



دوتکو

BLENDO ADROIT

GRAVIMETRIC LOSS IN WEIGHT BLENDERS

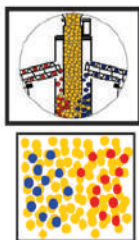
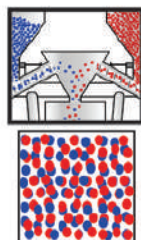
DOTECO
ART OF CONTROL

واحد های دوزینگ (مخلوط کننده) برای دستگاه های اکستروژن
- مخلوط کننده ۲، ۳، ۴، ۵ یا ۶ مواد مختلف
- ظرفیت های ۲۰۰، ۴۰۰، ۸۰۰ تا
حد اکثر ۱۳۰۰ کیلو گرم در ساعت
* سیستم واحدی به شکل گل
* قابل افزایش
* دقت تا ۱۰۰ گرم در ساعت



سیستم دوزینگ شرکت دوتکو

سیستم دوزینگ سایر شرکت ها



www.doteco.com

Contact Roozbeh Moravej

+98 912 302 52 87

Email: Roozbeh.moravej@gmail.com



◀ ایتما سنگاپور، کانون نوآوری های آینده نگر

◀ سه سناریو برای آینده صنایع نساجی و پوشاک

◀ چشم انداز صنعت مد در سال ۲۰۲۶

◀ ضرورت شکستن فضای «نه جنگ و نه صلح»

◀ در صنعت نساجی باید به وضعیت پایدار برسیم

◀ صنعت نساجی در جستجوی نسل جانشین



نخ اسپان SPUN با برند ویرا بالاترین کیفیت را ارائه می دهد

ویرا نماد کیفیت نخ DTY





اولین و بزرگترین ارائه کننده
چیپس پلی استر در ایران

تلفن: 2 - 40 67 15 55 21 98+
info@viratex-co.com



شرکت خوشرنگ

بافت، رنگرزی و تکمیل پارچه
دوزدوزانی



تهران، بازار بزرگ، بازار خیاطها، پلاک ۳
تلفن: ۵۵۶۱۶۶۹۵ - ۵۵۶۲۸۸۸۷ (۰۲۱)

 Khoshrang-co.com

 [khoshrang.co.ltd](https://www.instagram.com/khoshrang.co.ltd)

PICANOL

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

UltiMax: New generation of Picanol rapier machine



JOULA
www.joula.org



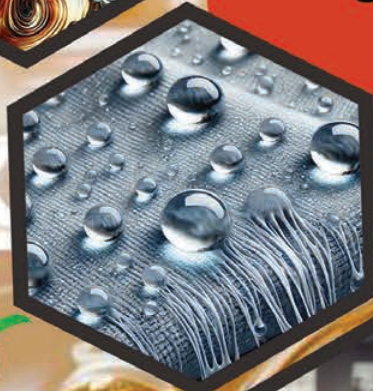
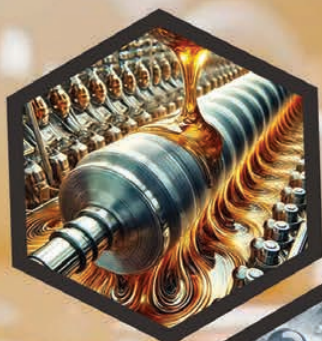
شرکت شیمیایی سلیس

SALIS CHEMICALS COMPANY

تولید کننده انواع

روغن ریسندگی
فرمکن کاتیونی
دیسپرس کننده
نفوذ دهنده
صابون

روغن بافندگی
اسپین فینیش
آنتی استاتیک
غلظت دهنده
ضد کف



بیش از سی سال تجربه در زمینه تولید انواع مواد تعاونی



WWW.SALISCHEMICALS.COM ۰۲۱-۸۸۴۱۰۱۰۰

INFO@SALISCHEMICALS.COM ۰۹۲۰۹۵۱۲۸۱۰



الیاف کاسپین

انواع الیاف پلی استر

از ۳ تا ۲۰ دنیر



09122705938



013 42474656



013 42474657

گیلان، سیاهکل، شهرک صنعتی

caspianfiber.com

گروه تولیدی صنعتی استیل سازان

با ۲۲ سال سابقه تخصصی
در ساخت انواع آبگیر
فروش آبگیر سانترفیوژ



کیفیت ما اعتبار ماست...

STEEL SAZAN INDUSTRIAL
MANUFACTURING GROUP

- ▶ گروه تولیدی صنعتی استیل سازان تولید کننده انواع آبگیر (سانترفیوژ):
- ▶ رنگرزی، قالیشویی، سنگشویی، شیمیایی، داروسازی و مواد غذایی دارای اینورتر،
- ▶ یک سال گارانتی کامل، ده سال خدمات پس از فروش
- ▶ PRODUCING ALL KINDS OF CHEMICAL
- ▶ DYEING MACHINES-LEACHING MEDICAL-CENTRIFUGE SLUICE
- ▶ ALL SORT OF REPAIRS ARE ACCEPTED MANAGEMENT : AMIR AGHAKHANI

بامدیریت امیر آقاخانی

☎ ۰۹۱۲ ۱۹۹ ۸۹۶۷

☎ ۰۹۱۹ ۷۰۰ ۶۰۰۴

TEHRAN-BAGHERSHAHR
ENERGY STREET-BAHAR
ALLEY- NO2
0919 0700 600
0912 199 89 67



شیمه فرآیند مهر آریا

تولید و واردات مواد تعاونی (شیمیایی) نساجی
انواع اسپین فینیش، نرم کننده، آنتی استاتیک، ضد کف و ...
مشاوره و راه اندازی خطوط تولید کارخانجات نساجی

✓ اسپین فینیش مخصوص صنایع ذوب ریسی

انواع روغن های اسپین فینیش مخصوص ذوب ریسی در تولید نخهای: BCF - CF- POY -FDY - DTY

✓ آنتی استاتیک و مواد کمکی جهت تولید الیاف و موکت

انواع آنتی استاتیک، روغن کاردینگ، نرم کن مخصوص تولید الیاف پلی استر، ریسایکل (سالید، هالو) لایی و موکت
اسپین فینیش (هایزنیک - هیدروفیل) مخصوص الیاف بایکو

✓ روغنهای ویژه صنایع تولید گونی

انواع روغنهای گیاهی، پارافینی، آب صابونی جهت تولید گونیهای PP

✓ آنتی فوم

انواع ضد کف (آنتی فوم)، سیلیکونی، نفتی، الکلی و غیره
مخصوص صنایع نساجی، کاغذ سازی، تایر خودرو، چسب، رزین و غیره

✓ مواد کمکی مورد نیاز صنایع رنگرزی، چاپ و تکمیل

شامل انواع آنتی استاتیک، نرم کن های سیلیکونی (میکرو - ماکرو)، نرم کن های کاتیونی (مایع، خمیری، پرک)، دیس پرس
کننده پودری و مایع، انواع یکنواخت کننده، نفوذ دهنده، سختی گیر، انواع صابون (پس شور، شستشو، پخت ریداکشن و)،
ریتارد، پایدار کننده آب اکسیژنه و

✓ محصولات پتروشیمیایی

اسید استیک، سود پرک، کربنات سدیم سبک و ...

✓ آهار

✓ افزودنی های بتن

✓ اسپری سیلیکونی کسری مخصوص صنایع ذوب ریسی

✓ روغن های حرارتی (دائو ترم)

✓ تجهیزات آزمایشگاهی کنترل کیفیت نساجی و کفپوش و قطعات ماشین آلات

✓ رفرکتومتر

✓ PH متر

تهران، سعادت آباد، بالاتراز میدان

کاج، کوچه علی اکبر ۱۲، بهزاد

جنوبی، پلاک ۱، واحد ۸

☎ ۰۲۱ - ۲۲۱۴۷۸۷۰

☎ ۰۹۱۲۰۳۸۳۲۰۰

☎ ۰۹۹۱۴۶۴۵۸۴۶

👤 شاه بابایی / علا الدینی



صنایع نساجی
فلاحتی
Falahati Textile

صنایع نساجی

(رنگین نما)
فلاحتی

Textile Industries

Falahati

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...



مدیریت آقایان فلاحتی

۰۹۱۳۱۱۹۷۱۵۷

۰۹۱۳۱۱۸۲۶۵۹

مدیریت فروش
آقای ابراهیم رستمی

۰۹۱۳۳۶۶۲۸۲۲

 @nassajifalahati

دفتر مرکزی

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

www.nasajifalahati.com

دفتر تهران

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

نبش سرای عاج، پلاک ۲۶۹



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: ۰۲۱ ۸۸۰۱۵۸۷۶ - ۰۲۱ ۸۸۰۱۵۸۷۷

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

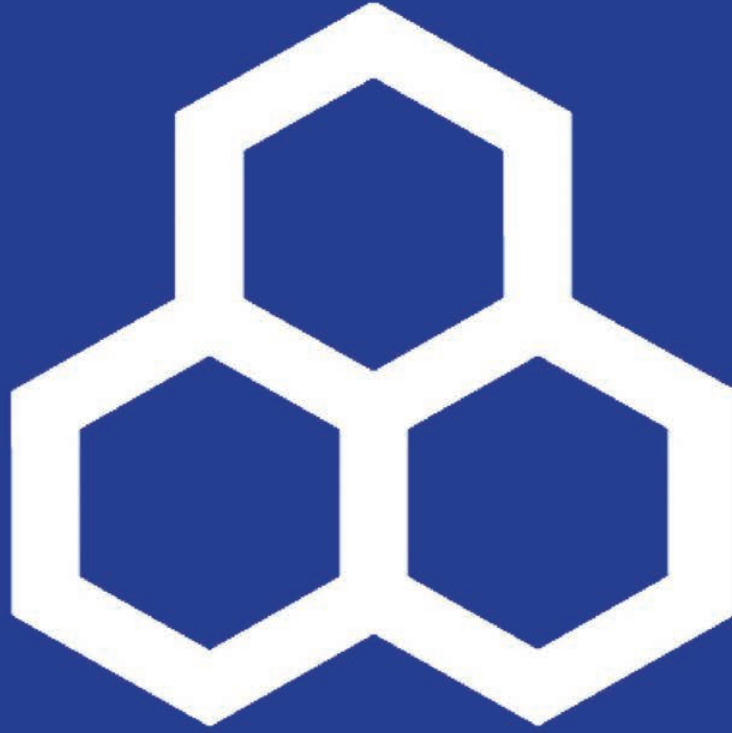
سولار تولید کننده

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

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

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





RIFA
SINCE 1950

شرکت نیکورنگ سپهر

تلفن: ۰۳۱-۳۶۲۷۱۶۳۳



www.nikorang.com

RIFA DYES STUFFS



Reactive . Disperse . Acid . Cationic . Fluorescent
Direct . Leather . Mordant . Vat . Sulphur



عرضه و خدمات نخ رنگی و
نانوباکتریال با زبردست
لطیف و راندمان بافت بالا

LIAPOOD

صنایع نساجی لیاپود

قابلیت رنگرزی هر لات از ۲۵۰ تا ۲۰۰۰ کیلوگرم

انواع نخ های پنبه، پلی استر ویسکوز، اکریل پنبه،
اسپان، پلی استر، پلی استر پنبه، ویسکوز و مودال

جهت مصارف فرش ماشینی، گردبافی،
تاری پودی، جوراب، پرده و رومبلی

۰۹۱۰-۲۰۶۷۹۴۹

۰۹۱۰-۲۰۶۶۲۲۴

اصالت و نوآوری





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

يکتا الیاف
Yekta Fiber

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



يكتانخ
Yekta Yarn

POY & DTY



مشهد : جاده میامی ، شهرک صنعتی چرم شهر ، خیابان صنعت ۴
تلفن : ۵۱ - ۳۲ ۵۵ ۳۲ ۵۵ فکس : ۵۱ - ۳۲ ۵۵ ۳۲ ۵۴
همراه : ۹۸ ۹۱۰ ۵۱۰ ۳۲ ۵۵ +

Add: 4 Sanat St., Charmshahr industrial town, Road Miami,
Mashhad, Iran. Tel :+9851-3255 3255 Fax :+9851-3255 3254
Cellphone : +98 910 510 32 55
www.yektanakh.com / email:yektanakh@gmail.com



يکتا ریس
Yekta Ris

Carpet Yarn

ریسندگے انواع نخ های خریف
اکریلیک جهت مصرف در صنایع
بافتندگے تریکو و فرش



مشهد : جاده میامی ، شهرک صنعتی چرم شهر، خیابان صنعت ۴
تلفن : ۵۵ ۳۲ ۵۵ ۵۱ - ۵۱
فکس : ۵۴ ۳۲ ۵۵ ۵۱ - ۵۱
همراه : ۵۵ ۳۲ ۵۱۰ ۹۱۰ +۹۸

Add: 4 Sanat St., Charmshahr industrial town, Road Miami,
Mashhad, Iran. Tel :+9851-3255 3255 Fax :+9851-3255 3254
Cellphone : +98 910 510 32 55
www.yektaris.com / [email:yektariss@gmail.com](mailto:yektariss@gmail.com)

شرکت مهندسی آرمان شیمی افروز



■ نزدیک به نیم قرن تجربه درخششان در تولید مواد تعاونی مورد مصرف در صنایع نساجی،
الیاف، چرم، کاغذسازی، رنگ و رزین

از شما دعوت می‌شود از غرفه شرکت **آرمان شیمی افروز** در سی و یکمین
نمایشگاه بین‌المللی صنعت نساجی دیدن فرمایید.

سالن ۸۳۱ - غرفه ۳۰

۱۲-۱۵ دی ماه ۱۴۰۴

محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران

تولید کننده:

- انواع نرمکن‌های سیلیکونی (ماکرو و میکرو) و غیرسیلیکونی (خمیری و پرک)
- انواع نفوذدهنده‌ها (مقاوم در برابر قلیا، مرسریزه و ...)
- انواع عمق‌دهنده (سیلیکونی و غیرسیلیکونی)
- انواع ضدکف‌های سیلیکونی (مناسب برای شرایط تنش و pH مختلف) و غیرسیلیکونی
- انواع صابون‌ها (مقدمات، ریداکشن، حلال‌دار و ...)
- انواع آنزیم (آمیلاز، سلولاز و ...)
- گریدهای مختلف آهار به‌مراه مواد مکمل مربوطه (روغن آهار، واکس چله، پلی وینیل الکل، ...)
- دیسپرس کننده (پودری و مایع)
- یکنواخت کننده (دیسپرس، آکریلیک و ...)
- غلظت‌دهنده مصنوعی
- سختی‌گیر پودری
- آنتی‌میگريشن
- ضدشکنندگی
- پایدار کننده آب اکسیژنه
- آنتی‌استاتیک
- ریتارد
- فیکسه کننده



۰۲۱-۴۱۹۹۴

۰۲۱-۸۸۰۰۶۰۰۱

 armanchemie

دفتر مرکزی: تهران، شهرک غرب، بلوار دریا، خیابان گلها، توحید یکم، پلاک ۱۳۷

سر مقاله

۲ - ضرورت شکستن فضای «نه جنگ و نه صلح»

خبرنامه

۴ - در صنعت نساجی باید به وضعیت پایدار برسیم

۴ - تشکیل کمیته ارزی در وزارت صمت

۵ - تقدیر از شرکت موکت همدان به عنوان واحد صنعتی نمونه استان همدان

۵ - تقدیر از شرکت رنگدانه سیرجان به عنوان واحد تولیدی برتر استان کرمان

۶ - انجمن صنایع بازیافت مواد پلیمری ایران تشکیل شد

۶ - تعامل با FATF ادامه دارد

۷ - شکل گزینی باید موجب انسجام و تخصص گرایی شود

۷ - تقسیم بانکها در ۶ گروه

گزارش

۸ - نشست بررسی کسب و کارهای خانوادگی در صنعت نساجی اصفهان برگزار شد

۱۰ - گزارشی از نشست تخصصی بهینه سازی مصارف ارزی

۱۲ - سه سناریو برای آینده صنایع نساجی و پوشاک

۱۴ - رشد سفارشات جدید در بخش صنعت

دیدگاه

۱۷ - مصاحبه اختصاصی ماهنامه با مهندس نیما اخوان، مدیرعامل پارسیان پلی تکس

دنیای نساجی

۲۶ - انواع منسوجات بی بافت بر حسب فرآیند تولید

۲۹ - چشم هند در بازار ماشین آلات نساجی ایتالیا

۳۰ - ازبکستان، قطب جدید نساجی در آسیای مرکزی

۳۱ - مصر ۴ قرارداد با شرکت های نساجی چینی امضا کرد

۳۲ - دو راهبرد جدید صنعت نساجی و پوشاک چین

پوشاک

۳۳ - چشم انداز صنعت مد در سال ۲۰۲۶

۳۷ - بازار کساد پوشاک در گرمای پاییز!

۳۸ - بازار پوشاک در سیطره کالای استوک

۴۰ - صنعت پوشاک بنگلادش به دنبال بازار ژاپن

۴۱ - سرمایه گذاری یک شرکت چینی برای راه اندازی واحد پوشاک در بنگلادش

یادداشت

۴۲ - جایگاه عکاسی در طراحی پارچه / نسرین معصومی بدخش

نمایشگاه ها

۴۴ - در ایتما آسیا سنگاپور چه گذشت؟

۴۶ - اندونزی، میزبان نمایندگان نساجی و پوشاک جهان

۴۷ - گردهمایی صاحبان فناوری نساجی در استانبول

تولید و تجارت پنبه

۴۸ - تولید پنبه امسال به ۵۵ هزار تن می رسد

۴۹ - فارس در صدر تولید پنبه کشور قرار دارد

۵۰ - کاهش تجارت جهانی پنبه با افت واردات چین

۵۰ - قیمت پنبه برزیل به پایین ترین سطح رسید

محیط کسب و کار

۵۲ - دو روی صنعت منسوجات

۵۴ - سرگردانی نسل زد در بازار کار

۵۶ - گزارش مرکز پژوهش های مجلس از رشد اقتصادی شهرپور ۱۴۰۴

۵۷ - اجرای ۵ راهکار برای بهبود وضعیت تولید

۵۸ - سه علامت هشدار برای آینده ایران

صاحب امتیاز و مدیر مسئول: جمشید بصیری

مسئول اجرایی تحریریه: علیرضا هاشمی

مشاوران علمی نشریه: محمد نیک پنجه

طراح: حمیدرضا قائمی

صفحه آرا: طرح ساز گوهر

مسئول روابط عمومی: سعیده شکوری

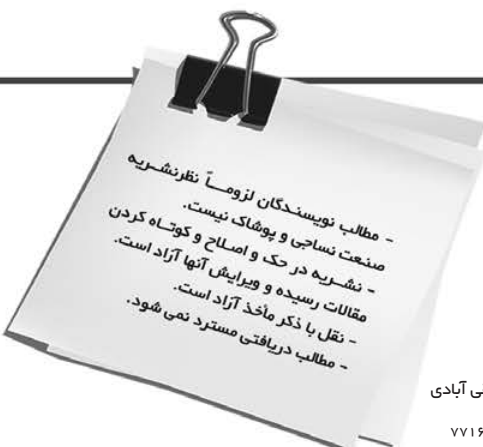
هماهنگی و اجرا: حسین کیانی

همکاران این شماره: نیما بصیری، نیما اخوان، نسرین معصومی، عباس بیات، مظهره خردمندان، سارا ترابی، آزاده محبی، لیلا شریف، بهاره تقی آبادی

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

آدرس دفتر مجله: تهران، خیابان سهیلوردی شمالی، خیابان توپچی، پلاک ۳۰، کدپستی: ۱۵۵۸۸۴۳۱۳، تلفن: ۸۸۵۱۶۷۹۹ (۱۰ خط) - فکس: ۸۸۵۲۵۸۷۲

مدیریت هنری و نظارت بر چاپ: طرح ساز گوهر / www.tsgir.com جذب آگهی: گروه یاران



ضرورت شکستن فضای «نه جنگ و نه صلح»

جمشید بصیری طهرانی

آنها در سطح و مقیاسی نبوده که بتواند مسئله را به صورت اساسی حل و فصل کند و در واقع، با توجه به اصرار طرفین بر مواضع خود (ضرورت غنی سازی صفر و مذاکره در مورد مسئله موشکی از سوی آمریکا و غرب و در مقابل، اصرار بر تداوم غنی سازی در خاک ایران و عدم مذاکره در مورد توان موشکی از سوی ایران)، عملاً یک بن بست سیاسی شکل گرفته و مدتی است که «حداقل در ظاهر امر»، نه مذاکراتی آغاز شده و نه ابتکار عملی از سوی طرفین مطرح گردیده که آخرین نتیجه این بن بست نیز فعال شدن مکانیسم ماشه برجام و بازگشت قطعنامه های تحریمی شورای امنیت سازمان ملل بوده است.

این بن بست پرهزینه در شرایطی اتفاق افتاده که متأسفانه در داخل کشور نیز شرایط اقتصادی و سیاسی مطلوبی حاکم نیست. سوای از بحث تشدید اختلافات و منازعات سیاسی و جناحی بین دولت و مجلس و دیگر جریان های داخلی که موضوع بحث این سرمقاله نیست، در حوزه مسائل اقتصادی، آمار و ارقام از وضعیت اسفناک و چشم انداز نگران کننده ای برای سال آینده حکایت می کنند. نرخ دلار به قله های جدیدی در حوالی ۱۱۵ هزار تومان در لحظه نگارش این مطلب رسیده و نرخ تورم نقطه به نقطه همراه امسال نیز طبق

قطعنامه شورای امنیت که تقریباً ۱۰ سال قبل در قالب توافق برجام تعلیق شده بودند، مجدداً فعال شده و تمام تحریم های سازمان ملل ذیل این قطعنامه ها نیز بار دیگر اجرایی می شوند. بدین ترتیب، با تصمیم اخیر شورای حکام آژانس، پرونده هسته ای ایران و وضعیت تحریم ها علیه کشورمان، عملاً به نقطه ای بازگشت که ۱۰ سال قبل در آن قرار داشت و آنچه که «به هیچ وجه» نباید اتفاق می افتاد، به وقوع پیوست.

اگر بخواهیم خیلی سریع تحولات ۸ ماهه ابتدایی امسال در حوزه مسئله هسته ای را مرور کنیم، این مسیر از ارسال پاسخ ایران به نامه مورخ ۲۲ اسفند ۱۴۰۳ دونالد ترامپ رئیس جمهور آمریکا به رهبری (که مفاد آن اخیراً از سوی وزیر خارجه صراحتاً اعلام گردید) در ۶ فروردین ماه آغاز شد، سپس از ۲۳ فروردین تا ۲ خردادماه، پنج دور مذاکره غیرمستقیم بین ایران و آمریکا برگزار گردید و در شرایطی که صحبت ها از آغاز دور ششم مذاکرات بین طرفین بود، جنگ ۱۲ روزه با حمله نظامی اسرائیل به کشورمان در تاریخ ۲۳ خردادماه آغاز شد و تا سوم تیرماه ادامه داشت. بعد از آن نیز با وجودی که مذاکراتی بین ایران و کشورهای غربی و همچنین آژانس انرژی اتمی انجام گرفت و توافقاتی هم حاصل شد، اما هیچ کدام از

از زمان پایان جنگ ۱۲ روزه تا به امروز، بیش از پنج ماه می گذرد و متأسفانه کشورمان در این مدت، خواسته یا ناخواسته در یک شرایط بلاتکلیف که از آن به وضعیت «نه جنگ و نه صلح» یاد می شود، قرار گرفته است. تلاش های دستگاه دیپلماسی نیز که تا پیش از جنگ با جدیت ادامه داشت و مذاکرات سیاسی نیز روزه های امید اندکی را پیش روی مردم و فعالان اقتصادی قرار داده بود، مدتی است که به حاشیه رفته و فعلاً به جز برخی گمانه زنی ها مبنی بر تبادل پیام بین طرفین یا تلاش برای از سرگیری مذاکرات، خبر چندانی از ابتکار عمل جدید از سوی هیچ یک از طرفین منازعه (ایران، کشورهای اروپایی و آمریکا)، به گوش نمی رسد.

به طور خاص در مورد موضوع هسته ای، بعد از آنکه اقدامات صورت گرفته برای کاهش تنش ها، تمدید مکانیسم ماشه برجام و ادامه رفع تحریم های ایران در شورای امنیت که در قالب توافق قاهره با آژانس انرژی اتمی یا ارائه قطعنامه ای از سوی روسیه و چین برای تمدید مکانیسم ماشه، به شکست انجامید، نهایتاً روز پنجشنبه ۲۹ آبان ۱۴۰۴ قطعنامه ضدایرانی شورای حکام آژانس با رأی موافق، ۱۲ رأی ممتنع و ۳ رأی مخالف تصویب شد که بر اساس یکی از مهم ترین مفاد آن، تمام شش

و سپس وضعیت مبهم «نه‌جنگ و نه‌صلح» بسیاری از واحدهای تولیدی را با مشکل مواجه کرد، سرمایه‌گذاری را کاهش داد و رکود را تشدید کرد. اکنون اقتصاد کشور با ترکیبی از تورم بالا و کاهش رشد کوتاه‌مدت روبه‌رو است. تورم فزاینده‌ای که در حال حاضر شاهد آن هستیم، حاصل مجموعه همین عوامل است و تصویری واقعی از وضعیت اقتصاد کلان ما ارائه می‌دهد.» این صحبت‌های وزیر اقتصاد اگرچه نشان‌دهنده شناخت دقیق مشکل بوده و شناخت مشکل نیز اولین گام برای حل آن است، اما آنچه از مقامات اجرایی کشور انتظار می‌رود نه صرفاً بیان مشکلات بلکه ارائه راهکار برای آنها و مهم‌تر از آن، اجرای فوری راهکارها جهت رفع مشکل یا حداقل بدتر نشدن اوضاع است. بر همین اساس، از مسئولان کشور در همه ارکان نظام انتظار می‌رود که برای حفظ منافع ملی و جلوگیری از حادث شدن بحران‌های اقتصادی، مدتی از اختلافات جناحی و سیاسی بین خود دست بردارند و تا جوهر قطعه‌نامه اخیر شورای حکام آژانس مبنی بر بازگشت تحریم‌های بین‌المللی خشک نشده، هرچه سریع‌تر ابتکار عملی به خرج داده و ضمن بازکردن مجدد باب مذاکره و گفتگو بر مبنای تجربیات گذشته، بن‌بست سیاسی فعلی را بگشایند و کشور را از فضای «نه‌جنگ و نه‌صلح» که چندین ماه است در آن گرفتار شده، خارج نمایند. در غیر این صورت، از هم‌اکنون باید منتظر وخیم‌تر شدن وضعیت اقتصادی کشور در ماه‌های باقی‌مانده امسال و مخصوصاً سال آینده باشیم.

بی‌تردید تبعات این وضعیت که بر مبنای عدد و رقم ترسیم گردید، چیزی جز کاهش قدرت خرید جامعه، تشدید رکود در بازار مصرفی و حذف بیشتر اقلام غیرضروری از سبد مصرفی خانوارها نخواهد بود و آنچه که همین امروز در کوچه و بازار به صورت کسادی و خلوتی بازارها خود را نشان می‌دهد، در گام بعدی به تعطیلی بخش زیادی از کسب‌وکارها و واحدهای تولیدی و متعاقباً تعدیل نیرو و بیکاری گسترده خواهد انجامید.

مواردی که بدانها اشاره گردید، اگرچه در مقام سخن آسان و بدون هزینه هستند، اما قطعاً در مقام عمل و در صورتی که محقق شوند، تبعات اقتصادی، اجتماعی و حتی سیاسی گسترده‌ای می‌توانند به همراه داشته و زیان‌های قابل‌توجهی هم به اقتصاد کشور تحمیل خواهند کرد، چراکه هر واحد تولیدی-صنعتی که در شرایط دشوار فعلی تعطیل گردد، بازگرداندن مجدد آن به مدار تولید و مخصوصاً تأسیس واحد جایگزین با توجه به تشدید تحریم‌ها در سال‌های اخیر، اگر نگوئیم غیرممکن، اما بسیار پرهزینه خواهد بود و اقتصاد کشور نیز که بیش از یک دهه با نرخ تشکیل سرمایه منفی و سرمایه‌گذاری اندک داخلی و خارجی در بخش‌های ضروری و حیاتی اقتصادی مواجه است، تاب تحمل آن را نخواهد داشت.

شاید بهترین تعبیر از وضعیت فعلی کشور، صحبت‌هایی است که وزیر اقتصاد روز شنبه اول آذرماه در همایش سالانه بازار سرمایه ایران مطرح کرده است. به گفته وی: «فضای جنگی

گزارش مرکز آمار عدد ۴۸,۶ درصد را ثبت کرده که بالاترین میزان طی ۲,۵ سال گذشته است.

در مورد شاخص رشد اقتصادی نیز که به نوعی آینه تمام‌نمای وضعیت اقتصادی کشور می‌باشد، این نرخ در بهار امسال بعد از تقریباً چهار سال و نیم، بار دیگر منفی شد و به منفی ۰,۱ درصد رسید. برآوردهای مربوط به تابستان نیز از نرخ رشد اقتصادی منفی ۱,۳ درصد حکایت می‌کند که با توجه به عملکرد منفی بخش‌های کشاورزی، نفت‌وگاز و همچنین صنعت در این مدت، آمار موجود افول چشمگیر فعالیت‌های مولد تولیدی-صنعتی در نیمه اول ۱۴۰۴ را نشان می‌دهد (رشد ۵,۵- درصدی گروه کشاورزی، رشد ۱,۷- درصدی گروه نفت‌وگاز و رشد ۲,۱- درصدی گروه صنایع و معادن در فصل تابستان).

در بخش بودجه عمومی و دخل و خرج دولت نیز رقم کسری بودجه سال ۱۴۰۴ حدود ۸۰۰ هزار میلیارد تومان (همت) اعلام شده که قطعاً با توجه به تشدید سختگیری‌ها در زمینه صادرات نفت ایران و همچنین کاهش صادرات غیرنفتی کشور به دلیل بازگشت تحریم‌های بین‌المللی، این کسری در سال آینده بیشتر هم خواهد شد و با توجه به سیاست دولت برای انتشار اوراق با سود بسیار بالا و همچنین چاپ پول بی‌پشتوانه از سوی بانک مرکزی برای جبران این کسری، اگر معجزه‌ای رخ ندهد قطعاً نرخ تورم در ماه‌های پایانی امسال و سال ۱۴۰۵ از ۵۰ درصد عبور خواهد کرد و نرخ دلار نیز سقف‌های جدیدی را به ثبت خواهد رساند.

در صنعت نساجی باید به وضعیت پایدار برسیم

محصولات نساجی کشورمان است که نباید از این فرصت غافل شویم. معاون اول رئیس‌جمهور با تاکید بر لزوم رفع موانع صنعت نساجی، گفت: باید کل زنجیره تولید از ابتدا تا انتها مدنظر قرار گرفته و موانع آن رفع شود. صنعت نساجی، اشتغال‌زایی بالایی برای کشور دارد و دولت از این صنعت حمایت می‌کند. عارف با تاکید بر لزوم خرید تجهیزات به‌روز در صنعت نساجی و ممنوعیت واردات محصولات نساجی و پارچه که در کشور به اندازه نیاز تولید می‌شوند، افزود: دولت نسبت به رفع مشکلات صنعت نساجی حساسیت دارد. کشور باید به وضعیتی پایدار در صنعت نساجی دست یابد. دولت از تولیدات داخلی در این حوزه حمایت کرده و مخالف واردات بی‌رویه است.

همچنین در این جلسه با موافقت معاون اول رئیس‌جمهور، مقرر شد کارگروهی برای حمایت از تولید داخلی در صنعت نساجی با حضور بخش دولتی و خصوصی تشکیل شده تا پیشنهادهای مطرح شده در جلسه بررسی و نهایی شود. در این جلسه مهم‌ترین اقدامات انجام‌شده برای حمایت از تولیدات داخلی در صنعت نساجی و پوشاک و کاهش واردات این محصولات ارائه شد. براساس این گزارش، ۳۴ درصد واردات انواع نخ و ۶۰ درصد واردات انواع پارچه در ۶ ماهه اول امسال نسبت به دوره مشابه سال گذشته و همچنین حدود ۶۰ درصد وزن و ارزش دلاری واردات پارچه در هفت‌ماهه اول امسال نسبت به دوره مشابه سال گذشته کاهش یافته است. از سوی دیگر، صادرات کل زنجیره محصولات نساجی در هفت‌ماهه اول امسال نسبت به دوره مشابه سال گذشته، ۵ درصد افزایش داشته است.



معاون اول رئیس‌جمهور روز یکشنبه ۲ آذرماه ۱۴۰۴ در جلسه‌ای درباره بررسی وضعیت و احیای صنعت نساجی با بیان اینکه نساجی، صنعت بومی و سنتی کشورمان است، بیان کرد: در گذشته بسیاری از کشورها، ایران را با صنعت نساجی می‌شناختند اما غفلت‌هایی در این بخش انجام شده که البته اصلاح روند گذشته آغاز شده است.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی دولت، محمدرضا عارف با اشاره به اهمیت اقدامات انجام‌شده برای حمایت از صنعت نساجی، ادامه داد: در حال حاضر مسیر خوبی شروع شده و ضعف‌های صنعت نساجی در حال برطرف شدن است. کیفیت لباس‌های تهیه‌شده هم خیلی خوب است اما باید این مسیر را ادامه بدهیم البته نباید بعد از اینکه محصولات تولیدشده داخلی، جایگاه مناسبی در بازار داخلی و منطقه‌ای به‌دست آورد، با افت کیفیت محصولات صنعت نساجی مواجه شویم. از سویی بازار منطقه‌ای فرصت خوبی برای صادرات

تشکیل کمیته ارزی در وزارت صمت

سخنگوی وزارت صمت ادامه داد: تاکید وزیر صنعت بر این است که تأمین ارز برای واحدهای تولیدی در اولویت قرار گیرد و معاونت‌های تخصصی باید مشکلات و مسائل مربوط به تأمین ارز و سایر چالش‌های حوزه تولید را شناسایی و برای طرح در کمیته ارائه دهند. زارعی هدف اصلی از تشکیل این کمیته ارزی را حفظ و ارتقای بخش تولید دانست تا از کاهش تولید واحدهای تولیدی (به‌ویژه واحدهایی که تأمین مواد اولیه آنها وابسته به واردات و تأمین ارز است) جلوگیری شود. وی افزود: یکی دیگر از راهکارهای پیشنهادی، بهره‌گیری از ظرفیت تجار و بازرگانان برای تأمین مواد اولیه واحدهای تولیدی به‌صورت سیستمی و سامانه‌ای است.

سخنگوی وزارت صنعت، معدن و تجارت از تشکیل کمیته ارزی به ریاست سید محمد اتابک وزیر صمت و معاونان این وزارتخانه با هدف اصلاح فرآیندهای مربوط به مدیریت ارز و اولویت‌دهی بخش تولید خبر داد. عزت‌الله زارعی در گفتگوی اختصاصی با ایرنا اظهار داشت: در جلسه کمیته ارزی وزارت صنعت، معدن و تجارت که به ریاست وزیر برگزار شد، موضوعات مختلفی در حوزه ارزی مورد بحث قرار گرفت. وی افزود: یکی از مهم‌ترین تصمیمات، اصلاح فرآیندهای مربوط به مدیریت ارزی در وزارتخانه بود که با هدف تسهیل‌سازی و کاهش فیلترهای قبلی انجام شد، به‌گونه‌ای که دفاتر تخصصی و معاونت‌های مربوط نقش پررنگ‌تری در تصمیم‌گیری‌های ارزی داشته باشند.

تقدیر از شرکت موکت همدان به عنوان واحد صنعتی نمونه استان همدان



گروه صنایع نساجی، شرکت موکت همدان به مدیریت آقای دکتر علیمردان شیبانی به عنوان واحد تولیدی-صنعتی نمونه استان همدان معرفی گردید و از آقای دکتر شیبانی به عنوان فعال اقتصادی نمونه استان، تقدیر به عمل آمد.

روز پنجشنبه سوم مهرماه ۱۴۰۴ همایش گرامیداشت روز ملی صنعت و معدن استان همدان با محوریت تجلیل از صادرکنندگان و صنعتگران نمونه استان، با حضور گسترده مسئولان کشوری و استانی، صنعتگران، معدن داران و فعالان اقتصادی، برگزار شد.

این آیین که نمادی از عزم جدی استان برای جهش تولید و توسعه اقتصادی است، با حضور حمید ملانوری استاندار همدان، دکتر حاج بابایی نایب رئیس مجلس شورای اسلامی، نمایندگان مردم شریف همدان، اسدآباد و نهاوند در مجلس، مهندس محمدی مدیرکل صنعت، معدن و تجارت استان، روسای تشکلهای اقتصادی و جمع کثیری از سرمایه گذاران و پیشکسوتان عرصه تولید برگزار گردید.

در پایان این مراسم، از ۱۰ صادرکننده نمونه و ۳۰ فعال اقتصادی استان همدان در بخشهای مختلف صنعت، معدن و تجارت تجلیل شد که در

تقدیر از شرکت رنگدانه سیرجان به عنوان واحد تولیدی برتر استان کرمان



همایش بزرگداشت روز صنعت و معدن و هفته صنایع کوچک و تجلیل از واحدهای برتر صنعتی و معدنی استان کرمان، روز پنجشنبه هشتم آبان ماه ۱۴۰۴ با حضور عضو هیئت مدیره خانه صنعت، معدن و تجارت ایران، رئیس کمیسیون معدن و صنایع معدنی اتاق بازرگانی ایران، رئیس اتاق کرمان، معاون اقتصادی استاندار کرمان، معاون حقوقی دادگستری استان کرمان و جمعی از فعالان اقتصادی در محل تالار احسان برگزار شد. در این مراسم که از ۵۰ واحد صنعتی کوچک و بزرگ استان کرمان تجلیل گردید، شرکت رنگدانه سیرجان به مدیریت آقای مهندس بابک شایسته به عنوان واحد تولیدی برتر معرفی گردید و از مدیریت این شرکت با اهدای تندیس ویژه مراسم، تقدیر به عمل آمد.

ماهانمه «صنعت نساجی و پوشاک» انتخاب شایسته شرکت های موکت همدان، رنگدانه سیرجان، نساجی خوی، قالی سلیمان، الیاف پلی استر ساینه دلجان، کیمیا پلی استر قم، تولیدی سیرنگ یزد، فرش افشار زرینه، مهتا رنگ طوس، ریسندگی ماهوت شمال، پشم بافی آسیا، الماس کویر کرمان، فرش پرشین مشهد و ریسندگی و بافندگی جامعه به عنوان واحدهای نمونه صنعتی در استان های مختلف را صمیمانه خدمت مدیریت گرانقدر شرکت های یادشده تبریک عرض کرده و توفیقات روزافزون این گرامیان را در عرصه مقدس تولید و صنعت کشور خواستار است.

