ابلاغی مربوط به صادرات عمدتاً در خصوص ساماندهی واحدهای صادراتی (۱۱۸ مورد) و محاسبه درصد ارزشی میزان ساخت داخل (IPI) (۵۵ مورد) بوده است.

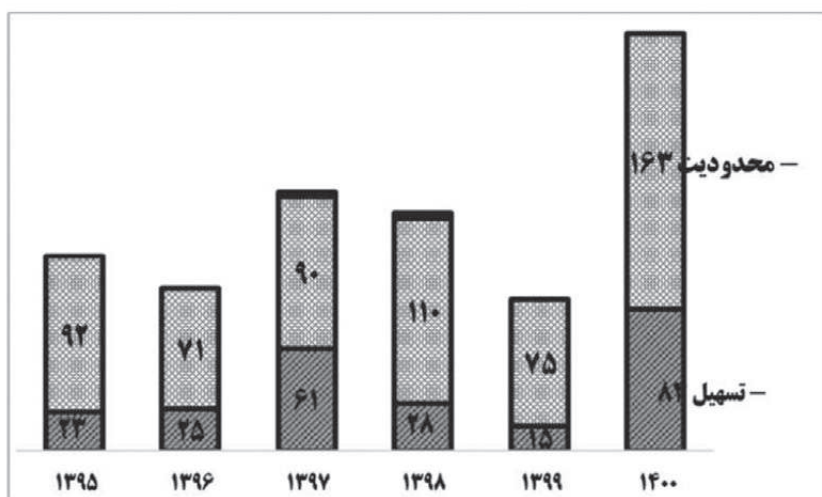
صادرات و واردات بوده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که به‌طور کلی حدود ۴۸ درصد بخش‌نامه‌ها مربوط به صادرات و ۳۶ درصد آنها نیز مربوط به واردات و ۱۶ درصد مرتبط با هر دو حوزه صادرات و واردات بوده است. برخلاف سال‌های ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ که تعداد بخش‌نامه‌ها در مقایسه با سال ۱۳۹۷ به نحو چشمگیری کاهش یافته بود، در سال ۱۴۰۰ به یکباره بخش‌نامه‌های ابلاغی

تعدد صدور بخشنامه‌ها و تناقض دستورالعمل‌ها مشکل بروکراسی اداری در کشور را پیچیده‌تر کرده است، به‌طوری که طی یک‌سال اخیر، فعالان اقتصادی با هر بار حضور در یک سازمان دولتی با بخشنامه جدیدی مواجه می‌شوند که در بسیاری موارد با مقررات قبلی در تناقض است و عملاً این اتفاق روند فعالیت اقتصادی و تجاری را بسیار کند و در برخی موارد متوقف کرده است. اگرچه گمرک کشور ابلاغ کننده این بخش‌نامه‌ها است، اما مرجع اصلی صدور آنها در بسیاری از موارد دستگاه‌های اجرایی مسئول از قبیل سازمان‌های نظارتی، کارگروه تنظیم بازار و بانک مرکزی و غیره هستند.

طبق این گزارش، با نگاهی به روند صدور بخشنامه‌های گمرکی طی سال‌های ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۰، مشاهده می‌شود که در مجموع ۱۷۵۸ بخشنامه و دستورالعمل صادر شده است که روند صدور آنها سوی نهادهای ذیربط تا سال ۱۳۹۷ صعودی بوده و با توجه به تشدید محدودیت‌های ناشی از تحریم از ۱۵۶ مورد در سال ۱۳۹۵ به ۴۹۳ مورد در سال ۱۳۹۷ افزایش یافت؛ اوج صدور بخش‌نامه‌های در سال ۱۳۹۷ بدنبال خروج آمریکا از برجام و افزایش نرخ ارز (دلار) و ایجاد عدم توازن در بازارها به خصوص بازرگانی خارجی و صلاحدید سیاست‌گذاران و نهادهای برنامه‌ریزی بر ضرورت کنترل صادرات و مدیریت واردات کشور صورت پذیرفت.

در بررسی بخش‌نامه‌ها به تفکیک صادرات و واردات ملاحظه می‌شود که در کل دوره مورد بررسی حدود ۴۸ درصد بخش‌نامه‌ها مربوط به صادرات و ۳۶ درصد آنها نیز مربوط به واردات و ۱۶ درصد مرتبط با هر دو حوزه

نمودار ۳: وضعیت تسهیل یا محدودیت‌کنندگی بخش‌نامه‌های ابلاغی در حوزه صادرات



ماخذ: یافته‌های تحقیق



درس‌هایی از برنامه ششم توسعه

مسعود خوانساری رئیس اتاق تهران

۲. میانگین رشد سالانه تورم: آمار و داده‌های موجود نشان می‌دهند که قیمت‌ها در طول پنج‌سال اجرای برنامه معادل ۴,۷۶ برابر شده است؛ یعنی در طول این سال‌ها حدوداً هر سال قیمت‌ها ۱۰۰ درصد افزایش یافته که بیانگر وضعیت ناهنجار عدم‌ثبات اقتصادی در کشور است. این اتفاق باعث عدم صرفه سرمایه‌گذاری در بخش‌های مولد شده و سرمایه‌ها را به سمت بخش‌های غیرمولد سوق داده است.