انجمن صنایع بازیافت مواد پلیمری ایران تشکیل شد

حسین قادی با ۳۶ رأی، بهزاد محمدی با ۳۲ رأی و محمدحسین جنابان با ۲۹ رأی انتخاب شدند. بابک محمدی نیز با ۱۹ رأی به عنوان عضو علی‌البدل معرفی شد.

در رده لاستیک، حمید بهشتی منفرد با ۴۴ رأی به عنوان نماینده این بخش برگزیده شد.

پس از پایان انتخابات، جلسه هیئت‌مدیره برگزار و بر اساس رأی اعضا، ترکیب نهایی هیئت‌مدیره انجمن به شرح زیر تعیین شد:

رئیس: برمک قنبرپور

نایب‌رئیس اول: حمید بهشتی

نایب‌رئیس دوم: بهزاد محمدی

خزانه‌دار: فرید سماوات

همچنین فرزاد داوودی با ۳۵ رأی به عنوان بازرس و امیر دبستانی با ۱۱ رأی به عنوان بازرس علی‌البدل انتخاب شدند.

گفتنی است هیئت‌مدیره انجمن از ۹ عضو تشکیل شده است؛ شامل ۴ نفر از رده لاستیک، ۴ نفر از رده الیاف و یک نفر از رده لاستیک. این انتخابات گامی مهم در مسیر سازمان‌دهی و تقویت صنعت بازیافت مواد پلیمری کشور ارزیابی می‌شود و انتظار می‌رود هیئت‌مدیره منتخب نقش فعالی در پیشبرد اهداف صنفی و توسعه صنعتی این حوزه ایفا کند.



انتخابات مجمع هیئت مؤسس انجمن صنایع بازیافت مواد پلیمری ایران صبح روز چهارشنبه ۱۴ آبان‌ماه ۱۴۰۴ با حضور فعالان حوزه بازیافت در ساختمان شماره یک اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران برگزار شد. این انتخابات در سه رده اصلی پلاستیک، لاستیک و الیاف انجام گرفت و منتخبان بر اساس آرای مجمع مشخص شدند.

در بخش پلاستیک، برمک قنبرپور با کسب ۴۲ رأی بیشترین آرا را به خود اختصاص داد. رهام حبیبی با ۲۹ رأی، فرید سماوات و علی تورنگ هر دو با ۲۸ رأی در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. همچنین وحید میرخان با ۲۲ رأی به‌عنوان عضو علی‌البدل این رده انتخاب شد. در بخش الیاف نیز بابک شایسته با ۴۰ رأی پیشتاز شد و پس از او

تعامل با FATF ادامه دارد

به نتایج نشست با گروه ویژه اقدام مالی بیان کرد که ایران با تصویب پالرمو و CFT گام نخست برای همکاری با این نهاد و در حال حاضر بحث در رابطه با اثبات اجرایی‌بودن آنها پیگیری می‌شود. او همچنین اشاره کرد که تصویب پالرمو به‌عنوان یک بند از ۴۱ بند برنامه اقدام، به معنای خروج از لیست سیاه نیست و قدم اول برای حل چالش‌های چندساله با FATF بوده و تعاملات ایران با این نهاد در این مسئله روزبه‌روز گسترش خواهد یافت.

برنامه اقدام، ایران در زمره «کشورهای با ریسک بالا و مشمول فراخوان برای اقدام» باقی می‌ماند. براساس اعلام پیشین این نهاد، در صورتی که ایران تصویب و اجرای کنوانسیون‌های پالرمو و تامین مالی تروریسم را متناسب با استانداردهای FATF به انجام برساند، در مورد گام‌های بعدی از جمله احتمال تعلیق اقدامات متقابل تصمیم خواهد گرفت.

در همین ارتباط روز شنبه سوم آبان، هادی خانی دبیر شورای عالی پیشگیری و مقابله با پول‌شویی و تامین مالی تروریسم، با اشاره

بعد از تصویب مجلس و امضای کنوانسیون مبارزه با تامین مالی تروریسم (CFT) توسط مسعود پزشکیان رئیس‌جمهور ایران، گروه ویژه اقدام مالی (FATF) بعد از ۶ سال از ایران برای شرکت در نشست این گروه در پاریس دعوت کرد. بر همین اساس روز جمعه ۲۴ اکتبر (دوم آبان)، FATF در نشست خود اعلام کرد که ایران با این نهاد وارد تعامل شده و تهران به‌دنبال رفع کاستی‌های موجود خود در رابطه با نظام مقابله با تامین مالی تروریسم و پول‌شویی است. با این حال تا زمان اجرای کامل

تشکیل گرای باید موجب انسجام و تخصص گرایی شود

هماهنگ باشند و آنچه قانون برای همه مقرر کرده است انجام دهند، مشکلاتی برای مملکت و حوزه تصمیم‌گیری به وجود نخواهد آمد. معاون امور استان‌ها و تشکلهای اتاق ایران خاطرنشان کرد: باید قانون بهبود محیط کسب‌وکار ملاک عمل بخش خصوصی و بخش دولتی باشد. او ادامه داد: اینکه تشکلی به ثبت برسد اما مانند آن تشکل وجود داشته باشد و تنها با یک کلمه اضافه یا کم کردن، کثرت به وجود آوریم، فقط قدرت تصمیم‌گیری را متزلزل می‌کنیم، در حقیقت هر چقدر از کثرت به وحدت برسیم، تصمیم‌گیری راحت‌تر می‌شود و هم بخش خصوصی و هم بخش دولتی می‌توانند تصمیم‌های کارشناسی و منسجمی بگیرند. کثرت تشکلهای در یک موضوع واحد جز دردسر، جز نگرفتن تصمیم یا جز گرفتن تصمیم اشتباه، نتیجه‌ای ندارد. زمانی تصریح کرد: ایجاد تشکل برای تخصصی‌بودن و کمک به تصمیم‌گیران مملکتی است؛ اما اگر در یک موضوع مشخص، گونه‌های متفاوتی از تشکلهای شکل بگیرند، چگونه می‌توان به اجماع و نظر واحد رسید؟



رسیده است، هم‌نام هستند.

زمانی نسبت به عملکرد برخی وزارتخانه‌ها در روند شکل‌گیری تشکلهای انتقاد کرد و افزود: اتاق ایران از این موضوع گلایه دارد. اگر وزارتخانه‌ها به قانون مصوب مجلس شورای اسلامی که به‌عنوان راهی برای بهبود فضای کسب‌وکار ابلاغ شده است، احترام گذاشته و به آن عمل کنند، تشکلهای موازی ایجاد نمی‌شود. بعضی از وزارتخانه‌ها تشکلهای اقتصادی را با نام‌هایی که در اتاق ایران وجود دارد به ثبت می‌رسانند، این روند برای دستگاه‌های دولتی و دستگاه‌های تصمیم‌گیر مشکل‌ساز خواهد بود. بنابراین معتقدم اگر وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها، نهادها و اتاق ایران

معاون امور استان‌ها و تشکلهای اتاق ایران با نگاهی به قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار و ضرورت ساماندهی تشکلهای و جلوگیری از ایجاد تشکلهای اقتصادی موازی، تأکید کرد: اینکه چندین تشکل با یک عنوان و مأموریت در کشور ایجاد شوند، به ضرر اقتصاد خواهد بود. جواد زمانی در گفت‌وگو با اتاق ایران آنلاین تصریح کرد: ایجاد تشکلهای و جلوگیری از موازی‌کاری در حوزه تشکلی از وظایف عمده اتاق ایران است. از طرفی قسمت عمده اعتبار اتاق ایران به تشکلهای بر می‌گردد، در این بین یکی از وظایفی که بر اساس قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار به اتاق ایران محول شده است، جلوگیری از موازی‌کاری در این بخش است.

او ادامه داد: در اتاق ایران سعی بر این است که با هدف ساماندهی وضعیت تشکلی مانع از شکل‌گیری تشکلهایی شویم که در یک حوزه یکسان فعالیت می‌کنند؛ اما بعضی از وزارتخانه‌ها مانند وزارت کار و وزارت کشور، برای شکل‌گیری تشکلهای جدید اقتصادی، مجوز می‌دهند که بعضی از این تشکلهای دقیقاً با تشکل دیگری که در اتاق ایران به ثبت

تقسیم بانک‌ها در ۶ گروه

جهت ارتقای شفافیت، بهبود نظارت و کاهش فعالیتهای نامرتبط بانک‌ها خواهد بود. به باور تحلیلگران، این رویکرد می‌تواند زمینه آموزش تخصصی کارکنان، شناخت بیشتر از ریسک‌های هر حوزه و تصمیم‌گیری دقیق‌تر در تخصیص منابع را فراهم کند. تجربه کشورهای پیشرو در صنعت بانکداری از جمله چین، آلمان و ترکیه نیز نشان می‌دهد تفکیک وظایف در حوزه فعالیت بانک‌ها، به کارایی بالاتر نظام مالی منجر شده است. با این حال، موفقیت این سیاست بانک مرکزی منوط به طراحی سازوکارهای شفاف برای بانک‌های ناتراز خواهد بود.

مدیر روابط عمومی بانک مرکزی روز چهارشنبه ۱۴ آبان ۱۴۰۴ اعلام کرد که به منظور بازطراحی مدل کسب‌وکار شبکه بانکی، دستورالعمل‌های مربوط به گروه‌بندی بانک‌ها و انجام تکالیف قانونی آن تدوین شده و به تصویب هیئت عالی بانک مرکزی رسیده است. بر اساس دستورالعمل ابلاغی، طبقه‌بندی بانک‌ها در ۶ گروه مجزا انجام خواهد شد. این طبقه‌بندی شش‌گانه شامل بانک‌های «جامع»، «قرض‌الحسنه»، «تخصصی»، «تجاری»، «توسعه‌ای» و «پس‌انداز و تسهیلات مسکن» خواهد بود. کارشناسان معتقدند تخصصی‌سازی شبکه بانکی، گامی مهم در

نشست بررسی کسب و کارهای خانوادگی در صنعت نساجی اصفهان برگزار شد

صنعت نساجی در جستجوی نسل جانشین

نساجی در پی افزایش شدید قیمت‌ها و کاهش قدرت خرید مردم گفت: رقابت‌های قیمتی تا ۵۰ درصد افزایش یافته و فشار تورمی موجب شده بخش بزرگی از جامعه پوشاک را از سبد خرید خود حذف کند. شاه‌کرمی افزود: در شرایطی که تورم به ۴۵ درصد رسیده، نیازهای اول مردم مسکن، غذا و دارو شده و پوشاک به اولویت سوم و چهارم تبدیل شده است. وی ادامه داد: همه فعالان صنعت در یک منطقه قرار دارند و تنها با همراهی و ارائه نظرات کارشناسی می‌توان از این شرایط عبور کرد.



انتقال درست تجربه‌ها در صنعت ضروری است

محمدرضا گل‌احمد رئیس کمیسیون مسئولیت اجتماعی و عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی اصفهان با اشاره به مستندی تازه درباره تاریخ نساجی اصفهان گفت: این اثر با روایت مدیران و کارگران قدیمی کارخانه‌ها، بخش مهمی از حافظه صنعتی شهر را زنده کرده است. وی با اشاره به اهمیت «کسب و کار خانوادگی» در صنعت نساجی افزود: نساجی اصفهان وارد قرن دوم حیات خود شده و امروز نسل‌های دوم، سوم و حتی چهارم خانواده‌ها وارد مدیریت این صنعت شده‌اند. بسیاری از کسب و کارهای خانوادگی در ایران به دلیل نبود برنامه‌ریزی در انتقال مدیریتی، پس از یک یا دو نسل دچار چالش می‌شوند. گل‌احمد اظهار کرد: حفاظت از میراث صنعتی اصفهان و انتقال درست آن به نسل‌های بعدی، وظیفه امروز ما است و صنعت نساجی ستون هویت صنعتی این شهر است.

اصلی توسعه صنعتی کشور بوده است. نساجی اصفهان همواره در معادلات اقتصادی و حتی سیاسی کشور اثرگذار بوده، اما امروز به مرحله‌ای رسیده‌ایم که یک بخشنامه می‌تواند مسیر یک واحد صنعتی را تغییر دهد. وی با بیان سابقه تحصیلی خود در علوم سیاسی و اقتصادی و تجربه چند دهه فعالیت صنعتی افزود: در دوره‌هایی شاهد شکوفایی نساجی بوده‌ایم و امروز نیز علیرغم چالش‌ها، ظرفیت‌های بزرگ در این صنعت وجود دارد اما اجرای درست تصمیمات، حلقه گم‌شده آن است. ذره‌بینی تأکید کرد: انتقال صحیح کسب و کار به نسل‌های بعدی، کلید بقای صنعت در کشور است.

هشدار تورمی برای صنعت پوشاک

مهندس حبیب‌الله شاه‌کرمی، رئیس انجمن کارفرمایی صنایع نساجی استان اصفهان با هشدار نسبت به بحرانی‌شدن وضعیت صنایع

شامگاه دوشنبه ۲۶ آبان‌ماه، نشست بررسی کسب و کارهای خانوادگی در صنعت نساجی با محوریت ورود نسل‌های بعدی به این صنعت، توجه به فناوری‌های نو و نوسازی خطوط تولید و انتقال مدیریتی برگزار شد. در این نشست حفظ میراث صنعتی اصفهان، بازآفرینی جذابیت صنعت برای نسل‌های جوان و آسیب‌شناسی چالش‌های امروز واحدهای نساجی بررسی گردید و یاد و خاطره بزرگانی که اولین انجمن یا سندیکای نساجی ایران و اصفهان را در همین ایام (آبان ۱۳۳۶) در اصفهان تاسیس کردند، گرامی داشته شد.

نقش تاریخی نساجی و حلقه گم‌شده تصمیم‌گیری

در این گردهمایی، جعفر ذره‌بینی کارآفرین و فعال اقتصادی با اشاره به نقش اثرگذار صنعت نساجی در تحولات سیاسی و اقتصادی ایران تأکید کرد: نساجی اصفهان طی دهه‌های گذشته یکی از ستون‌های



کاهش جذابیت صنعت برای نسل‌های جوان

مهدی قزوینی عضو هیئت‌مدیره انجمن کارفرمایی صنایع نساجی اصفهان با اشاره به نگرانی‌های جدی درباره آینده صنعت اعلام کرد: فرسودگی ماشین‌آلات و کمبود نیروی انسانی باعث شده نسل‌های دوم و سوم تمایلی به ورود به این صنعت نداشته باشند. وی افزود: نساجی روزگاری مزیت اشتغال‌زایی داشت اما اکنون همان اشتغال‌بر بودن به ضرر صنعت تبدیل شده است. کمبود نیروی کار، فرسودگی خطوط تولید و ناتوانی در جذب نسل Z با ماشین‌آلات قدیمی، آینده این صنعت را تهدید می‌کند. قزوینی با تأکید بر ضرورت نوسازی فوری صنعت گفت: با این ماشین‌آلات قدیمی امکان رقابت با دنیا وجود ندارد و ورود اتوماسیون و فناوری‌های جدید ضروری است، اما هزینه‌های بالای نوسازی و نبود حمایت‌های دولتی مانع اصلی است.

ورود نسل جدید به صنعت؛ شرط پایداری نساجی

امیر کشانی رئیس اتاق بازرگانی اصفهان نیز گفت: برای پایداری صنعت نساجی لازم است نسل بعدی به‌صورت واقعی درگیر این حوزه شود. نسل جدید با مدل رفتاری گذشته وارد این صنعت نمی‌شود و باید برای آنان حوزه‌های جذاب و نوآورانه تعریف شود. وی ادامه داد: اگر صنعت مد و طراحی پوشاک برای جوانان جذاب و سودآور شود، آنان وارد این زنجیره خواهند شد و بخشی از مسئولیت صنعت را برعهده می‌گیرند. هرچند امکان الگوبرداری از میلان وجود ندارد، اما می‌توان مد بومی منطقه را در اصفهان پایه‌گذاری کرد. کشانی یادآور شد: نسل بعدی باید با هوش مصنوعی، اتوماسیون و فناوری‌های نو درگیر شود و قرار نیست صرفاً جانشین نسل قبلی باشد؛ بلکه باید فرصت داشته باشد بخشی از زنجیره صنعت را خود انتخاب و مدیریت کند. ادامه مسیر صنعت نیازمند تدوین نقشه راهی برای حضور نسل‌های بعدی و دادن اختیار و میدان عمل به آنان است.

گزارشی از نشست تخصصی بهینه‌سازی مصارف ارزی سقف انحصار ارزی بازرگانان ۳۳ درصد تعیین شد

۱۴۰۰، ۱۴۰۱، ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳ است و بنابراین سهم قابل‌توجهی از ارز به ثبت سفارش‌های باقی‌مانده از سال‌های قبل اختصاص پیدا کرد. با برخورد به این مسئله و اعتراضاتی که شاهد بودیم، سهمیه دفاتر را ارتقا دادیم و سهمیه گروه ۲۲ را بیشتر افزایش دادیم. البته سایر ایراداتی هم که اعلام شد، برطرف کردیم.

در ادامه، احمدرضا فرشچیان رئیس کمیسیون مدیریت واردات اتاق ایران نسبت به بهینه‌سازی چندباره مصارف ارزی انتقاد کرد و گفت: روند تأمین ارز برای واردات مواد اولیه تا تجهیزات تولید چندین باره بهینه می‌شود. از طرفی روند باز شدن کد تعرفه‌ها مشخص نیست. یک واحدی مطلع شده و سفارش را ثبت می‌کند و واحدی از باز شدن آن مطلع نمی‌شود.

این فعال اقتصادی محدود بودن ارز در کشور را با توجه به شرایط تحریمی، امری قابل‌پذیرش عنوان کرد و گفت: اینکه کشور از نظر منابع ارزی دچار چالش شده قابل درک است؛ اما الگوی مدیریت و سهمیه‌بندی ارز نادرست است. عضو هیئت نمایندگان اتاق ایران، آزاد شدن واردات تهنجی را مورد توجه قرار داد و گفت: نباید به گونه‌ای رفتار کنیم که این نوع واردات تشویق شود.

در این رابطه محمدرضا فاروقی رئیس کمیسیون گمرک اتاق ایران نیز گفت: ممیزی روی کالاها باید با حساسیت بهتر و بیشتری انجام شود. کالاهایی در بنادر باقی ماندند که منتظر تخصیص



سهمیه‌بندی ارزی به این شکل از سال ۱۴۰۲ آغاز شد. از طرف دیگر واحدهای تولیدی و بازرگانان بر اساس برنامه‌های تولیدی و جریان واردات از این سهمیه‌ها استفاده می‌کنند.

او ادامه داد: بهینه‌سازی مصرف ارزی بر اساس کدکالاها انجام می‌شود. وزارتخانه موظف است طبق میزان واردات سه سال گذشته و احتساب بالاترین رقم مورد نیاز کشور با ۲۰ درصد بیشتر از نیاز مربوط به هر کد تعرفه، ارز تخصیص دهد و برای هر بازرگان حد انحصار ارز را ۳۳ درصد منظور کردند. برای هر کد تعرفه میزان تولیدی و بازرگانی آن هم تفکیک و مشخص شده است.

مشاور وزیر صنعت، معدن و تجارت به یکی از چالش‌های این حوزه اشاره و تصریح کرد: باید گفت ثبت سفارشی که انجام می‌شود دیگر ابطال نمی‌شود. ثبت سفارش‌هایی داریم که مربوط به سال‌های

روز دوشنبه ۱۲ آبان‌ماه، نشست تخصصی بهینه‌سازی مصارف ارزی به همت مرکز بهبود کسبوکار اتاق ایران برگزار شد. هدف از برگزاری این جلسه رفع چالش‌ها و مشکلاتی بود که فعالان اقتصادی در فرآیند ثبت سفارش و دریافت ارز برای تأمین مواد اولیه و تجهیزات تولید با آنها مواجه هستند. در این نشست، گلنار نصرالهی مشاور وزیر و ابراهیم شیخ معاون وزارت صنعت، معدن و تجارت حضور داشتند تا درباره ابهامات پیش‌آمده در فرآیند بهینه‌سازی مصارف ارزی توضیح دهند.

در ابتدای نشست، خانم مهندس نصرالهی با بیان این مطلب که سهمیه‌های ارزی وزارتخانه نسبت به سال قبل محدودتر است و با تکیه بر دستورالعمل‌ها سهمیه ارزی هر وزارتخانه‌ای مدیریت می‌شود، گفت: بر اساس ضوابط موجود، ارز را بین متقاضیان تقسیم می‌کنیم. فرآیند



ارز هستند. گاهی پروسه تولید تنها در انتظار مواد اولیه و تجهیزاتی است که در گمرکات دچار رسوب شدند. او ادامه داد: تعداد ثبت سفارش‌های تعیین تکلیف نشده باید از سوی یک مرجع مورد بررسی قرار گیرد. این یک چالش جدی است که باید حل و فصل شود. از سویی میزان رسوب کالاها در گمرکات در حال افزایش است و موجب شده فعال اقتصادی برای اینکه مشمول قوانین تعزیراتی و قاچاق نشود، مدام ثبت سفارش‌های خود را ویرایش کند. محمد لاهوتی رئیس کمیسیون صادرات

اتاق ایران نیز یکی از روش‌های رفع تعهدات ارزی را واردات از محل صادرات خود و تهاتر عنوان کرد و گفت: در حال حاضر یکی از چالش‌ها اینجاست که چون درگیر بهینه‌سازی مصارف ارزی هستیم و از طرف وزارتخانه ارائه برنامه‌های تولیدی الزامی است، امکان استفاده از این بند قانونی و واردات از محل صادرات خود از فعالان اقتصادی سلب شده است.

او ادامه داد: در حدود دو سال طول کشید تا بانک مرکزی درباره امکان واردات از محل صادرات خود بیانیه دهد و اعلام کند دخل و تصرفی در اجرای این روش ندارد و این موضوع در اختیار وزارت صنعت، معدن و تجارت است. حال با اجرای بهینه‌سازی

مصارف ارزی امکان استفاده از این روش رفع تعهد وجود ندارد.

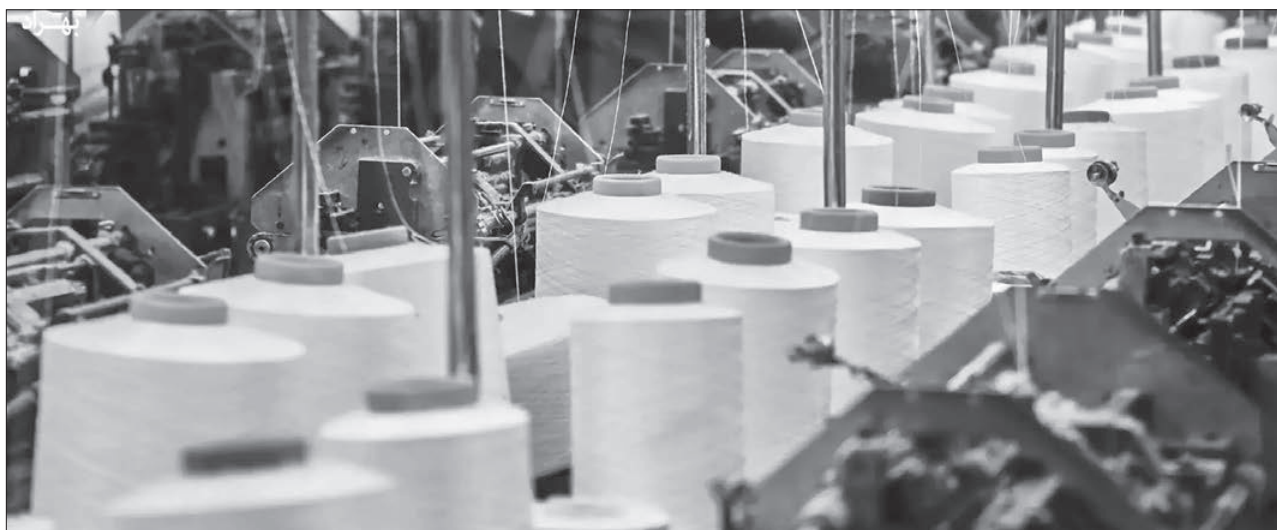
این فعال اقتصادی درباره الزام واحدهای تولیدی به ارائه برنامه و امکان استفاده از سهمیه ارزی خود گفت: در جایی که برای تأمین ارز، ثبت سفارش‌ها چندین ماه بی‌پاسخ می‌مانند، برنامه‌ریزی ممکن نیست. برنامه‌ریزی لازم است ولی امروز بستر آن فراهم نیست. چون مواد اولیه و تجهیزات لازم برای تولید باید وارد شود و واردات درگیر تخصیص ارز است پس نمی‌توان برای تولید برنامه‌ای داشت. لاهوتی با بیان اینکه واردات کشور به کالاهای واسطه‌ای برای تولید اختصاص دارد، تأکید کرد: با این شرایط چگونه واحد

تولیدی برنامه‌ریزی کند و بر اساس آن ارز بگیرد. بنابراین پیشنهاد می‌شود واردات از محل صادرات خود از رویه بهینه‌سازی مصارف ارزی مستثنی شود.

در بخش بعدی این نشست مصادیق و چالش‌هایی که پیش‌روی فعالان اقتصادی قرار دارد به صورت موردی مطرح و از سوی معاون و مشاور وزارتخانه و مدیران کل دفاتر رفع ابهام و حل و فصل و در نهایت قرار شد دبیرخانه شورای گفتگو، لغو مجوز بهینه‌سازی مصارف ارزی را از معاون اول رئیس‌جمهور درخواست و کارگروه بازگشت ارز حاصل از صادرات، واردات از محل ارز صادرات خود را از شمول بهینه‌سازی مستثنی کند.



معاونت مطالعات اقتصادی اتاق بازرگانی تهران بررسی کرد: سه سناریو برای آینده صنایع نساجی و پوشاک



- فرسودگی ماشین آلات و فناوری های تولید؛
- ضعف در نوآوری، طراحی و توسعه برندهای ملی؛
- نظام تعرفه ای ناکارآمد که از تولید حمایت نکرده و رقابت را محدود می کند؛
- قاچاق گسترده پوشاک خارجی که سهم تولیدکنندگان داخلی را کاهش داده است؛
- پراکندگی تصمیم گیری و نبود سیاست صنعتی منسجم؛
- کمبود آموزش های تخصصی و کاهش بهره وری نیروی کار؛
- وابستگی به واردات مواد اولیه و قطعات و محدودیت سرمایه گذاری در تحقیق و توسعه.

نتیجه این محدودیت ها، تمرکز صنعت نساجی ایران بر تولید کم ارزش و کاربر بوده و باعث شده کشور نتواند در حلقه های ارزش افزوده بالا جایگاه مؤثری پیدا کند. مطالعات نشان می دهد کشورهایی مانند چین، ترکیه، ویتنام، بنگلادش و سریلانکا با اتکا بر مدل های «خریدارمحور»، برندسازی قوی، شبکه های توزیع جهانی و پیوند میان طراحی، تولید و فروش، جایگاه خود را تثبیت کرده اند. این کشورها توانسته اند بیشترین سهم ارزش افزوده و تأثیرگذاری بر اشتغال و صادرات را به دست آورند، در حالی که ایران همچنان در تولید پایه باقی مانده و حلقه های کلیدی

صنعت نساجی و پوشاک ایران، از قدیمی ترین و پرجمعیت ترین صنایع کشور، نقش راهبردی در اقتصاد ملی دارد. این صنعت نه تنها در تأمین نیازهای اساسی جامعه نقش دارد، بلکه می تواند موتور محرک توسعه صنعتی و اشتغال زایی باشد. با این حال، طی سال های اخیر، مشکلات ساختاری و مدیریتی باعث شده جایگاه ایران در زنجیره جهانی ارزش پوشاک و نساجی ضعیف باقی بماند و تولیدکنندگان داخلی نتوانند سهم قابل توجهی از بازارهای منطقه ای و جهانی به دست آورند.

در این راستا، گزارش تازه معاونت مطالعات اقتصادی اتاق بازرگانی تهران با عنوان «توسعه زنجیره ارزش صنعت نساجی و پوشاک» وضعیت کنونی، چالش ها و فرصت های این صنعت را بررسی و مسیرهای عملی برای ارتقای فناوری، برندسازی و اتصال به بازارهای جهانی پیشنهاد کرده است.

چالش های کلیدی صنعت نساجی و پوشاک ایران

بر اساس این گزارش، صنعت نساجی ایران عمدتاً در حلقه های ابتدایی زنجیره ارزش تولید نخ و پارچه خام باقی مانده و بخش های با ارزش افزوده بالا، مانند طراحی، مد، بازاریابی و صادرات، مغفول مانده اند. مهم ترین موانع رشد این صنعت عبارتند از:

*** سناریو سوم** - رشد صادرات محور (سناریوی ترکیبی): توسعه بازار داخلی همراه با افزایش سهم صادرات، که واقع‌بینانه‌ترین مسیر توسعه به شمار می‌رود.

این مطالعه، ترکیبی از سناریوی دوم و سوم را به‌عنوان گزینه برتر پیشنهاد می‌کند چراکه تحقق سناریوی سوم، مستلزم سرمایه‌گذاری هدفمند در فناوری، توسعه برندهای ملی، اصلاح سیاست‌های صنعتی، تقویت زیرساخت‌های لجستیکی و بهره‌گیری از تجارب بین‌المللی است. بر همین اساس، سناریوی ترکیبی با تأکید بر بهره‌گیری از فرصت‌های داخلی و منطقه‌ای و در کنار آن در بلندمدت، تقویت جایگاه در سطح جهانی به‌عنوان مسیری برای توسعه صنعت نساجی و پوشاک ایران خواهد بود.

گزارش معاونت مطالعات اقتصادی اتاق تهران؛ همچنین راهکار/ سیاست‌های ارتقا را ذیل استراتژی ترکیبی، پیشنهاد می‌کند که از مهم‌ترین آن‌ها توسعه شبکه‌های صنعتی در اتصال به زنجیره ارزش منطقه‌ای و به‌سازی زیرساخت لجستیک می‌باشد. هدف نهایی از این اقدامات، افزایش رقابت‌پذیری صنعت پوشاک ایران در زنجیره جهانی و بهره‌برداری از فرصت‌های اقتصادی مرتبط است.

یکی از پیشنهادهای کلیدی ارائه‌شده در بخش سوم، تشکیل نهاد فراگیر (فدراسیون) صنعت نساجی و پوشاک است. این نهاد با هدف مدیریت چالش‌های اصلی نظیر تعارض منافع (و مصادیق آن از جمله قاچاق و مسائل مرتبط)، ایجاد شبکه‌های لجستیکی کارآمد با کمترین تأخیر ممکن و اتصال میان تولیدکنندگان داخلی و شرکت‌های پیشرو بین‌المللی طراحی شده است. نهاد پیشنهادی به‌عنوان یک چارچوب نهادی فراگیر، می‌تواند به هماهنگی بیشتر در زنجیره ارزش، تسهیل فرآیندهای تجاری و حل تضادهای ساختاری موجود در این صنعت کمک کند. نتیجه مورد انتظار از این اقدام، تقویت و بزرگ‌تر شدن یک اقتصاد صنعت نساجی و پوشاک کشور از طریق افزایش بهره‌وری، کاهش موانع تولید و صادرات و ایجاد یکپارچگی در سیاست‌ها و استراتژی‌های توسعه‌ای در نقش یک رگولاتر این صنعت است.

این گزارش خاطرنشان می‌کند که صنعت نساجی و پوشاک ایران در نقطه‌ای حساس قرار دارد؛ صنعتی که با ظرفیت بالقوه بالا، اما با مشکلات ساختاری و مدیریتی مواجه است. اگر این چالش‌ها به‌موقع برطرف نشوند، کشور ممکن است جایگاه خود را در بازار داخلی و جهانی از دست بدهد. در مقابل، با اجرای سیاست‌های مدون، سرمایه‌گذاری در فناوری و نوآوری، و ایجاد سازوکارهای حکمرانی منسجم، این صنعت می‌تواند به موتور محرک توسعه اقتصادی و اشتغال در ایران تبدیل شود.

مانند طراحی و مد را از دست داده است.

در بخش فناوری و نوآوری، شکاف ایران با کشورهای پیشرو افزایش یافته است. ایران در حوزه‌های نساجی فنی، منسوجات هوشمند، دیجیتال‌سازی فرآیند تولید، طراحی مبتنی بر هوش مصنوعی و بازاریابی دیجیتال عقب‌تر است. برای جبران این عقب‌ماندگی، سه مرحله تحول فناورانه پیشنهاد شده است:

- ۱- کوتاه‌مدت (۱ تا ۳ سال): بازسازی زیرساخت‌ها، ارتقای بهره‌وری و آموزش نیروی انسانی.
- ۲- میان‌مدت (۳ تا ۵ سال): توسعه نوآوری در محصول و فرآیند، حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان.
- ۳- بلندمدت (۵ تا ۱۰ سال): دستیابی به رهبری فناورانه و حضور فعال در زنجیره جهانی ارزش.

پراکندگی نهادهای تصمیم‌گیر، نبود رگولاتور واحد و ضعف هماهنگی میان تولیدکنندگان و بازار، مشکلات ساختاری مهم دیگری هستند که توسعه صنعت نساجی را محدود کرده‌اند. ایجاد یک نهاد فراگیر تنظیم‌گر صنعت نساجی و پوشاک، می‌تواند سیاست‌ها را هماهنگ کرده، قاچاق را کنترل، زنجیره تأمین را بهبود و همکاری میان تولیدکنندگان داخلی و شرکت‌های بین‌المللی را تسهیل کند.

وضعیت داخلی و فرصت‌ها

در ایران، پراکندگی تولیدکنندگان، ضعف در نوآوری و محدودیت سرمایه‌گذاری باعث شده بسیاری از واحدهای تولیدی کوچک نتوانند در زمینه طراحی، تحقیق و توسعه یا ارائه خدمات پس از فروش فعالیت مؤثر داشته باشند. این مسئله باعث نارضایتی مصرف‌کنندگان شده و به «تله مونتاژکاری» در صنعت لوازم خانگی و پوشاک منجر شده است؛ یعنی تولیدکنندگان بزرگ که در تعمیق ساخت داخل سرمایه‌گذاری کرده‌اند، با رقابت ناعادلانه از سوی بنگاه‌های کوچک مواجه می‌شوند. بر اساس تجربه کشورهای مانند ترکیه و چین، موفقیت در صنعت پوشاک نیازمند سیاست صنعتی پایدار، تمرکز بر صادرات، حمایت از نوآوری و برندسازی، ایجاد مناطق ویژه تولید و پیوند مؤثر میان دانشگاه، صنعت و بازار است. بر همین اساس، سه سناریوی آینده برای صنعت نساجی ایران ترسیم شده است:

- * سناریو اول** - رکود و ادامه وضعیت فعلی: کاهش تولید داخلی و افزایش واردات.
- * سناریو دوم** - توسعه داخلی و تقویت بازار ملی: جایگزینی واردات و حمایت از تولیدکنندگان خرد.

گزارش مرکز پژوهش‌های اتاق ایران از شاخص مدیران خرید مهر ۱۴۰۴

رشد سفارشات جدید در بخش صنعت

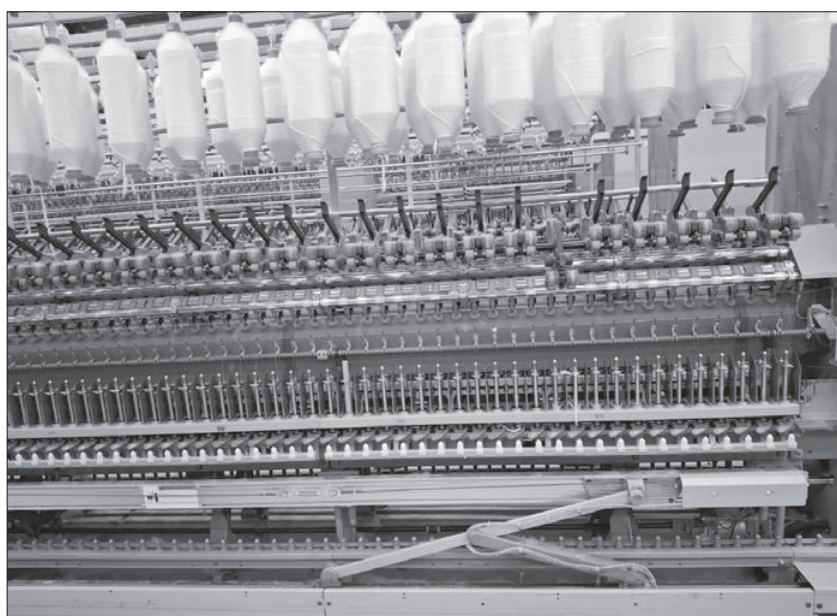
نهایی نیز بیشترین رشد ۸ ماه اخیر را داشته است. این افزایش قیمت‌ها به تورم بیشتر در نیمه دوم سال دامن خواهد زد.

شاخص مدیران خرید بخش صنعت

شاخص مدیران خرید بخش صنایع کارخانه‌ای و تولیدی کشور، نمای بهتر و بارزتری برای سنجش وضعیت کسب‌وکارهای صنعتی و روند تغییرات تولید و فروش صنعتی است. بر اساس داده‌های حاصل از نظرسنجی به‌دست‌آمده از بنگاه‌های بخش صنعت، شاخص مدیران خرید صنعت ایران (تعدیل‌شده) در مهرماه معادل ۵۳,۴ برآورد شده است.

نکته قابل‌توجه این که مقدار شاخص در این ماه، پس از هفت ماه متوالی رکود، بهبود داشته و برای دومین بار بالاتر از محدوده خنثی (۵۰) قرار گرفته و در مهرماه بیشترین میزان ۲۰ ماهه خود از اسفندماه سال ۱۴۰۲ را به ثبت رسانده است. بهبود نسبی در اکثر صنایع (به‌غیر از صنایع فراورده‌های نفت و گاز، صنایع فلزی و سایر صنایع) رخ داده است. در این ماه، بهبود در مقدار شاخص تحت تأثیر افزایش در سه مؤلفه اصلی خود (شاخص مقدار تولید محصولات، میزان سفارشات جدید مشتریان و سرعت انجام و تحویل سفارش) قرار گرفته است.

مقدار تولید محصولات بخش صنعت در مهرماه، معادل ۵۴,۰ محاسبه شده است. شاخص مذکور که از ابتدای سال شاهد



سفارشات جدید مشتریان در کل اقتصاد، کاهش متوالی طی ۲۰ ماه اخیر را نشان می‌دهد اما در بخش صنعت طی مهرماه افزایش یافته است. این تصویر می‌تواند احتمالاً به معنی شکل‌گیری انتظارات تورمی در تقاضای کل اقتصاد در ماه‌های آتی باشد.

شاخص اشتغال در هر دو بخش صنعت و کل اقتصاد کاهش یافته و در صنعت برای دوازدهمین ماه متوالی کاهش یافته است. به‌رغم بهبود در رشد تولید صنعتی و تقاضای بازار، تعدیل نیروی کار یکی از چالش‌های کنونی اقتصاد ایران در دوره بعد از جنگ ۱۲ روزه و نیمه دوم سال خواهد بود.

شاخص قیمت مواد اولیه به بالاترین سطح ۳۰ ماه اخیر رسیده و قیمت محصولات

یافته‌های مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در گزارش شاخص مدیران خرید (شامخ) کل اقتصاد در مهرماه، از تداوم روند نزولی کلیت اقتصاد حکایت دارد. گرچه در مهرماه، شرایط رونق و انبساط در بخش صنعت حکم‌فرما شده و همین مسئله شیب روند نزولی اقتصاد را اندکی نسبت به شهریورماه کاهش داده است.

بر اساس این گزارش، شاخص مدیران خرید بخش صنعت در مهرماه با عدد ۵۳,۴ به بالاترین سطح خود در ۲۰ ماهه اخیر رسیده است که بیانگر رشد نسبی در تولید صنعتی بوده و قابل‌توجه است. با این حال، شامخص کل اقتصاد در این ماه با ثبت عدد ۴۷,۴ همچنان زیر سطح خنثی باقی مانده که نشان‌دهنده تداوم ضعف در فعالیت‌های اقتصادی (غیرصنعتی) است.

شاخص مدیران خرید (شاخص) بخش صنعت در دو ماه منتهی به مهر ۱۴۰۴				
شاخص	تعدیل فصلی نشده		تعدیل فصلی شده	
	مهر ۱۴۰۴	شهریور ۱۴۰۴	مهر ۱۴۰۴	شهریور ۱۴۰۴
شاخص کل صنعت	۵۳٫۳	۵۸٫۴	۵۱٫۷	۵۳٫۴
مقدار تولید محصولات	۵۷٫۶	۶۲٫۴	۵۳٫۶	۵۴٫۰
میزان سفارشات جدید مشتریان	۵۴٫۶	۶۲٫۶	۵۲٫۵	۵۷٫۸
سرعت انجام و تحویل سفارش	۵۸٫۳	۶۰٫۲	۵۷٫۴	۵۶٫۰
موجودی مواد اولیه خریداری شده	۴۴٫۳	۴۴٫۸	۴۴٫۰	۴۳٫۹
میزان استخدام و بکارگیری نیروی انسانی	۴۶٫۵	۵۲٫۷	۴۷٫۶	۴۸٫۹
قیمت خرید مواد اولیه	۸۶٫۱	۸۷٫۴	۷۷٫۰	۷۷٫۳
موجودی محصول نهایی در انبار	۴۹٫۰	۵۰٫۵	۴۷٫۷	۴۷٫۸
میزان صادرات کالا	۵۰٫۲	۴۷٫۷	۴۹٫۱	۴۷٫۸
قیمت محصولات تولید شده	۶۴٫۰	۶۷٫۳	۶۴٫۰	۶۷٫۳
مصرف حامل های انرژی	۵۳٫۶	۵۲٫۵	۵۳٫۹	۵۰٫۶
میزان فروش محصولات	۵۳٫۳	۶۲٫۰	۵۱٫۸	۵۵٫۲
انتظارات تولید در ماه آینده	۵۳٫۰	۶۲٫۲	۵۱٫۱	۶۰٫۵

ماخذ: مرکز پژوهش های اتاق بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی ایران شهریور و مهر ۱۴۰۴

چهار ماه کاهش بوده است، برای دومین ماه متوالی با عبور از سطح خنثی (۵۰) افزایش داشته و بیشترین سطح تولید در ۱۲ ماه اخیر را ثبت کرده است. افزایش در تولید بنگاه های صنعتی به دلیل بهبود در تأمین انرژی مشاهده شده است، هرچند برخی از صنایع همچنان با کاهش در میزان تولید در مهرماه روبه رو بوده اند.

میزان سفارشات جدید مشتریان در مهرماه، افزایش داشته به طوری که بالاترین میزان خود را از ابتدای سال به ثبت رسانده است و برای دومین ماه متوالی از ابتدای سال افزایش داشت. انتظارات تورمی طی ماه های آینده، باعث شده تا افزایش در تقاضا در برخی از صنایع مشاهده شود، با این حال میزان افزایش تقاضا اندک بوده و تولیدکنندگان در مجموع همچنان با تقاضای محدود (ناشی از تورم بالا و کاهش قدرت خرید مصرف کنندگان و بی ثباتی اقتصادی) مواجه هستند.

در مهرماه، میزان استخدام و به کارگیری نیروی انسانی در بخش صنعت برای دوازدهمین ماه متوالی کاهش است و شاخص در این ماه نسبت به ماه قبل کاهش بیشتری داشته است. سطوح پایین تقاضا و فقدان تسهیلات مالی که محدودیت منابع مالی را برای بنگاه های صنعتی ایجاد کرده است، باعث تولید در ظرفیت های پایین تری از توان واقعی تولید شده است و بنگاه های صنعتی برنامه های استخدام جدید را متوقف یا تعدیل نیرو را در دستور کار قرار داده اند. این در حالی است که فشار هزینه های زندگی با کاهش انگیزه نیروی کار، به کمبود شدید نیروی کار ماهر در برخی صنایع دامن زده است. در نتیجه، بازار کار صنعتی نیز با دوگانه همزمان کاهش فرصت شغلی و کمبود نیروی انسانی مواجه شده است. تداوم این موضوع با تبعات

تأمین تقاضای محدود مشتریان خود، از انبار به میزان بیشتری استفاده کرده اند. در همین حال، نتایج شاخص در مهرماه نشان می دهد افزایش قیمت خرید مواد اولیه و به تبع آن افزایش هزینه های تولید، باعث شده تا تولیدکنندگان برای جبران فشار هزینه ها ناچار به افزایش قیمت محصولات تولید شده شوند، به طوری که قیمت فروش بیشترین نرخ افزایش را طی ۸ ماه اخیر از اسفندماه سال ۱۴۰۳ به ثبت رسانده است. آمارهای رسمی نیز این یافته را تأیید می کند چراکه شاخص قیمت مصرف کننده در مهرماه نسبت به ماه قبل ۵ درصد افزایش داشته است.

میزان فروش محصولات در مهرماه بعد از هفت ماه متوالی کاهش طی ماه های گذشته، برای دومین ماه متوالی افزایش یافته است. افزایش تقاضای داخلی در اکثر رشته فعالیت ها از مهم ترین عوامل بهبود فروش بوده اند. این در حالی است که در بخش فروش خارجی میزان صادرات کالا با شدت بیشتری نسبت به ماه قبل کاهش داشته است.

شاخص انتظارات تولید در ماه آینده که در ماه گذشته به شدت کاهش داشت و

کاهش اشتغال رسمی صنعتی، کاهش بیمه پردازی و افزایش تعداد غرامت بیمه بیکاری می تواند نگران کننده باشد.

موجودی مواد اولیه خریداری شده در مهرماه برای بیست و یکمین ماه متوالی کاهش است و اندکی بیشتر نسبت به ماه قبل کاهش یافته است. افزایش نرخ ارز و قیمت مواد اولیه، باعث کمبود یا کیفیت پایین آن شده است، از سوی دیگر، تأخیر در تخصیص ارز و مشکلات مرتبط با ثبت سفارشات و عملکرد نادرست بهینه سازی ارزی وزارت صمت، به چالش تأمین مالی مواد اولیه و نهادهای تولید دامن زده است. این عوامل در مجموع موجب شده اند تا بسیاری از تولیدکنندگان برای پاسخگویی به سفارشات جاری، از موجودی انبار خود نیز استفاده کنند به طوری که شاخص موجودی محصول نهایی در انبار برای دومین ماه متوالی کاهش داشته و در شرایطی که تولید شرکت ها در این ماه بهبود داشته است اما موجودی انبار کاهش داشته است. به نظر می رسد با توجه به فعالیت در سطوح پایین ظرفیت تولید طی ماه های گذشته و همچنین شرایط نامشخص ماه های آتی و کمبود مواد اولیه، تولیدکنندگان برای

پایین‌ترین سطح ۵ سال اخیر را ثبت کرده بود، در مهرماه با بهبود انتظارات خوش‌بینانه بالاترین سطح ۶ ماه اخیر را نشان می‌دهد. هرچند برخی از صنایع همچنان دیدگاه منفی نسبت به چشم‌انداز کوتاه‌مدت خود دارند. نااطمینانی و عدم ثبات سیاسی-اقتصادی و نوسانات افزایشی نرخ ارز از مهم‌ترین دلایل نگرانی بنگاه‌های صنعتی نسبت به آینده عنوان شده‌اند.

چالش‌ها از دید برخی از فعالان اقتصادی در مهر ۱۴۰۴

- بی‌ثباتی و نوسانات مکرر نرخ ارز و عدم تخصیص به‌موقع ارز از رایج‌ترین مسائل بنگاه‌های اقتصادی و صنعتی است. شرکت‌های وابسته به واردات (به‌ویژه ماشین‌آلات و مواد اولیه)، طولانی شدن زمان انتظار و ناهماهنگی سیاست‌ها میان وزارت صمت و بانک مرکزی را گزارش کردند.

- اغلب کسب‌وکارها بر کمبود شدید نقدینگی ناشی از عدم تمایل بانک‌ها به

اعطای تسهیلات یا تأخیرهای طولانی در تأیید وام‌ها تأکید کردند. نبود سرمایه در گردش، توانایی آنها برای خرید مواد اولیه محدود کرده است.

- بسیاری از تولیدکنندگان به دلیل تورم و بی‌ثباتی اقتصادی، از افت تقاضای بازار و بالاترین مصرفی مصرف‌کننده گلایه کردند. کاهش قدرت خرید و رفتار خرید محتاطانه مشتریان ناشی از بی‌ثباتی سیاسی و اقتصادی باعث کاهش فروش شده است.

- تولیدکنندگان اقتصادی و صنعتی مکرراً به دشواری دسترسی به مواد اولیه، کیفیت نامطلوب مواد اولیه، افزایش قیمت‌ها و سیستم‌های سهمیه‌بندی واردات و کمبود عرضه ناشی از نبود اعتبار بانکی اشاره کردند.

- نگرانی عمده در میان کسب‌وکارهای رسمی، دشواری فروش رسمی به‌دلیل عدم جذابیت‌های مالیاتی بود. رقابتی غیررسمی از مزیت ناعادلانه‌ای برخوردارند

که شفافیت و انطباق را با مشکل مواجه می‌سازد.

- اشارات مکرری به ناکارآمدی‌های بوروکراتیک، ناهماهنگی سیاست‌ها و تأخیر در اخذ مجوزهای واردات و تولید وجود داشت. (ازجمله موانع اداری در گمرک و رویه‌های واردات، تغییرات روزانه در تعرفه‌ها و مقررات، مشکلات در ثبت سفارش واردات، محدودیت‌ها در اخذ مجوزهای برون‌سپاری و تولید، تأخیر در پرداخت مطالبات از سوی شرکت‌های نیمه‌دولتی).

- افزایش کنترل‌نشده و مداوم قیمت کالاها و نهاده‌ها و قیمت حامل‌های انرژی به‌عنوان باری فزاینده بر تولیدکنندگان، به‌ویژه در صنایع، گزارش شد. و تورم عمومی و شرایط ناپایدار بازار، افزایش مداوم قیمت کالاها و نهاده‌ها سردرگمی و عدم اطمینان مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان را به همراه داشته است.

- صادرکنندگان مشکلاتی را در رابطه با تفاوت‌های نرخ ارز (دشواری صادرات به دلیل اختلاف نرخ ارز)، رفع تعهدات ارزی (به‌خصوص تعهدات مبتنی بر ریال) و کاهش صادرات ناشی از محدودیت‌های اداری گزارش کردند.

- عدم قطعیت گسترده‌ای در مورد غیرقابل‌پیش‌بینی بودن سیاست‌ها و عدم اطمینان سیاسی-اقتصادی منعکس شد، که سردرگمی تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان را به برنامه‌ریزی ضعیف گره می‌زند. رانت‌خواری و فساد به دلیل مدیریت ناکارآمد و ساختارهای منسوخ در سازمان‌ها، منجر به سوءمدیریت دولتی و عدم وجود اصلاحات اقتصادی شده است.

جدول ۴: شاخص مدیران خرید (شامخ) زیربخش‌های صنعت، تعدیل فصلی شده، مهر ۱۴۰۴

شاخص	صنایع غذایی	صنایع نساجی	پوشاک و چرم	چوب، کاغذ و میلمان	صنایع فلزات و فلزات	صنایع شیمیایی	صنایع لاستیک و پلاستیک	صنایع کانی غیر فلزی	صنایع فلزی	ماشین‌سازی و لوازم خانگی	وسایل نقلیه و قطعات وابسته	سایر صنایع
شامخ کل فعالیت	۵۲٫۶	۶۰٫۴	۵۱٫۶	۶۲٫۹	۴۱٫۹	۵۳٫۱	۵۷٫۶	۵۹٫۲	۴۶٫۴	۶۸٫۱	۵۴٫۱	۴۸٫۲
مقدار تولید محصولات	۵۳٫۲	۵۷٫۴	۴۹٫۳	۵۱٫۴	۳۸٫۱	۵۲٫۹	۶۲٫۹	۵۸٫۱	۴۸٫۲	۸۲٫۲	۵۳٫۸	۴۶٫۷
میزان سفارشات جدید	۵۶٫۶	۶۹٫۷	۵۴٫۷	۷۷٫۷	۴۱٫۳	۵۸٫۷	۵۸٫۴	۷۰٫۸	۴۴٫۷	۷۲٫۵	۶۱٫۵	۴۳٫۷
سرعت انجام و تحویل سفارش	۵۲٫۳	۵۵٫۳	۵۷٫۴	۶۳٫۸	۵۳٫۸	۵۵٫۲	۵۵٫۹	۵۳٫۶	۵۱٫۶	۶۱٫۹	۵۴٫۶	۴۶٫۷
موجودی مواد اولیه	۳۶٫۸	۳۶٫۹	۴۲٫۹	۶۳٫۸	۳۲٫۴	۳۷٫۹	۵۹٫۸	۴۵٫۸	۴۳٫۸	۵۴٫۸	۴۶٫۳	۵۰٫۰
میزان استخدام و بکارگیری نیروی انسانی	۵۳٫۸	۶۸٫۸	۵۰٫۰	۵۳٫۸	۴۳٫۶	۵۱٫۱	۵۰٫۰	۵۴٫۲	۴۴٫۳	۵۵٫۳	۴۶٫۷	۵۷٫۱
قیمت خرید مواد اولیه	۹۳٫۸	۱۰۰٫۰	۸۹٫۳	۸۸٫۵	۷۰٫۶	۷۸٫۵	۹۴٫۱	۸۷٫۵	۷۳٫۷	۷۵٫۴	۸۸٫۳	۷۸٫۶
موجودی محصول نهایی در انبار	۵۵٫۴	۲۵٫۰	۴۲٫۹	۴۶٫۲	۵۵٫۹	۳۵٫۲	۵۵٫۹	۶۲٫۵	۵۸٫۸	۵۴٫۸	۳۰٫۰	۵۷٫۱
میزان صادرات کالا	۵۲٫۹	۴۷٫۰	۳۴٫۰	۴۱٫۸	۳۷٫۵	۴۷٫۸	۴۸٫۲	۴۱٫۷	۴۶٫۵	۵۰٫۰	۵۰٫۹	۴۸٫۷
قیمت محصولات تولیدشده	۶۱٫۷	۸۱٫۳	۸۲٫۱	۶۵٫۴	۷۳٫۵	۶۸٫۲	۸۲٫۴	۵۸٫۳	۵۸٫۴	۶۹٫۰	۶۴٫۸	۵۵٫۳
مصرف حامل‌های انرژی	۵۲٫۰	۵۸٫۶	۴۹٫۱	۶۳٫۲	۳۵٫۴	۵۳٫۱	۴۶٫۹	۳۹٫۷	۴۷٫۳	۶۱٫۱	۴۵٫۶	۵۲٫۳
میزان فروش محصولات	۵۹٫۱	۵۰٫۹	۵۴٫۵	۶۶٫۵	۴۰٫۰	۵۷٫۱	۵۵٫۵	۶۴٫۷	۴۷٫۵	۷۵٫۰	۵۴٫۶	۴۴٫۱
انتظارات تولید در ماه آینده	۵۵٫۰	۷۴٫۱	۵۰٫۵	۶۷٫۲	۵۰٫۱	۵۸٫۰	۷۳٫۰	۶۳٫۹	۵۶٫۰	۶۴٫۵	۴۸٫۳	۴۲٫۲

ماخذ: مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی، صنایع و معادن و کشاورزی ایران، مهر ۱۴۰۴

ایتما سنگاپور، کانون نوآوری‌های آینده‌نگر

مصاحبه اختصاصی ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک» با مهندس «نیما اخوان هزاوه»، مدیرعامل شرکت پارسیان پلی تکس

بازگشت نمایشگاه ایتما آسیا به سنگاپور بعد از تقریباً ۲۰ سال، بهانه‌ای شد که به سراغ مهندس نیما اخوان مدیرعامل شرکت پارسیان پلی تکس برویم و از وی در مورد ابعاد مختلف این نمایشگاه، جدیدترین موضوعات و نوآوری‌های ارائه شده در آن و همچنین چشم‌انداز آتی صنعت نساجی ایران با توجه به موارد ارائه شده در نمایشگاه سنگاپور، جویا شویم. مهندس اخوان در این مصاحبه، پاسخ پرسش‌های ما را به تفصیل و همراه با جزئیات فراوان ارائه کرده‌اند که همین جامعیت پاسخ‌ها، مصاحبه را بسیار آموزنده و خواندن آن را ضروری می‌نماید.

* به‌عنوان اولین سوال، خودتان و سوابق تحصیلی و شغلی‌تان را برای خوانندگان که آشنایی ندارند معرفی بفرمایید.

من نیما اخوان هزاوه هستم. تحصیلاتم را در دوره لیسانس در دانشگاه صنعتی اصفهان در رشته مهندسی شیمی و همچنین دانشگاه صنعتی امیرکبیر در رشته مهندسی نساجی به پایان رساندم. در دوره کارشناسی ارشد تحصیلاتم را در رشته EMBA از دانشگاه SWISS UMEF به‌صورت رسمی و همچنین کارشناسی ارشد دوم را در رشته مدیریت کسب‌وکار گرایش استراتژی در دانشگاه آزاد تهران مرکز گذراندم. در دوره دکتری هم در حال حاضر کاندیدای دکتری مدیریت کسب‌وکار دانشگاه لیون فرانسه هستم. در این

بین دوره‌های متعدد مدیریتی را در داخل و خارج ایران و ایران گذراندم؛ دوره‌هایی مانند DBA مدیرعاملی، DBA تحول، دوره‌های مشاوره اقتصادی و سرمایه‌گذاری، دوره‌های تحلیل کسب‌وکار (Business Analysis) و همچنین Business Data Analytics و Business Analytics را گذراندم که حاصل آن، به‌اندازه گواهینامه‌های CBAP با تحلیلگر حرفه‌ای تایید صلاحیت شده کسب‌وکار و CBDA (گواهینامه تحلیل داده‌های کسب‌وکار) از موسسه IIBA کانادا به‌عنوان مهم‌ترین سازمان تحلیل کسب‌وکار دنیا و مالک و پدیدآورنده BABOK منتج گردید. همچنین



در حوزه معماری کسب‌وکار و معماری سازمان نیز دوره‌هایی در خارج و داخل ایران گذراندم که حاصل آن، گواهینامه CBA از موسسه Guild کانادا، مالک BIZBOK و مهم‌ترین موسسه در حوزه معماری کسب‌وکار در دنیا می‌باشد. همچنین دوره مشاور مدیریت سازمان ICMCI (شورای عالی بین‌المللی انجمن‌های مشاوره مدیریت از زیرمجموعه‌های سازمان ملل) را گذراندم که پس از ارائه پروژه تایید شده و مستندات لازم منجر به دریافت گواهینامه مشاور مدیریت تایید صلاحیت شده کسب‌وکار بین‌المللی یا CMC گردید. در حال حاضر نیز مدرس دوره‌های مدیریت در موسسات آموزش عالی در داخل کشور و برخی موسسات خارجی هستم.

میزبان ایتما آسیایی است به سنگاپور، عوال متعددی دارد. در واقع تصمیم برای برگزاری نمایشگاه ITMA Asia + CITME 2025 در سنگاپور (به جای چین) حاصل مجموعه‌ای از عوامل سیاسی، لجستیکی و اقتصادی است نه صرفاً صنعتی که به تفکیک می‌توان روی آنها بحث کرد:

الف- عوامل سیاسی و ژئواکونومیک: در سال‌های اخیر روابط تجاری بین چین و کشورهای غربی (به‌ویژه اتحادیه اروپا و آمریکا) پرتنش بوده است. چون ITMA تحت مدیریت CEMATEX (کمیته اروپایی تولیدکنندگان ماشین‌آلات نساجی) است، این نهاد تمایل داشت تا از وابستگی انحصاری به چین فاصله بگیرد. سنگاپور در این زمینه یک گزینه سیاسی خنثی و بین‌المللی محسوب می‌شود؛ نه به اندازه چین مناقشه‌برانگیز و نه دور از بازار آسیایی.

ب- ملاحظات لجستیکی و دسترسی بین‌المللی: سنگاپور یکی از بهترین زیرساخت‌های حمل‌ونقل و نمایشگاهی در آسیا را دارد. فرودگاه چانگی یکی از بهترین‌ها در دنیا است. امنیت، ثبات اقتصادی و تسهیلات نمایشگاهی پیشرفته (Singapore Expo)، در سنگاپور قابل توجه است. همچنین امکان حضور راحت بازدیدکنندگان از سراسر آسیا - بدون محدودیت‌های ویزایی سختگیرانه چین - برای بسیاری از کشورها (به‌ویژه پس از کووید)، در سنگاپور فراهم است. این عوامل باعث شد که حضور جهانی شرکت‌ها، ساده‌تر و کم‌ریسک‌تر شود.

ج- هزینه و ثبات اقتصادی: اگرچه چین بازار بزرگی دارد اما افزایش هزینه‌های نمایشگاهی در شانگهای و پکن، مشکلات ارزی و محدودیت‌های ورود و خروج تجهیزات و قوانین سختگیرانه مربوط به واردات نمونه‌های ماشین‌آلات باعث شد بسیاری از شرکت‌های اروپایی به‌سختی ماشین‌آلات را به چین وارد کرده، به نمایش بگذارند و مجدداً خارج کنند. هرچند که طبق شنیده‌ها هزینه‌های نمایش ماشین‌آلات در سنگاپور نیز کم نبود. در مقابل، سنگاپور محیطی با ثبات، قابل پیش‌بینی و با قوانین شفاف دارد.

د- تمرکز بر آسیا جنوب‌شرقی به‌عنوان هدف: CEMATEX و شرکای آسیایی آن قصد داشتند بازارهای در حال رشد مانند ویتنام، اندونزی، تایلند و مالزی را بیشتر پوشش دهند لذا سنگاپور از نظر جغرافیایی مرکز طبیعی این منطقه است و حضور شرکت‌های منطقه‌ای را تسهیل می‌کند.

ه- تصویر برند و آینده ITMA: تصمیم‌گیرندگان و برگزارکنندگان ایتما تصمیم گرفتند تا با سنگاپور چهره‌ای بین‌المللی‌تر و مدرن‌تر از ایتما ارائه کنند و از اینکه نمایشگاه ایتمای آسیایی یک «نمایشگاه صرفاً چینی» باشد فاصله بگیرند.

نتیجه نهایی آنکه برگزاری ITMA ASIA در سنگاپور تصمیمی راهبردی برای تقویت بعد بین‌المللی، سیاسی و برندینگ نمایشگاه بود،

در این بین، مشاور مدیریت تعداد زیادی از شرکت‌های ایرانی و خارجی به‌صورت انفرادی یا همکاری با برخی از شرکت‌های مشاور مدیریت خارجی و بین‌المللی در حوزه‌های لوازم خانگی، مبلمان، صنایع شیمیایی، نساجی، پلیمر، حوزه‌های مالی و بیمه، ساخت‌وساز، مال و مراکز خرید و... بودم و به‌عنوان تصمیم‌ساز در کنار هیئت‌مدیره‌ها یا مدیران عامل و یا تحت عنوان راهبر هیئت‌مدیره‌ها انجام وظیفه نمودم. همچنین بیش از ۲۰ سال است که در صنعت معظم نساجی کشور مشغول فعالیت هستم.

* چندمین دوره‌ای است که در نمایشگاه‌های ایتما (جهانی و آسیایی) شرکت می‌کنید؟

همواره در طی بیش از ۲۰ سال گذشته سعی کردم که در اکثر نمایشگاه‌ها و رویدادهای بین‌المللی حضور داشته باشم؛ از جمله نمایشگاه‌های ایتما در اروپا و آسیا.

* نمایشگاه ایتما آسیایی بعد از ۲۰ سال دوباره به سنگاپور بازگشت. به نظر شما علت این بازگشت دوباره چه بود و در قیاس با شهری مثل شانگهای که معمولاً میزبان ایتما آسیایی بوده، انتخاب سنگاپور چه مزایا و احیاناً معایبی داشت؟

بله نمایشگاه ایتما آسیا پس از ۲۰ سال به سنگاپور بازگشت و نسبتاً موفق هم بود. حالا دلیل انتقال نمایشگاه ایتمای آسیا از شانگهای که به‌طور سنتی



مقایسه راهبردی: میزبانی ITMA Asia در چین در برابر سنگاپور

سنگاپور	چین (شانگهای)	بعد / کشور
* ثبات سیاسی، اقتصادی و حقوقی بالا * زیرساخت‌های پیشرفته نمایشگاهی و غیرنمایشگاهی * دسترسی هوایی بین‌المللی عالی و تسهیلات ویزا آسان * محیط شفاف، قوانین بین‌المللی تجارت و حمایت از مالکیت فکری	* بزرگترین بازار مصرف و تولید ماشین‌آلات نساجی در جهان * تجربه موفق در چند دوره برگزاری نمایشگاه ITMA asia + Citme * شبکه گسترده تامین‌کنندگان و تولیدکنندگان محلی * هزینه نسبتاً پایین خدمات نمایشگاهی و نیروی کار	نقاط قوت Strengths
* بازار نساجی بسیار محدود * هزینه بالای اقامت و خدمات نمایشگاهی * نبود صنعت تولید نساجی بومی قدرتمند * وابستگی کامل به شرکت کنندگان خارجی برای جلب مخاطب	* محدودیت ویزا * چالش‌های لجستیکی برای حمل و نقل ماشین‌آلات بزرگ به چین * قوانین گمرکی پیچیده برای ورود نمونه‌های کوچک ماشین‌آلات * تنش‌های سیاسی بین چین و غرب	نقاط ضعف Weaknesses
* موقعیت استراتژیک در مرکز جنوب شرقی آسیا (نزدیکی ویتنام، اندونزی و تایلند) * رشد سریع صنعت نساجی در کشورهای ASEAN * فرصت بازسازی تصویر ITMA به عنوان نمایشگاه آسیای خنثی و جهانی	* نزدیکی به اکوسیستم تولید پارچه، الیاف و ماشین‌آلات در چین و شرق آسیا * حضور هزاران کارخانه مشتری بالقوه در منطقه	فرصت‌ها Opportunities
* نبود مخاطب محلی صنعتی در مقیاس بزرگ * احتمال افت جذابیت برای تولیدکنندگان چینی * وابستگی زیاد به حمایت مالی بین‌المللی و اسپانسرها	* احتمال تحریم یا محدودیت حضور شرکت‌های غربی در آینده * نوسانات نرخ ارز و سیاست‌های تجاری داخلی * ریسک ژئوپولیتیکی و رقابت با نمایشگاه‌های داخلی چین	تهدیدها Threats

تقریباً در تمام شرکت‌های بزرگ و مطرح جهانی، عمده مانور آنها بر نشان دادن تمرکز و توجه جدی آنها به همین مسائل مطرح شده بود.

نه صرفاً یک تصمیم صنعتی. چین همچنان مرکز اصلی صنعت نساجی آسیا است، اما سنگاپور درگاه امن و بی‌طرف برای ارتباط دوباره شرق و غرب در این صنعت شده است.

*** با توجه به اینکه تقریباً تمامی سازندگان بزرگ ماشین‌آلات و تکنولوژی نساجی دنیا و همچنین سایر نام‌های بزرگ نساجی در این نمایشگاه حضور داشتند، حضور آنها در نمایشگاه سنگاپور را چطور ارزیابی کردید و شرکت‌هایی که از غرفه آنها بازدید داشتید چه نوآوری‌ها یا محصولات جدیدی را ارائه کردند؟**

حضور شرکت‌های بزرگ و صاحب‌نام و همچنین شرکت‌های لبه‌دانش در این نمایشگاه بعضاً یک حضور حداقلی بود و شرکت‌های صاحب‌نام در بیشتر حوزه‌ها صرفاً اقدام به نمایش تجهیزات و لوازم یدکی، ماشین‌آلات کوچکتر یا یک ماژول از یک ماشین یا یک خط تولید نمودند و یا به‌طور کلی از نمایش ماشین‌آلات و خطوط تولید خودداری نمودند. برعکس آنها شرکت‌های آسیایی (عمدتاً چینی و هندی) کمی مفصل‌تر در نمایشگاه شرکت کرده بودند؛ یعنی در حقیقت توانستند از فرصت ایجادشده استفاده کردند. تعدد نمایشگاه‌های ماشین‌آلات از زمان نمایشگاه ایتامی میلان و همچنین رکودی که در بسیاری از کشورهای جهان طی سالیان گذشته شاهد بودیم، از

*** تم یا موضوع غالب در نمایشگاه سنگاپور از نظر جنابعالی چه بود و در اتمسفر کلی نمایشگاه، چه موضوع یا رویکردی در داخل غرفه‌ها یا برنامه‌های جانبی بیشتر جلب نظر می‌کرد؟**

شرکت‌ها طی ده‌ها سال که تمرکز خود را بر طراحی تکنولوژی‌هایی مبتنی بر سرعت بالاتر و سپس تولید محصولات باکیفیت‌تر متمرکز کرده بودند، حدود کمتر از ۱۰ سال است که علاوه بر موارد مطرح‌شده، تمرکز خود را از افزایش سرعت و حجم تولید صرف، به سایر موارد معطوف کردند. در حقیقت تم یا موضوع غالب در نمایشگاه در ادامه ترندی است که در نمایشگاه ایتامی میلان شاهد بودیم و شروع آن از ایتامی بارسلون بود که همانا توجه به: پایداری (Sustainability)؛ اقتصاد چرخشی (Circular Economy)؛ بهره‌گیری از علم داده (AI، Machine learning و BI)؛ افزایش بهره‌وری (Productivity) می‌باشد.

کاهش مصرف انرژی و هم اتوماسیون و همزمان دیجیتال سازی تمرکز دارد. شرکت تروشیر آلمان راه حل T-Can را معرفی کرد که برای حمل خودکار بانکه روی کاردهای TC30i معرفی کرده بود و باعث افزایش بازدهی قابل توجهی در تولید می شود. همچنین این شرکت اعلام کرد که قادر است تا ۵۰ درصد ضایعات کارد را بازیافت کند. تروشیر راه حل های جذابی در حوزه اتوماسیون و پایداری ارائه کرد.

شرکت Toyota با ارائه نسل جدید ماشین ریسندگی رینگ باعث شد تا نخ های با کیفیت بالاتری از نخ های موزاییک و فنی را ارائه کند. این ماشین با سرعت ۲۶۰۰۰ دور بر دقیقه قادر است تا ۵۰ درصد کاهش انرژی نسبت به قبل ارائه کند. در ضمن Compact Spinning system EST4 را به عنوان آخرین نوآوری به نمایش گذاشت.

در ضمن این شرکت JAT۹۱۰ را که در نمایشگاه میلان معرفی کرده بود از حیث مصرف انرژی و مصرف هوا ارتقا داد. به طوری که ۲۰ درصد کاهش مصرف هوا را نسبت به قبل شاهد هستیم. به علاوه سیستم الکترونیک شدینگ یا E-Shed نیز همچنان ارتقا یافته که کنترل دقیق تر هدایت نخ بود در هنگام بافت را به ارمغان می آورد. این شرکت بالاترین سرعت بافت را به صورت پایدار برای بافت انواع منسوجات جهت کاربردهای مختلف شامل پوشاک، منسوجات خانگی و صنعتی تضمین می کند.

در خصوص استفاده از هوش تجاری، هوش مصنوعی و علم داده، شرکت توپوتا سیستم های هوشمند را معرفی می کند که با اتصال ماشین ها به یکدیگر و به سامانه مرکزی، همگی به سیستم Factory Management توپوتا متصل می شوند (System FACT/FACT-Plus). این سیستم داده های مختلف مانند سرعت، فشار، دما، وضعیت کمپرسورها و اطلاعات دیگر را جمع آوری می کند و همچنین جهت کسب داده های مختلف قادر به اتصال به سامانه های مختلف هوش تجاری است.

شرکت پیکانول بلژیک، دستگاه OmbiPlus-i با تکنولوژی EcoBoost را معرفی کرد که باعث کاهش مصرف انرژی می شود و همچنین با سیستم Connect بر دیجیتالی سازی تاکید کرد.

شرکت اسراییلی-آمریکایی Kornit Digital با ارائه راه حل On-Demand با تمرکز بر پایداری از طریق تولید به موقع، کاهش ضایعات و دیجیتالی سازی فرایند چاپ، سیستم On-Demand را به منظور ضایعات کمتر و مصرف کمتر منابع معرفی کرد.

شرکت Benninger سیستم های رنگرزی و تکمیل با محوریت مصرف کمتر آب و مواد شیمیایی و همچنین اثربخشی انرژی را معرفی نمود. شرکت دیلو آلمان راهکارهایی که منتج به کاهش ضایعات باشند را ارائه کرد.

شرکت ریتز، سیستم کارخانه ریسندگی تمام خودکار با تاکید بر شبکه سازی ماشین ها، اتوماسیون و بهینه سازی مصرف منابع را معرفی نمود.



دلایل مهم بروز چنین اتفاقی در نمایشگاه است. ولی از آنجا که سیگنال های قوی در زمینه خروج از دوره رکود در کشورهای اروپایی و آمریکا و آسیا مشاهده شده، پیش بینی می شود که شاهد نمایشگاه های آتی پرباری در سطح بین المللی باشیم.

نکته جالب اینکه در حوزه علم داده، هوش مصنوعی و هوش تجاری، شرکت های جدید با غرفه های کوچک در نمایشگاه دیده شدند که نشان از آینده هوشمندی در صنعت نساجی دارد.

*** موضوعاتی مانند پایداری، تحول دیجیتال، اتوماسیون، بهینه سازی مصرف انرژی و سایر مسائل روز صنعت نساجی، چه جایگاهی در نمایشگاه امسال داشتند و آیا تغییر گرایش بزرگ و اساسی در رویکرد شرکت های بزرگ به سمت تحولات یادشده را مشاهده کردید؟ در چه سطح و به چه میزان؟**

بطور کلی گروه شرکت های VDMA و ACIMIT تمرکزشان بر روی اتوماسیون، دیجیتالی سازی، راندمان انرژی، هوش تجاری و هوش مصنوعی بود و به طور سنتی نیز در پی افزایش میزان تولید یا افزایش کیفیت محصولات خروجی بودند. به عنوان مثال، شرکت بروکتر نسل جدید فریم POW ER- FRAME SFP-4 را معرفی کرد که با برق و هیدروژن کار می کند. و همچنین EXPERTEX را نیز عرضه کرد که با هوش مصنوعی فرایند خشک کردن و تثبیت حرارتی را بهینه می نماید. این سیستم هم روی

منسوجات مستعمل) - جمع آوری و جداسازی نامناسب - عدم کفایت ظرفیت بازیافت در حوزه سخت‌افزاری و فناوری - کیفیت پایین مواد بازیافتی و هزینه‌های بالا - کامل نبودن استانداردها، لجستیک و بازار برای مواد بازیافتی. به‌طور کلی براساس داده‌ها مندرج در گزارش‌های European Environment Agency یا EEA و همچنین Zero Waste Europe به نظر نمی‌رسد که بازیافت منسوجات افت کرده باشد، بلکه روند نشان می‌دهد که تنها چالش‌های ذکر شده افزایش یافته‌اند و پیشرفت‌ها بسیار کند شده است. از جمله شواهدی که افت روند را تایید نمی‌کنند:

- میزان پسماند منسوجات در اتحادیه اروپا در سال ۲۰۲۲ حدود ۶,۹۴ میلیون تن (۱۶ کیلوگرم به ازای هر نفر) بوده است و این مقدار از حدود سال ۲۰۱۶ تا الان نسبتاً ثابت بوده است.

- نرخ جمع‌آوری جداگانه (از سیستم پسماند مخلوط) افزایش داشته. مثلاً در گزارش EEA آمده است که نرخ Capture از سال ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۲ حدود ۴,۳ درصد افزایش یافته است.

- کاهش دفن مستقیم (Landfil) منسوجات کاملاً مشهود است. سهم دفن از حدود ۲۱ درصد سال ۲۰۱۰ به حدود ۱۲ درصد در سال ۲۰۲۲ کاهش یافته است.

- قوانین حمایتی جدید: Waste Frame Directive اتحادیه اروپا مقرر کرده که کشورهای عضو تا سال ۲۰۲۵ باید سیستم‌های جمع‌آوری جداگانه برای منسوجات راه‌اندازی کنند.