۳. وضعیت تشکیل سرمایه ثابت ناخالص: این شاخص اقتصادی به‌عنوان یکی از عوامل اصلی رشد اقتصادی در طول سال‌های برنامه ششم کاهش شدیدی داشته است. طبق اعلام بانک مرکزی، در برنامه پنج‌ساله ششم، میزان خروج سرمایه ۴۵ میلیارد دلار (سالانه ۹ میلیارد دلار) بوده است که البته این رقم خوش‌بینانه به نظر می‌رسد؛ زیرا بخش مهمی از اقتصاد ما زیرزمینی و غیرشفاف است و از نظر بخش خصوصی میزان خروج سالانه سرمایه بیش از این ارقام است. همچنین میزان موجودی سرمایه، در سال‌های گذشته کاهش یافته، به نحوی که در سال‌های اخیر، میزان جذب سرمایه جدید تکافوی میزان استهلاک سرمایه‌های موجود در کشور را نمی‌دهد؛ در حالی که برابر اهداف در نظر گرفته‌شده در برنامه ششم، موجودی سرمایه باید سالانه ۲۱,۴ درصد رشد پیدا می‌کرد؛ اما در عمل در طول برنامه ششم ۲۸,۸ درصد یعنی سالانه ۵,۷۶ درصد کاهش یافته است.

۴. رشد بهره‌وری: همان‌گونه که می‌دانید، رشد اقتصاد از دو طریق حاصل می‌شود؛ یکی تزریق سرمایه و نیروی کار بیشتر به سیستم اقتصادی و دوم، استفاده بهتر از سرمایه و نهادهای در اختیار که به آن رشد اقتصادی مبتنی بر بهره‌وری گفته می‌شود. براساس برنامه ششم مقرر بوده است که رشد سالانه بهره‌وری معادل ۲,۸ درصد باشد؛ اما متأسفانه در طول اجرای برنامه، رشد این بخش برابر صفر بوده که نشان می‌دهد در اقتصاد ایران بسیاری از ساختارها و سیاست‌های موجود، مشوق بهره‌وری نبوده یا حداقل سازگار با بهره‌وری نیستند.

برنامه توسعه، نقشه راه میان‌مدت پیشرفت و زیربنایی برای پیشبرد اهداف اساسی و کلیدی کشور محسوب می‌شود، از همین رو، تدوین واقع‌بینانه برنامه‌های توسعه نقش مهمی در پیش‌بینی‌پذیری و هدف‌گذاری برای بهبود وضعیت کشورها دارد. در طول ۴۳ سال بعد از پیروزی انقلاب تاکنون، شش برنامه پنج‌ساله توسعه تدوین و اجرایی شده است و حالا در آستانه تدوین جزئیات و اجرای برنامه پنج‌ساله هفتم قرار داریم که سیاست‌های کلی آن چندی قبل از سوی مقام معظم رهبری به سران قوا ابلاغ شد.

در سیاست‌های کلی برنامه هفتم توسعه، پیشرفت اقتصادی توأم با عدالت با رسیدن به نرخ رشد اقتصادی متوسط ۸ درصد در طول برنامه با تاکید بر افزایش بهره‌وری کل عوامل تولید و تک‌رقمی کردن تورم طی پنج‌سال آینده، هدف‌گذاری شده است که چشم‌انداز بزرگ و مناسبی است و ان‌شاءالله بتوان به آنها دست پیدا کرد. اما قطعاً برای رسیدن به موفقیت در برنامه هفتم لازم است تحلیلی از عملکرد برنامه ششم ارائه شود و ناکامی‌ها و توفیقاتی که وجود داشته بررسی شود تا بتواند در تدوین و اجرای برنامه هفتم مورد توجه قرار گیرد.

نگاهی به دستاوردهای برنامه ششم توسعه در حوزه اقتصاد نشان می‌دهد که متأسفانه در عمل، این برنامه توفیق‌چندانی نداشته، از همین رو ضروری است که از اشتباهات گذشته برای رسیدن به موفقیت در برنامه آینده درس گرفت. بهتر است برای رسیدن به تصویری جامع از برنامه ششم توسعه و مقایسه دستاوردها با هدف‌گذاری‌ها در ابتدا عملکرد برنامه در چند شاخص مهم اقتصادی مورد بررسی قرار گیرد:

۱. تولید ناخالص داخلی: در موضوع تولید ناخالص داخلی برابر پیش‌بینی برنامه پنج‌ساله ششم توسعه باید سالانه رشد متوسط ۸ درصدی به دست می‌آمد. این هدف برای برنامه هفتم هم در نظر گرفته شده است. در واقع در طول پنج‌سال برنامه ششم توسعه، باید معادل ۴۶,۹ درصد رشد حاصل می‌شد؛ اما آنچه در نهایت به دست آمده، رشدی معادل ۳,۴۴ درصد است.



چرا وضعیت بهره‌وری در ایران مناسب نیست؟

بهره‌وری بنگاه‌ها از طریق نوآوری، بهبود فرآیندها، آموزش نیروی انسانی، مدیریت هزینه‌ها، انتقال فناوری و نظایر آن تحقق پیدا می‌کند و در نهایت به افزایش بهره‌وری در کل اقتصاد منجر می‌شود؛ در حالی که با افزایش موانع تجاری، ممانعت از رقابت آزاد و استفاده از تکنولوژی عقب‌افتاده، اقتصاد کشور دچار مشکل شده است. همچنین سهم زیاد بخش عمومی در اقتصاد ایران با توجه به کمبود بهره‌وری و کارایی در بخش عمومی نسبت به بخش خصوصی موجب کاهش رشد بهره‌وری شده است.