نتیجه: آیا بازیافت در اروپا واقعاً رو به افول است؟

با توجه به شواهد اگر افول یعنی کاهش مطلق حجم جمع‌آوری یا بازیافت، نه هنوز حجم پسماند منسوجات تولید شده، ثابت مانده یا شاید کمی هم افزایش یافته و جمع‌آوری نیز اندکی افزایش یافته. اما اگر روبه‌افول یعنی وضعیت نسبت به نیاز و انتظارات، یا رشد کند، یا فاصله زیاد با اهداف و کیفیت پایین بازیافت؛ باید گفت بله! و می‌توان گفت وضعیت نسبت به

شرکت Yamuna هند، سازنده انواع خطوط تکمیل مناسب جهت پارچه‌های تارپودی و حلقوی تارپودی و پودی و همچنین منسوجات فنی که شریک تجاری شرکت Zimmer اتریش است، سیستم‌های جدیدی را در جهت کاهش مصرف انرژی، کاهش مصرف آب و افزایش راندمان در حوزه تکمیل انواع منسوجات ارائه کرد.

شرکت Krishna هند به‌عنوان همکار رسمی شرکت Krontz آلمان، سازنده انواع ماشین‌آلات رنگرزی و خطوط تکمیل در هندوستان، آخرین دستاوردهای خود را در خصوص کاهش مصرف آب، کاهش مصرف رنگزا و کاهش مصرف انرژی و افزایش بهره‌وری رنگرزی عرضه نمود.

*** مسئله بازیافت منسوجات به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابعاد پایداری در صنعت نساجی، امروز در قاره اروپا به‌عنوان پدر معنوی آن، با چالش‌ها و مشکلاتی مواجه شده و حتی تعدادی از شرکت‌های اروپایی فعال در این حوزه در آستانه تعطیلی و ورشکستگی قرار گرفته‌اند. با توجه به این وضعیت، موضوع بازیافت را در نمایشگاه چطور دیدید و کدام کشورها یا شرکت‌ها توانسته بودند ابتکار عمل را در این حوزه به دست بگیرند؟ شرکت‌های اروپایی چه جایگاهی در این حوزه داشتند و آیا دستاوردهای خاصی را ارائه کرده بودند یا خیر؟**

حجم زباله منسوجات در اروپا بسیار بزرگ است و این خود فرصت بزرگی برای بازیافت ایجاد می‌کند. برآورد شده که اتحادیه اروپا سالانه حدود ۱۲,۶ میلیون تن زباله منسوجاتی تولید می‌کند. در اروپا، زیرساخت‌های بازیافت به تدریج در حال توسعه است. قوانین و سیاست‌های محوری در حال تدوین هستند. مثلاً در استراتژی منسوجات (نساجی و پوشاک) اتحادیه اروپا آمده که همه منسوجات تا سال ۲۰۳۰ باید قابل بازیافت و تولید شده از الیاف بازیافتی باشند. برای مثال، EURATEX در اتحادیه اروپا، طرح ReHubs Europe را با هدف ایجاد تا ۲,۵ میلیون تن ظرفیت بازیافت تا سال ۲۰۳۰ و ایجاد ۲۵۰ واحد صنعتی جدید در اروپا، راه‌اندازی کرده است. به‌طور کلی بازار بازیافت منسوجات اروپا روبه‌رشد است. گزارش‌ها نشان می‌دهد که بازار اروپا برای بازیافت منسوجات در ۲۰۲۴ درآمدی حدود ۱۴۲۵,۲ میلیون دلار داشته و پیش‌بینی می‌شود که تا ۲۰۳۳ این رقم همواره روبه‌رشد باشد.

ولی همانطور که شما هم اشاره کردید، در این صنعت چالش‌هایی دیده می‌شود مانند:

نرخ پایین بازیافت لیف به لیف (تولید منسوجات جدید از



Andritz Pellenc ST توانسته خود را به عنوان مطرح‌ترین گروه در حوزه ضایعات و بازیافت آن، تبدیل نماید. به منظور حل مشکلات شرح داده شده در حوزه بازیافت زباله‌های حاوی منسوجات در اتحادیه اروپا گروه آندریتز راهکار صنعتی خلاقانه‌ای را ارائه داده جهت تفکیک زباله، تفکیک منسوجات و زیپ و دکمه، تفکیک منسوجات بر اساس جنس و تفکیک بر اساس رنگ و بازیافت آنها به منظور استفاده مجدد در صنعت نساجی جهت تولید منسوجات جدید بر اساس قوانین اتحادیه اروپا و حرکت در راستای جنبش استفاده مجدد از کالاهای. بدین منظور شرکت PELLENC ST می‌گوید:

روش‌های دسته‌بندی زباله بسته به ماهیت مواد و نوع جمع‌آوری متفاوت است. برای به حداقل رساندن حجم مواد زائد دفن شده در محل‌های دفن زباله یا سوزانده شده، قانون‌گذاران اهداف بلندپروازانه‌ای را در زمینه بازیافت و بازیابی زباله وضع می‌کنند. Pellenc ST با ارائه راه‌حل‌های با کارایی بالا برای رفع نیازهای خاص شهرداری‌ها، مراکز دسته‌بندی و بازیافت‌کنندگان، از آنها پشتیبانی می‌کند.

این شرکت لبه‌دانش انواع مکانیزم‌ها و تکنولوژی‌ها و سیستم‌های مختلف اعم از سیستم‌های مکانیکی، الکترونیکی، نرم‌افزاری و هوش مصنوعی را به کار برده تا قادر به تفکیک زباله‌ها، دسته‌بندی زباله بر اساس کاربرد و جنس باشد. سیستم‌هایی مانند:

AI Sort: Pellenc ST با استفاده از هوش مصنوعی و یک دوربین RGB، عملکرد طیف‌سنجی مادون قرمز را برای موارد استفاده خاص تقویت می‌کند.

CNS Brain: Pellenc ST عملکرد طیف‌سنجی مادون قرمز را با هوش مصنوعی تقویت می‌کند تا موارد استفاده خاصی را برطرف کند. این گزینه که CNS BRAIN™ نام دارد، افزونه‌ای است که با Mistral+ CONNECT یا COMPACT+ جدید و همچنین دستگاه Mistral+ موجود سازگار است. CNS BRAIN™ فناوری پیشرفته جدیدی است که دقیق‌ترین سیگنال NIR/VIS بازار را با هوش مصنوعی ترکیب می‌کند تا عملکرد مرتب‌سازی را ارتقا دهد.

Central Nervous System: این پلتفرم

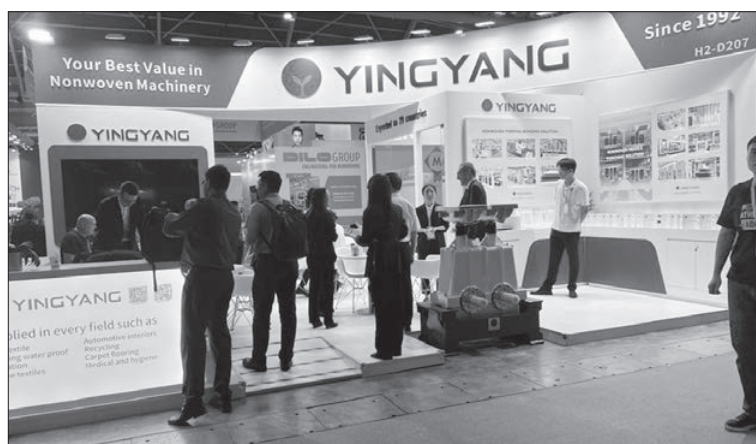
الکترونیکی و نرم‌افزاری جدید برای ادغام حسگرها و فناوری‌های آینده طراحی شده است. این موتور مرتب‌سازی نوآورانه به شرکت‌ها این امکان را می‌دهد که عملکرد مرتب‌سازی خود را با آخرین پیشرفت‌ها به روز نگه دارند. علاوه بر این، CNS دارای نرم‌افزار طبقه‌بندی مواد جدید به نام «طبقه‌بندی پیشرفته» است. این فناوری جدید امکان جداسازی مواد پیچیده‌تر، مانند بطری‌ها و سینی‌های PET یا کاغذ و مقوا را فراهم می‌کند. CNS همچنین امکان ادغام گزینه تشخیص پروفایل، یک حسگر جدید برای تشخیص

انتظارات و اهداف نامطلوب است و بعضاً به بحران نزدیک شده زیرا: طبق گزارش European Recycling Industries Confederation یا EuRIC هشدار داده شده که به دلیل افزایش هزینه جداسازی، کاهش فروش لباس‌های دست‌دوم و کاهش تقاضا برای کالاهای بازیافتی، بخش بازیافت منسوجات در اروپا با بحران روبه‌رو است. گرچه مقدار پسماند ثابت بوده ولی میزان تبدیل واقعی به محصولات جدید یا استفاده مفید از آنها (نه فقط جمع‌آوری) هنوز بسیار کم است. به عبارت دیگر، بازیافت واقعی به کندی پیش می‌رود. مواد اولیه برای بازیافت (ترکیب مختلف از الیاف گوناگون، رنگ‌های مختلف، زیپ و دکمه و ترکیب الیاف مصنوعی و طبیعی) و فناوری‌های لازم هنوز به بلوغ نرسیده‌اند که این عوامل، مانع رشد سریع می‌شوند.

اگرچه جمع‌آوری به صورت جداگانه و تفکیک‌شده در حال افزایش است، اما بخش بسیار وسیعی از منسوجات هنوز در زباله مخلوط و ترکیبی وجود دارند؛ برای مثال در سال ۲۰۲۲ حدود ۴٫۶ کیلوگرم به ازای هر نفر، منسوجات به صورت تفکیک شده بودند ولی حدود ۱۱٫۱ کیلوگرم به ازای هر نفر هنوز به صورت مخلوط با سایر زباله‌ها وجود دارد.

نرخ تبدیل منسوجات مصرف‌شده به منسوجات نو بسیار پایین است و گزارش‌ها می‌گویند که این نرخ کمتر از یک درصد از کل منسوجات دنیا را شامل می‌شود و این نرخ در اروپا نیز پایین است و با شرایط مطلوب فاصله دارد.

در این دوره از ایتما در سنگاپور شرکت‌های متعددی در حوزه بازیافت حضور داشتند و نسبت به معرفی آخرین دستاوردهای خود اقدام کردند مانند شرکت‌های Balkan، Margasa، Tatham و Andritz و تعدادی شرکت‌های آسیایی که عمده آنها تمرکز بر Tearing بود. در این بین تنها شرکتی که واقعا به طور ویژه کار جدی روی بازیافت انواع ضایعات انجام داده گروه معظم Andritz است. گروه آندریتز با زیرمجموعه‌های حوزه پروسس ضایعات خود شامل شرکت‌های Andritz Laroche و





داشتند و موبد این نکته، گزارش نمایشگاه ایتما شانگهای بود که در لیست کشورها به ترتیب ایران بعد از هند، کره جنوبی، بنگلادش و اندونزی در جایگاه پنجم از حیث تعداد بازدیدکننده قرار داشت. البته در نمایشگاه ایتما میلان ۲۰۱۵ نیز شاهد بودیم که ایرانیان علیرغم فشار تحریمها و عدم امکان تبادلات بانکی و نبود سهولت در تجارت جهت خرید تجهیزات، در جایگاه هفتم در لیست بازدیدکنندگان قرار داشت.

از آنجایی که تا بدین لحظه آماری از نمایشگاه منتشر نشده می توان از روش علمی/ تحلیلی Proxy/ Proportional Method با استفاده از داده های موجود در گذشته تخمین داشت که در این صورت تعداد بازدیدکنندگان ایرانی از نمایشگاه در شانگهای و سنگاپور به صورت یک بازه مشخص می شود.

براساس داده های استخراج شده از برگزارکننده ایتما، پیش بینی تعداد ۹۰-۱۰۰ هزار بازدیدکننده از ۱۱۰ کشور دنیا را از نمایشگاه شانگهای ۲۰۲۴ داشته و برای نمایشگاه سنگاپور نیز رقمی در حدود ۳۰-۴۰ هزار بازدیدکننده را پیش بینی نمود که ۲۰-۴۰ درصد را بازدیدکنندگان غیرچینی شامل می شدند که معادل ۱۸-۴۰ هزار نفر می شد. برای نمایشگاه سنگاپور که انتظار نمایشگاه کوچکتری از آن می رفت ولی به عنوان یک مرکز و کانون جغرافیایی و ژئوپولیتیکی از آن یاد می شود، ایتما انتظار ۱۸-۴۰ هزار بازدیدکننده را داشت که می بایست بر اساس محاسبات ۱۸-۴۵ درصد از آنها بازدیدکنندگان بین المللی خارج از منطقه آسیای جنوب شرقی باشند یعنی چیزی معادل ۷،۵ تا ۱۳ هزار نفر.

کربن سیاه و مواد بی اثر را ارائه می دهد.

Profile Detection: حسگری که به تشخیص اجسام سیاه و بی اثر اختصاص داده شده است. در حالی که فناوری NIR امکان تشخیص کربن سیاه را فراهم نمی کند، Profile Detection به کارخانه های جداسازی و احیاکننده ها امکان تصفیه بخش های قابل بازیابی آنها را با حذف پلاستیک ها و کاغذهای سیاه، شیشه یا مواد بی اثر می دهد.

حال که زباله ها توسط Andritz+Pellence ST دسته بندی، تفکیک و طبقه بندی شدند، نوبت به Andritz+Laroche می رسد تا عملیات لازم را روی منسوجاتی که قبلا از سایر زباله ها تفکیک شده بود و بر اساس جنس و متریال و همچنین رنگ دسته بندی شده اند، انجام داده تا آنها را به الیاف قابل استفاده جهت ریسندگی مجدد، یا الیاف قابل استفاده جهت تولید منسوجات بی بافت و یا الیاف جهت مصارف پرکن، تبدیل کند. بدین ترتیب گروه Andritz توانسته بر مشکل حال حاضر اتحادیه اروپا فائق آمده و راه حل جدی و کاربردی برای منسوجات طراحی نماید.

* با توجه به اینکه نمایشگاه ایتما معمولا با نگاه آینده محور برگزار شده و تحولات صنعت نساجی در دو تا چهار سال آینده را منعکس می کند، بر مبنای مشاهدات تان در نمایشگاه، از نظر شما آینده صنعت نساجی به کدام سمت و سو خواهد رفت؟

به طور کلی تحولات در تمامی حوزه های صنعتی از جمله صنعت نساجی حول محور پایداری و تمامی زیرشاخه های آن و همچنین استفاده از هوش مصنوعی (AI) و همچنین هوش تجاری (BI) معطوف خواهد بود. حوزه هایی مانند اقتصاد چرخشی و همچنین هر مورد که از طریق افزایش اثربخشی و بالابردن کارایی سازمان باعث تغییر مثبت و افزایش در بهره وری سازمان گردد، به شدت ترند است و تمامی شرکت های حاضر در نمایشگاه نیز خود را با این تغییرات تطبیق داده اند. مسئله مهم تغییری است که متعاقبا در تمامی کارخانجات نساجی سراسر دنیا شاهد خواهیم بود و نیاز هست تا شرکت های ایرانی نیز به طور جدی به این حوزه ها ورود پیدا کرده تا از جرگه تغییرات در دنیا عقب نمانند و طوفان تغییرات آتی باعث از دست دادن بازارها و نابودی شرکت ها نگردد.

* حضور بازدیدکنندگان و شرکت های ایرانی را در نمایشگاه ایتما سنگاپور چطور ارزیابی کردید و نسبت به ادوار گذشته چه تغییراتی داشت؟

رقم دقیقی از تعداد بازدیدکنندگان ایرانی در هر دو نمایشگاه شانگهای و سنگاپور وجود ندارد ولی به اذعان گزارش منتشر شده توسط ITMA ایرانیان در اکثر نمایشگاه ها جز لیست ۱۰ کشور برتر از نظر تعداد بازدیدکننده قرار

کوتاه مدت و میان مدت همچنان حرفی برای گفتن داشته باشیم؟

در ارتباط با تحلیل چشم انداز صنعت نساجی ایران، مهم است که صنعت نساجی ایران را در کدام زمینه یا کانتکس مورد تحلیل قرار دهیم. بدین منظور دو زمینه برای صنعت نساجی ایران قابل تصور است:

۱- تحلیل صنعت نساجی ایران با وجود شرایط فعلی و عدم رقابت با رقبای خارجی

۲- تحلیل صنعت نساجی ایران در کانتکس بین المللی که جزئی از صنعت نساجی دنیا است

برای هر دو مورد می توان مفصلا به تحلیل رقابت، تحلیل سودآوری، تحلیل بازده، تحلیل زنجیره و تحلیل موقعیت پرداخت که زمانی طولانی جهت ارائه می طلبد، ولی به طور کلی باید از دو منظر به صنعت نساجی نگریست:

الف- حوزه های نرم و مدیریتی

ب- حوزه های سخت افزاری

در حوزه های نرم و مدیریتی، صنعت نساجی کشور یکی سنتی ترین صنایع حتی در ایران است و می بایست مدیران صنعت نساجی آگاهانه نسبت به ورود به حوزه های مدرن مدیریتی و همچنین استفاده از تمام ابعاد دانش تحلیلی و علم تصمیم گیری و استفاده از انواع تفکر، ورود جدی به این حوزه ها داشته باشند تا ضمن تضمین اثربخشی، بقای سازمان خود را تضمین نمایند.

در حوزه های سخت افزاری، همانطور که می دانیم به دلیل تحریم ها کشور از ماشین آلات به روز جدید که کیفیت بسیار بالاتر و حجم تولید مناسب تری داشته و قیمت تمام شده محصول پایین تری را در اختیار شرکت ها قرار می دهند، محروم هستند؛ ماشین آلاتی که با هوش مصنوعی سازگار شده تا بهره وری را به شدت تحت تاثیر قرار دهد و با استفاده از عامل داده، مدیران را قادر سازند تا تصمیماتی اثربخش تر اتخاذ کنند.

باید در نظر داشت که در صورت هرگونه تغییر مثبت در شرایط اقتصادی و سیاسی حاکم بر کشور که منجر به رقابت شرکت های ایرانی با رقبای معظم بین المللی شود، شرکت هایی که نتوانستند مزیت رقابتی ویژه ای برای خود و همچنین ارزش ویژه ای برای مشتریان خلق کنند قطعاً با مشکل جدی مواجه خواهند شد، به طوری که بقای آنها با علامت سوال جدی مواجه خواهد شد.

حال که دسترسی به تکنولوژی های روز دنیا برای ما سخت است، بهتر است نسبت به رشد و توسعه درونی سازمان اقدام کنیم و با ورود به حوزه های نرم مدیریتی و با مسلح نمودن سازمان و مدیران به علوم مدیریتی بخشی از ریسک های آتی را پوشش دهیم. به طور کلی در صورت هرگونه گشایش، بخش های مختلف صنایع نساجی ما که دارای مزیت رقابتی نیستند با مشکل جدی مواجه خواهند شد. پس تا دیر نشده باید به فکر بود.

بر همین اساس، برای بازدیدکنندگان ایرانی نمایشگاه شانگهای می توان رقمی معادل ۲-۷ درصد از کل بازدیدکنندگان بین المللی (۱۸-۴۰ هزار نفر) که معادل رقمی در حدود ۲۸۰۰-۳۶۰۰ نفر است، متصور بود که تعداد بازدیدکنندگان ایرانی از آن نمایشگاه در حدود ۵۰۰ نفر تخمین زده شده است.

همچنین برای بازدیدکنندگان ایرانی نمایشگاه سنگاپور نیز می توان رقمی معادل ۰.۵-۲.۵ درصد از بین تمام بازدیدکنندگان بین المللی را مد نظر قرار داد که در این صورت با احتساب رقم ۲۵-۴۵ درصد از ۳۰-۴۰ هزار نفر بازدیدکننده بین المللی که از خارج از منطقه آسیای جنوب شرقی به این نمایشگاه می آیند، تعداد ایرانیان بر اساس تخمین ۰.۵-۲.۵ درصد، رقمی بین ۳۸-۳۳۸ نفر قابل تخمین است.

ولی براساس واقعیت و شواهد میدانی مبتنی بر تعداد تورهای اعزامی به سنگاپور و افرادی که به صورت انفرادی به نمایشگاه عزیمت داشتند، تعداد بازدیدکنندگان ایرانی رقمی بین ۱۵۰-۲۰۰ نفر برآورد می شود.

سهولت در اخذ ویزای سنگاپور خود عاملی جهت تسهیل سفر بود، ولی از طرف دیگر هزینه های سنگین سفر به سنگاپور در شرایط رکود امروز کشور، خود عاملی شد جهت عدم حضور برخی از مدیران شرکت های مختلف.

*** به طور کلی، با توجه به آنچه در نمایشگاه ایتما سنگاپور عرضه شد، چه چشم اندازی برای صنعت نساجی ایران متصورید و آیا می توانیم در آینده**





* اگر بخواهیم تجربه حضورتان در ایتما سنگاپور را فقط در یک جمله یا پاراگراف خلاصه کنید، آن جمله یا پاراگراف چه خواهد بود؟

نمایشگاهی متفاوت از حیث محل برگزاری (کشور سنگاپور)، نمایشگاهی نسبتاً کم‌رونق از حیث غرفه‌گذاران، نمایشگاهی با انبوه بازدیدکنندگان آسیای جنوب شرقی (همانطور که از جدیت مدیران ایتما و انتخاب محل برگزاری انتظار می‌رفت)، نوآوری‌های اندک صنعتی ولی انبوهی از نوآوری‌های آینده‌نگر در حوزه‌های هوش مصنوعی، پایداری و اقتصاد چرخشی و ارتقای بهره‌وری.

* ضمن تشکر از زمانی که به نشریه اختصاص دادید، نکات پایانی شما را می‌شنویم.

از آنجاکه یک پارادایم‌شیفต์ جدی در حوزه صنعت در حال وقوع است و در حال گذر به نسل بعدی انقلاب صنعتی هستیم، ضروری است که سازمان‌ها خود را برای آینده‌ای متفاوت آماده کنند. بدین منظور لازم است سازمان‌ها با بهره‌گیری از علوم مدیریتی در تمام حوزه‌های مختلف، اثربخشی سازمان خود را ارتقا دهند زیرا در دنیای امروز با عدم قطعیت در محیط درونی و بیرونی کسب و کارها، سرعت تغییرات بسیار بالا در بخش‌های مختلف کسب و کارها و افزایش رقابت، دیگر جایی برای آزمون و خطا یا اشتباه وجود ندارد زیرا هر اشتباه سازمان باعث ایجاد فرصتی برای سایر رقبا و بهره‌گیری از آن می‌گردد.

از طرف دیگر می‌بایست سازمان خود را با ترند روز دنیا که همان هوش مصنوعی است (البته در حال قدیمی‌شدن برای کشورهای پیشرو است و جدید برای ایران) تطبیق دهیم. در حال حاضر سازمان‌ها در تمام دنیا هزینه‌های سنگینی روی این حوزه دارند و شرکت‌های ماشین‌ساز در واحدهای تحقیق و توسعه هزینه‌های سنگینی روی هوش مصنوعی و تمام حوزه‌های زیرمجموعه صرف می‌کنند. پس ضروری است تا با ورود به این حوزه از جرگه رقبای پیش‌تاز عقب نمانده و الا روزی خواهد رسید که متوجه خواهیم شد تمام بازار خود را به رقبایی که تمرکز خود را روی علوم مدیریتی و بهره‌بردن از هوش مصنوعی گذاشتند باختیم و آن آینده دور نیست. پس در حوزه هوش مصنوعی لازم است تا سازمان‌ها روی موارد ذیل متمرکز شوند:

- ۱- یادگیری ماشین (Machine Learning) با هدف آموزش سیستم، دستگاه یا کامپیوتر برای یادگیری از داده‌های و بهبود عملکرد با برنامه‌ریزی صحیح

- ۲- یادگیری عمیق (Deep Learning) با هدف استفاده از شبکه‌های عصبی چندلایه برای شناسایی الگوهای پیچیده

- ۳- بینایی کامپیوتر (Computer Vision) با هدف درک محتوای تصویری و ویدیویی

- ۴- هوش مصنوعی تصمیم‌گیر (Decision and Reasoning AI)

با هدف استدلال منطقی و تصمیم‌گیری خودکار شامل سیستم‌های خبره، منطق فازی، برنامه‌ریزی خودکار و استدلال احتمالاتی

۵- رباتیک (Robotics) با هدف ترکیب هوش مصنوعی با سخت‌افزار فیزیکی برای انجام وظایف در دنیای واقعی مانند ربات‌های صنعتی و ربات‌های خدماتی و پهبادها و غیره

۶- هوش مصنوعی مولد (Generative AI) با هدف خلق محتوای جدید مانند ChatGPT و غیره

۷- هوش مصنوعی شناختی (Cognitive AI) با هدف شبیه‌سازی فرایندهای ذهنی انسان جهت آموزش تطبیقی و تحلیل شناختی

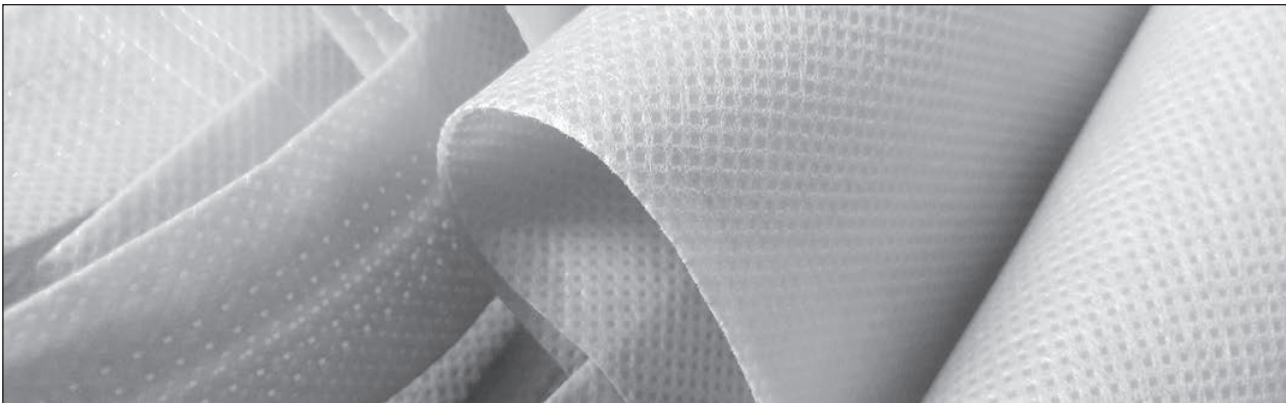
۸- هوش مصنوعی توزیع‌شده و لبه‌ای (Distributed & Edge AI) با هدف اجرای مدل‌های هوش مصنوعی در دستگاه‌های محلی مانند حسگرها دوربین و غیره جهت کاهش تاخیر و همچنین امنیت داده.

۹- سایر موارد مرتبط با هوش مصنوعی.

دنیای امروز دنیای داده است و تحلیل داده‌ها نقش مهمی در آینده یک سازمان دارد. سازمان‌ها باید بتوانند تا داده‌ها را جمع‌آوری، گردآوری، منظم، پالایش و تحلیل کنند تا از تصمیم‌های غریزی دوری کرده و قادر باشند تصمیمات دقیق و موثر اتخاذ کنند. پس لازم است تا سازمان‌ها با اتکا به علوم متنوع مدیریتی و حوزه‌های مختلف هوش مصنوعی، اثربخشی و کارایی را افزایش داده تا قادر به تضمین بقا و حفظ رشد در آینده باشند.

انواع منسوجات بی‌بافت بر حسب فرآیند تولید

پارچه‌های بی‌بافت در طیف وسیعی از بازارها از جمله پزشکی، پوشاک، خودرو، فیلتراسیون، ساخت‌وساز، ژئوتکستایل‌ها و تجهیزات محافظ استفاده می‌شوند



ایرلید توانایی منحصربه‌فردی در چیدمان الیاف کوتاه، چه ۱۰۰ درصد الیاف خمیری و چه مخلوطی از خمیر و الیاف مصنوعی با برش کوتاه، برای تشکیل یک شبکه همگن و پیوسته دارد. همچنین می‌توان پودرها یا الیاف فوق جاذب را با آن مخلوط کرد و بدین ترتیب شبکه‌هایی با جاذبیت بالا ایجاد کرد.

شبکه ایرلید را می‌توان به روش‌های مختلفی به هم متصل کرد. در روش اتصال لاتکس (LBAL)، یک چسب مایع به دو طرف شبکه اعمال می‌شود که پس از آن خشک و عمل‌آوری می‌شود تا به استحکام خشک و مرطوب مورد نیاز برسد. کاربردهای معمول آن محصولات رومیزی، دستمال‌های خشک و مرطوب، دستمال‌های مرطوب صنعتی و محصولات خانگی است. روش اتصال حرارتی ایرلید (TBAL) شامل الیاف اتصال‌دهنده، معمولاً الیاف دو جزئی، در تشکیل شبکه تار عنکبوتی است و شبکه گرم می‌شود تا اجزای ذوب‌شده الیاف مصنوعی،

توصیف کلی از پارچه‌های بی‌بافت کافی نیست. همانند پارچه‌های تارپودی یا حلقوی، هر فرآیند دارای ویژگی‌های منحصربه‌فردی است. پارچه‌های حاصل، به جز طبقه‌بندی شدن به عنوان بی‌بافت، وجه مشترک زیادی ندارند. اجزای فرآیند تولید منسوجات بی‌بافت مانند انتخاب الیاف، تشکیل شبکه تار عنکبوتی (وب)، پیونددهی و تکنیک‌های تکمیل را می‌توان برای دستکاری خواص پارچه یا مهندسی معکوس پارچه‌ها بر اساس الزامات عملکردی تغییر داد. پارچه‌های بی‌بافت به دلیل مجموعه‌ای از ویژگی‌های قابل دستیابی، در طیف وسیعی از بازارها از جمله پزشکی، پوشاک، خودرو، فیلتراسیون، ساخت‌وساز، ژئوتکستایل‌ها و تجهیزات محافظ استفاده می‌شوند. انواع مختلفی از فرآیندهای تولید منسوجات بی‌بافت وجود دارد که در ادامه به آنها اشاره می‌گردد:

منسوجات بی‌بافت ایرلید (Airlaid Nonwovens)

در مقایسه با سایر فناوری‌های بی‌بافت،

اولین تعریف مکتوب از پارچه‌های بی‌بافت توسط انجمن آزمایش و مواد آمریکا در سال ۱۹۶۲ ارائه شد که آنها را به عنوان «پارچه‌های نساجی ساخته‌شده از شبکه تار عنکبوتی یا شبکه الیاف (وب) که توسط چسب به هم چسبیده‌اند» تعریف کرد. در حال حاضر، انجمن صنعت منسوجات بی‌بافت (INDA)، پارچه بی‌بافت را به عنوان «ساختارهای ورقه‌ای یا شبکه‌ای که با درهم تنیدن الیاف یا رشته‌ها (و با سوراخ کردن فیلم‌ها) به صورت مکانیکی، حرارتی یا شیمیایی به هم متصل شده‌اند» تعریف می‌کند. این زیرلایه‌ها، صفحات مسطح و متخلخل هستند که مستقیماً از الیاف جداگانه یا از پلاستیک مذاب یا فیلم پلاستیکی ساخته می‌شوند. آنها به صورت تارپودی یا حلقوی ساخته نمی‌شوند و نیازی به تبدیل الیاف به نخ در فرآیند تولید آنها نیست.

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، تعاریف فنی، پایه اصلی فرآیندهای تولید منسوجات بی‌بافت را بیان می‌کنند، اما به دلیل تنوع زیاد تکنیک‌های تولید، یک

متفاوت هستند، زیرا استحکام ذاتی کمی دارند اما اندازه بسیار کوچکتری هم دارند که خواص کلیدی را ارائه می‌دهد. پارچه‌های بی‌بافت ملتبلون می‌توانند از الیاف بسیار ظریف بهره‌مند شوند و اغلب در ماسک‌های تنفسی، ماسک‌های صورت و مدیای فیلتراسیون استفاده می‌شوند. اغلب ملتبلون به اسپان‌باند اضافه می‌شود تا شبکه وب SM یا SMS تشکیل شود که محصولات حاصل از این فرآیند، در صنایع پوشک یکبار مصرف و مراقبت‌های زنانه استفاده می‌شوند.

اسپان‌لس (Spunlace)

فرآیند تولید بی‌بافت‌های اسپان‌لس (که با نام Hydroentanglement نیز شناخته می‌شود)، یک فرآیند اتصال برای شبکه‌های فیبری مرطوب یا خشک است که با یکی از فرآیندهای کاردینگ، airlaying یا wet-laying ساخته می‌شوند و پارچه پیوندیافته حاصل، از نوع بی‌بافت است. این فرآیند از جت‌های ریز و پرفشار آب استفاده می‌کند که به شبکه وب نفوذ می‌کنند، به تسمه نقاله برخورد می‌کنند

به حداقل رساندن اعوجاج پارچه بی‌بافت امکان‌پذیر می‌کند.

عوامل پیونددهی مورد استفاده در فرآیند اتصال از طریق هوا، شامل چسب کریستالی به صورت الیاف و پودر هستند که ذوب می‌شوند و قطرات مذاب را در سراسر سطح مقطع پارچه بی‌بافت تشکیل می‌دهند. با خنک شدن ماده، اتصال در نقاط قرار گرفتن قطرات رخ می‌دهد. پارچه‌های بی‌بافت ایجاد شده توسط فرآیند حرارتی، دارای ویژگی‌های نرم و حجیم‌بودن هستند.

ملتبلون (Meltblown)

پارچه‌های بی‌بافت ملتبلون با اکستروژن کردن الیاف پلیمری ذوب شده از طریق یک شبکه ریسندگی یا قالب متشکل از حداکثر ۴۰ سوراخ در هر اینچ تولید می‌شوند تا الیاف نازک و بلندی تشکیل شوند که با عبور هوای گرم از روی الیاف هنگام افتادن آنها از قالب، کشیده و خنک می‌شوند. شبکه وب حاصل به صورت رول جمع‌آوری شده و متعاقباً به محصولات نهایی تبدیل می‌شود. الیاف بسیار ظریف (معمولاً پلی‌پروپیلن) با سایر اکستروژن‌ها به‌ویژه اسپان‌باند،

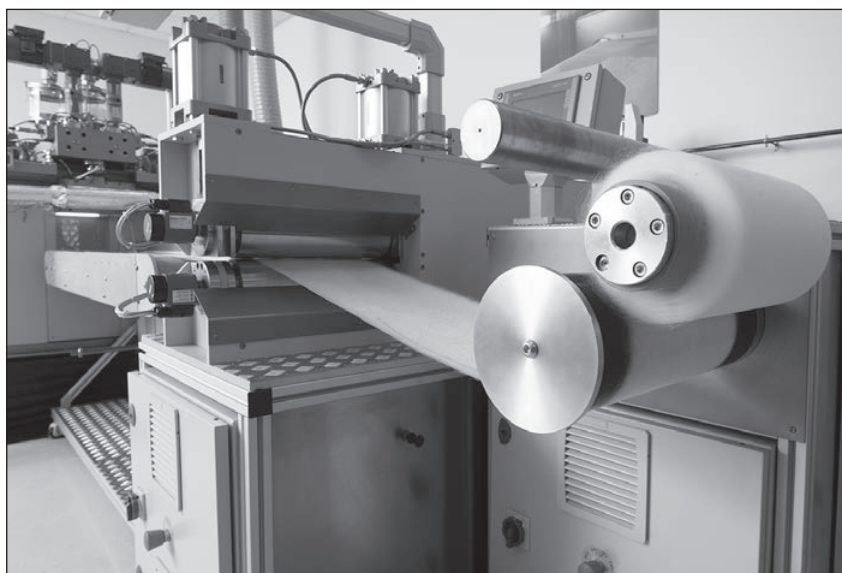
برای اتصال وب فعال شوند. این روش معمولاً برای هسته‌های جاذب استفاده می‌شود، جایی که پودر فوق جاذب نیز می‌تواند وجود داشته باشد و توسط الیاف مصنوعی در ساختار شبکه قفل شود.

روش اتصال چندگانه (MBAL) فرآیندی است که در آن لاتکس و پیوند حرارتی با هم ترکیب می‌شوند، معمولاً قسمت داخلی محصول به صورت حرارتی پیوند داده می‌شود و سطوح دارای یک لایه نازک از چسب برای از بین بردن گرد و غبار و پرز هستند. این مواد که معمولاً برای هسته‌های جاذب، محصولات خانگی، دستمال‌های خشک و مرطوب استفاده می‌شوند، می‌توانند حاوی پلیمر فوق جاذب (SAP) نیز باشند.

در روش پیوند هیدروژنی (XBAL)، پیوند وب از طریق ترکیبی از فشار، رطوبت و دما برای ایجاد پیوندهای هیدروژنی، حاصل می‌شود و نیاز به سایر روش‌های پیوند را از بین می‌برد. این روش معمولاً برای هسته‌های جاذب استفاده می‌شود.

اتصال از طریق هوا (Air Through Bonding) (or Thermal Bonding)

اتصال از طریق هوا، نوعی پیوند حرارتی است که شامل اعمال هوای گرم به سطح پارچه بی‌بافت می‌شود. در طول فرآیند اتصال از طریق هوا، هوای گرم از طریق سوراخ‌هایی در یک فضای خالی بالای پارچه بی‌بافت جریان می‌یابد. برخلاف کوره‌های داغ که هوا را از داخل ماده عبور می‌دهند، فرآیند اتصال حرارتی، از طریق یک نوار نقاله آپرون (آپرون کانوایر) که پارچه بی‌بافت را در حین عبور از کوره نگه می‌دارد، از فشار منفی مکش برای کشیدن هوا استفاده می‌کند. کشیدن هوا از داخل ماده، انتقال سریع و یکنواخت گرما را برای



و به عقب برمی‌گردند و باعث می‌شوند تا الیاف در هم تنیده شوند.

پارچه‌های بی‌بافت اسپان‌لس، از الیاف کوتاه استیپل استفاده می‌کنند که محبوب‌ترین آنها ویسکوز و الیاف پلی‌استر استیپل است، اما از پلی‌پروپیلن و پنبه نیز در فرآیند تولید آنها استفاده می‌شود. کاربردهای اصلی منسوجات بی‌بافت اسپان‌لس شامل دستمال مرطوب، ماسک‌های صورت و محصولات پزشکی است.

اسپان‌لید یا اسپان‌باند (Spunlaid یا Spunbond)

در فرآیند اسپان‌لید که اسپان‌باند نیز نامیده می‌شود، پارچه‌های بی‌بافت در یک فرآیند پیوسته ساخته می‌شوند. الیاف

ریسیده می‌شوند و سپس مستقیماً توسط منحرف‌کننده‌ها در یک شبکه وب پراکنده می‌شوند یا می‌توانند با جریان هوا هدایت شوند. این تکنیک منجر به سرعت بیشتر تسمه و هزینه‌های ارزان‌تر می‌شود. انواع مختلفی از این محصولات موجود است. اسپان‌باند‌های پلی‌پروپیلن، سریع‌تر و در دماهای پایین‌تری نسبت به اسپان‌باند‌های PET عمل می‌کنند، که بیشتر به دلیل تفاوت در نقاط ذوب آنها است. اسپان‌باند مبتنی بر پلی‌پروپیلن به‌طور گسترده ماده انتخابی در محصولات بهداشتی مانند پوشک بچه و محصولات بهداشتی زنانه و همچنین در لباس‌های پزشکی است. مواد اسپان‌باند مبتنی بر پلی‌استر نیز معمولاً در کاربردهای بی‌بافت بادوام مانند سقف و ساخت‌وساز،

خودرو و ژئوتکستایل استفاده می‌شوند.

اسپان‌ملت/اس‌ام‌اس (Spunmelt/SMS)

در این فرآیند، پارچه اسپان‌باند با پارچه‌های بی‌بافت ملت‌بلون ترکیب شده و به محصولی لایه‌ای به نام اس‌ام‌اس (اسپان-ملت-اسپان) تبدیل می‌شود. پارچه‌های بی‌بافت ملت‌بلون دارای قطر الیاف بسیار ریز هستند اما پارچه‌های محکمی نیستند. پارچه‌های اس‌ام‌اس که کاملاً از پلی‌پروپیلن ساخته شده‌اند، ضد آب و به اندازه کافی ظریف هستند که به‌عنوان پارچه‌های یکبار مصرف استفاده شوند. ملت‌بلون اغلب به‌عنوان مدیا فیلتر استفاده می‌شود و قادر به جذب ذرات بسیار ریز است. اسپان‌باند نیز توسط رزین یا به‌صورت حرارتی به پارچه ملت‌بلون پیوند داده می‌شود.

وت‌لید (Wetlaid)

در فرآیند وت‌لید، الیاف کوتاه با طول الیاف حداکثر ۱۲ میلی‌متر، که اغلب با ویسکوز یا خمیر چوب مخلوط می‌شوند، با استفاده از مخازن بزرگ در آب معلق می‌شوند. پس از آن، مخلوط الیاف-آب یا خمیر-آب پمپ شده و به‌طور مداوم روی یک سیم شکل‌دهنده رسوب می‌کند. آب نیز مکیده شده، سپس فیلتر و بازیافت می‌شود. علاوه بر الیاف مصنوعی، در این روش الیاف شیشه، سرامیک و کربن نیز می‌توانند فرآوری شوند.

برای تشخیص پارچه‌های بی‌بافت وت‌لید از کاغذهای وت‌لید، باید توجه داشت بیش از ۳۰ درصد جرم الیاف پارچه وت‌لید از الیافی با نسبت طول به قطر بیشتر از ۳۰۰ تشکیل شده است و چگالی آن کمتر از ۰.۴۰ گرم بر سانتی‌متر مکعب است. وت‌لید معمولاً در کاربردهایی مانند کیسه‌های چای و فیلترهای قهوه و همچنین دستمال‌های مرطوب قابل‌پخش در آب استفاده می‌شود.



جهش هند در بازار ماشین آلات نساجی ایتالیا

در شش ماه اول امسال، صادرات ماشین آلات نساجی ایتالیا به هند معادل ۷۸ میلیون یورو بوده که ۵۱ درصد نسبت به مدت مشابه سال ۲۰۲۴ افزایش داشته است



هند در سال ۲۰۲۵ به بازاری با سریع‌ترین رشد برای صادرات ماشین آلات نساجی ایتالیا تبدیل شده است، به طوری که حجم صادرات ایتالیا به این کشور، تقریباً همپای صادرات به چین در شش ماه اول امسال پیش رفته است. به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، آمار انجمن تولیدکنندگان ماشین آلات نساجی ایتالیا (ACIMIT) که در جریان یک کنفرانس مطبوعاتی در نمایشگاه ایتما سنگاپور ارائه شد، تغییرات قابل توجهی را نسبت به سال ۲۰۲۴ نشان می‌دهد که منعکس‌کننده پویایی این بازار است.

در شش ماه اول امسال، صادرات ماشین آلات نساجی ایتالیا به هند معادل ۷۸ میلیون یورو بوده که ۵۱ درصد نسبت به مدت مشابه سال ۲۰۲۴ افزایش داشته است. این در حالی است که در سال ۲۰۲۴، کل صادرات ماشین آلات نساجی ایتالیا به هند ۱۳۲ میلیون یورو ارزش داشت و از نظر ارزش ۱۴ درصد کمتر از صادرات سال ۲۰۲۳ بود.

در مقابل، صادرات ایتالیا به چین در نیمه اول ۲۰۲۵، با ارزشی معادل ۷۸ میلیون یورو، ۵۱ درصد نسبت به مدت مشابه سال قبل کاهش داشته است. چین در سال ۲۰۲۴ با واردات سالانه به ارزش ۲۰۶ میلیون یورو، بزرگترین بازار برای اعضای ACIMIT بود.

سایر بازارهای روبه‌رشد برای سازندگان ماشین آلات ایتالیا در نیمه اول ۲۰۲۵ عبارتند از: پاکستان با فروش ۳۳ میلیون یورویی (۴۱ درصد رشد)، ویتنام با فروش ۱۴ میلیون یورویی (۲۲ درصد افزایش) و همچنین امارات متحده عربی که فروش در آن با ۲۵ درصد افزایش به

۶ میلیون یورو رسیده است.

ترکیه در تنگنا

در همین حال، ترکیه که در سال ۲۰۲۴ با وارداتی به ارزش ۱۳۲ میلیون یورو، سومین خریدار بزرگ ماشین آلات نساجی ایتالیا بود، در شش ماه اول ۲۰۲۵ حتی در بین ۱۰ بازار برتر ACIMIT نیز دیده نمی‌شود. صنعت نساجی و پوشاک ترکیه که مدت‌هاست ستون فقرات اقتصاد تولیدی این کشور است، در حال حاضر با یکی از سخت‌ترین دوره‌های خود در دهه‌های اخیر دست‌وپنجه نرم می‌کند.

طبق اعلام انجمن صادرکنندگان پوشاک استانبول (İHKİB)، این بخش در طول سه سال گذشته حدود ۳۵۰ هزار شغل و نزدیک به ۸ میلیارد دلار درآمد صادراتی خود را از دست داده است، زیرا افزایش هزینه‌ها، بی‌ثباتی ارز و کاهش تقاضای اروپا، رقابت‌پذیری جهانی آن را تضعیف کرده است. در واقع، آنچه سال‌ها منبع تولید مقرون‌به‌صرفه و با کیفیت بالا بوده

است، به سرعت قربانی تغییر شرایط تجاری و فشارهای اقتصادی می‌شود.

حضور ایتالیایی‌ها در سنگاپور

گفتنی است بیش از ۱۰۰ سازنده ماشین آلات نساجی ایتالیایی در نمایشگاه ایتما سنگاپور ۲۰۲۵، به‌عنوان مهم‌ترین نمایشگاه برای تولیدکنندگان ماشین آلات نساجی در آسیا - منطقه‌ای که نیمی از کل صادرات جهانی را با بازاری به ارزش ۸۸ میلیارد یورو در سال ۲۰۲۴ به خود اختصاص داده است - شرکت کردند.

در همین ارتباط، مارکو سالوادره رئیس ACIMIT، گفت: «علیرغم عدم قطعیت‌های ژئوپلیتیکی، حضور قوی ایتالیا در سنگاپور، پویایی صنعت ماشین آلات نساجی ما را برجسته می‌کند. تولیدکنندگان ایتالیایی طیف گسترده‌ای از راه‌حل‌های پیشرفته را ارائه می‌دهند که کل زنجیره ارزش نساجی را پوشش می‌دهد و هم‌چنان تخصص ریشه‌دار صنعت نساجی را با نوآوری‌های آینده‌نگر ترکیب می‌کنند.»

ازبکستان، قطب جدید نساجی در آسیای مرکزی

امروزه ازبکستان بیش از ۱۵۰۰ شرکت نساجی و پوشاک با چرخه کامل تولید را اداره می‌کند که اکثراً از ریسندگی تا تولید پوشاک تکمیل‌شده را در بر می‌گیرند

را به میزان قابل‌توجهی کاهش می‌دهد - عاملی که به طور فزاینده‌ای برای خریداران اروپایی و کشورهای مستقل مشترک‌المنافع، ارزشمند است.

پنبه پایدار و تولید گواهی‌شده

پایداری ستون اصلی احیای نساجی ازبکستان است. بخش پنبه این کشور به قابلیت ردیابی ۱۰۰ درصد دست یافته است و تضمین می‌کند که تمام الیاف به صورت محلی کشت شده و از منابع اخلاقی تهیه می‌شوند. طبق گزارش Better Cotton (۲۰۲۵)، بیش از ۹۰ درصد پنبه ازبکستان تحت شیوه‌های پایدار کشت می‌شود - با استفاده از ۲۵ درصد آب کمتر و تضمین رعایت منصفانه حقوق نیروی کار.

علاوه بر این، کارخانه‌های نساجی پیشرو این کشور، گواهینامه‌های بین‌المللی از جمله BSCI، OEKO-TEX و ISO را کسب کرده‌اند که اعتبار ازبکستان را در بین برندهای مد جهانی تقویت می‌کند.

شتاب صادرات و تنوع بازار

صادرات ازبکستان فراتر از مواد اولیه، توسعه پیدا کرده است. طبق داده‌های فدراسیون بین‌المللی تولیدکنندگان نساجی (ITMF)، صادرات نساجی و پوشاک این کشور در سال ۲۰۲۴ از ۳.۲ میلیارد دلار عبور کرد و پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۲۶ به ۴ میلیارد دلار برسد. اکنون بیش از نیمی از کل صادرات نساجی ازبکستان را پوشاک بافتنی،



۲ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری خارجی و محلی را به سمت تأسیسات پیشرفته ریسندگی، بافندگی و رنگرزی سوق داده است.

تولید یکپارچه و افزایش بهره‌وری

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، امروزه ازبکستان بیش از ۱۵۰۰ شرکت نساجی و پوشاک با چرخه کامل تولید را اداره می‌کند که اکثراً از ریسندگی تا تولید پوشاک تکمیل‌شده را در بر می‌گیرند. انجمن شرکت‌های صنایع نساجی و پوشاک ازبکستان (Uztextileprom) گزارش می‌دهد که بیش از ۷۰٪ از این کارخانه‌ها به ماشین‌آلات مدرن ایتالیایی، آلمانی و ترکی مجهز هستند که کیفیت و بهره‌وری محصول را افزایش می‌دهد. این ساختار یکپارچه، نیاز به واسطه‌ها را از بین می‌برد و زمان تحویل

صنعت نساجی ازبکستان بی‌سروصدا یکی از سریع‌ترین تحولات مدرن در آسیای مرکزی را پشت سر گذاشته است - تغییر از صادرات پنبه خام به یک اکوسیستم تولیدی کامل با ارزش افزوده بالا. این کشور که زمانی عمدتاً به خاطر مزارع پنبه‌اش شناخته می‌شد، اکنون خود را به‌عنوان یک قطب رقابتی برای تولید نخ، پارچه و پوشاک معرفی می‌کند و خریداران جهانی را که به دنبال مقاصد تأمین پایدار و مقرون‌به‌صرفه هستند، جذب می‌کند.

طبق گزارش بانک جهانی (۲۰۲۵)، ازبکستان سالانه بیش از ۳.۴ میلیون تن پنبه خام تولید می‌کند، اما بیش از ۹۰ درصد از این پنبه اکنون در داخل کشور فرآوری می‌شود. این یک تغییر چشمگیر نسبت به فرآوری ۴۰ درصدی در یک دهه پیش است. نقشه راه دولت برای مدرن‌سازی صنعت نساجی که با مشوق‌هایی برای تولید یکپارچه پشتیبانی می‌شود، بیش از

نقشه بین‌المللی نساجی بازتعریف می‌کند. لازم به ذکر است انجمن شرکت‌های صنایع نساجی و پوشاک ازبکستان، در تاریخ ۱۴ دسامبر ۲۰۱۷ توسط شورایی از ۷ شرکت بزرگ در این بخش تأسیس شد. در حال حاضر، تقریباً ۲۰۰۰ شرکت در آن عضویت دارند که از این تعداد، ۱۵۲۲ شرکت دوزندگی و بافندگی، ۴۴۸ شرکت ریسندگی و ۶ شرکت ماشین‌سازی هستند.

این انجمن با ایفای نقش واسطه‌ای بین تولیدکنندگان نساجی ازبکستان و سرمایه‌گذاران، شرکت‌ها و واردکنندگان خارجی، به ایجاد ارتباط و افزایش همکاری در حوزه تولید نساجی و پوشاک با سایر کشورها کمک می‌کند.

در طراحی، برندسازی و نوآوری، به قطب بعدی نساجی آسیای مرکزی تبدیل شود. در این زمینه «برنامه خوشه نساجی» دولت با هدف تقویت ادغام عمودی و جذب سرمایه‌گذاری‌های مشترک بین‌المللی در تولید پوشاک و فرآوری منسوجات سازگار با محیط زیست، از جمله طرح‌های مهمی است که برای گسترش بیشتر صنعت نساجی این کشور در نظر گرفته شده است.

بنابراین داستان ازبکستان دیگر در مورد صادرات پنبه نیست - بلکه در مورد صادرات کالای صنعتی نساجی، پایداری و قابلیت اطمینان است. ازبکستان با داشتن یک پایگاه تولیدی قوی، زنجیره‌های تأمین گواهی‌شده و حضور جهانی روبه‌رشد، جایگاه خود را در

منسوجات خانگی و پوشاک تکمیل‌شده تشکیل می‌دهند. مقاصد اصلی این صادرات هم شامل ترکیه، روسیه، لهستان و بازارهای نوظهور در سراسر خاورمیانه هستند.

صادرکنندگان از شرایط پرداخت انعطاف‌پذیر (LC، CAD، TT)، لجستیک کارآمد از طریق مسیر دریای خزر و فرآیندهای تجاری شفاف بهره‌مند می‌شوند و همین موضوع، ازبکستان را به یک شریک تأمین قابل‌اعتماد، مخصوصاً در زمان اختلال در زنجیره تأمین جهانی تبدیل می‌کند.

چشم‌انداز آینده

کارشناسان صنعتی معتقدند که ازبکستان می‌تواند در صورت ادامه سرمایه‌گذاری

مصر ۴ قرارداد با شرکت‌های نساجی چینی امضا کرد



یک اکوسیستم صنعتی جامع را توسعه دهد که تمام مراحل تولید نساجی، از ریسندگی و بافندگی گرفته تا رنگرزی، تکمیل و تولید کالای نهایی را پوشش دهد.

وی افزود که جذب شرکت‌های نساجی پیشرو جهانی گامی در جهت بومی‌سازی فناوری پیشرفته، انتقال تخصص و ایجاد مشاغل باکیفیت برای جوانان مصری است که با چشم‌انداز منطقه ویژه اقتصادی کانال سوئز برای ایجاد یک پلتفرم تخصصی صنعتی و لجستیکی که از رشد اقتصادی ملی و توسعه پایدار حمایت می‌کند، همسو است.

گروه مترجمین مجله: شرکت توسعه صنعتی السویدی (Elsewedy Industrial Development)، چهار قرارداد همکاری به ارزش ۶۵ میلیون دلار با شرکت‌های بزرگ نساجی چینی برای راه‌اندازی کارخانه در «شهرک صنعتی سخنه ۳۶۰» واقع در منطقه اقتصادی کانال سوئز (SCZone) امضا کرده است.

منطقه ویژه اقتصادی کانال سوئز، شامل ۶ بندر و ۴ ناحیه صنعتی است و فرصت‌هایی را در زمینه تولید و لجستیک ارائه می‌دهد. شرکت توسعه صنعتی السویدی یکی از شاخه‌های شرکت برق السویدی است که یک رهبر جهانی با سابقه ۸۰ ساله در تجارت و صنایع تولیدی و ارزش بازار بیش از ۲.۵ میلیارد دلار محسوب می‌شود.

این توافق‌نامه‌ها که در دفتر مرکزی منطقه اقتصادی السویدی در پایتخت اداری جدید مصر به امضا رسیدند، شامل سرمایه‌گذاری‌هایی به مساحت ۲۳۸ هزار مترمربع هستند و انتظار می‌رود بیش از ۳۰۰۰ شغل مستقیم ایجاد کنند. در همین ارتباط، ولید جمال‌الدین رئیس این منطقه اقتصادی، جذابیت این منطقه را به زیرساخت‌های یکپارچه، موقعیت استراتژیک و مشوق‌های سرمایه‌گذاری جذاب آن نسبت داد. جمال‌الدین به نقل از سرویس اطلاعات دولتی گفت که این منطقه در تلاش است تا

دوراهبرد جدید صنعت نساجی و پوشاک چین

شرکت‌های نساجی چینی برای حفظ ثبات مالی بلندمدت خود، به دو استراتژی کلیدی تکیه می‌کنند: تنوع بازار و ارتقای فناوری

متحدۀ از چین در ژانویه تا آگوست ۲۰۲۵ تقریباً ۹ درصد کاهش یافته، صادرات برخی از اقلام منسوجات فنی و الیاف مصنوعی پیشرفته از چین به آمریکا، همچنان در حال افزایش است که نشان‌دهندۀ قدرت چین در بخش مهندسی نساجی نسبت به مونتاژ صرف است. شرکت‌های چینی برای حفظ ثبات مالی بلندمدت به دو استراتژی کلیدی تکیه می‌کنند: تنوع بازار و ارتقای فناوری. صادرات چین به بازارهای کلیدی مانند اتحادیه اروپا و ژاپن، به ترتیب با افزایش ۴،۵ درصد و ۱،۱ درصد (داده‌های ژانویه تا آگوست)، تاب‌آوری خود را نشان داده است. علاوه بر این، بازارهای طرح کمر بند و جاده (BRI) یک کانون توجه اساسی هستند و راه‌های جدیدی را برای فروش حجم بالای محصولات نساجی چین فراهم می‌کنند. همچنین سرمایه‌گذاری سنگین در خطوط تولید دیجیتالی و خودکار تضمین می‌کند که چین مزیت هزینه تولید خود را برای مواد پیشرفته حفظ کرده و نقش خود را به عنوان «مهندس پارچه» در جهان تثبیت نماید.

گروه مترجمین مجله: بخش نساجی و پوشاک چین، با کاهش تنها ۰،۳ درصدی صادرات در ۹ ماهه اول سال ۲۰۲۵، شاهد یک تغییر اساسی است. این برآیند تقریباً ثابت، یک واگرایی اساسی را پنهان می‌کند: صادرات منسوجات بالادستی (پارچه، نخ) ۲،۱ درصد افزایش یافته، در حالی که صادرات پوشاک نهایی ۲،۵ درصد کاهش داشته است.

رشد صادرات نساجی، استراتژی چین برای ارتقای زنجیره ارزش را برجسته می‌کند. همزمان با انتقال مستمر تولید پوشاک (بخش کارگرمحور) به کشورهایی مانند ویتنام و بنگلادش - به عنوان بخشی از استراتژی منبع‌یابی «چین به علاوه یک» - کارخانه‌های چینی در حال تثبیت تسلط جهانی خود در تولید پارچه و نخ با کارایی بالا و سرمایه‌محور هستند.

این تغییر ساختاری، عمدی است. چین همچنان یک تأمین‌کنندۀ جهانی مهم در زمینه نهاده‌های پیچیده و با ارزش افزوده، حتی برای رقبای خود است. برای مثال، درحالی‌که واردات پوشاک ایالات





شرکت شیمی پلاست شمال
Shimi Plast Co

شیمی
پلاست
شمال

- تولید تخصصی انواع پرک دابل هات واش شده با ناخالصی کمتر از ۳۰ ppm جهت صنایع تولید ورق و ...
- تولید انواع پرک دابل هات واش شده سفید و رنگی جهت تولید محصولات الیاف پلی استر
- تولید پرک هات واش شده سفید و رنگی مختص مصرف کارخانه های تولید تسمه ، انواع جارو و ...



SHIMI PLAST CO

راه های ارتباطی

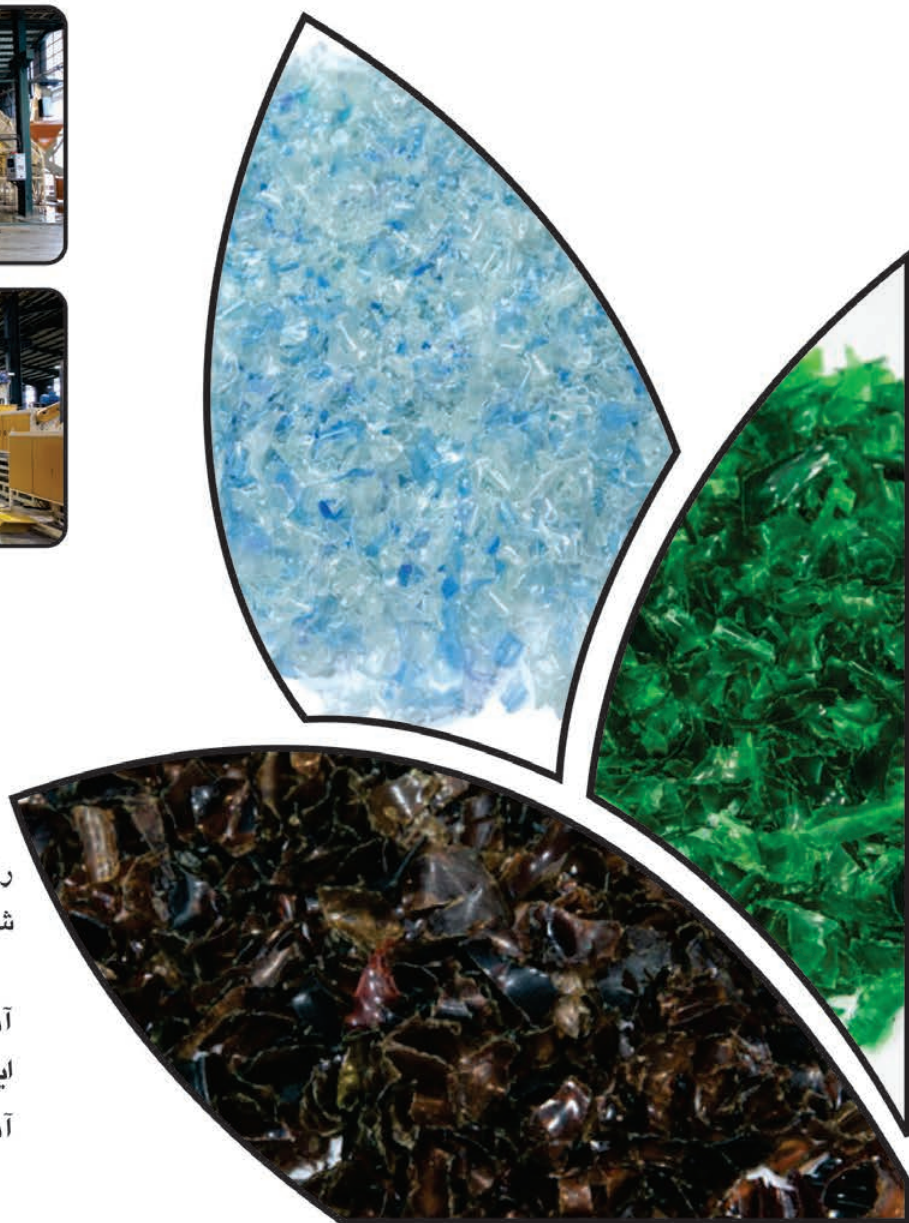
شماره تلفن ثابت : ۰۱۱۴۲۵۶۱۱۰۰ - ۰۱۱۴۲۵۶۱۰۰۰
۰۱۱۴۲۵۶۱۲۰۰ - ۰۱۱۴۲۵۶۱۳۰۰

WWW.SHIMIPLAST.CO
INFO@SHIMIPLAST.CO

آدرس وبسایت :

ایمیل

آدرس کارخانه : مازندران ، شهرک صنعتی جویبار



از شما دعوت می‌شود از غرفه شرکت **آرمان شیمی افروز** در سی و یکمین

نمایشگاه بین‌المللی صنعت نساجی دیدن فرمایید.

سالن ۸۳۱ - غرفه ۳۰

۱۲-۱۵ دی ماه ۱۴۰۴

محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران

۰۲۱-۴۱۹۹۴

۰۲۱-۸۸۰۰۶۰۰۱

 armanchemie



آहार و مواد آহারی

آهارهای عرضه‌شده توسط شرکت آرمان شیمی افروز از نشاسته‌های اصلاح‌شده و مواد پلیمری با کیفیت تولید شده که به راحتی داخل نخ نفوذ کرده و چسبندگی خوبی را در سطح نخ به وجود می‌آورند و با ایجاد فیلم قوی و غیرشکننده راندمان بافندگی را افزایش می‌دهند.

شرکت آرمان شیمی افروز کدهای آহারی مختلفی متناسب با انواع نخ همراه با تمامی محصولات جانبی مورد استفاده در فرایند آهارزنی از جمله انواع روغن آهار، واکس چله، ضد کف و... را با بهترین کیفیت عرضه می‌کند. از این رو شما می‌توانید جهت آماده‌سازی بسته آহারی مخصوص خود و کسب اطلاعات بیشتر درباره آهارها و محصولات جانبی آهار از طریق راه‌های ارتباطی با مهندسان شرکت آرمان شیمی افروز در ارتباط باشید.

ساخت ایتالیا



Made In Italy

دوتِکو

BLENDO ADROIT

GRAVIMETRIC LOSS IN WEIGHT BLENDERS

DOTECO
ART OF CONTROL

واحد های دوزینگ (مخلوط کننده) برای دستگاه های اکستروژن

– مخلوط کننده ۲، ۳، ۴، ۵ یا ۶ مواد مختلف

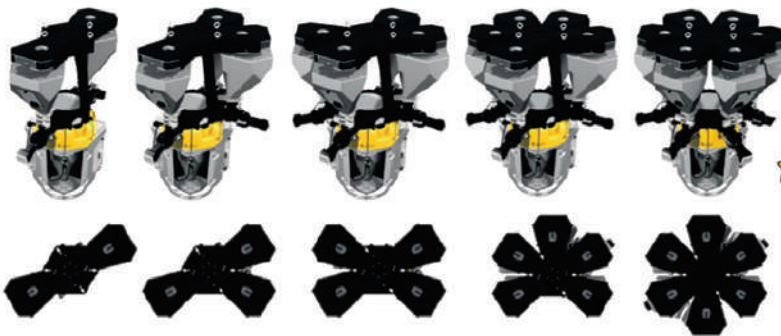
– ظرفیت های ۲۰۰، ۴۰۰، ۸۰۰ تا

حداکثر ۱۳۰۰ کیلو گرم در ساعت

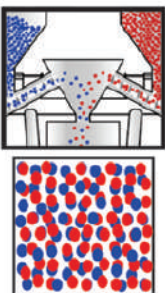
* سیستم واحدی به شکل گل

* قابل افزایش

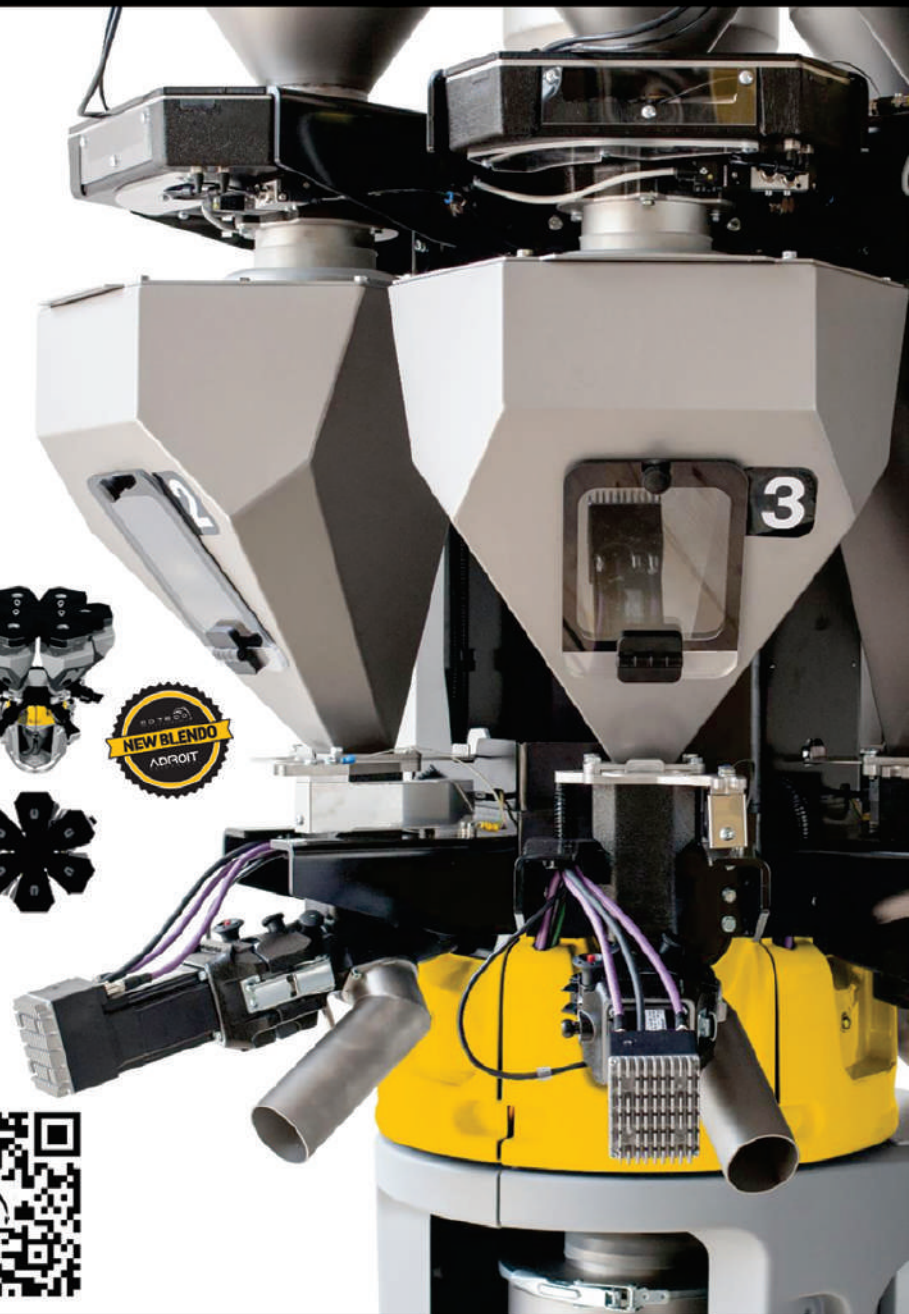
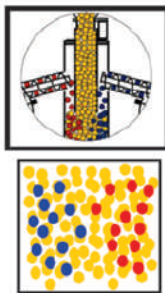
* دقت تا ۱۰۰ گرم در ساعت



سیستم دوزینگ شرکت دوتکو



سیستم دوزینگ سایر شرکت ها



Contact Roozbeh Moravej

+98 912 302 52 87

Email: Roozbeh.moravej@gmail.com

www.doteco.com



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: (۰۲۱) ۸۸۱۰۱۴۱۶ - ۸۸۱۰۴۲۱۱ - ۸۸۱۰۴۶۶۲ - ۰۲۱ - ۸۸۱۰۴۸۶۰ فکس:



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.



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

توجه



توجه

این شرکت با داشتن دو خط ریسندگی الیاف بلند و این اند توانایی

۱- قبول سفارش نخ متریک از نمره ۲/۵ به بالا

۲- قبول سفارش مشابه نخ جوت از نمره ۶ به بالا

۳- قبول تولید تاپس از الیاف استیل

۴- قبول سفارش های خاص



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
مدیریت: رحیمی تبار ۰۹۱۲۱۱۱۲۳۹۹
تلفکس: ۰۲۱-۸۸۷۴۰۷۷۳
Website: teiftabar.com Email: Saeedrahimitabar@gmail.com



کیان بهریس مهیار
Kian Behris Mahyar



kianbehris.a.h.a@gmail.com



www.kianbehris.com



kianbehris

تولید کننده انواع نخ های کاور شده با نخ های الیاف بلند فیلامنتی (پلی استر ،نایلون و ...) و نخ های الیاف کوتاه (پلی استر ویسکوز ،پلی استر پنبه ،ویسکوز و ..) با مغزی لاکرا و نخ های فانتزی با مغزی MX دیر ها و سائزهای مختلف دارای اولین تاییدیه نانو مقیاس جهت تولید نخ های کاورینگ با خاصیت آنتی باکتریال به روش نانو تکنولوژی
مورد تایید ستاد فناوری نانو ریاست جمهوری

آدرس: شرکت زنجان، شهرک صنعتی علی آباد (اشراق)، پست سایت بانوان، خیابان شقایق 2، قطعه 560

تلفن همراه: 09194669372 تلفن ثابت: 024-32223162

شرکت سیب سرخ
نماینده انحصاری شرکت تاناتکس هلند

WE  OUR CLIMATE
BAYGARD

ADDING PASSION
TO TEXTILES.



ضد آب – ضد لک

شرکت تاناتکس برترین تولیدکننده مواد
ضد آب و ضد لک در دنیا

تلفن: ۸۸۵۱۴۱۹۸ – ۸۸۵۱۴۲۶۵ (۰۲۱)

فکس: ۸۸۷۴۳۴۹۵ (۰۲۱)



محصول جدید از شرکت دانا نساج

آسپرین راکتیو دی ان :
یک ماده همه کاره در رنگری
کالای سلولزی با رنگ راکتیو

Aspirin Reactive DN

چهار خاصیت در یک ماده

ارسال نمونه رایگان

سختی گیر قوی

دیسپرس کننده و یکنواخت کننده
(کاهش هیدرولیز رنگ)

صابون مخصوص شستشوی چاپ
جلوگیری از نشستن رنگ هیدرولیز روی
زمینه سفید

صابون پخشور قوی با قابلیت جلوگیری
از نشستن رنگ های هیدرولیز شده بر روی
کالای رنگ شده و کاهش تعداد مراحل شستشو



Saves Time & Water

با صابون ریداکشن اسیدی (مخصوص پلی استر) دانا نساج
در مصرف آب، زمان و انرژی صرفه جویی کنید.

کارخانجات نساجی کوهر چاپ کویر یزد

کارخانجات نساجی
گوهر چاپ کویر یزد
Gohar Chap Kavir Yazd Textile Co.

کارخانجات نساجی
گوهر چاپ کویر یزد
Gohar Chap Kavir Yazd Textile Co.

گوهر چاپ کویر یزد
Gohar Chap Kavir Yazd Textile Co.

رنگری-چاپ-تکمیل
انواع پارچه

www.goharchap.com / info@goharchap.com

کارخانه : یزد- شهرک صنعتی خضرآباد- منطقه ویژه اقتصادی
تلفن : ۰۳۵-۳۷۲۷۵۰۶۰ - فکس : ۰۳۵-۳۷۲۷۵۰۶۷
Factory: Special Economic Zone, Industrial Town, YAZD-IRAN



Fidasil	انواع نرم کن های سیلیکونی (میکرو و ماکرو)
Fidasoft	انواع نرم کن کاتیونیک (برک و خمیری)
Fidestat	انواع آنتی استاتیک
Fidspin	انواع روغن های ریسندگی
Fidapol	انواع صابون (بخت، پشور و حلال دار)
Fidafix	انواع فیکسه کننده (چاپ و رنگرزی)
Fidazol	انواع اسپین فینیش
Fida defoamer	ضد کف سیلیکونی
Fidapers	دیسپرس کننده مایع
Fidalevel	یکنواخت کننده
Fidawet	نفوذ دهنده
Fida crease	ضد شکست
Fidretarder	ریتارد



فیدار تکس

واردات و تولید مواد تعاونی نساجی

کیفیت بالا و یکسان

دسترسی آسان

دلیل حضور ماست



Supervision With

با نظارت



جمهوری اسلامی ایران
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
کارگروه سامندی مد و لباس کشور



شرکت سهامی نمایشگاه های دائمی
جمهوری اسلامی ایران
Iran International Exhibitions Co

Organizer

برگزار کننده



سامع پاد نوین
Samee Paad Novin

سیزدهمین نمایشگاه بین المللی پوشاک ایران

13

The Th

IRANMODE

International Exhibition of Apparel Products

2-5 Jan 2026

Tehran International Permanent Fairground

۱۲ لغایت ۱۵ دی ماه ۱۴۰۴

محل دائمی نمایشگاه های بین المللی تهران

مجوز سازمان توسعه تجارت ایران، به شماره ۴۶۲۲۵۴۰ به تاریخ ۱۴۰۳/۱۱/۲۹



تلفن: ۵ - ۰۲۱ ۲۶۴۰۹۹۰۲

iranfair@spnco.net

www.spnco.net



Supervision With
با نظارت



Cooperation With
با همکاری



شرکت سهامی نمایشگاه های دائمی
جمهوری اسلامی ایران
Iran International Exhibitions Co



Organizer



سامع پاد نوین
Samee Paad Novin

The 31st IRANTEX

سی و یکمین نمایشگاه بین المللی
ماشین آلات نساجی، مواد اولیه،
منسوجات خانگی، ماشین های گلدوزی
و محصولات نساجی

۱۲ لغایت ۱۵ دی ماه ۱۴۰۴

محل دائمی نمایشگاه های بین المللی تهران

International Exhibition of
Textile Machinery, Raw Materials,
Home Textiles Embroidery Machines
Textile Products

2-5 Jan 2026

Tehran International Permanent Fairground



مجوز سازمان توسعه تجارت ایران به شماره : ۲۷۵۴۵۸۴ به تاریخ : ۱۴۰۳.۰۲.۳۰



Textile Machinery - Apparel
Embroidery & Sewing Machines
Raw Materials & Textile Products



IRAN
HOME TEXTILES



IRAN MODE
Apparel - Bags - Shoes
Leather & Accessories

تلفن : ۵ - ۰۲۱ ۲۶۴۰۹۹۰۲

iranfair@spnco.net

www.spnco.net



WF2011



NF2004



NF2010

روغن استرچ

روغن استرچ یکی از روغن‌های پرکاربرد در صنعت نساجی که در فرایند تکسچرایزینگ مورد استفاده قرار می‌گیرد
این روغن بر پایه مخلوطی از روغن‌های فوق تصفیه است که تمامی عوامل اکتیو کننده آن به صورت سنتزی و با فناوری به روز دنیا تهیه و فرموله شده و برای سیستم‌های غلطکی و پاششی مناسب می‌باشد



گروه صنعتی موکت همدان

تولیدات واحد شیمیایی گروه صنعتی موکت همدان

دارای استانداردهای

ISO 14001 2015

ISO 9001 2015

ISO 45001 2018

روغن اسپین فینیش SF2008 & SFP2009



روغن اسپین فینیش نوعی روان کننده است که برای روان سازی سطحی، نرم کردن و کاهش بار ساکن به طور همزمان و تک جزئی، در طول فرایند تولید الیاف مورد استفاده قرار می‌گیرد. اگرچه اسپین فینیش تنها یک لایه مولکولی است که بر سطح الیاف قرار می‌گیرد.