شاهد هستیم که ساختار سیاست‌های حمایتی به گونه‌ای است که انگیزه افزایش بهره‌وری را در بخش‌های مختلف اقتصاد از بین می‌برد. علاوه بر این، مداخله دولت و پایین نگه‌داشتن قیمت‌ها در بخش‌های تولیدی و مخصوصاً انرژی باعث بی‌توجهی به انرژی‌های نو در کشور در مقایسه با سایر کشورها شده است، به نحوی که در سال ۲۰۱۴ سهم تولید ایران از مجموع تولید انرژی‌های نو در جهان کمتر از ۰٫۱ درصد بوده است و در مقابل هند ۱۱ درصد، برزیل ۶ درصد و پاکستان ۴ درصد در تولید انرژی‌های نو در جهان سهم داشته‌اند.

در این بین، افزایش بهره‌وری انرژی در بخش‌های خانگی، حمل‌ونقل و صنعت کاملاً به اصلاح قیمت‌ها در بازار انرژی وابسته است. طبق برآوردهای سازمان برنامه، سالانه ۷۶ میلیارد دلار یارانه انرژی در کشور داده می‌شود و طبق برآوردهای سازمان بین‌المللی انرژی این عدد ۱۰۰ میلیارد دلار است که نه‌تنها در اقتصاد کشور نقش مثبتی بازی نمی‌کند، بلکه نقش مخربی در تولید و مصرف بیش از اندازه انرژی دارد.

همچنین در کشور شاهدیم که در بخش عمومی حدود ۱۳۰۰ هزار میلیارد تومان خرج دولت است. حدود ۲۳۰۰ هزار میلیارد تومان نیز مخارج شرکت‌های دولتی است که این اعداد نشان‌دهنده دولتی بودن بخش عمده‌ای از اقتصاد است. باید دولت در یک ضرب‌الاجل خود را از شر اداره اقتصاد رها کند و اقتصاد را هم از شر مدیریت دولتی نجات دهد. به علاوه اجرای سیاست‌هایی مانند بودجه‌ریزی بر مبنای عملکرد و افزایش شفافیت و پاسخگویی نهادهای دولتی و عمومی در بخش‌هایی که دولت اجبار به مدیریت دارد، باعث ارتقای بهره‌وری خواهد شد.

در این بین، با بررسی و نگاهی به عملکرد و وضعیت شاخص‌های اقتصادی برنامه اجرا شده ششم توسعه می‌توان به عوامل اصلی ناکامی‌های این برنامه رسید؛ شکست‌هایی که درس گرفتن از آنها می‌تواند در رسیدن به موفقیت در برنامه هفتم راهگشا باشد:

۱. افت سرمایه اجتماعی: مهم‌ترین عامل عدم موفقیت برنامه

ششم توسعه، افت شدید سرمایه اجتماعی بود که باعث شد سرمایه‌گذاری کاهش پیدا کند و به سمت بخش‌های غیرمولد و زودبازده سوق یابد. همچنین افت سرمایه‌های اجتماعی به خروج سرمایه منجر شده است. خروج سرمایه آفت بزرگی در سال‌های گذشته بوده که همچنان ادامه دارد و باعث شده است رشد سرمایه‌گذاری نسبت به استهلاک، منفی شود. علاوه بر این، در این دوره شاهد روند رو به افزایش مهاجرت نخبگان از ایران بوده و هستیم. به‌عنوان مثال، هفته گذشته گزارشی اعلام شد که نشان می‌دهد فقط در سال گذشته ۱۶۰ متخصص قلب از کشور خارج شده‌اند و در همه بخش‌ها چنین روندی وجود داشته که بسیار نگران‌کننده است و می‌تواند باعث شود که در سال‌های آینده با کمبود نیروهای متخصص در داخل مواجه شویم.

۲. مدیریت و حکمرانی نادرست اقتصادی: امروزه تقریباً

تمامی متخصصان، فعالان اقتصادی، مدیران و تصمیم‌گیران کشور تاکید دارند که مساله اول ایران، بازسازی اقتصاد بر مبنای عمل به مولفه‌های حکمرانی مطلوب و فاصله‌گرفتن از رفتارهای غیرکارشناسی است که متأسفانه در سال‌های گذشته به‌صورت گسترده شاهد بودیم و باعث ناکامی در رسیدن به اهداف برنامه ششم توسعه هم شده است.

۳. تصدی‌گری دولت و اقتصاد دولتی: عملکرد دولت‌ها در

سال‌های گذشته نشان داده است که برای تحقق هر برنامه توسعه در کشور چاره‌ای جز واگذاری کار به مردم و بخش خصوصی وجود ندارد. دولت باید نقش رگولاتوری و نظارتی داشته باشد و کار را به بخش خصوصی و مردم واگذار کند.

۴. تحریم: تحریم در سال‌های گذشته مثل موربانه اقتصاد کشور

را خورده و عدم انتقال تکنولوژی‌های جدید باعث کاهش بهره‌وری شده است. تحریم علاوه بر هزینه‌های زیادی که به واردات و صادرات کشور وارد آورده و برآورد می‌شود حدود ۲۰ درصد است، عدم‌نفع بسیار شدیدی برای اقتصاد ایران داشته که شاید سالانه بیش از صدها میلیارد دلار باشد. مثلاً تنها در حوزه نفت و گاز ارقام سر به فلک می‌زند؛ مانند برداشت از میدان گازی پارس جنوبی و قرارداد قطر با چهار شرکت بزرگ نفتی برای استخراج گاز از این میدان مشترک.

امیدوارم زمانی که مسئولان دولت برنامه هفتم توسعه را اجرا می‌کنند، ناکامی‌های برنامه ششم را در نظر بگیرند تا ان‌شاءالله بتوانیم به اهداف برنامه هفتم دست یابیم و پنج‌سال آینده باز هم شاهد کارنامه ناموفق دیگر نباشیم.



صادرات در محاصره تصمیمات کوتاهمدت

حسین سلاح‌پوری نایب رئیس اتاق ایران

و ضعف حاکمیت در تضمین اجرای قراردادهای مدنی و تجاری مقیاس‌پذیری را دشوار ساخته است. همه این عوامل و بسیاری از عوامل دیگر سبب شده تا نقش سیگنال بهره‌وری در سازمان‌دهی منابع و فعالیت‌های اقتصاد ایران بسیار ناچیز باشد و به این ترتیب کسب و کارهای فعال در این اقتصاد در میان‌مدت و درازمدت شانس برای مواجهه با رقبای خارجی در بازارهای بین‌المللی نداشته باشند.

کشش چو نبود از آن سو، چه سود کوشیدن

فرض کنیم تولیدکننده ایرانی از هفت‌خوان موانع تولید رقابت‌پذیر در داخل کشور گذشته است و موفق به ساخت کالایی شده که در بازارهای جهانی می‌تواند نظر مشتریان را به خود جلب نماید. در این مرحله هنوز عرضه رقابت‌پذیر منوط به کاهش هزینه مبادله در تجارت فرامرزی است. فعال اقتصادی ایرانی تحت تأثیر عواملی در حوزه سیاست خارجی و اقتصاد سیاسی ناچار به پرداخت هزینه‌های هنگفت و مواجهه با موانع بلندی در بازارهای فرامرزی است که فعالان سایر کشورها عملاً از آن معاف هستند. هزینه کار با دلان غیرمعتبر (همان چیزی که به دور زدن تحریم‌ها معروف شده)، محرومیت از دسترسی به نظام مالی و اعتباری بین‌المللی، محرومیت از دسترسی به خدمات لجستیک و فروش بین‌المللی و البته ریسک‌گریزی شرکت‌های معتبر در مقیاس جهانی که سبب می‌شود تولیدکننده ایرانی شانس برای بهره‌مندی از مواهب قراردادهای درازمدت زنجیره ارزش بین‌المللی تولید و تجارت نداشته باشد در خارج از مرزها، و سیاست‌های واپس‌گرایانه‌ای همچون پیمان‌سپاری و نامشخص و متزلزل بودن اصول حکمرانی اقتصادی در باب ارز و قیمت آن در داخل کشور، هزینه مبادله و ریسکی به تولیدکننده ایرانی تحمیل می‌کند که حتی به فرض تولید کالای رقابت‌پذیر، عرضه رقابت‌پذیر آن را ناممکن می‌سازد.

چون جمع شد معانی، گوی بیان توان زد

کوتاه‌سخن آنکه هرچند جهش صادراتی برای کشوری با ظرفیت‌ها و امکانات ایران در شرایطی که تجارت جهانی از رشدی پایدار و قدرتمند برخوردار است، کاملاً امکان‌پذیر است، اما تحقق این امر نیازمند همت و عزمی راسخ برای بازنگری در اصول اقتصاد سیاسی، سیاست خارجی و حکمرانی اقتصادی کشور است. دوره‌ای که سازمان‌های تخصصی حوزه توسعه تجارت بتوانند تسهیل‌گری در حوزه موانع فنی صادرات کمک معناداری به تغییر وضعیت تجارت بین‌المللی کشور بکنند، گذشته است. امروز سیاست‌گذاران ارشد کشور باید یک‌بار برای همیشه تصمیم بگیرند که آیا توسعه اقتصادی را اولویت راهبردی امروز ایران می‌دانند؟ اگر پاسخ این سؤال مثبت است؛ راه ساده‌ای برای گرفتن تصمیماتی دشوار پیش‌روی ماست که تنها شانس واقع‌بینانه ایران برای بازسازی این اقتصاد بحران‌زده است.

در حالی که رهایی اقتصاد کشور و معیشت ملت از وضعیت موجود تقریباً هیچ چاره‌ای جز جهش صادراتی ندارد، چشم‌انداز تغییر وضعیت نابسامان صادرات در کشور نیز با موانع و چالش‌های بسیار جدی مواجه است. مشکلات پیش‌روی توسعه صادرات در ایران را می‌توان در یک نگاه کلی به دو دسته اصلی تقسیم کرد: الف) مشکلات ناشی از ضعف مزیت‌های رقابتی بالفعل در تولید محصول و سرویس ب) مشکلات ناشی از بالا بودن هزینه مبادله برای تجار ایرانی در عرصه بین‌المللی و عدم دسترسی به ابزارهای مناسب این حوزه.

طبیعتاً اولین و اساسی‌ترین شرط توسعه صادرات برخورداری از توان و ظرفیت تولید محصول و خدمتی است که قابلیت رقابت‌پذیری در فضای تجارت بین‌الملل داشته باشد. فعالان اقتصادی ایرانی اما برای رسیدن به این نقطه با موانع بسیار زیادی مواجه‌اند که برخی از مهم‌ترین آنها عبارت‌اند از:

۱- بالا بودن هزینه فرصت نقدینگی در اقتصاد ملی

بالا بودن هزینه فرصت نقدینگی در اقتصاد ملی از یک‌سو مستقیماً هزینه‌های مالی تولیدکننده ایرانی را در تأمین سرمایه در گردش افزایش می‌دهد و از سوی دیگر با کاهش تمایل به سرمایه‌گذاری‌های درازمدت در اکوسیستم تولید و تجارت، ارتقای کیفی محصول به‌واسطه توسعه زیرساخت‌های کسب و کار را با چالش مواجه می‌کند.