رزین کوپلیمر وینیل-اکریلات COPA20018



رزین پلی (وینیل استات-اکریلات) در صنعت نساجی شامل: تکمیل پارچه و همچنین چسب پشت موکت، نصب کفپوش و پنل‌های کف، جهت اتصال سطوح با انرژی بالا از جمله کاغذ، کارتن، پنبه، چوب نیز کاربرد دارد.

رزین پلی وینیل استات PVAs20024



رزین پلی وینیل استات از پلیمریزاسیون امولسیون به دست می‌آید. در صنعت نساجی از این رزین در تکمیل پارچه و همچنین آهار پشت موکت، نصب کفپوش و پنل‌های کف، جهت اتصال سطوح با انرژی بالا از جمله کاغذ، کارتن، پنبه، چوب نیز کاربرد دارد.

روغن آنتی استاتیک ATP2003 & ATS2001



روغن آنتی استاتیک مخلوطی از استر اسیدهای چرب مقاوم در برابر حرارت، روان کننده‌ها، امولسیفایرها و سایر مواد افزودنی ویژه است که به صورت سنتز درجا در حین فرایند تولید روغن سنتز و روغن بر پایه آن فرموله می‌گردد
این روغن در فرایند تولید الیاف پلی استر و پلی آمید استفاده می‌شود



نرم کن LHS2002

نرم کن‌ها دارای مولکول‌هایی با دو بخش آب دوست و آبگریز و به عنوان مواد فعال در سطح لیف قرار گیرند. چون بسیاری از نرم کننده‌ها در آب حلالیت کمی دارند، به صورت امولسیون از روغن در آب برای فرایند تولید، استفاده می‌گردند از نرم کن برای افزایش نرمی و انعطاف پذیری استفاده می‌شود.



رزین پلی اکریلیک خالص

رزین پلی اکریلیک خالص از جمله کوپلیمرهای پر کاربرد در صنعت رنگ سازی و سایر محصولات که نیازمند خواص الاستومری وسیع در صنایع مختلف می‌باشند.



رزین پلی (استایرن-اکریلات)

رزین پلی از جمله کوپلیمرهای پر کاربرد در صنایع نساجی در صنعت ساختمان و در صنعت رنگ سازی به صورت فراوان مورد استفاده قرار می‌گیرد.



فومر FA2005

از این محصول در کارخانجات نساجی جهت فوم کنندگی و یکنواخت سازی آهار پشت موکت، فرش و... و یا هر صنعتی که به یکنواخت سازی رزین نیاز دارند، استفاده می‌شود.



روغن POY HM02020

این ماده جهت خنثی کردن الکتریسیته ساکن و دادن زیر دست مطلوب به نخ در سیستم‌های تولید نخ در دستگاه‌های ذوب رسی به کار می‌رود.

کارخانه: همدان، جاده تهران، شهرک صنعتی بوعلی، بلوار یکم، خیابان ۱۶

☎ ۰۸۱-۳۴۳۸۳۵۰۲، ۳۴۳۸۳۲۳۸-۴۰

✉ ۶۵۱۸۱۱۴۸۷



دفتر مرکزی: تهران، بلوار میرداماد غربی، کوچه دفینه، پلاک ۴، طبقه ۳، واحد ۶

☎ ۰۲۱-۸۸۷۷۳۱۱۶-۱۹

☎ ۰۲۱-۸۸۷۹۴۳۱۷

✉ ۱۹۶۹۷۶۴۷۶۳



info@hamedanmoquette.com

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 سال 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: تندیس طلایی برترین انتخاب ملی
- ❖ 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 ۱۳۸۳-۱۳۸۷-۱۳۹۰-۱۳۹۲-۱۳۹۴-۱۳۹۶-۱۳۹۹-۱۴۰۰-۱۴۰۲-۱۴۰۴



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

کارخانه: همدان، شهرک صنعتی بوعلی، بلوار یکم، خیابان شانزدهم، تلفن: ۴۰-۳۳۸۳۲۳۸-۰۸۱۳-۳۳۸۳۵۰۲، تلفکس: ۰۸۱۳-۳۳۸۳۵۰۲
دفتر مرکزی: تهران، بلوار میرداماد، کوچه دفینه، پلاک ۴، طبقه ۳، واحد ۶ تلفن: ۱۹-۸۸۷۷۳۱۱۶-۸۸۷۹۴۳۱۷، فاکس: ۸۸۷۹۴۳۱۷
www.hamedanmoquette.com Email: info@hamedanmoquette.com

Coming Soon...

Dyed Yarn From Kabir Ris



نخ 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: ۰۲۲۳۹۰۰۱۲-۱۷
فکس: ۰۲۲۶۹۰۷۹۷



کبیریس

بزرگترین تولیدکننده انواع نخهای ظریف
با سیستم رینگ و شانه در خاورمیانه
با مدرنترین ماشین آلات ریتزر سوئیس



Kabirris Co.

www.kabirristextile.com

قبول سفارش برای رنگرزی انواع نخ های رنگی

انواع تولیدات

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

تولید نخ چله با بالاترین کیفیت جهت دستگاه های مدرن فرش ماشینی

هوین
HONGYUAN

تلفن : ۸۸۵۱۵۳۱۷ - ۸
موبایل : ۰۹۱۲۱۱۵۹۵۳۶
Info@mananik.com
fghazi@mananik.com

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

چشم‌انداز صنعت مد در سال ۲۰۲۶

چالش‌هایی همچون نوسانات اقتصادی، تغییر اولویت‌های مصرف‌کننده و تحولات سریع تکنولوژیکی، چابکی بیشتر و قابلیت‌های قوی‌تری را برای موفقیت در سال پیش رو می‌طلبد

برند، از واژه «عدم قطعیت» پیشی گرفته است و تعرفه‌ها به عنوان مانع شماره یک فعالان این صنعت ذکر شده‌اند.

شاید جای تعجب نباشد که بسیاری از رهبران احساس بدبینی می‌کنند. امسال، ۴۶ درصد گفتند که انتظار دارند شرایط صنعت مد در سال ۲۰۲۶ بدتر شود، در مقایسه با ۳۹ درصد در نظرسنجی سال گذشته. از نظر جغرافیایی، ۳۶ درصد از پاسخ‌دهندگان، شرایط آمریکای شمالی را ناامیدکننده یا بسیار ناامیدکننده می‌دانند که دو برابر سهم سال گذشته است.

اما همه اینقدر بدبین نیستند. در میان کسانی که در نظرسنجی شرکت کردند، ۲۵ درصد معتقدند که شرایط صنعت مد بهبود خواهد یافت، درحالی‌که این رقم برای سال ۲۰۲۵، ۲۰ درصد بود و نشان می‌دهد برخی از بازیگران، فرصت‌های زیادی را در صنعت مد ۲۰۲۶ می‌بینند. گرایش به سمت چین بالاخره در حال افزایش است، حتی با وجود اینکه شرایط این کشور همچنان دشوار است: ۲۸ درصد از مدیران صنعت مد، بازار چین را در سال ۲۰۲۶ ناامیدکننده می‌دانند که نسبت به ۴۱ درصد در سال ۲۰۲۵، نگاه منفی به این کشور کاهش یافته است.

دستور کار اصلی صنعت مد در سال ۲۰۲۶، سازگاری با محیط جدیدی خواهد بود که در آن، تجارت، رفتار مصرف‌کننده و فناوری،



(خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا) و اولین انتخاب دونالد ترامپ به عنوان رئیس‌جمهور ایالات متحده بود. از آن زمان، تأثیر یک بیماری همه‌گیر که یک بار در یک نسل اتفاق می‌افتد، تحول زنجیره تأمین جهانی و سابقه صنعت در پایداری، در میان بسیاری از موضوعات کلان دیگر در قالب این گزارش بررسی شده‌اند.

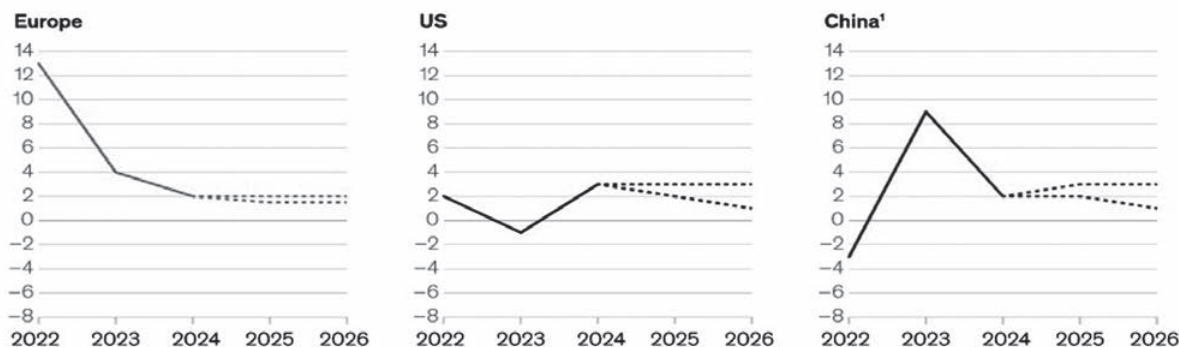
در سال‌های گذشته، رهبران مد که با نوسانات امور جهانی روبه‌رو بودند، در مورد آنچه پیش رو بود مطمئن نبودند، اما اکنون تقریباً پذیرفته‌اند که تغییر مداوم، صرفاً یک وضعیت عادی جدید (new normal) است. واژه «چالش برانگیز»، به عنوان کلمه‌ای که مدیران نظرسنجی سالانه مک‌کینزی برای توصیف صنعت مد در سال ۲۰۲۶ به کار

گروه مترجمین مجله: نگاهی به سال ۲۰۲۶ نشان می‌دهد که مدیران صنعت مد با واقعیت جدیدی روبه‌رو هستند. تعرفه‌های ایالات متحده، نقشه‌های تجاری را از نو ترسیم کرده و برندها و تأمین‌کنندگان آنها را مجبور به بازتنظیم سریع خود کرده است. مصرف‌کنندگان همچنان در حال بازنگری در هزینه‌های خود هستند، به دنبال ارزش می‌گردند و بودجه بیشتری را برای دستیابی به اهداف دیگر، از جمله رفاه و طول عمر خود، اختصاص می‌دهند. در همین حال، ظهور سریع هوش مصنوعی به این

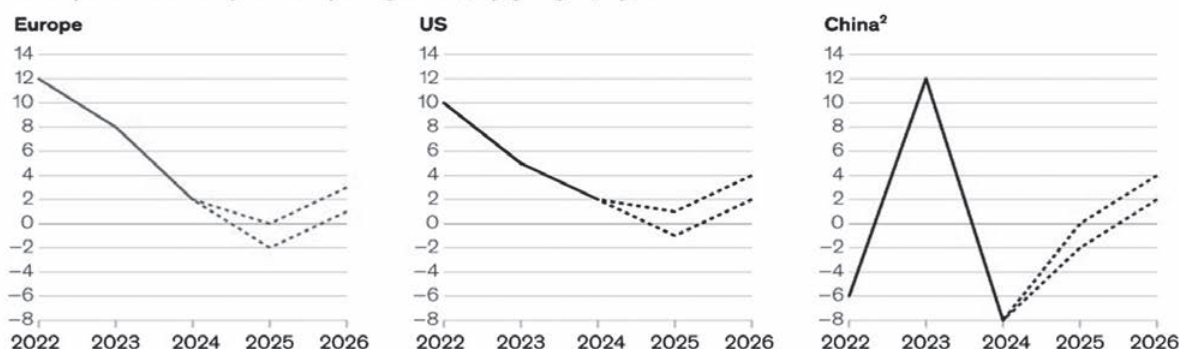
معنی است که مشاغل مد خود را در یک چشم‌انداز تکنولوژیکی که به سرعت در حال تغییر است، می‌بینند.

در حالی که تغییرات مداوم صنعت ممکن است دلهره‌آور به نظر برسند، اما در واقع بخشی از مجموعه گسترده‌تری از تغییرات سیستمی بلندمدت هستند. ده سال است که موسسه Business of Fashion و McKinsey در گزارش مشترکی با عنوان «وضعیت مد (State of Fashion)»، نابسامانی‌های اقتصادی جهانی، تغییر ترجیحات مصرف‌کنندگان و تغییرات در سیستم مد جهانی را پیگیری می‌کنند. انتشار اولین گزارش از این دست، در سال ۲۰۱۶ همزمان با رأی‌گیری برگزیت در بریتانیا

Fashion retail sales year-on-year growth, by geography, %



Luxury retail sales² year-on-year growth, by geography, %



Note: Figures for 2025 and 2026 are estimates. Growth rate forecasts are calculated on actual rates converted to US dollars on fixed 2024 exchange rates.
¹Mainland China (excludes Hong Kong SAR and Taiwan, China).
²Excludes domestic unbranded and branded jewelry.

McKinsey & Company

زیر سطوح سال‌های ۲۰۲۴ و ۲۰۲۵ کاهش یابد. (مطمناً، نقاط روشنی در بازار مد چین، به‌ویژه در لباس‌های ورزشی، وجود دارد) در همین حال، پیش‌بینی می‌شود بخش کالاهای لوکس پس از یک سال دشوار در ۲۰۲۵، شاهد بهبودهای جزئی در سراسر بازارها باشد که با موجی از نوآوری‌های خلاقانه که رهبران مد امیدوارند به این صنعت هیجان تزریق کند، پشتیبانی می‌شود. برندها دوباره در بازار کالاهای لوکس ایالات متحده سرمایه‌گذاری می‌کنند: پاخور خرده‌فروشی‌های لوکس آمریکا در نیمه اول ۲۰۲۵، در مقایسه با روند کاهشی یک سال قبل، ۶۵ درصد افزایش یافته که نشان‌دهنده تلاش‌ها برای

طور ویژه پایین بود. (در ماه آوریل ۲۰۲۵، در بحبوحه اعلام تعرفه‌ها، اعتماد مصرف‌کننده به پایین‌ترین سطح خود از ماه مه ۲۰۲۰ رسید) در مجموع، انتظار داریم رشد صنعت مد ایالات متحده از پیش‌بینی گزارش سال قبل (برای سال ۲۰۲۵) کمتر باشد. در اروپا، انتظار می‌رود رشد تولید ناخالص داخلی ثابت بماند و این امر به دلیل بازار کار انعطاف‌پذیر و نرخ بیکاری پایدار است. با این حال، انتظار می‌رود مصرف‌کنندگان محتاط باقی بمانند و در گروه‌های کالایی مختلف از جمله مد و پوشاک، خریدهای خود را کاهش دهند. در مورد چین، انتظار می‌رود رشد تولید ناخالص داخلی این کشور کند شود و رشد درآمد خالص مردم نیز به

همچنان در حال تغییر سریع هستند. برندهای چابکی که می‌توانند به سرعت خود را با شرایط جدید وفق دهند، احتمالاً به عنوان برندگان ظاهر می‌شوند.

رشد پایین ادامه دارد

یک تحلیل مک‌کینزی پیش‌بینی می‌کند که صنعت مد جهانی بار دیگر در سال ۲۰۲۶ رشد تک‌رقمی پایینی را تجربه خواهد کرد. انتظار می‌رود نوسانات شدید اقتصاد کلان همچنان بر احساسات مصرف‌کنندگان تأثیر بگذارد و رفتار مصرف‌کننده‌ای که به ارزش آگاهی دارد را هدایت کند. این امر به‌ویژه در ایالات متحده مشهود است، جایی که احساسات مصرف‌کننده در سال ۲۰۲۵ به

اولویت‌های جدید مصرف‌کننده و رقبای جدید پدیدار می‌شوند

تقویت وفاداری مشتری به‌عنوان یک خط مقدم مهم در نبرد برای جذب مشتری در حال ظهور است، به‌طوری‌که بیش از نیمی از مدیران، استراتژی‌های حفظ مشتری را به‌عنوان یک موضوع کلیدی در شکل‌دهی صنعت مد در سال ۲۰۲۶ ذکر می‌کنند.

برای جذب و حفظ مشتریان، برندها باید آنچه را که می‌خواهند به آنها ارائه دهند و این موضوع به طور فزاینده‌ای به معنای ارائه ارزش است. در حالی که بازیگران عرصه لوکس، قیمت‌ها را بدون بهبود متناظر در کیفیت یا خلاقیت محصول افزایش دادند، برندهای مبتنی بر طراحی، محصولات و تجربیات فروشگاهی خود را به سمت لوکس مقرون‌به‌صرفه (کالای میانی) ارتقا بخشیدند. اکنون، بازار کالای میانی سریع‌ترین رشد را دارد و در حال جایگزینی کالای لوکس به‌عنوان خالق اصلی ارزش در صنعت مد است. درحالی‌که مصرف‌کنندگان در سال گذشته با افزایش قیمت در بین برندهای پوشاک مواجه شدند، اما یک دسته خاص - جواهرات - به طور متوسط قیمت‌ها را کمتر از سایرین افزایش داد. این شرایط، همراه با تمایل مصرف‌کنندگان به

کنند. رهبران کسب‌وکار باید تمرکز خود را از طرح‌های آزمایشی و آزمایش‌های کوچک که فقط می‌توانند تغییرات تدریجی ایجاد کنند، به سمت ارزیابی مجدد اساسی‌تر در نحوه کار سازمان‌هایشان تغییر دهند. در این زمینه، اگرچه هوش مصنوعی عامل (agentic AI) هنوز نوظهور است، اما در حال تغییر شکل نحوه کار و همکاری افراد می‌باشد و بنابراین، شرکت‌های مد باید یاد بگیرند که چگونه می‌توانند از این فناوری نوظهور نیز استفاده کنند.

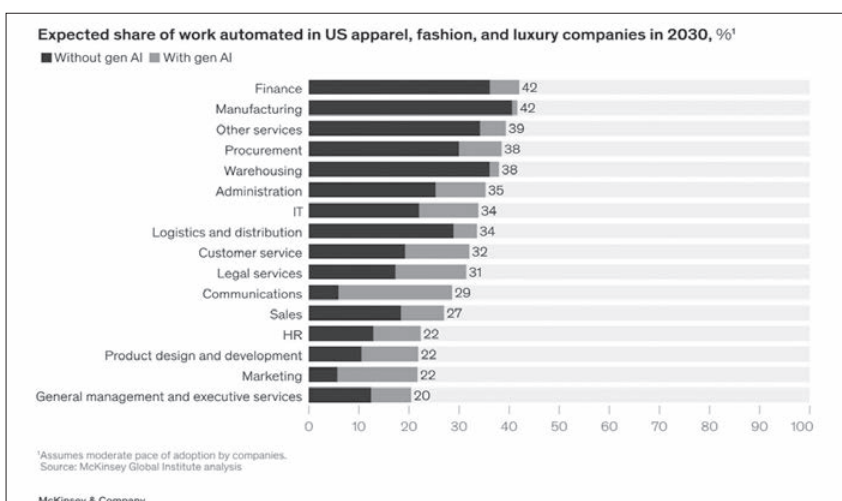
هوش مصنوعی همچنین در حال تغییر نحوه خرید مردم است. مشتریان برای جستجوی محصولات، مقایسه پیشنهادات و دریافت توصیه‌های متناسب، به مدل‌های زبانی بزرگ روی می‌آورند. برخی حتی از عامل‌های هوش مصنوعی به‌عنوان مشاوران سبک و لباس استفاده می‌کنند (این عامل‌ها در مورد اینکه افراد چه چیزی بخرند و از کجا آن را بخرند، مشاوره می‌دهند). این تغییرات، پاسخ‌های چت‌بات هوش مصنوعی را به سؤوی جدید تبدیل می‌کند. این پویایی‌ها با شتاب گرفتن تجارت عامل‌های هوش مصنوعی در نیمه دوم دهه، بیشتر برجسته خواهند شد.

بازگرداندن رشد به این بازار است.

هوش مصنوعی فرصت‌هایی را به ارمغان می‌آورد

با توجه به شرایط آشفته صنعت و بازار، از جمله هزینه‌های ناپایدار نهاده‌ها و مواد اولیه، اختلالات زنجیره تأمین و رشد کند اقتصادی که مدل اقتصادی صنعت مد را تحت فشار قرار می‌دهد، استفاده از هوش مصنوعی از یک مزیت رقابتی، به یک ضرورت تجاری در حال تغییر است. شرکت‌ها بر این اساس در حال تغییر شکل ساختار نیروی کار هستند و برخی از مشاغل موجود، بیشتر مبتنی بر هوش مصنوعی می‌شوند و این امر باعث می‌شود نقش‌ها به سمت وظایف خلاقانه و تحلیلی با ارزش بالاتر تغییر کنند.

بازیگران جهانی مد و کالاهای لوکس در به‌کارگیری اتوماسیون همراه با هوش مصنوعی مولد در عملکردهای منتخب برای وظایف روزمره، پیشرفت کرده‌اند. بیش از ۳۵ درصد از مدیران گزارش می‌دهند که در حال حاضر از هوش مصنوعی در زمینه‌هایی مانند خدمات آنلاین مشتری، تصویرسازی، نوشتن متن تبلیغاتی، جستجوی مصرف‌کننده یا کشف محصول استفاده می‌کنند. در حالی که نقش‌های مالی و تولیدی بیشترین تأثیر کلی را از اتوماسیون بدون هوش مصنوعی مولد خواهند دید، اتوماسیون همراه با هوش مصنوعی مولد می‌تواند منجر به افزایش چشمگیر بهره‌وری برای بازیگران صنعت مد در عملکردهای بازاریابی و فروش آنها شود. برای مهار این تغییر تکنولوژیکی، شرکت‌ها باید فرآیندهای خود را دوباره طراحی کنند، برای جذب استعدادهای هوش مصنوعی رقابت نمایند و فراتر از اکوسیستم مد، به دنبال این استعدادها باشند. در عین حال لازم است شرکت‌ها از خلاقیت بنیادی که باعث پیشرفت صنعت مد می‌شود، محافظت



سرمایه‌گذاری‌های پایدار و افزایش هدیه‌دادن به خود در بین مردان و زنان (self-gifting)، به این معنی است که بازار جواهرات در حال رونق است. پیش‌بینی می‌شود که این دسته از نظر فروش به ازای هر واحد محصول، سریع‌ترین رشد را در صنعت مد داشته باشد و بیش از ۴ برابر نرخ لباس رشد کند.

در بخش دیگری از لوازم جانبی، عینک‌های هوشمند که مد و فناوری را با هم ترکیب می‌کنند، آماده سالی پررونق هستند. انتظار می‌رود در سال ۲۰۲۶ چندین محصول جدید عرضه شوند که در آن‌ها تعادلی بین عملکرد و مد برقرار شده است، به گونه‌ای که ممکن است نسبت به محصولات قبلی، مصرف‌کنندگان را بهتر جذب کنند.

بخش لوکس، به نوبه خود، اکنون دوره‌ای از نوآوری را آغاز کرده است. در تلاش برای احیای تقاضا، چندین خانه بزرگ لوکس در سال منتهی به سپتامبر ۲۰۲۵ از مدیران خلاق جدید استقبال کردند. در میان افراد با ثروت خالص بسیار بالا، کیفیت و مهارت ساخت بالاتر محصول و خدمات بهتر در فروشگاه از جمله عواملی هستند که آن‌ها را به خرید بیشتر از برندهای لوکس در سال آینده تشویق می‌کنند، هرچند تفاوت‌های منطقه‌ای قابل توجهی بین خریداران در چین، بریتانیا و ایالات متحده

وجود خواهد داشت.

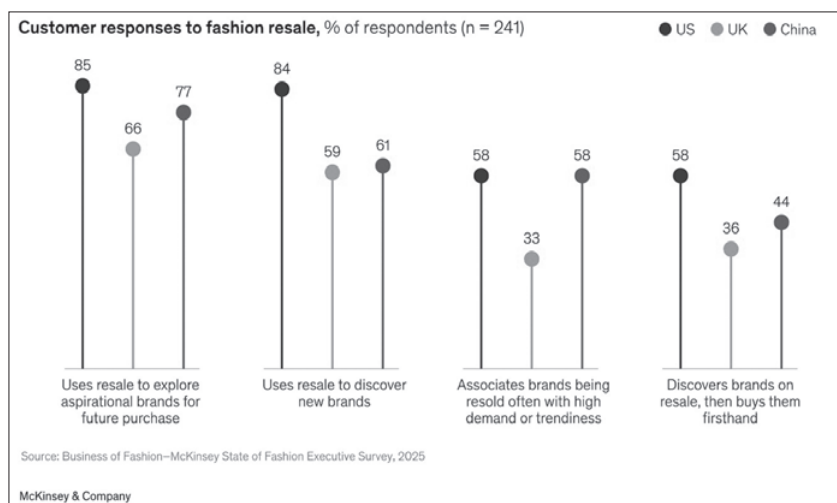
در حالی که مدیران اجرایی برندهای لوکس، محصولات خود را نوسازی می‌کنند، پس از یک دوره رشد عمدتاً مبتنی بر قیمت، در حال بازتنظیم محصولات و عملکردهای خود نیز هستند. مدیران اجرایی کالاهای لوکس انتظار دارند که قیمت‌ها در سال آینده کمتر از سایر بخش‌ها افزایش یابد (۲۶ درصد از مدیران اجرایی در حوزه مد انتظار دارند که قیمت‌ها بیش از ۵ درصد افزایش یابد، درحالی‌که در بین مدیران بخش لوکس، ۱۸ درصد چنین نظری دارند). با این حال، قیمت‌های بالا همچنان یک مانع قابل توجه برای مشتریان مشتاق است. خوشبختانه، بازار فروش مجدد - که پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۲۷ تا سه برابر سریع‌تر از بازار دست اول رشد کند - به فعالان حوزه لوکس این امکان را می‌دهد که هم در خریداران فعلی خود وفاداری ایجاد کنند و هم خریداران مشتاقی را که به دنبال قیمت‌های مناسب‌تر هستند، به خرید ترغیب کنند.

در واقع، بازار فروش مجدد فرصتی را برای برندها در بخش‌های مختلف قیمتی، نه فقط برای فعالان حوزه لوکس، فراهم می‌کند. پیش‌بینی می‌شود که بازار مد و کالاهای لوکس دست دوم تا سال ۲۰۲۷ دو تا سه برابر سریع‌تر از بازار دست اول رشد کند، زیرا

اشتهای مصرف‌کننده افزایش می‌یابد و استفاده از فناوری، سودآوری را برای پلتفرم‌های فروش مجدد فراهم می‌کند. همچنین باید توجه داشت که نگرانی‌ها مبنی بر اینکه فروش مجدد می‌تواند خریدهای دست اول را از بین ببرد - که یک ترس رایج در بین رهبران صنعت است - توسط داده‌ها پشتیبانی نمی‌شود: مصرف‌کنندگان در سراسر بریتانیا، ایالات متحده و چین از فروش مجدد برای کشف و شناخت برندهای آرمانی خود جهت خریدهای آینده استفاده می‌کنند.

فراتر از تأثیرگذاری بر انتخاب بین مد دست اول و دست دوم، جستجو برای ارزش و غنای بیشتر در زندگی، مصرف‌کنندگان را در سطوح درآمدی مختلف ترغیب می‌کند تا هزینه‌های اختیاری خود را به سمت اقلام غیر از مد که این اهداف را برآورده می‌کنند، هدایت نمایند. در نتیجه، بسیاری از افراد هزینه‌های خود را بر روی سلامت شخصی خود متمرکز می‌کنند: یعنی بدن، ذهن و سلامتی؛ روندی که ما برای اولین بار در سال ۲۰۱۷ از آن نام بردیم. این تغییر، راهی منحصر به فرد برای فعالان مد ارائه می‌دهد تا به حوزه‌های جدید و مرتبط با برند خود بپردازند، البته با فرض اینکه این کار برای برنشان منطقی باشد.

در نهایت، سال ۲۰۲۶ احتمالاً سال دیگری از آشفته‌گی برای شرکت‌های مد خواهد بود. از یک سو، انتظار می‌رود بازار شاهد رشد کم، پیکربندی مجدد تجارت و تغییر در فناوری باشد. از سوی دیگر، جوانه‌های سبز مختص به هر گروه محصول وجود دارد؛ ابزارهایی که به سرعت در حال تکامل هستند و نحوه ایجاد، کشف و فروش کالاها را از نو تعریف می‌کنند؛ و تزریق انرژی خلاقانه جدید که می‌تواند بازار را احیا کند. قوانین حاکم بر سیستم مد اکنون ممکن است در حال تغییر باشند - به این معنی که فرصتهایی برای شرکت‌ها وجود دارد تا این قوانین را به طور کلی بازنویسی کنند.



بازار کساد پوشاک در گرمای پاییز!

اینقدر گرمه که کسی خرید نمی‌کنه. وضع فروشمون خیلی بدتر از پارسال شده، حتی اون لباس‌های پاییزه که پارسال توی انبار مونده بود رو به این امید آوردیم که بفروشیم اما هیچ خبری نیست.»

سایه سنگین گرما بر بازار فروش آنلاین

صفحات فروش در اینستاگرام در روزهای اول پاییز مقداری رنگ و بوی پاییز به خود گرفت اما ماندگاری گرما، به سرعت ترمز بازار را کشید. مریم که مدیریت فروش یکی از فروشگاه‌های معروف آنلاین را دارد، از شرایطی می‌گوید که بخشی از بازار به دلیل گرانی و به بخشی هم به خاطر گرما زمین گیر شده است: «گرما باعث شده که ما هنوز همون لباس‌های خنک و تابستونی رو بفروشیم، چندتا لباس با پارچه ضخیم‌تر آوردیم اما خب مشتری سراغش نمیاد.»

به گفته این فروشنده «تا همین پارسال، وقتی به نیمه پاییز می‌رسیدیم، نوبت این بود که لباس‌های زمستونی رو توی ویترین و روی رگال‌ها جا بدیم اما الان هنوز از لباس‌های پاییزه هم کاسی نکردیم، چه برسه به لباس‌های زمستونی.»

دشمنی جهانی با پالتو و کاپشن

از آنجایی که در دسره‌های تغییرات اقلیمی و گرمای هوا فقط محدود به ایران نیست، باید گفت که ماجرای غیب شدن مشتری‌ها در بازار پوشاک هم تنها برای جغرافیای ایران در دسره نشده است. در کشورهای اروپایی هم خرده‌فروشان با پدیده‌ای مشابه روبه‌رو شده‌اند. براساس گزارش که از سوی انجمن «BRC» نماینده صنف خرده‌فروشان بریتانیا در سال گذشته منتشر شده است، باید گفت که با هر درجه افزایش دما نسبت به سال قبل، فروش لباس‌ها در این کشور به‌طور میانگین ۱۱ میلیون پوند کاهش یافته است.

نیویورک تایمز نیز در گزارشی به رابطه صنعت پوشاک و تغییرات اقلیمی آب و هوا پرداخت و در این رابطه نوشت: «زمستان سال ۲۰۱۵ در شمال شرقی ایالت متحده به‌طور غیرقابل پیش‌بینی گرم شد و دمای زمستان به ۱۶ درجه سانتی‌گراد رسیده بود، این وضعیت موجب شد تا شرکت‌های بزرگ پوشاک به دلیل پیش‌بینی نکردن آب و هوا، دچار ضررهای اقتصادی کلان شوند. همچنین میانگین دما در نوامبر ۲۰۱۵ در کره جنوبی ۱۰٫۱ درجه سانتی‌گراد یعنی ۲٫۵ درجه گرم‌تر از دمای طبیعی آب و هوا در سال گذشته بود، در نتیجه فروش لباس‌های زمستانی در آن سال نسبت به سال قبل ۱۸٫۱ درصد کمتر شد.»

بیش از دو ماه از پاییز سپری شد اما هنوز خبری از سرمای آشنا و دل‌چسب این فصل نیست. درخت‌ها زرد شده‌اند اما مردم هنوز با مانتوهای نخی و کفش‌های تابستانی قدم می‌زنند. ویترین مغازه‌ها هم با اینکه از پالتو، بارانی و بوت‌های نو تلنبار شده‌اند اما بیشتر شبیه نمایشگاه اجناسی هستند که کسی دلش با آن‌ها یار نیست و علاقه‌ای برای خرید ندارند. گرمای عجیب و غریب آبان، نبض بازار پوشاک پاییزی را در دست گرفته و کار به جایی رسیده است که حالا فروشندگان از هفته‌ها رکود، کاهش مشتری و اجناس انبارشده به خاطر آب و هوا گلایه دارند. برخی از فروشندگان می‌گویند هوا آن‌قدر دیر سرد شده که حتی تبلیغات فصلی‌شان بی‌اثر مانده و خریداران ترجیح داده‌اند خرید لباس برای روزهای سرد را تا اطلاع ثانوی به تعویق بیندازند.

به گزارش همشهری، در بازارهای قدیمی و پاساژهای شلوغی مثل هفت‌تیر، بوت و پلیور و پالتو پشت شیشه‌ها خاک می‌خورند و در فضای مجازی هم پست‌های مربوط به لباس‌های پاییزی بازخوردی نمی‌گیرند. گشت و گذار در فروشگاه‌های شهر نشان می‌دهد که امسال نه فقط رکود اقتصادی، بلکه تغییر اقلیم هم عرض اندام می‌کند و این فروشندگان هستند که باید با هراس به لباس‌های تلنبار شده و بدون مشتری خیره بمانند.

خیره به آسمان برای فروش لباس

«هر هفته آب و هوا را چک می‌کنیم تا بدونیم قراره بازار تکونی بخوره یا نه.» شاید باورش سخت باشد اما این نکته را یکی از فروشندگان راسته هفت تیر مطرح می‌کند که روزهای خوبی را پشت سر نمی‌گذارند.

کمتر کسی فکر می‌کرد که روزگاری بازار پوشاک با انتظار فصل سرما گره بخورد اما وقتی پای حرف فروشندگان این صنف بنشینیم، واقعیت عیان می‌شود، درست مانند امیر که سال‌هاست چرخ زندگیش با فروش پوشاک زنانه میدان هفت تیر می‌گذرد: «از اول مهر منتظر سرد شدن هوا بودیم که مردم بیان سراغ پالتو و پلیور، اما هر هفته گرم‌تر شد. بازارمون هم که می‌بینید، انگار خاک مرده ریختن توی مغازه‌هامون.»

فقط کارشناسان هواشناسی نیستند که مدام از رکورد کاهش باران و افزایش دما حرف می‌زنند و هوای این روزها را با سال گذشته مقایسه می‌کنند، بلکه فروشندگان پوشاک هم بدون نمودار بلکه براساس پولی که از جیب‌هایشان غیب شده است، بازار امسال را با سال گذشته مقایسه می‌کنند: «مدل کار ما اینجوریه که همیشه از یک فصل جلوتر، دست به تولید می‌زنیم، امسال هم ما از تابستون برای پاییز تولید کردیم اما هوا

بازار پوشاک در سیطره کالای استوک

طبق گزارشی از مرکز آمار ایران، در سال ۲۰۲۳، میزان خرید کالاهای استوک در بازار ایران نسبت به سال ۲۰۲۲، معادل ۲۵ درصد افزایش داشته است



که ترجیح دهند از این محصولات استفاده کنند. علاوه بر این، محصولات استوک اغلب از طریق قاچاق وارد کشور می‌شوند، که موجب کاهش هزینه‌های واردات و قیمت پایین‌تر در بازار داخلی می‌شود.

تهران، مشهد و تبریز، بازارهای اصلی

در بازار پوشاک ایران، آمارها نشان می‌دهند که در سال ۲۰۲۳، بیش از ۵ میلیون قطعه پوشاک استوک از برندهای خارجی به‌طور غیررسمی وارد ایران شده‌اند. این کالاها عمدتاً از کشورهای اروپایی و آسیای شرقی به ایران قاچاق می‌شوند. طبق گزارش گمرک ایران، حدود ۴۰ درصد از این کالاها، در بازارهای تهران، مشهد، و تبریز به فروش می‌رسند.

برندهای ایرانی نمی‌توانند با استوک‌های قاچاق رقابت کنند چون ...

تولیدکنندگان ایرانی با مشکلات زیادی در بازار رقابتی روبه‌رو هستند. یکی از مشکلات اصلی، هزینه‌های بالای تولید است. هزینه‌های نیروی کار، مواد اولیه، و بهره‌وری پایین‌تر نسبت به تولیدات خارجی، موجب شده است که قیمت محصولات ایرانی نسبت به کالاهای استوک

در سال‌های اخیر، ایرانی‌ها به‌ویژه در شرایط اقتصادی کنونی به خرید کالاهای استوک خارجی علاقه‌مند شده‌اند. این روند نه تنها شامل لوازم الکترونیکی و لوازم خانگی می‌شود، بلکه بازار استوک پوشاک نیز رونق یافته است. این کالاها از نظر مصرف‌کنندگان، حتی با وجود اینکه از مد جهانی خارج شده‌اند، به دلیل قیمت پایین‌تر و به‌طور معمول کیفیت بهتر نسبت به برندهای ایرانی جذاب‌تر هستند.

طبق گزارشی از مرکز آمار ایران، در سال ۲۰۲۳، میزان خرید کالاهای استوک در بازار ایران نسبت به سال ۲۰۲۲، معادل ۲۵ درصد افزایش داشته است. این افزایش خرید بیشتر در بخش پوشاک استوک خارجی مشاهده شده که به دلیل قیمت‌های پایین‌تر و عرضه آن‌ها از طریق کانال‌های غیررسمی، بخش قابل توجهی از بازار ایران را به خود اختصاص داده است.

دلایل گرایش به استوک‌پوشی

آنطور که اقتصادنویز گزارش کرده، یکی از اصلی‌ترین دلایل گرایش به خرید استوک‌های پوشاک خارجی، تفاوت قیمت آن‌ها با برندهای ایرانی است. بسیاری از ایرانی‌ها معتقدند که پوشاک برندهای خارجی حتی پس از مدافعت‌دگی، کیفیت و طراحی بهتری دارند و این موضوع باعث می‌شود

قاچاق به طور قابل توجهی بیشتر باشد.

برندهای ایرانی پوشاک، گران تر از استوک‌های خارجی

آمارها نشان می‌دهند که قیمت یک دست لباس برند ایرانی معمولاً ۳۰ تا ۵۰ درصد بیشتر از یک لباس مشابه استوک خارجی است. به طور مثال اگر یک لباس برند ایرانی ممکن است قیمت ۲,۵ میلیون تومان داشته باشد، همان لباس در قالب استوک خارجی با قیمت ۱,۵ میلیون تومان به فروش می‌رسد. این تفاوت قیمت، موجب می‌شود که بسیاری از مصرف‌کنندگان به سمت خرید استوک‌های خارجی بروند.

آمار قاچاق پوشاک در ایران

قاچاق یکی از دلایل اصلی ورود پوشاک استوک به بازار ایران است. این کالاها از طریق مرزهای غیررسمی وارد کشور می‌شوند و اغلب بدون پرداخت مالیات و هزینه‌های گمرکی به فروش می‌رسند. این امر باعث می‌شود که قیمت آن‌ها به طور قابل توجهی پایین‌تر از محصولات داخلی باشد. طبق آمار گمرک ایران، در سال ۲۰۲۳، میزان قاچاق پوشاک در ایران به بیش از ۲ میلیارد دلار رسید. این پوشاک به‌ویژه از کشورهای ترکیه، چین، و کشورهای اروپای شرقی وارد ایران می‌شوند و در بازارهای غیررسمی و آنلاین به فروش می‌رسند.

افزایش هزینه تولید پوشاک ایرانی

تولیدکنندگان ایرانی مجبورند محصولات خود را با قیمت‌های بالاتری عرضه کنند. این افزایش قیمت ناشی از هزینه‌های بالای تولید، بهره‌وری

پایین‌تر، و هزینه‌های اضافی در فرآیندهای تولید داخلی است. طبق گزارش وزارت صنعت، معدن و تجارت، هزینه‌های تولید پوشاک ایرانی در سال ۲۰۲۳ نسبت به سال گذشته ۲۰ درصد افزایش یافته است. این افزایش هزینه‌ها در حالی رخ می‌دهد که مصرف‌کنندگان ایرانی به دلیل وضعیت اقتصادی، به دنبال قیمت‌های پایین‌تر هستند و همین موضوع باعث می‌شود که بازار استوک‌ها بیش از پیش رونق پیدا کند.

می‌توان با استوک‌ها رقابت کرد اگر...

برندهای ایرانی برای مقابله با رقابت کالاهای استوک و قاچاق، باید اقداماتی برای کاهش هزینه‌های تولید و بهبود کیفیت محصولات خود انجام دهند. یکی از راه‌های کاهش هزینه‌ها، استفاده از فناوری‌های نوین و بهبود بهره‌وری در فرآیندهای تولید است. همچنین، افزایش تنوع محصولات و طراحی‌های جذاب می‌تواند به جذب مشتریان کمک کند. آمارها نشان می‌دهند که ۶۵ درصد از تولیدکنندگان ایرانی معتقدند که اگر هزینه‌های تولید کاهش یابد، می‌توانند با استوک‌ها و کالاهای قاچاق رقابت کنند. به علاوه، تولیدکنندگان باید بر روی تقویت برند خود و ایجاد اعتماد در مصرف‌کنندگان سرمایه‌گذاری کنند. در نهایت، برای حل مشکلات ناشی از بازار استوک پوشاک در ایران، نیاز به سیاست‌گذاری‌های مناسب و نظارت بیشتر بر قاچاق کالاهای خارجی وجود دارد. بازار استوک پوشاک در ایران به طور فزاینده‌ای در حال رشد است. با وجود اینکه بسیاری از مصرف‌کنندگان به دنبال کالاهای استوک به دلیل قیمت پایین‌تر و کیفیت بهتر می‌روند، برندهای ایرانی باید با بهبود کیفیت محصولات، کاهش هزینه‌های تولید و ایجاد اعتماد مصرف‌کننده، به رقابت با استوک‌های قاچاق ادامه دهند.



صنعت پوشاک بنگلادش به دنبال بازار ژاپن

تولیدکنندگان پوشاک بنگلادشی برای دستیابی به استانداردهای بازار ژاپن، در تولید با کیفیت و محصولات دارای ارزش افزوده سرمایه گذاری می کنند

نقطه عطف برای افزایش صادرات پوشاک خود به ژاپن قرار دارد.

اگرچه چین همچنان بزرگترین تأمین کننده پوشاک ژاپن است، اما تسلط آن به تدریج در حال کاهش است. برآوردها نشان می دهد که سهم چین در واردات پوشاک ژاپن از بیش از ۵۵ درصد در سال ۲۰۲۲ به حدود ۴۶.۹ درصد در اوایل سال ۲۰۲۵ کاهش یافته است. جالب اینجاست که کاهش واردات از چین، با کاهش کلی واردات پوشاک ژاپن همراه نبوده است که نشان می دهد خرده فروشان ژاپنی تقاضا را کاهش نمی دهند، بلکه در عوض شبکه های تأمین خود را متنوع می کنند.

گرایش روزافزون به استراتژی «چین به علاوه یک» - که بر اساس آن شرکت های ژاپنی به دنبال کاهش وابستگی به چین با تأمین از مکان های جایگزین هستند - بنگلادش را به عنوان یک گزینه مناسب و رقابتی مطرح کرده است که نشان دهنده تغییر وضعیت در سیاست تأمین منابع ژاپن و افزایش رقابت پذیری بنگلادش است؛ به ویژه با توجه به اینکه صادرات پوشاک بنگلادش به ژاپن نیز در چند سال گذشته رشد مداومی را نشان داده باشد.

طبق برخی تخمین ها، صادرات پوشاک بنگلادش به ژاپن از ۹۴۴.۸ میلیون دلار در سال مالی ۲۰۲۰-۲۰۲۱ به ۱.۴۱ میلیارد دلار در سال مالی ۲۰۲۴-۲۰۲۵ افزایش یافته که این مسیر صعودی، پایه و اساس محکمی را برای گسترش بیشتر صادرات



روابط تجاری و سرمایه گذاری خود هستند. EPA قصد دارد چارچوبی ایجاد کند که تعرفه ها را کاهش دهد، رویه های تجاری را ساده کند و دسترسی بیشتر به بازار ژاپن را برای محصولات بنگلادشی تسهیل نماید. برای بنگلادش که اقتصاد آن به شدت به پوشاک آماده متکی است، توافق نامه مذکور فرصتی برای گسترش صادرات و تنوع بخشی به بازارهای خود، فراتر از پایگاه های صادراتی سنتی یعنی ایالات متحده و اتحادیه اروپا، محسوب می شود.

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، رهبران صنعتی بنگلادش معتقدند که با توجه به امضای قریب الوقوع EPA، افزایش گرایش ژاپنی ها به استراتژی منبع یابی (China Plus One) یافتن یک تأمین کننده اضافی در کنار چین) و تمرکز فزاینده بنگلادش بر کیفیت و پایداری، این کشور اکنون در یک

بازار پوشاک ژاپن یکی از بزرگترین و پیچیده ترین بازارهای جهان محسوب می شود که با تأکید قوی بر نوآوری، طراحی و استانداردهای کیفی بی چون و چرا شناخته می شود و پیش بینی ها از تداوم رشد این بازار حکایت می کنند. برای کشورهای تولید کننده پوشاک، بازار رو به گسترش ژاپن فرصتی جذاب را ارائه می دهد و بنگلادش، یکی از صادرکنندگان پیشرو پوشاک در جهان، به طور فزاینده ای به دنبال تقویت جایگاه خود در این بازار است.

تولیدکنندگان پوشاک بنگلادش در یک زمان استراتژیک تمرکز خود را به سمت ژاپن معطوف کرده اند. با مذاکرات برای توافق نامه همکاری اقتصادی بنگلادش و ژاپن (EPA) که در حال حاضر در جریان است و انتظار می رود تا پایان سال ۲۰۲۵ به پایان برسد، هر دو کشور به دنبال تعمیق

استانداردهای محصول، تحویل به موقع و سرمایه گذاری در فرآیندهای تولید سازگار با محیط زیست، اعتبار خود را تقویت کنند. کارشناسان صنعتی معتقدند که ترکیب استراتژی تنوع منابع در ژاپن، توافق نامه همکاری اقتصادی آتی و بهبود قابلیت های تولیدی بنگلادش، فرصت های رشد جدیدی را در بازار پرسود ژاپن ایجاد خواهد کرد. در این مسیر، اگرچه چالش ها در برآورده کردن معیارهای کیفی سختگیرانه ژاپن و انتظارات فرهنگی همچنان پابرجاست، اما مزایای بالقوه قابل توجهی وجود دارد و بنگلادش با نشان دادن قابلیت اطمینان، ثبات و تعهد به پایداری، می تواند خود را به عنوان یک شریک کلیدی در زنجیره تأمین پوشاک ژاپن قرار دهد و در نهایت به یک نقطه مثبت دست یابد.

است و تأکید بر کیفیت بسیار بالاست. بر همین اساس، ارتباط بلندمدت و تلاش های مداوم برای ایجاد اعتماد و ورود موفقیت آمیز به بازار ژاپن ضروری است.»

برای برآوردن چنین انتظاراتی، بسیاری از کارخانه های پوشاک بنگلادشی در حال افزایش رعایت مقررات، ارتقای فناوری و تمرکز بر پایداری هستند - عواملی که به خوبی با اولویت روبه رشد ژاپن برای تولید اخلاقی و مسئولانه در قبال محیط زیست همسو هستند.

خریداران ژاپنی که به خاطر همکاری های بلندمدت پس از ایجاد اعتماد شناخته می شوند، اغلب قابلیت اطمینان و شفافیت را در سراسر زنجیره تأمین در اولویت قرار می دهند و با درک این موضوع، نهادهای بنگلادشی در تلاشند تا از طریق بهبود

برجسته می کند، به ویژه که تولیدکنندگان بنگلادشی برای دستیابی به استانداردهای ژاپن، در تولید با کیفیت و ارزش افزوده سرمایه گذاری می کنند.

بازار مد ژاپن اغلب به عنوان یکی از چالش برانگیزترین بازارهای جهان توصیف می شود، با مصرف کنندگانی که برای هنر، توجه به جزئیات و دوام محصول بیش از جایگزین های تولید انبوه و ارزان، ارزش قائل هستند. این موضوع هم چالش و هم فرصتی برای صادرکنندگان بنگلادشی است. یکی از تولیدکنندگان پوشاک این کشور گفت: «بازار مد ژاپن از این نظر منحصربه فرد است که جلب اعتماد خریداران ژاپنی چندان آسان نیست.» او افزود: «این بازار توسط یک پایگاه مصرف کننده پیچیده هدایت می شود که برای هنر ارزش قائل

سرمایه گذاری یک شرکت چینی برای راه اندازی واحد پوشاک در بنگلادش



تاکنون ۴۹ شرکت از جمله شرکت (BD) October 4128، قراردادهایی برای سرمایه گذاری در منطقه اقتصادی BEPZA امضا کرده اند که مجموع سرمایه گذاری پیشنهادی آنها حدود ۱,۰۸ میلیارد دلار است. از این تعداد، تاکنون ۶ شرکت تولید خود را آغاز کرده اند.

شرکت چینی (BD) October 4128 مبلغ ۱۹,۷۲ میلیون دلار برای راه اندازی یک کارخانه تولید پوشاک لوکس و رده بالا، در منطقه اقتصادی BEPZA EZ واقع در دفتر منطقه ای پردازش صادرات بنگلادش سرمایه گذاری خواهد کرد. مدیرعامل شرکت محمد توفیق احسن و محمد اشرف کبیر عضو BEPZA و مسئول ترویج سرمایه گذاری، این توافق نامه را روز پنجشنبه ۱۶ اکتبر ۲۰۲۵ امضا کردند.

شرکت چینی سالانه ۳ میلیون قطعه لباس و تجهیزات اسکی، ورزش های برفی، شکار و موتورسواری، کت های زمستانی عایق دار، کاپشن و شلوار خردار، لباس بارانی، لباس کار، لباس دویدن، لباس یوگا و لباس ورزش های آبی تولید خواهد کرد. طبق گزارش رسانه های داخلی بنگلادش، انتظار می رود این پروژه ۲۷۸۸ شغل در داخل کشور ایجاد کند.

جایگاه عکاسی در طراحی پارچه

نسرین معصومی بدخشی، مدرس گروه هنر دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز

مقدمه

در دنیای امروز، عکاسی دیگر فقط ابزار ثبت واقعیت نیست؛ بلکه زبانی برای دیدن، اندیشیدن و خلق به شمار می‌آید. در رشته طراحی پارچه، که رنگ، نقش و بافت محور اصلی کار هستند، عکاسی می‌تواند چشم طراح را تربیت کند، مسیر الهام را روشن سازد و روند طراحی تا تولید را تسهیل کند. در این نوشتار به نقش‌های کاربردی و آموزشی عکاسی در طراحی پارچه می‌پردازیم و نمونه‌هایی واقعی از حضور آن در فرایند طراحی و تولید ارائه می‌دهیم.



عکاسی؛ پرورش چشم طراح

هر طرح موفق با «دیدن دقیق» آغاز می‌شود. عکاسی تمرینی برای مشاهده جزئیات است؛ بافت دیوار، رگه‌های برگ خشک یا بازی نور و سایه روی پارچه‌ای قدیمی. این تمرین‌ها به طراح کمک می‌کند تا ریتم، بافت و ساختار را بهتر بشناسد و از دل آن‌ها ایده‌های تازه بسازد. عکاسی در واقع راهی است برای افزایش دقت و حساسیت بصری و تبدیل نگاه سطحی به دیدی تحلیلی و هدفمند.

مستندسازی و حفظ میراث نساجی

در کشوری با پیشینه درخشان نساجی مانند ایران، عکاسی می‌تواند ابزار مؤثری

کرده، رنگ و بافت‌شان را تغییر می‌دهند و از دل آن‌ها الگوهای تازه‌ای می‌آفرینند که روی پارچه چاپ می‌شود. در چنین فرایندی، عکس صرفاً یک سند نیست، بلکه ماده خام خلاقیت است. مرز میان عکاسی و طراحی روزبه‌روز باریک‌تر می‌شود و هر دو در بیان دید هنرمند با هم پیوند می‌خورند.

عکاسی و شناخت رنگ

رنگ، عنصر اصلی در طراحی پارچه است و رفتار آن در جنس‌های مختلف تفاوت دارد. عکاسی به طراح کمک می‌کند تا بازتاب رنگ را بر روی الیاف گوناگون از ابریشم گرفته تا پنبه و کتان در شرایط نوری مختلف بررسی کند. ثبت پالت‌های رنگی در فضاهای طبیعی، بازارها یا محیط‌های شهری نیز می‌تواند منبعی برای استخراج هارمونی‌های تازه باشد. به این ترتیب، عکاسی ابزاری علمی و هنری برای شناخت بهتر رنگ و رفتار آن بر سطوح مختلف محسوب می‌شود.

عکاسی به عنوان ابزار تبادل ایده و الهام

در فضای حرفه‌ای طراحی، عکاسی نقش مهمی در ارتباط میان کارفرما و گروه طراحی دارد. گاهی کارفرما در سفرهای کاری یا نمایشگاه‌های خارجی با پارچه‌ها و طرح‌هایی مواجه می‌شود که امکان خرید همه آن‌ها را ندارد. در این موارد،

برای حفظ و بازخوانی میراث باشد. پارچه‌های تاریخی و منسوجات سنتی که در موزه‌ها یا مجموعه‌های خصوصی نگهداری می‌شوند، در معرض آسیب و فرسودگی‌اند. ثبت دقیق رنگ، نقش و بافت این آثار از طریق عکاسی علمی، امکان حفظ اطلاعات بصری آن‌ها را برای نسل‌های آینده فراهم می‌کند. این تصاویر علاوه بر ارزش پژوهشی، منبع الهامی برای طراحان معاصر نیز هستند و پیوندی میان سنت و نوآوری برقرار می‌کنند.

عکس به عنوان ماده خام خلاقیت

در بسیاری از کارگاه‌های طراحی، عکس نقطه آغاز ایده است. طراحان از تصاویر طبیعت، معماری یا اشیای روزمره الهام می‌گیرند؛ آن‌ها را در نرم‌افزار ویرایش

پایه، نورشناسی و ویرایش تصویر ارائه می‌دهند. هدف این آموزش‌ها تربیت عکاس حرفه‌ای نیست، بلکه پرورش نگاه دقیق و قدرت تحلیل بصری در دانشجویان است. تمرین‌هایی چون عکاسی از بافت‌های طبیعی یا بررسی رفتار رنگ در نورهای مختلف، باعث می‌شود دانشجویان درک عمیق‌تری از ماده و رنگ پیدا کنند و طراحی‌هایشان علمی‌تر و الهام‌گیرتر شود.

جمع‌بندی

عکاسی در طراحی پارچه، نقشی فراتر از یک مهارت جانبی دارد. این هنر، ابزار شناخت، الهام و ارتباط است؛ از ثبت میراث نساجی تا پرورش خلاقیت، کنترل کیفیت و حتی ارائه محصول در بازار. استفاده هوشمندانه از عکاسی می‌تواند کیفیت طراحی را ارتقا دهد و پیوند میان تصویر و بافت را عمیق‌تر کند. در نهایت، عکاسی زبانی است برای دیدنِ طراح؛ زبانی که اگر درست آموخته و به‌کار گرفته شود، جهان پارچه را دقیق‌تر، زیباتر و معنادارتر روایت خواهد کرد.



بررسی و توسعه طرح‌ها را بدون نیاز به حمل فیزیکی پارچه فراهم می‌سازد.

آموزش و نگرش میان‌رشته‌ای

در سال‌های اخیر، اهمیت عکاسی در آموزش طراحی پارچه بیش از پیش شناخته شده است. بسیاری از دانشکده‌های هنر و نساجی واحدهایی در زمینه عکاسی

عکس‌برداری دقیق می‌تواند جایگزینی ارزشمند برای حمل نمونه‌ها باشد.

چند توصیه‌ی کاربردی برای چنین موقعیت‌هایی:

- از جزئیات و بافت‌ها عکس‌های نزدیک بگیرید و برای نمایش مقیاس، یک عکس کلی نیز ثبت کنید.
- در صورت امکان، مرجع رنگی ساده‌ای (مانند کارت سفید یا نمونه رنگ) در قاب قرار دهید تا تطبیق رنگ در مرحله طراحی دقیق‌تر انجام شود.
- اطلاعاتی مثل محل خرید، جنس پارچه و نوع کاربرد احتمالی را کنار عکس یادداشت کنید.

- در نور طبیعی و از چند زاویه عکس بگیرید تا بافت و درخشش پارچه به‌درستی ثبت شود.

- فایل‌ها را با توضیحات مشخص برای گروه طراحی ارسال کنید تا بتوانند بر اساس آن ایده‌پردازی کنند یا نمونه مشابه تولید نمایند.

به این شکل، عکاسی به ابزاری عملی برای تبادُل ایده تبدیل می‌شود و امکان



در ایتما آسیا سنگاپور چه گذشت؟

این رویداد بیش از ۷۰ هزار مترمربع فضای ناخالص نمایشگاهی را به خود اختصاص داد و بیش از ۸۴۰ غرفه دار از ۳۰ کشور و منطقه در آن مشارکت کردند

بین آنها ۳۵ درصد از آسیای جنوبی و ۳۰ درصد از آسیای جنوب شرقی در این رویداد حضور داشتند. سه کشور برتر بازدیدکننده عبارت بودند از: هند (۱۹ درصد)، چین (۱۱ درصد) و اندونزی (۱۰ درصد). از کشورهای دیگر در فهرست ۱۰ بازدیدکننده برتر، باید به بنگلادش، پاکستان، ویتنام و مالزی اشاره کرد.

صاحبان نمایشگاه - CEMATEX (کمیته اروپایی تولیدکنندگان ماشین آلات نساجی)، انجمن ماشین آلات نساجی چین (CTMA)، شورای فرعی صنایع نساجی، CCPIT-TEX عملکرد قوی نمایشگاه را به موقعیت مکانی ایده آل سنگاپور، محیط تجاری مساعد و تجربه بی نظیر بازدیدکنندگان نسبت دادند.

آقای الکس زوچی رئیس CEMATEX گفت: «بازخورد غرفه داران بسیار مثبت بوده است، زیرا بازدیدکنندگان با کیفیت بالا و بحث های جدی تجاری بسیار مورد قدرانی قرار گرفته اند. این نمایشگاه حس خوش بینی زیادی در مورد فرصت های پیش رو در بحبوحه چالش های اقتصادی فعلی ایجاد کرده است.»

آقای گو پینگ رئیس CTMA نیز اظهار داشت: «آسیا، بزرگترین قطب نساجی جهان، دارای مقیاس صنعتی وسیعی است و نقش کلیدی در سطح جهانی ایفا می کند. با پایان موفقیت آمیز ITMA ASIA + CITME در سنگاپور، واضح است که صنعت نساجی آسیا، شامل مناطقی مانند شرق آسیا، جنوب شرقی آسیا و خاورمیانه، در حال توسعه سریع هستند. این موضوع، همچنین نشان دهنده تقاضای صنعت نساجی جهانی برای کشف بازارهای نوظهور است.»

بازخورد غرفه داران

بسیاری از غرفه داران از نتیجه مشارکت خود بسیار راضی بودند. آقای تویاس شفر معاون رئیس Andritz Nonwoven & Textile، با شور و شوق گفت: «نمایشگاه مشترک در سنگاپور، بستری واقعا



نمایشگاه ITMA ASIA رویداد پیشرو فناوری نساجی و پوشاک در منطقه آسیا، پس از دو دوره برگزاری در سنگاپور در سال های ۲۰۰۱ و ۲۰۰۵، بازگشت موفقیت آمیزی به این کشور داشت، با این تفاوت که نمایشگاه CITME را نیز در کنار خود میزبانی می کرد. نمایشگاه چهار روزه ITMA ASIA + CITME روزهای ۲۸ تا ۳۱ اکتبر ۲۰۲۵ در مرکز نمایشگاهی سنگاپور برگزار شد و با تمجید شرکت کنندگان از ترکیب بین المللی بازدیدکنندگان و حضور قوی خریداران از منطقه، به پایان رسید. از نظر عرضه، این نمایشگاه توسط شرکت هایی از مناطق کلیدی تولید تکنولوژی نساجی به خوبی پشتیبانی شده بود، بنابراین به خریداران مجموعه ای متعادل از راه حل ها را ارائه می داد.

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، نمایشگاه ITMA ASIA + CITME سنگاپور ۲۰۲۵ بیش از ۷۰ هزار مترمربع فضای ناخالص و سالن های ۲ تا ۸ مرکز نمایشگاهی این کشور را به خود اختصاص داد و بیش از ۸۴۰ غرفه دار از ۳۰ کشور و منطقه در آن مشارکت کردند. این نمایشگاه همچنین بیش از ۲۶۶۰۰ بازدیدکننده از ۱۰۹ کشور و منطقه را به خود جذب کرد و اعتبار خود را به عنوان تأثیرگذارترین نمایشگاه فناوری های تولید نساجی و پوشاک در منطقه مجدداً تأیید کرد. حدود ۹۲ درصد از بازدیدکنندگان از خارج از سنگاپور آمده بودند که در



بخش‌های برتر نمایشگاه

از میان ۱۹ گروه محصول ارائه‌شده در نمایشگاه، بخش تکمیل با ۱۸۴ غرفه‌دار، بزرگترین بخش بود و ۲۲ درصد از فضای نمایشگاه را به خود اختصاص داد. دومین بخش بزرگ، ریسندگی (۱۶۷ غرفه‌دار با ۱۹ درصد فضای نمایشگاه) بود. سایر بخش‌های برجسته عبارت بودند از: بافندگی حلقوی (۹۹ غرفه‌دار، ۱۵ درصد فضای نمایشگاه)، بافندگی تارپودی (۸۰ غرفه‌دار، ۱۱ درصد فضای نمایشگاه) و چاپ (۵۶ غرفه‌دار، ۱۰ درصد فضای نمایشگاه).

به گفته برگزارکنندگان نمایشگاه، بسیاری از محصولات بر راه‌حلهایی در زمینه چرخه‌ای‌بودن، بهره‌وری منابع، فرآوری بدون آب و استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر تمرکز داشتند، زیرا هدف این بوده که به تولیدکنندگان آسیایی کمک شود تا فراتر از رشد مبتنی بر حجم، به رقابت پایدار و اثربخش دست یابند. لازم به ذکر است ایتما آسیا سنگاپور توسط شرکت ITMA Services و با همکاری شرکت نمایشگاه بین‌المللی ماشین‌آلات نساجی پکن برگزار گردید. نمایشگاه بعدی ITMA ASIA + CITME از ۲۰ تا ۲۴ نوامبر ۲۰۲۶ در شانگهای چین برگزار خواهد شد.

محوری بود که مخاطبان بین‌المللی چشمگیری را گرد هم آورد. تعداد بالای بازدیدکنندگان، کیفیت بحث‌ها و تمرکز قوی بر نوآوری و پایداری، منعکس‌کننده اولویت‌های درحال تحول این صنعت بود. آقای استفان پیکارد مدیر فروش و بازاریابی در صنایع پیرت، اظهار داشت: «ما از کیفیت کلی بازدیدکنندگان در نمایشگاه بسیار راضی هستیم. با وجود چالش‌های فعلی بازار، این رویداد فراتر از انتظارات ما بود. هدف اصلی برگزاری این نمایشگاه در سنگاپور جذب مردم از بازارهای جنوب شرقی آسیا و خاورمیانه بود و نتایج واقعا چشمگیر بود.»

آقای کان چاکیچی عضو هیئت مدیره کانلار مکترونیک، با ابراز همین نظر گفت: «ما از استقبال چشمگیر از نمایشگاه بسیار خوشحالیم. روزه‌های نمایشگاه پر از سوالات جدی از سوی خریدارانی بود که آماده سرمایه‌گذاری بودند و ما در طول نمایشگاه قراردادهای تجاری منعقد کردیم. کیفیت گفتگوها با بازدیدکنندگان در غرفه شرکت، به ما اعتماد به نفس داده تا حضور و حمایت خود را در منطقه گسترش دهیم.»

آقای رویت کانسال، دبیر دوم وزارت نساجی هند که رهبری یک هیئت دولتی ۳۰ نفره را بر عهده داشت، بر اهمیت نمایشگاه ۲۰۲۵ برای بازار هند تأکید کرد. وی اظهار داشت: «هند یکی از بزرگترین شرکت‌کنندگان و غرفه‌داران در نمایشگاه سنگاپور است. این موضوع، نشان‌دهنده دیدگاه استراتژیک ما در پیشبرد رشد صنعت نساجی از طریق نوآوری، تعالی تولید و پایداری است. این نمایشگاه زمینه مناسبی را برای تبادل ایده‌ها، بررسی فناوری‌های جدید، بحث در مورد پیشنهادات تجاری و مشاهده جدیدترین نوآوری‌ها فراهم می‌کند.» آقای کانسال همچنین در سخنرانی خود در انجمن پایداری ITMA که در همان محل برگزار شد، به تحول سبز صنعت نساجی هند اشاره کرد.



اندونزی، میزبان نمایندگان نساجی و پوشاک جهان

کنفرانس سالانه مشترک ITMF و IAF به میزبانی اندونزی، بیش از ۴۰۰ نماینده از سراسر جهان را از سرتاسر زنجیره ارزش نساجی و پوشاک، گرد هم آورد



به «گالادینر» که در مقابل معبد نمادین پرامبانان اندونزی برگزار شد، فضایی دیدنی برای شبکه‌سازی و جشن فراهم کرد. این شب ویژه همچنین آغاز دوره ریاست خوان پارس رئیس جدید ITMF و استفانو فستا مارزوتو رئیس جدید IAF بود.

برنامه همایش همچنین شامل بازدید از شرکت‌هایی بود که اکوسیستم پویای نساجی و پوشاک اندونزی را به نمایش می‌گذاشتند. هیئت‌های حاضر در کنفرانس، از شرکت‌های:

PT Dan Liris، PT Pan Brothers، PT Ambassador Garmino، Gallery Batik Jawa، PT Golden Tekstil Indonesia (GTI) و PT Ungaran Sari Garment

بازدید کردند و بینش‌های دست‌اولی در مورد تعالی تولید، ظرفیت نوآوری و تعهد به پایداری در این کشور به دست آوردند.

موفقیت کنوانسیون ۲۰۲۵ با حمایت قوی انجمن نساجی اندونزی و همچنین شرکت‌های PT Dan Liris و PT Pan Brothers، که هر دو از شرکت‌های عضو ITMF و IAF هستند، میسر شد. آن‌ها در کنار هم، صنعت نساجی و پوشاک پویا و آینده‌نگر اندونزی را به نمایش گذاشتند و تصویری مثبت و بلندپروازانه از این کشور به‌عنوان مکانی مناسب برای تولید منسوجات و پوشاک ارائه دادند.

فدراسیون بین‌المللی تولیدکنندگان نساجی (ITMF) و فدراسیون بین‌المللی پوشاک (IAF)، دومین کنوانسیون مشترک خود را که امسال در یوگیاکارتا اندونزی برگزار شد، با موفقیت به پایان رساندند. این رویداد با همکاری نزدیک انجمن نساجی اندونزی (API) به‌عنوان تشکل میزبان، بیش از ۴۰۰ نماینده از سراسر جهان را از سرتاسر زنجیره ارزش نساجی و پوشاک، گرد هم آورد.

به گزارش ماهنامه «صنعت نساجی و پوشاک»، برنامه کنفرانس با استقبال زیادی روبه‌رو شد و طیف متنوعی از بحث‌های سطح بالا را در مورد موضوعاتی که آینده صنعت نساجی و پوشاک جهان را شکل می‌دهند – از جمله پذیرش فناوری، مقررات در حال تحول، نوآوری در الیاف، کاهش تأثیرات ناشی از میزبانی سختگیرانه، کربن زدایی، کاربردهای هوش مصنوعی و تحول در بخش نساجی و پوشاک اندونزی – به نمایش گذاشت. این رویداد همچنین نوآوری، پایداری و همکاری را از طریق ارائه‌های الهام‌بخش برندگان جوایز سالانه ITMF در بخش‌های مختلف به تصویر کشید.

فراتر از جلسات کنفرانس، ITMF و IAF به سنت خود در میزبانی رویدادهای اجتماعی خاطره‌انگیز و غنی از نظر فرهنگی ادامه دادند. نمایندگان حاضر در کنفرانس، در یک شام افتتاحیه باشکوه توسط سلطان یوگیاکارتا مورد استقبال قرار گرفتند، در حالی که مراسم موسوم

گردهمایی صاحبان فناوری نساجی در استانبول

ITM 2026 بیش از یک نمایشگاه تجاری برای متخصصان صنعت، فرصتی برای گسترش به بازارهای جدید، توسعه همکاری‌ها و دسترسی مستقیم به جدیدترین فناوری‌ها را ارائه می‌دهد

تجاری اروپا آگاه هستند. رد گسترده ویزا، به‌ویژه برای متخصصان کشورهای درحال توسعه، دسترسی این شرکت‌ها را به بازار جهانی محدود می‌کند. بنابراین، نمایشگاه ITM 2026 که به‌دلیل دسترسی‌پذیری‌اش متمایز است، برای شرکت‌ها به‌عنوان یک پل تجاری نه‌تنها در سطح منطقه‌ای، بلکه در سطح جهانی نیز بسیار مهم است. برندهای شرکت‌کننده از اینکه می‌توانند محصولات و راه‌حل‌های خود را با مخاطب هدف واقعی خود مرتبط کنند، هیجان‌زده هستند. بسیاری از شرکت‌ها در حال آماده‌سازی برای رونمایی از جدیدترین فناوری‌های خود در ITM 2026 هستند و این نمایشگاه آماده است تا به مرکز فناوری نساجی جهانی تبدیل شود. در محیطی که قدرت تولید در حال بازتعریف است، نمایشگاه ITM 2026 امید، سمت‌وسو و شتاب را به صنعت نساجی تزریق خواهد کرد. نوآوری‌هایی که امروزه مرزهای فناوری نساجی را از نو تعریف می‌کنند، برای اولین بار در این رویداد رونمایی خواهند شد. از دیجیتالی‌شدن و راهکارهای تولید مبتنی بر هوش مصنوعی گرفته تا سیستم‌های پایداری و اتوماسیون، بسیاری از نوآوری‌ها توسط تولیدکنندگان پیشرو جهان در ITM 2026 به نمایش گذاشته خواهند شد. برای کسانی که می‌خواهند کارخانه‌های آینده را امروز شکل دهند، این نمایشگاه فرصت‌های غیرقابل چشم‌پوشی را ارائه می‌دهد.

قطب فناوری برای روندهای جهانی جین

فناوری‌های جین یکی از بخش‌های مورد انتظار نمایشگاه استانبول است که جدیدترین محصولات و فناوری‌ها را در کل زنجیره تولید نساجی، از بافندگی تاری‌پودی و حلقوی گرفته تا رنگرزی و چاپ از الیاف تا نخ، به نمایش می‌گذارد. این بخش ویژه که تمام مراحل تولید جین، از جمله شستشو، رنگرزی، تکمیل، برش لیزری، مواد شیمیایی پایدار و راه‌حل‌های دیجیتال را پوشش می‌دهد، با تمرکز بر تولید پایدار، بهره‌وری انرژی و نوآوری‌های سازگار با محیط‌زیست، آینده صنعت جین را روشن خواهد کرد. از ماشین‌هایی با صرفه‌جویی در مصرف آب و انرژی گرفته تا سیستم‌های شستشوی دیجیتال و اثر لیزر، از فناوری‌های رنگرزی که استفاده از مواد شیمیایی را به حداقل می‌رسانند تا راه‌حل‌های اتوماسیون، طیف وسیعی از نوآوری‌های پیشگامانه در تولید جین در ITM 2026 به نمایش گذاشته خواهد شد.

گروه مترجمین مجله: نمایشگاه ITM 2026، رویداد بین‌المللی ماشین‌آلات نساجی و یکی از معتبرترین نقاط ملاقات برای بخش فناوری‌های نساجی جهان، متخصصان این صنعت از سراسر جهان را از ۹ تا ۱۳ ژوئن ۲۰۲۶ در استانبول گرد هم می‌آورد. موقعیت استراتژیک استانبول، دسترسی آسان و جامعیت فرهنگی، ITM 2026 را نه‌تنها به یک نمایشگاه، بلکه به یک ویتترین جهانی قابل‌دسترس برای عموم تبدیل می‌کند. هزاران سرمایه‌گذاری که به دلیل مشکلات ویزا نمی‌توانند به اروپا سفر کنند، مشتاقانه منتظر این نمایشگاه هستند تا فرصتی برای دیدن فناوری از نزدیک، ارتباط مستقیم با تولیدکنندگان و توسعه همکاری‌ها داشته باشند.

نمایشگاه ITM با شکستن رکوردها هم از نظر تعداد غرفه‌داران و هم از نظر بازدیدکنندگان و همچنین چشم‌انداز فناوری که ارائه می‌دهد، همچنان خود را به‌عنوان یک برند جهانی معتبر تثبیت می‌کند. ITM 2026 بیش از یک نمایشگاه تجاری برای متخصصان صنعت، فرصتی برای گسترش به بازارهای جدید، توسعه همکاری‌ها و دسترسی مستقیم به جدیدترین فناوری‌ها را نیز ارائه می‌دهد. این نمایشگاه همچنان مأموریت خود را به‌عنوان یک ویتترین جهانی قابل‌دسترس برای تولیدکنندگان و سرمایه‌گذاران ادامه می‌دهد.

در سال‌های اخیر، افزایش تنش‌های ژئوپلیتیکی، سیاست‌های مهاجرت جهانی و تشدید رویه‌های کنسولی، دسترسی به نمایشگاه‌های تجاری اروپا را به‌ویژه برای سرمایه‌گذاران و صنعتگران در کشورهای درحال توسعه، به طور فزاینده‌ای دشوار کرده است. این امر باعث شده که سرمایه‌گذاران نساجی، به‌ویژه در ترکیه، و همچنین در خاورمیانه، آسیای میانه، شمال آفریقا و جنوب آسیا، توجه خود را به نمایشگاه‌های تجاری جهانی قوی مانند ITM معطوف کنند. تولیدکنندگان نساجی در این مناطق با بازدید از ITM 2026 در استانبول، جایی که پس از یک پرواز سه‌ساعته به آنجا می‌رسند، این فرصت را خواهند داشت که جدیدترین فناوری‌ها را از نزدیک تجربه کنند.

موانع ویزا نه‌تنها روی بازدیدکنندگان، بلکه بر شرکت‌های بین‌المللی نیز تأثیر می‌گذارد. بسیاری از تولیدکنندگان از کاستی‌های تجاری و استراتژیک مربوط به عدم امکان ملاقات حضوری با مشتریان بالقوه در نمایشگاه‌های

مدیرعامل صندوق پنبه عنوان کرد:

تولید پنبه امسال به ۵۵ هزار تن می‌رسد

داخل استقبال خواهند کرد که این امر منجر به افزایش سطح زیرکشت و توسعه زراعت این محصول خواهد شد.

مدیرعامل صندوق پنبه با اشاره به اهمیت برداشت با ماشین‌آلات برداشت پنبه بیان کرد: اگر وزارت جهاد به دنبال خودکفایی این محصول استراتژیک است، حمایت‌های لازم صورت بگیرد چراکه ماشین‌آلات برداشت قیمت بالایی دارند و از طرفی کشاورزان توان خرید ندارند که این امر حمایت ویژه دولت را می‌طلبد، در غیر این صورت کشاورز به جای کشت پنبه زراعت‌های رقیب دیگر همچون شالی را کشت می‌کند چراکه در طول سال از یک هکتار زراعت شالی یک میلیارد تومان درآمد دارد، درحالی‌که از زراعت پنبه ۲۰۰ میلیون تومان بیشتر نخواهد داشت که این امر منتج به کاهش تولید پنبه می‌شود.