۲- نبود دسترسی کارآمد به فناوری

امروزه دسترسی کارآمد به بازار فناوری میدانی است که به مدیر و کارآفرین مجال هنرنمایی در زنجیره‌سازی برای خلق ارزش و تولید و عرضه محصول رقابت‌پذیر را می‌دهد. متأسفانه قطع دسترسی فعالان اقتصادی کشور به بازارهای بین‌المللی حوزه فناوری و خدمات تخصصی مربوطه عملاً تولیدکنندگان ایرانی را از مسابقه جهانی تولید و تجارت بیرون گذاشته است. باید به این نکته توجه داشت که نظر به حساسیت شدید بهای تمام‌شده و قابلیت‌اتکای فناوری به مقیاس، برنامه‌های کلون کردن فناوری‌های روز که با نام «خودکفایی» در کشور انجام می‌شود هیچ کمکی در این زمینه به صنعتگران و تولیدکنندگان نمی‌کند و اصولاً یکی از موانع کسب و کارهای دانش‌بنیان توسعه فناوری و دانش فنی در کشور نیز همین عدم دسترسی به زنجیره ارزش جهانی تولید و تجارت است.

۳- ضعف اثربخشی سیگنال بهره‌وری در اقتصاد ایران

تورم مزمن و نااطمینانی‌های شدید، اقتصاد ایران و الگوی تفکر حاکم بر آن را «کوتاه‌مدت» کرده است. روش‌های متنوع توزیع رانت و کیفیت بد محیط کسب و کار سبب شده تا انتخاب طبیعی در اکوسیستم تولید و تجارت کشور علیه ژن سرمایه‌گذاری و نوآوری برای ارتقای بهره‌وری مجموع عوامل تولید عمل کند. اقتصاد سیاسی بیمار

تازه ترین اخبار و اطلاعات مرتبط با نساجی و پوشاک ایران و جهان
را در وبسایت مجله صنعت نساجی و پوشاک دنبال نمایید.

[HTTPS://SANATNASSAJI.COM](https://sanatnassaji.com)

فرم اشتراک مجله صنعت نساجی و پوشاک

نام خانوادگی:	نام:
آخرین مدرک تحصیلی:	محل تولد:
زمینه فعالیت:	نام شرکت:

شهرستان:	شهر:	استان:
آدرس:		
تلفن ثابت:	فکس:	
موبایل:	کد پستی:	
ایمیل:		

اشتراک یکساله با پست سفارشی (تهران): ۳۸۰,۰۰۰ تومان
 اشتراک یکساله با پست سفارشی (شهرستان): ۴۵۰,۰۰۰ تومان
 اشتراک یکساله نسخه الکترونیکی (فایل PDF): ۲۰۰,۰۰۰ تومان

خواهشمند است جهت دریافت اشتراک نشریه یا تمدید اشتراک قبلی، ابتدا فرم ذیل را تکمیل نموده و به شماره فکس مجله ارسال نمایید. سپس جهت پیگیری اشتراک با روابط عمومی نشریه «خانم شکوری» تماس حاصل فرمایید.

آدرس دفتر مجله: تهران، خیابان سهروردی شمالی، خیابان شهید توپچی، پلاک ۳۰
 تلفن: ۸۸۵۱۶۷۹۹ (۱۰ خط) فکس: ۸۸۵۲۵۸۷۲ کد پستی: ۱۵۵۸۸۴۳۱۳

GERMAN FAIR DOMOTEX 2023 TO FOCUS ON SUSTAINABLE PRODUCTS

The Green Collection will be the centerpiece of DOMOTEX 2023 that will take place from January 12-15 in Germany. This show will be the central area in which the topic of sustainability is played out. Exhibitors will have the opportunity to help shape the Green Collection area by showcasing their own product or production process, and thus draw the attention of attendees.

2023 will see DOMOTEX spotlight the current and at the same time key topics of sustainability and environmental protection in the carpet and flooring industry. The lead theme Floored By Nature itself underscores the value-based orientation of DOMOTEX. The special show The Green Collection – the centerpiece of the fair – is aimed at making the lead

theme tangible and bringing it to life for the event's attendees. The exhibiting companies have the opportunity to help shape the Green Collection area by showcasing their products or production processes, and thereby highlight solutions they have developed themselves.

“With The Green Collection, our aim is to create a space for sustainable products that serves as a platform for stimulus and inspiration and as a forum for important topics such as the circular economy and sustainable production, as well as social responsibility, while giving exhibitors the opportunity to have their products honoured by a high-calibre jury.” said Sonia Wedell-Castellano, global director of DOMOTEX, emphasising the intention behind the show.

TEXWORLD, APPAREL SOURCING FAIRS TO BE HELD IN FEB 2023 IN FRANCE

Trade fair Texworld Evolution Paris will open its doors from February 6-8, 2023, at the Paris-Le Bourget Exhibition Centre in France. For three days, Apparel Sourcing Paris and Texworld Paris will highlight global offerings for fashion brands, from ready-to-wear to luxury. For this edition, accompanying the recovery of international business, event organiser Messe Frankfurt France anticipates a participation close to pre-crisis levels for most of the major sourcing countries.

For Texworld Paris, which brings together textile offerings, as well as for Apparel Sourcing Paris,

focused on finished products, the commitments in terms of sqm are, at this stage, higher than the levels reached last July, according to a press release by Messe Frankfurt group. The signs of recovery from the major Asian countries are therefore very positive. As far as China is concerned, the gradual lifting of health constraints on travel is encouraging the already strong demand from exhibitors and manufacturers from this key international sourcing area. Despite the uncertainties of the health situation, the desire to come is there, and the presence of more than a hundred Chinese companies is already confirmed.



TEXTILE-PRODUCING NATIONS UNITE TO REDUCE CHEMICAL WASTE

The Governments of Bangladesh, Indonesia, Pakistan and Viet Nam have joined forces to fight chemical pollution, launching a joint \$43-million programme to manage and reduce hazardous chemicals in their textiles industries.

Employing over 10 million people, the four nations' textile sectors account for near 15% of global clothing exports. However, the economic benefits of the industry come at a cost, with the sector being one of the world's major users of Persistent Organic Pollutants (POPs) and per- and polyfluoroalkyl substances (PFAS), a family of approximately 12,000 synthetic chemicals which do not break down and accumulate in the environment, threatening human and ecosystem health.

Wet processing factories, where materials are turned into fabrics through bleaching, printing, dyeing, finishing and laundering typically use 0.58 kg of chemical inputs for every 1 kg of fabric produced. These compounds leak into the environment at all phases of the textile lifecycle, from production to use, disposal and recycling.

The five-year programme will bring the four countries together to align public policy on the textile sector with international best practice, including on supply chain transparency, investment for chemical management and eco-innovation, and occupational health and safety, creating the enabling environment needed to phase out PFAS and other chemicals of concern.

KARL MAYER PARTNERS WITH LEADING DENIM BRANDS

Karl Mayer continues to be successful in the denim sector and sees itself as an important partner for the influential players in the industry. The company is establishing relationships with leading brands and recently signed an agreement to pursue a joint project with Levi Strauss & Co. for a more sustainable indigo dyeing process.

With its Prodye-S unit Karl Mayer is already a leader in the fashion market, and its Prodye-R is increasingly becoming established in the rope dyeing process. Greendye, an innovation launched at the 2019 Barcelona ITMA, is based on a nitrogen dyeing system, and its advantages include highly reduced chemical consumption, best dyeing efficiency, and significant water savings.

The arguments for more sustainability and economic efficiency are convincing. This year, the innovative global player Nien Hsing was the first manufacturer to invest in Greendye by Karl Mayer. The first machine will be delivered to Taiwan by end of this year.

The Karl Mayer Research & Development Center for Denim offers the opportunity to test the performance of Greendye by Karl Mayer on a pilot plant with individual trials. "The customer can come to us with his yarn. We dye and warp it and process it with our Italian partners into fabrics that he can compare with his previous goods," explains Stefano Agazzi, Chief of Technology and Products at Karl Mayer.

ITALY'S TEXTILE INDUSTRY PROJECTED TO MAKE FULL RECOVERY IN 2022

The Italian textile and garment industry is expected to make a complete recovery in 2022 to pre-pandemic levels of 2019, and then return to growth in 2023, according to industry watchers and players. However, the structure of the textile and clothing industry in Italy will have to undergo a profound transformation in the coming five years.

The Confindustria Moda (Italian Federation of Textiles, Fashion, and Accessories) has defined this transformation as a cultural change. There is a need for Italy's textile industry to address two crucial issues: the evolution towards a production system that is more environmentally sustainable, and digitisation of the supply chain, which must include SME players.

"Entrepreneurs in the textile industry have re-

alised the urgency of enacting the digital transformation of their businesses and this is precisely why ACIMIT has accelerated its Digital Ready project for certifying Italian textile machines that adopt a common set of data, in order to more easily integrate with the operating systems of their client businesses," Alessandro Zucchi, president of the Association of Italian Textile Machinery Manufacturers (ACIMIT), said in 'The Italian Textile Industry' published by ITMA Services, organiser of ITMA 2023.

Despite 2020 being a particularly difficult year for the textile and clothing industry, the textile machinery sector remained resilient, particularly in exports. Italy is the fourth country in the world for textile machinery exports, with a 10 per cent share.

GLOBAL HOME TEXTILES MARKET TO GROW AT 3.51% TO REACH \$151 BN BY 2025

The global home textiles market is expected to grow at an annual rate of 3.51 per cent between 2020-2025. The market size will reach \$151.825 billion by 2025. China will maintain its dominance position in the segment, and will also remain the largest home textiles market in the world with a share of over 28 per cent. India may achieve highest growth.

According to Fibre2Fashion's market insight tool TexPro, global market size of home textiles was recorded at \$110 billion in 2016. It grew to \$127.758 billion in 2020 and \$132.358 billion in 2021. The market is expected to grow to \$136.990 billion in

2022, \$141.648 billion in 2023, \$146.606 billion in 2024 and \$151.825 billion in 2025. The market is likely to have average annual growth rate of 3.51 per cent between 2020-2025.

China will maintain its dominant position in the global home textiles market. Chinese textile market was \$27.907 billion in 2016, which grew to \$36.056 billion in 2020, and \$38.292 billion in 2021. The market will grow to \$40.581 billion in 2022, \$42.928 billion in 2023, \$45.411 billion in 2024 and \$48.036 billion in 2025. The market is likely to have an average annual growth rate of 5.90 per cent between 2020-2025, as per TexPro.



EXPORTS FROM IRAN TEXTILE, CLOTHING INDUSTRIES UP 12% IN H1

The weight of exports from Iran's clothing and textile industries increased by 12 percent in the first six months of the current Iranian calendar year (March 21-September 22), compared to the figure for the preceding year's first half, a deputy with the Ministry of Industry, Mining and Trade said.

Mohammad-Mehdi Baradaran said the country's petrochemical plants have increased their production of raw materials for the clothing industry and that has resulted in increasing the production of clothing and garments in the country, IRIB reported. "According to the agreements made with the Textile Industries Association, National Petrochemical Company (NPC) increased its production, which reduced the price of yarn. However, since the cost of production in the clothing industry is high, each of this industry's chains must reduce

their costs in order for the final product, which is clothing, to become more competitive [considering foreign commodities]," Baradaran said.

Referring to the job-creating potential of clothing production units, the official said: "In the current year, over 422,000 jobs have been created in various industries, and some clothing units have seen a 20 percent increase in employment."

He considered the export of clothing and the competitiveness of this industry as one of its advantages and said: "We will not let this industry go stagnant due to imports."

The textile industry in Iran has a long history and is one of the most important sectors for employment. The value of exports from Iran's clothing and textile industries in the previous Iranian calendar year 1400 increased by eight percent compared to the figure for the preceding year.

CHINA'S TEXTILES & APPAREL EXPORTS AT \$220 BN IN JAN-AUG 2022

China's exports of textiles, apparel and clothing accessories increased to \$220.302 billion in the first eight months of the current year, registering a growth of 11.11 per cent year-on-year. The latest monthly data released by the General Administration of Customs of China shows that the country's garment exports grew 11.6 per cent in the same period.

Garments and clothing accessories exports reached \$118.034 billion in the first eight months, which was 11.6 per cent higher than the

same period of last year. China's textile exports, including yarn, fabrics and others, registered a growth of 10.2 per cent year-on-year and the shipment reached \$102.268 billion in January-August 2022.

Textile and apparel exports during August 2022 amounted to \$30.975 billion. Out of this, textile, yarn and articles exports earned \$12.490 billion, while garments and clothing accessories fetched \$18.485 billion in August this year, as per the data.

* EXPORTS FROM TEXTILE, CLOTHING INDUSTRIES UP 12% IN H1

- The weight of exports from Iran's clothing and textile industries increased by 12 percent in the first six months of the current Iranian calendar year (March 21-September 22), compared to the figure for the preceding year's first half, a deputy with the Ministry of Industry, Mining and Trade said...page63

* CHINA'S TEXTILES & APPAREL EXPORTS AT \$220 BN IN JAN-AUG 2022

- China's exports of textiles, apparel and clothing accessories increased to \$220.302 billion in the first eight months of the current year, registering a growth of 11.11 per cent year-on-year. The latest monthly data released by the General Administration of Customs of China shows that the country's garment exports grew 11.6 per cent in the same period...page63

* ITALY'S TEXTILE INDUSTRY PROJECTED TO MAKE FULL RECOVERY IN 2022

- The Italian textile and garment industry is expected to make a complete recovery in 2022 to pre-pandemic levels of 2019, and then return to growth in 2023, according to industry watchers and players. However, the structure of the textile and clothing industry in Italy will have to undergo a profound transformation in the coming five years...page62

* GLOBAL HOME TEXTILES MARKET TO GROW AT 3.51% TO REACH \$151 BN BY 2025

- The global home textiles market is expected to grow at an

annual rate of 3.51 per cent between 2020-2025. The market size will reach \$151.825 billion by 2025. China will maintain its dominance position in the segment...Page 62

* TEXTILE-PRODUCING NATIONS UNITE TO REDUCE CHEMICAL WASTE

- The Governments of Bangladesh, Indonesia, Pakistan and Viet Nam have joined forces to fight chemical pollution, launching a joint \$43-million programme to manage and reduce hazardous chemicals in their textiles industries...page61

* KARL MAYER PARTNERS WITH LEADING DENIM BRANDS

- Karl Mayer continues to be successful in the denim sector and sees itself as an important partner for the influential players in the industry. The company is establishing relationships with leading brands and recently signed an agreement to pursue a joint project with Levi Strauss & Co. for a more sustainable indigo dyeing process...page61

* GERMAN FAIR DOMOTEX 2023 TO FOCUS ON SUSTAINABLE PRODUCTS

- The Green Collection will be the centerpiece of DOMOTEX 2023 that will take place from January 12-15 in Germany. This show will be the central area in which the topic of sustainability is played out. Exhibitors will have the opportunity to help shape the Green Collection area by showcasing their own product or production process, and thus draw the attention of attendees...page60

Holder of License & Chairman: Jamshid Bassiri

Executive Director: Alireza Hashemi

Scientific Advisors: Mohammad Nikpanje, Ehsan Soltani

Design & Layout: Masoud Imani

Public Relations Officer: Saeedeh Shakoori

Coordination: Hossein Kiani

Colleagues of this Issue: Nima Bassiri, HamidReza Azimi, Ashkan Javadian, Mostafa Moradian, Leila Bibak

Printing Affairs: No.519, Si Metri-ye-Niroo Havayi, Damavand St., IDEAI Printing office, Tel: 77167310

Address: 1st Floor, No.30, Toupchi St., North Sohrevardi Ave., Tehran Tel: +98(021) 88516799, Postal code: 1558844313

Layout, Design & Printing Supervision: Tarh Saz Gohar www.tsgir.com



Sponsored By:



ولادت و تولید مولد تعاونی نساجی

Fidasil..... انواع نرم کن های سیلیکونی (میکرو و ماکرو)

Fidasoft..... انواع نرم کن کاتیونیک (پرک و خمیری)

Fidestat..... انواع آنتی استاتیک

Fidspin..... انواع روغن های ریسندگی

Fidapol..... انواع صابون (پخت ، پششور و حلال دار)

Fidafix..... انواع فیکسه کننده (چاپ و رنگریزی)

Fidazol..... انواع اسپین فینیش

Fida defoamer ضد کف سیلیکونی

Fidapers..... دیسپرس کننده مایع

Fidalevel..... یکنواخت کننده

Fidawet..... نفوذ دهنده

Fida crease..... ضد شکست

Fidretarder..... ریتاردر

فیدارتکس



کیفیت بالا و یکسان
دسترسی آسان
دلیل حضور ماست

☎ ۰۲۶-۳۳۵۲۴۹۱۷

📄 ۰۲۶-۳۴۲۶۷۳۳۶

📱 ۰۹۱۱۱۵۸۹۸۳۴

تولید برتر آینده را، با جمع بهترینها تجربه نمایید

www.mammut.de



ماموت (آلمان)

ماشین پنبه دوزی لحاف، تشک و مبلمان



www.spuhl.com

SPÜHL

اشپول (سوئیس)

ماشین فنر، اسکلت و فنر پاکتی برای تشک و مبلمان



زد اس کا (آلمان)

ماشین گلدوزی انواع پارچه



www.zsk.de

www.beckmann-sew.com

BECKMANN
AUTOMATION GmbH

بکمان (آلمان)

خط اتوماسیون تکمیل انواع کالای خواب و مبلمان



www.nowotex.fi

NOWO

نوو (فنلاند)

خط تولید لایی پلی استر، بالش و کالای خواب



NedTex Co.Ltd

نمایندگی و پشتیبانی در ایران

رمز ماندگاری ما، موفقیت شما است.

تهران، سعادت آباد، خیابان علامه طباطبایی جنوبی، ساختمان ۹۱، واحد ۳

ویژه: ۵۵۶۰ ۹۱۰۳ (۰۲۱)

WINNERS@NedTex.biz



ماموت (آلمان)
www.mammut.de

دستگاه پنبه دوزی لحاف و تشک



دستگاه دوخت تشک



دستگاه تکمیل رویه تشک



نمایی از کارخانه ماموت



مصرف برق و هزینه نگهداری بسیار پایین
تغذیه نخ از ماسوره تا ظرفیت ۸۰۰ متر
تغییر مکان سوزن و اجرای طرح جدید در ربع زمان صرف شده جهت دستگاه های متفرقه
اپراتوری ساده و آموزش در آلمان
ارائه نرم افزار طراحی به خریدار
کلیه قطعات ساخت آلمان با گارانتی
خدمات و پشتیبانی پس از فروش در ایران

رمز ماندگاری ما، موفقیت شما است.

تهران، سعادت آباد، خیابان علامه طباطبایی جنوبی، ساختمان ۹۱، واحد ۳
ویژه: ۵۵۶۰ ۹۱۰۳ (۰۲۱)

WINNERS@NedTex.biz

**NedTex Co.Ltd**

نماینده گی و پشتیبانی در ایران

KOSAR CERAMICS

With over 35 years experience

KOSAR CERAMICS



 0912 311 82 45
 WWW.KOSARCERAMICS.COM
 021 - 22 90 51 38
 INFO@KOSARCERAMICS.COM

PRODUCTION OF CERAMIC COMPONENTS FOR THE TEXTILE, HEATING AND CABLE INDUSTRIES AND FOR ALL MANUFACTURING APPLICATIONS.

KOSAR
CERAMICS



سرامیک کوثر

با بیش از ۳۵ سال سابقه

www.kosarceramics.com

تولید کننده قطعات سرامیکی در صنایع
نساجی، بافندگی، حرارتی، کابل سازی
فرش ماشینی، گونی بافی و
کلیه سرامیکهای صنعتی



0912 311 82 45



WWW.KOSARCERAMICS.COM



021 - 22 90 51 38



INFO@KOSARCERAMICS.COM

PRODUCTION OF CERAMIC COMPONENTS FOR THE TEXTILE, HEATING
AND CABLE INDUSTRIES AND FOR ALL MANUFACTURING APPLICATIONS.





E-mail: manapooyesh@sigatrading.com

www.sigatrading.com

با ما در تماس باشید

تلفن: ۰۰۹۸۹۱۲۹۶۸۶۹۰۳



SI.GA. TRADING SA

◀ شرکت سیگا سوییس با ارایه کلیه ماشین آلات دست دوم نساجی اعم از ریسندگی، بافندگی، رنگرزی و تکمیل و تجهیزات آزمایشگاهی از بهترین برند های اروپایی و در بهترین شرایط موجود همراه با تیم فنی مجرب در خدمت تولید کنندگان صنعت نساجی میباشد.



الیفایا



تولید کننده انواع الیاف پلی استر و رچین و ریسایکل و ترکیبی (RV)
جهت صنایع ریسندگی نخهای پنبه ای (کتان تایپ) و صنایع فرش و موکت
و منسوجات بی بافت و فیلتراسیون (نان وون)



(PET & PP) Fiber Manufacturer

www.Asiatex.ir info@Asiatex.ir
info@Asiatex.com.tr

AsiatEx[®]
ASIA FIBER

IRAN- DELIJAN - Central office & Factory :

Tel : +98 86 44 43 36 90 - 8 Fax : +98 86 44 43 36 99

IRAN - TEHRAN Office :

Tel : +98 21 88 10 80 61 - 3 Fax : +98 21 88 10 80 64



شرکت هیراد کارا

خدمات عکاسی، شابلون سازی و طراحی برای چاپ روتاری
پارچه، موکت، کاغذ دیواری، فلوک و ... تا عرض ۳.۵ متر



www.hiradkaraco.com

instagram: [hiradkara.textile](https://www.instagram.com/hiradkara.textile)

آدرس: تهران، احمد آباد مستوفی، خیابان ولیعصر شمالی، کوچه لاله های انقلاب ششم، پلاک ۳

تلفن: ۰۲۱-۵۶۷۱۵۱۰۱-۸ ۰۲۱-۵۶۷۱۲۷۹۷ فکس: ۰۲۱-۵۶۷۱۲۷۹۸

فروش: ۰۹۱۲-۰۴۵۳۵۰۰ ارسال طرح: ۰۹۹۰-۵۳۳۵۳۴۲