کاویانی با بیان اینکه سالانه صنعت نساجی ۱۵۰ تا ۱۸۰ هزارتن الیاف پنبه نیاز دارد، گفت: برآوردها حاکی از آن است که امسال تولید پنبه به ۵۰ تا ۵۵ هزارتن برسد که براین اساس نیاز به واردات ۱۰۰ هزارتن محصول تا پایان سال خواهیم داشت که این امر بیانگر تامین ۴۰ درصد نیاز از تولید داخل است. این مقام مسئول با تاکید بر این موضوع که قیمت خرید تضمینی پنبه بیش از ۳.۵ برابر گندم باید باشد، گفت: اگر قیمت گندم ۳.۵ برابر پنبه باشد، زراعت این محصول برای کشاورز جذابیت خواهد داشت، از این رو با احتساب قیمت خرید تضمینی گندم، حداقل نرخ پنبه باید بالای ۸۰ تا ۹۰ هزارتومان باشد. هرچند در تعیین قیمت خرید تضمینی، مصرف‌کننده پنبه باید مدنظر باشد.



پنبه در مقایسه با دیگر محصولات صرفه اقتصادی ندارد، افزود: با توجه به عدم صرفه اقتصادی زراعت پنبه، کشت دیگر محصولات جایگزین این محصول می‌شود. وی درباره آخرین وضعیت واردات پنبه بیان کرد: بنابر آمار تا پایان شهریور ۴۵ هزارتن پنبه وارد شد و تا پایان سال کسری آن تا ۱۰۰ هزارتن باید وارد شود و از طرفی با عدم حمایت‌های لازم از کشاورزان نباید انتظار تحقق برنامه‌های وزارت جهاد کشاورزی را داشت.

کاویانی با اشاره به ضرورت حمایت از پنبه‌دانه بیان کرد: با توجه به واردات ۹۰ درصد روغن مورد نیاز از آن سوی مرزها و تامین بخشی از روغن مورد نیاز با پنبه‌دانه، اما متأسفانه به دلیل قطع یارانه پنبه‌دانه از سال ۸۲ این محصول به عنوان خوراک دام استفاده می‌شود، درحالی‌که با سطح کشت فعلی امکان تامین ۲۵ هزارتن روغن از پنبه‌دانه وجود دارد. چنانچه حمایت از پنبه‌دانه همانند دیگر دانه‌های روغنی صورت بگیرد، قیمت الیاف کاهش خواهد یافت که براین اساس صنعت نساجی از پنبه تولید

مدیرعامل صندوق پنبه گفت: برداشت پنبه از استان گلستان از ۱۰ شهریور آغاز شد و کشاورزان هرکیلو وش را علی‌الحساب ۵۰ تا ۵۵ هزارتومان به کارخانه‌ها می‌فروختند و حداکثر ۶۰ هزارتومان به طور قطعی می‌فروشد، همچنین هرکیلو تخم پنبه را ۳۰ هزارتومان به دامداری‌ها عرضه می‌کنند. محمدحسین کاویانی قیمت هرکیلو پنبه محلوج را ۱۸۰ تا ۱۸۵ هزارتومان اعلام کرد و افزود: هرکیلو وش کشاورزان با نرخ ۵۵ هزارتومان، تخم‌پنبه ۳۰ هزارتومان و الیاف پنبه ۱۷۵ هزارتومان عرضه می‌شود.

کاویانی ادامه داد: با توجه به تخصیص ارز یارانه‌ای به واردات پنبه، صنعت نساجی استقبالی از پنبه تولید داخل ندارند. البته این بدان معنا نیست که پنبه برای دیگر کشورها ارزان تمام می‌شود چراکه بسیاری از کشورها یارانه‌هایی در اختیار کشاورزان قرار می‌دهند تا بتوانند در دنیا با دیگر کشورها رقابت کنند. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، مدیرعامل صندوق پنبه با بیان اینکه زراعت

سرپرست سازمان جهاد کشاورزی استان فارس اعلام کرد:

فارس در صدر تولید پنبه کشور قرار دارد

فارس شامل ارقام داخلی گلستان، ارمغان، ساجدی و ارقام خارجی ماکسا، کاریسما و لیدر است. بهجت حقیقی با اشاره به اینکه محصول پنبه استان فارس از نظر کیفیت در کشور شاخص است و اکثر صنایع نساجی کشور راغب به خریداری پنبه این استان هستند، بیان کرد: در حال حاضر ۶ کارخانه فعال پنبه‌پاک‌کنی در استان فارس، وش تولیدی را خریداری و پنبه را استحصال می‌نمایند.

سرپرست سازمان جهاد کشاورزی استان فارس گفت: با توجه به اشتغال‌زایی زراعت پنبه و تعدد صنایع وابسته به این محصول با ارزش می‌توان از این محصول در فضای اقتصاد کشاورزی به نام طلای سفید یاد کرد.

پنبه در سنوات اخیر به ناوگان برداشت اضافه شده است که برداشت با این دستگاه علاوه بر کاهش ۵۰ درصدی هزینه برداشت، افزایش کیفیت الیاف تولیدی را به دنبال دارد و در مجموع باعث افزایش درآمد پنبه‌کاران می‌شود. بهجت حقیقی گفت: ۱۲ هزار هکتار از اراضی کشت‌شده به‌صورت حفاظتی بی‌خاک‌ورزی و کم‌خاک‌ورزی کشت شده است و ۶ هزار هکتار از اراضی مذکور قابل‌برداشت توسط کمباین وش‌چین است.

این مقام مسئول اظهار کرد: بیشترین سطح زیر کشت پنبه به شهرستان‌های داراب، زرین‌دشت و لارستان اختصاص دارد و عمده ارقام کشت‌شده در استان

سرپرست سازمان جهاد کشاورزی استان فارس از آغاز برداشت پنبه از سطحی بالغ بر ۱۵ هزار و ۶۰۰ هکتار در این استان خبر داد و گفت: براساس پیش‌بینی‌ها امسال بیش از ۵۲ هزار تن وش پنبه در فارس تولید می‌شود. به گزارش خبرگزاری مهر، احد بهجت حقیقی در خصوص تولید پنبه در استان فارس گفت: برداشت پنبه از اول آبان‌ماه در شهرستان داراب آغاز شده و تا اواخر دی‌ماه در شهرستان‌های جنوبی ادامه دارد. وی ادامه داد: استان فارس با تولید سالانه قریب به ۲۵ درصد از وش پنبه کشور به صورت مستمر حائز رتبه اول و نیز دارای کیفیت برتر الیاف کشور است.

این مقام مسئول با بیان اینکه متوسط عملکرد وش پنبه در کشور ۲٫۶ تن در هکتار است، تصریح کرد: میانگین عملکرد پنبه در استان فارس در سنوات اخیر بالغ بر ۳٫۵ تن در هکتار است و سال گذشته تولیدکننده نمونه ملی این استان از شهرستان فسا با ثبت ۱۳٫۶ تن وش در هکتار رکورد ملی را شکست. بهجت حقیقی بیان کرد: عملیات برداشت علاوه بر روش سنتی، توسط ۲ دستگاه کمباین «وش‌چین پنبه» و ۸ دستگاه «غوزه‌چین» صورت می‌گیرد.

سرپرست سازمان جهاد کشاورزی استان فارس افزود: دستگاه وش‌چین



کاهش تجارت جهانی پنبه با افت واردات چین



گروه مترجمین مجله: طبق گزارش ماه نوامبر کمیته بین‌المللی مشورتی پنبه (ICAC)، تولید جهانی پنبه برای سال ۲۰۲۵، رقم ۲۵,۴ میلیون تن تخمین زده می‌شود که تقریباً نسبت به سال قبل بدون تغییر باقی مانده و ۳۹۲ هزارتن از مصرف جهانی پیشی گرفته است. بر اساس این گزارش، تجارت جهانی پنبه در سال مالی ۲۰۲۵-۲۰۲۴، معادل ۷,۴ درصد کاهش یافته و به ۹,۱ میلیون تن رسیده که عمدتاً به دلیل کاهش ۶۵ درصدی واردات چین بوده است و کاهش واردات چین، افزایش واردات پنبه در جاهای دیگر را خنثی کرده است.

افزایش تعرفه‌ها، جریانات و پیش‌بینی‌های تجاری را تغییر داده است و انتظار می‌رود تأثیرات آن در فصل‌های آینده نیز ادامه داشته باشد. برای سال مالی ۲۰۲۶-۲۰۲۵، سطح زیر کشت پنبه جهانی ۳۰,۴ میلیون هکتار پیش‌بینی می‌شود که میانگین عملکرد آن ۸۳۵ کیلوگرم در هکتار است - کمی

۲۰۲۶-۲۰۲۵، تولیدکنندگان برتر پنبه مانند سال گذشته باقی بمانند و سهم بازار جهانی آنها تغییر اندکی داشته باشد. کمیته بین‌المللی مشورتی پنبه بر اساس شرایط عرضه و تقاضای فعلی، شاخص قیمتی Cotlook A را برای سال ۲۰۲۶-۲۰۲۵ در محدوده ۶۲ تا ۹۱ سنت به ازای هر پوند و نقطه میانی ۷۴ سنت پیش‌بینی می‌کند.

بالا تر از میانگین یک دهه اخیر. ICAC بیانیه مطبوعاتی خود اعلام کرده که مصرف جهانی پنبه همچنان توسط چین (با سهم ۳۲ درصد) و پس از آن هند، پاکستان، بنگلادش و ترکیه رهبری خواهد شد که این پنج کشور در مجموع ۷۶ درصد از مصرف جهانی را به خود اختصاص می‌دهند. علاوه بر این، تخمین زده می‌شود که در سال

قیمت پنبه برزیل به پایین‌ترین سطح رسید

طبق گزارش ICAC، سطح زیر کشت پنبه در جهان برای سال مالی جاری، ۳۰,۴۲ میلیون هکتار پیش‌بینی شده که نسبت به سال مالی ۲۰۲۵-۲۰۲۴، معادل ۰,۶۴ درصد کاهش یافته است. انتظار می‌رود با افزایش اندک بازده مزارع، تولید جهانی پنبه در حدود ۲۵,۴ میلیون تن ثابت بماند. همچنین پیش‌بینی می‌شود مصرف جهانی پنبه ۱,۵۲ درصد نسبت به تخمین ماه گذشته کاهش یابد و به ۲۵,۰۱ میلیون تن برسد. در برزیل، انتظار می‌رود سطح زیر کشت پنبه در سال مالی ۲۰۲۶-۲۰۲۵، معادل ۱۱,۴۶ درصد افزایش یابد و کاهش حدود ۴,۹ درصدی در راندمان مزارع این کشور را جبران کند. این امر منجر به تولید حدود ۳,۹ میلیون تن پنبه در برزیل خواهد شد که در مقایسه با سال مالی قبل، ۵,۹۷ درصد افزایش نشان می‌دهد.

بر اساس شاخص قیمتی CEPEA/ESALQ، قیمت پنبه برزیل همچنان در روند نزولی قرار دارد و در ماه اکتبر ۲۰۲۵ به پایین‌ترین سطح واقعی خود از اکتبر ۲۰۰۹ به بعد رسیده است. طبق گزارش مرکز مطالعات پیشرفته اقتصاد کاربردی برزیل (CEPEA)، این کاهش قیمت ناشی از عرضه داخلی بی‌سابقه، مصرف ضعیف در سطح محلی و جهانی، کاهش ارزش دلار و کاهش قیمت‌های بین‌المللی است که حاشیه سود صادرات را نیز محدود کرده است. بر اساس این گزارش، شاخص CEPEA/ESALQ (پرداخت در ۸ روز) در ماه اکتبر ۴,۶۳ درصد کاهش یافته و به طور متوسط به ۳,۵۲ رئال برزیل (حدود ۰,۶۶ دلار) در هر پوند رسیده که نسبت به ماه قبل ۵,۱۶ درصد و نسبت به سال قبل ۱۲,۷ درصد کاهش نشان می‌دهد.

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

(1000 MT)
Date Created 11/14/2025 12:00:21 PM

	2021/22	2022/23	2023/24	2024/25	Sep 2025/26	Nov 2025/26
Production	nr	nr	nr	nr	nr	nr
China	5,813	6,695	5,955	6,967	7,076	7,294
India	5,291	5,726	5,530	5,225	5,225	5,225
Brazil	2,356	2,552	3,172	3,701	3,974	4,082
United States	3,815	3,150	2,627	3,138	2,879	3,073
Pakistan	1,306	849	1,524	1,089	1,089	1,089
Australia	1,274	1,263	1,089	1,219	980	980
Turkey	827	1,067	695	860	697	697
Other	4,211	3,945	3,916	3,771	3,702	3,705
Total	24,894	25,247	24,508	25,971	25,622	26,145
Domestic Use	nr	nr	nr	nr	nr	nr
China	7,272	8,208	8,470	8,491	8,382	8,382
India	5,443	5,334	5,552	5,443	5,443	5,443
Pakistan	2,330	1,894	2,112	2,351	2,373	2,373
Bangladesh	1,916	1,676	1,687	1,785	1,764	1,764
Vietnam	1,459	1,404	1,437	1,742	1,764	1,764
Turkey	1,872	1,633	1,437	1,546	1,502	1,502
Brazil	694	695	733	762	762	762
Other	4,207	3,692	3,605	3,797	3,882	3,893
Total	25,193	24,538	25,033	25,918	25,872	25,883
Imports	nr	nr	nr	nr	nr	nr
Vietnam	1,444	1,409	1,434	1,737	1,764	1,785
Bangladesh	1,840	1,524	1,649	1,753	1,764	1,764
Pakistan	980	980	697	1,328	1,285	1,285
China	1,694	1,357	3,261	1,129	1,132	1,176
Turkey	1,203	912	776	971	1,023	1,023
India	218	376	193	662	610	610
Indonesia	561	362	402	431	435	435
Other	1,405	1,297	1,179	1,359	1,504	1,504
Total	9,344	8,217	9,591	9,369	9,516	9,581
Exports	nr	nr	nr	nr	nr	nr
Brazil	1,682	1,449	2,680	2,835	3,113	3,157
United States	3,059	2,711	2,558	2,591	2,613	2,656
Australia	778	1,347	1,255	1,138	1,110	1,110
India	815	239	503	288	283	283
Benin	388	239	229	250	250	250
Mali	283	163	256	223	239	229
Turkey	123	187	302	312	218	218
Other	2,162	1,622	1,871	1,600	1,688	1,677
Total	9,290	7,959	9,653	9,238	9,515	9,580
Ending Stocks	nr	nr	nr	nr	nr	nr
China	7,439	7,262	7,995	7,586	7,396	7,657
India	1,828	2,357	2,025	2,181	2,280	2,289
Australia	1,088	1,047	919	1,042	937	946
United States	1,002	1,012	686	871	784	936
Brazil	446	855	615	720	820	885
Argentina	339	400	475	529	574	578
Pakistan	419	332	403	457	446	446
Other	2,941	3,261	2,867	2,831	2,688	2,794
Total	15,501	16,527	15,984	16,217	15,925	16,532

سودآوری صنعت نساجی در عین نزول مقادیر تولید و درآمد، افزایش یافت

دو روی صنعت منسوجات

روند افزایشی تولیدات متوقف شده و تولیدات شرکت‌های نساجی بازار سهام نزولی شده است. در سال‌های ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳ به ترتیب تولیدات این صنعت کاهش ۱۹ و ۱۵ درصد نسبت به سال ماقبل کاهش داشته است. در سال گذشته وخامت وضع تولیدات منسوجات تا حدی بالا بوده که میزان تولیدات این گروه حتی در قیاس با متوسط سالانه نیز نزول یافته است. کاهش تولیدات در سال جاری نیز تکرار شده است. در هر دو فصل نخست امسال افت مقادیر تولید رقم خورده است.

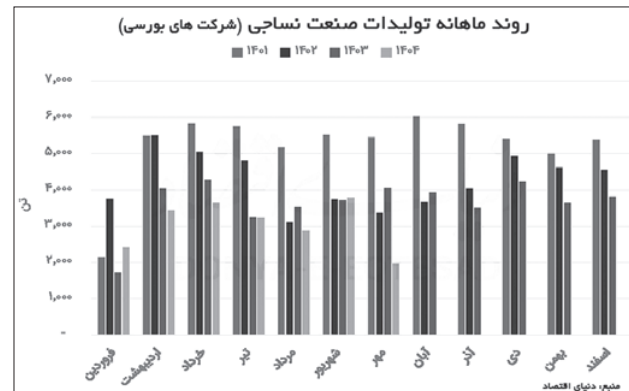
در بهار و تابستان مجموع تولیدات به ترتیب نسبت به فصل مشابه سال قبل کاهش ۵ و ۶ درصد تجربه کرده است. از ابتدای سال جاری تا پایان مهرماه ۲۱ هزار و ۳۳۴ تن محصول توسط شرکت‌های منسوجات بورسی به چرخه تولید درآمد که در مقایسه با هفت ماه نخست سال گذشته ۱۳ درصد کاهش یافته است. در سال جاری عطربین نخ قم با نماد «نطربین» تنها تولیدکننده محصولات نساجی بازار سرمایه بوده است که موفق به رشد تولیدات خود شده است. این شرکت در هفت ماه نخست امسال ۲۱ درصد به تولیدات خود نسبت به مدت مشابه سال گذشته افزود.

افول جایگاه منسوجات

طی دو دهه گذشته، این صنعت در رقابت با بخش‌هایی مانند پتروشیمی، فولاد و خودرو، جایگاه خود را در سیاست صنعتی و برنامه‌ریزی کلان از دست داده است. تمرکز دولت‌ها بر صنایع سرمایه‌بر و صادرات‌محور سبب شد تا منسوجات که ذاتا کاربر و وابسته به تقاضای داخلی و منطقه‌ای است، در اولویت‌های سرمایه‌گذاری قرار نگیرد. پیامد این غفلت را می‌توان در رکود تدریجی تولید، خروج بنگاه‌های کوچک از بازار و کاهش توان رقابتی مشاهده کرد. در کنار این عوامل ساختاری، باید به تغییر الگوهای مصرف و فناوری نیز اشاره کرد. ورود تولیدکنندگان آسیایی با هزینه تولید پایین‌تر، و هم‌زمان رشد سریع مد جهانی و برندهای بین‌المللی، بازار داخلی ایران را به شدت رقابتی کرده است. از سوی دیگر، مصرف‌کننده ایرانی در سال‌های اخیر، به‌ویژه طبقات متوسط شهری، به سمت کالاهای وارداتی یا شبه‌برندهای خارجی گرایش یافته‌اند؛ امری که تقاضا برای تولیدات داخلی را در برخی زیرگروه‌های منسوجات کاهش داده است.

رشد ۲۰ درصدی درآمدها

ارزیابی درآمدی شرکت‌های تولیدکننده محصولات نساجی نشان می‌دهد



صنعت منسوجات یکی از ریشه‌دارترین و تاثیرگذارترین صنایع در تاریخ اقتصاد ایران است. صنعتی که از کارگاه‌های سنتی ریسندگی و بافندگی تا کارخانه‌های مدرن تولید پارچه و پوشاک، همواره نقشی پررنگ در اشتغال، تولید و معیشت خانوارهای ایرانی داشته است.

با وجود این پیشینه طولانی و گستره اثرگذاری اجتماعی، در دهه‌های اخیر منسوجات در حاشیه توجه سیاست‌گذاری صنعتی و سرمایه‌گذاری قرار گرفته است. نتیجه این روند، صنعتی است که امروز در تلاقی سنت و مدرنیته گرفتار مانده است. از یک‌سو میراثی از ظرفیت‌های تولیدی، مهارتی و منطقه‌ای را با خود دارد، و از سوی دیگر با چالش‌هایی نظیر فرسودگی ماشین‌آلات، کمبود سرمایه، ناپایداری سیاست‌ها و فشار واردات دست‌وپنجه نرم می‌کند. ارزیابی متغیرهای مالی گروه منسوجات نشان می‌دهد که در دو سال اخیر این صنعت ضعیف عمل کرده است. از منظر درآمدی نیز در دو سال اخیر شتاب رشد درآمد کاهش چشمگیر نسبت به میانگین تاریخی تجربه کرده است. این وضعیت در هفت ماهه امسال نیز برقرار بوده و گروه منسوجات عملکرد خوبی در سال جاری از خود نشان نداده است. با این حال وضعیت سودآوری این صنعت به‌رغم نزول تولید و درآمد، نسبت به میانگین تاریخی رشد چشمگیر داشته است.

نزول چشمگیر تولیدات

به گزارش دنیای اقتصاد، اولین فاکتور مهم در بررسی ارزندگی یک صنعت میزان تولیدات است. در ۱۳ سال گذشته متوسط در هر سال ۵۰ هزار تن انواع منسوجات از طریق ۵ تولیدکننده بورسی این صنعت به چرخه تولید درآمده و در هر سال ۶ درصد به تولیدات افزوده شده است. در دو سال اخیر

شرکت در سال ۱۴۰۳ و تابستان امسال به ترتیب حاشیه سود ۳۶ و ۴۸ درصدی را به ثبت رسانده است که در قیاس با شرکت‌های هم‌گروه وضعیت بسیار مطلوبی از منظر سودآوری دارد.

چالش واردات مواد اولیه منسوجات

در سطح تجارت خارجی، منسوجات ایران در وضعیت پیچیده‌ای قرار دارد. از یک سو، مواد اولیه خاص مانند الیاف مصنوعی، رنگ‌ها و ماشین‌آلات از خارج وارد می‌شود و سهم قابل توجهی از هزینه تولید را به خود اختصاص می‌دهد. از سوی دیگر، واردات کالاهای نهایی فشار سنگینی بر تولیدکنندگان داخلی وارد می‌کند. برآوردهای غیررسمی حاکی از آن است که حدود یک‌سوم از بازار پوشاک کشور در اختیار کالاهای قاچاق است. این پدیده نه تنها تراز تجاری منفی ایجاد کرده، بلکه باعث شکل‌گیری رقابتی نابرابر میان تولیدکننده داخلی و واردکننده غیرقانونی شده است. افزون بر آن، نوسانات نرخ ارز در سال‌های اخیر تاثیر دوگانه‌ای بر این صنعت گذاشته است. از یک طرف، افزایش نرخ ارز واردات را پرهزینه کرده و انگیزه تولید داخلی را بالا برده است.

از طرف دیگر، همان افزایش نرخ ارز، هزینه مواد اولیه و تجهیزات را به شدت افزایش داده و نقدینگی مورد نیاز بنگاه‌ها را بالا برده است. در نتیجه، بسیاری از تولیدکنندگان کوچک‌تر، بدون دسترسی به سرمایه در گردش کافی، توان ادامه فعالیت را از دست داده‌اند. در این میان، نقش بازار سرمایه در تامین مالی صنعت منسوجات هنوز ناچیز است. به‌رغم وجود چند شرکت بورسی در این حوزه، حجم معاملات و ارزش بازار آنها در مقایسه با صنایع بزرگ بسیار پایین است. بخشی از این مسئله به ضعف شفافیت مالی و نبود طرح‌های توسعه‌ای جذاب برای سرمایه‌گذاران بازمی‌گردد.

فرسودگی ماشین‌آلات

یکی از مهم‌ترین چالش‌های ساختاری صنعت منسوجات ایران، فرسودگی تجهیزات و پایین بودن سطح فناوری خطوط تولید است. بخش عمده‌ای از ماشین‌آلات ریسندگی و بافندگی فعال در کشور، عمری بیش از دو دهه دارند و بسیاری از آنها از چرخه استاندارد جهانی خارج شده‌اند. این موضوع مستقیماً بر کیفیت، سرعت و هزینه تولید تاثیر می‌گذارد و موجب می‌شود که محصولات داخلی در مقایسه با کالاهای وارداتی، توان رقابتی کمتری داشته باشند. در سطح جهانی، صنعت منسوجات با سرعتی چشم‌گیر به سمت اتوماسیون، طراحی دیجیتال، مواد نوین و تولید سفارشی حرکت کرده است. در مقابل، تولیدکنندگان ایرانی به دلیل محدودیت‌های ارزی، تحریم‌ها و نبود دسترسی پایدار به تامین‌کنندگان فناوری، نتوانسته‌اند خود را با این تحولات هم‌سو کنند. این شکاف فناورانه نه تنها بهره‌وری را پایین آورده، بلکه باعث شده هزینه‌های تعمیر و نگهداری به‌صورت مزمن بالا باشد.

که در سال‌های اخیر متوسط در هر سال ۴۲ درصد به مجموع درآمد این صنعت افزوده شده است. با این حال شتاب رشد درآمد در دو سال اخیر همگام با تولیدات نزول یافته است. در سال‌های ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳ به ترتیب ۲۵ و ۴ درصد به درآمد شرکت‌های منسوجات بورسی افزوده شده است. این بدین معناست که رشد درآمد منسوجات در سال ۱۴۰۳ در مقایسه با میانگین تاریخی ۳۷ درصد نزول یافته است. در سال جاری کمی بهبود در رشد درآمد این صنعت مشاهده می‌شود. طی بهار و تابستان مجموع درآمد شناسایی شده تولیدکنندگان بورسی صنعت مورد اشاره، به ترتیب افزایش ۱۴ و ۱۸ درصد نسبت به فصول مشابه سال گذشته به ثبت رسانده‌اند. در هفت ماهه امسال درآمد شرکت‌های نساجی بورس تهران ۱۷ هزار و ۷۷۵ میلیارد تومان به ثبت رسید که در قیاس با هفت ماه نخست سال گذشته ۲۰ درصد افزایش تجربه کرده است.

بهره‌وری پایین صنعت نساجی

در حال حاضر، صنعت منسوجات ایران را می‌توان یکی از بخش‌های پراکنده، چندلایه و کم‌سرمایه‌گذاری شده اقتصاد کشور دانست. بنگاه‌های فعال در این حوزه، از کارگاه‌های کوچک خانوادگی تا کارخانه‌های متوسط صنعتی، عموماً با ظرفیت پایین‌تر از توان اسمی فعالیت می‌کنند. برآوردها نشان می‌دهد میانگین نرخ بهره‌برداری از ظرفیت در این صنعت کمتر از ۵۰ درصد است. رقمی که در مقایسه با صنایع فلزی و شیمیایی فاصله قابل توجهی دارد. سهم منسوجات و پوشاک از تولید صنعتی کشور، با وجود پتانسیل اشتغال بالا، کمتر از ۳ درصد است. اما از نظر تعداد بنگاه‌ها، در زمره پنج صنعت اول کشور قرار دارد. همین امر نشان می‌دهد که ساختار این بخش بیشتر متکی بر واحدهای کوچک و متوسط است. این ویژگی از یک سو مزیت دارد، زیرا به اشتغال‌زایی و انعطاف‌پذیری بازار کمک می‌کند، اما از سوی دیگر مانع از تحقق مقیاس اقتصادی و بهره‌وری بالا می‌شود.

رشد سودآوری به‌رغم نزول درآمد

به‌رغم نزول متغیرهای درآمدی و تولیدات صنعت نساجی در دوره‌های اخیر، سودآوری روند افزایشی را طی کرده است. میانگین حاشیه سود این صنعت در سال‌های اخیر به میزان ۱۶ درصد به ثبت رسیده است. در سال ۱۴۰۳، حاشیه سود منسوجات به میزان ۲۸ درصد ثبت شده که این به معنای بهبود ۱۲ درصدی متغیرهای سودآوری صنعت نساجی در سال گذشته است. در سال جاری نیز روند رو به افزایش سودآوری شرکت‌های نساجی بازار سهام ادامه داشته است. در تابستان امسال حاشیه سود گروه نساجی به میزان ۳۳ درصد به ثبت رسید که در مقایسه با میانگین فصلی ۱۰ درصد افزایش یافته است. بالاترین میزان حاشیه سود در میان پنج تولیدکننده نساجی بورس تهران، مختص به شرکت «محتشم» است. این

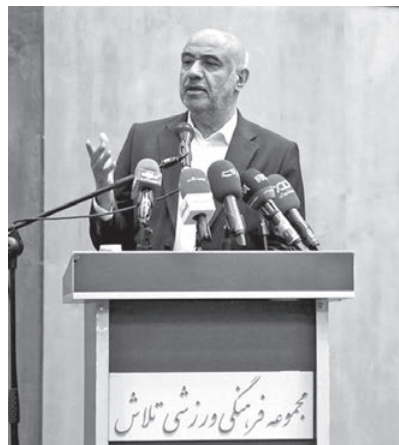
در همایش هفته جهانی کارآفرینی مطرح شد: سرگردانی نسل زد در بازار کار

وجود محله‌های آباد و گروه‌های هویتی مختلف است که احساس تعلق نسبت به محل زندگی خود داشتند و این امر به تقویت هویت فرهنگی و احساس تعلق کمک می‌کرده است. وزیر کار با بیان اینکه تنوع فرهنگی و هویتی، نسل جدید را خلاق می‌کند، گفت: تنوع باعث می‌شود نسل جدید حرف‌های متفاوتی بزنند و خلاقیت‌های خاص خود را بروز دهند.

در فرهنگ ایرانی این تنوع و تفاوت‌ها ارزشمند است و به رشد فردی و خلاقیت نسل جدید کمک می‌کند. او افزود: این نسل جدید در حوزه‌های کارآفرینی، دانش، مهارت، هنر و موسیقی، تفاوت‌های خود را نشان می‌دهد و اجازه داده می‌شود تا خطاها و اشتباهات طبیعی باشد؛ چراکه خطاها بخشی از فرآیند رشد و خلاقیت هستند. میدری خاطرنشان کرد: باید فضای پذیرش و تنوع فرهنگی وجود داشته باشد، اما در عین حال، نمی‌توان از همه انتظار داشت که به یک شکل عمل کنند، هر گروه یا فرد باید بتواند بر اساس فرهنگ و ویژگی‌های خودش فعالیت کند و در جمع حضور یابد.

* کارآفرینی یک سبک زندگی است

زهره بهروزآذر نیز در همایش هفته جهانی کارآفرینی اظهار کرد: موضوع کارآفرینی یکی از مهم‌ترین موضوعات و موتور محرک توسعه اقتصادی و قلب کسب‌وکار است. او افزود: کارآفرینی یک



است محله محوری است و هر هفته رئیس‌جمهور آن را دنبال می‌کند که زمینه شکل‌گیری گروه‌های همیار با منافع مشترک را هموار می‌کند.

میدری اضافه کرد: اگر تنوع و کثرت در محله‌ها و فرهنگ ایرانی می‌بینید، زاییده محله‌های مختلف است که افراد هویت و تعلق خاطر پیدا می‌کنند. اکنون نسلی آمده است که حرف متفاوت می‌زند. او با بیان اینکه اکنون رشد هندسی ساختمان‌ها تا گویش‌ها خیلی متفاوت است، گفت: همه انسان‌ها امکان خطا دارند و این کمک می‌کند تا زمینه کارآفرینی فراهم شود و تغییر، خلاقیت و سازمان‌دهی صورت گیرد.

میدری به نقش و تاثیر هویت‌های محلی و فرهنگی در شکل‌گیری تنوع و تکثر در جامعه ایرانی تاکید کرد و گفت: در لباس، لهجه، فرش، ظروف و مراسم ایرانی، این تنوع و غنای فرهنگی به وضوح دیده می‌شود. این تفاوت‌ها نتیجه

همایش هفته جهانی کارآفرینی روز سه‌شنبه ۲۷ آبان برگزار شد. در این همایش سخنرانان با بیان چالش‌ها و فرصت‌های حضور نسل زد به‌عنوان نیروی کار و کارآفرین در بازار کار و اهمیت تسهیل کسب‌وکار به ارائه دیدگاه‌های خود پرداختند. در این نشست، احمد میدری وزیر رفاه، زهره بهروزآذر معاون امور زنان ریاست‌جمهوری و مالک حسینی معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت رفاه سخنرانی کردند. همچنین پنل‌هایی با حضور کارآفرینان در حوزه توسعه محلی و بیان چالش‌های مسیر کارآفرینی، حضور نمایندگانی از نسل نو و بیان شکاف‌های میان این نسل و کارفرمایان در محیط کار برگزار شد.

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی در این همایش با بیان اینکه نسل زد یک عنوان است و برداشت‌های متفاوت از آن می‌شود، گفت: نسل‌های مختلف ارزش‌ها و نگرش‌های مختلفی را حمل می‌کردند و نسل انقلاب با نسل قبل متفاوت بود. از این رو نو شدن ویژگی نسل امروز نیست، بلکه تفاوت ارزش‌ها با نسل قبل است. او به رویکرد دولت چهاردهم در برخورد با نسل نو اشاره کرد و گفت: دکتر پزشکیان ۲ رویکرد را مطرح کردند که یکی نوآوری است که نسل زد بتواند زمینه خلاقیت‌ها را بروز بدهد. اینکه شما بپذیرید کامل نیستید و اجازه بروز تفاوت‌ها و اندیشه‌ها و تنوع فرهنگی را بدهید. میدری ادامه داد: مفهوم دیگر که در دولت مطرح شده



که باید اصلاح شود تا ارتباطات را سازنده کرد.

او بر اهمیت شناخت و درک درست از نسل نو تاکید کرد و گفت: این نسل‌ها نیازمند رویکردهای متفاوت در حکمرانی و سیاست‌گذاری هستند. دولت و نهادهای رسمی باید از روش‌های ثابت و سنتی فاصله بگیرند و به خلاقیت و نوآوری نسل جدید گوش دهند؛ چراکه تنها شنیدن نظرات آنان می‌تواند فرصت‌های جدیدی برای توسعه و تحول ایجاد کند. حسینی عنوان کرد: مقاومت‌هایی در مقابل تغییرات در گذشته وجود داشته است، این نشان‌دهنده نیاز به بازنگری در ساختارهای قدیمی است. اکنون باید صدای نسل جوان، کارآفرینان، استادان دانشگاه و فعالان اجتماعی شنیده شود و باید به‌عنوان آغازی نو برای ایجاد تغییرات مثبت در جامعه توجه شود تا بتوان خسارات ناشی از عدم فهم درست و تحول اجتماعی را کاهش داد. معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی بر اهمیت عدالت در مشارکت مناطق مختلف ایران، به‌ویژه مناطق پیرامونی و خارج از تهران تاکید کرد.

حوزه ساختمان و مدیریت پروژه توسعه یافت. این مفهوم، در نهایت به کسانی اطلاق می‌شود که توانایی شناسایی مسائل، هماهنگی منابع مالی و انسانی و ایجاد نهادهای جدید برای حل مشکلات را دارند. بهروزآذر افزود: از سال ۱۳۸۰ ادبیات کارآفرینی در ایران آغاز شد. در طول این سال‌ها در حوزه کارآفرینی کارهای زیادی انجام شده است و استارت‌آپ‌ها مسائل مربوط را از طریق ایجاد کسب‌وکار مورد توجه قرار دادند.

معاون امور زنان ریاست‌جمهوری با تاکید بر تغییر رویکردهای کارآفرینی و آموزش‌های مرتبط گفت: در طرح‌های قبلی، آموزش‌هایی بر اساس مطالعات بر زندگی کارآفرینان ارائه می‌شد. اما رویکرد جدید کاملاً تغییر یافته است؛ در این رویکرد، ابتدا باید داشته‌های فعلی فرد مشخص شود؛ کی هستند، چه کسانی می‌توانند کمک کنند و سپس به صورت مرحله‌ای ساختن آینده آغاز می‌شود. او اشاره کرد: در این رویکرد، به جای تمرکز بر کشف فرصت‌ها، بر خلق فرصت‌ها تاکید می‌شود؛ زیرا فرصت‌ها وجود دارند و باید آنها را ایجاد کرد.

* باید قالب‌های سابق را شکست

در این همایش مالک حسینی معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، گفت: دو ویژگی در کارآفرینی از جمله نوآوری و خطرپذیری مهم است. او افزود: دولت باید فرم‌ها و قالب‌های سابق را برای تعامل با نسل زد و آلفا بشکند و روش‌های جدید ارائه کند؛ چراکه اکنون سرعت تحولات در حوزه فناوری و فضای مجازی زیاد شده است. نسل زد هم امروز از ما تصور دیگری دارد



مسیر کسب‌وکار نیست، بلکه نگرش و سبک زندگی است؛ یعنی هیچ دری بر روی ما بسته نیست و می‌توانیم نیازها را شناسایی و راهکارهای خلاقانه ارائه کنیم. بهروز آذر ادامه داد: ویژگی اصلی کارآفرینی، روحیه حل مسئله و نوآوری است که حتی کسانی که در کسب‌وکار مستقیم فعال نیستند، می‌توانند آن را در فعالیت‌های روزمره خود به کار گیرند.

او با اشاره به اینکه یکی از شاخه‌های مهم کارآفرینی در سازمان‌هاست، گفت: نقش سازمان‌ها در ترویج روحیه کارآفرینی مهم است، جایی که مدیران و کارمندان با بهره‌گیری از این روحیه، نوآوری و حل مسئله را در سازمان‌های خود پیاده و از کارآفرینی برای حل مسئله استفاده می‌کنند. معاون امور زنان ریاست‌جمهوری اضافه کرد: امسال معاونت توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی به نسل نو توجه کرده است که نقطه عطفی در تحول کارآفرینی است.

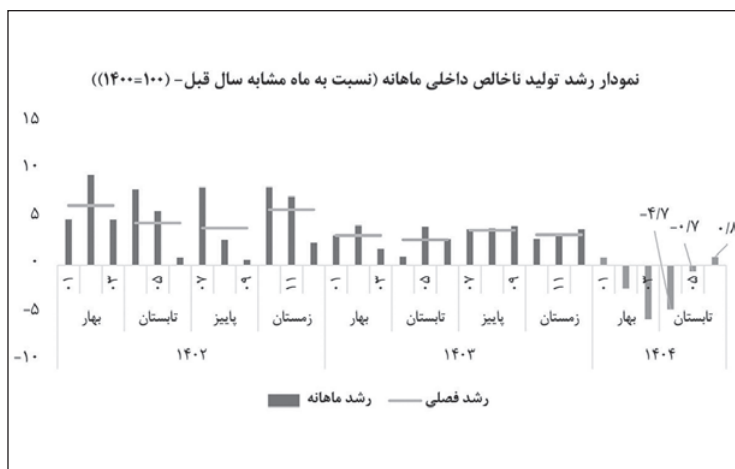
او با اشاره به تاریخچه کارآفرینی در جهان و ایران گفت: موضوع کارآفرینی در قرن هفدهم در قالب مدیریت نظامی و فرماندهی نظامی آغاز شد و بعدها در

گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس از رشد اقتصادی شهریور ۱۴۰۴

مثبت شدن رشد به لطف بخش خدمات

۱۴۰۳ رشد ۳٫۶ درصدی داشته است. همچنین در این بخش، تولید محصولات زراعی کاهش ۱۲٫۶ درصدی را تجربه کرده که بیشترین اثر را بر رشد منفی این بخش داشته است. در مقابل ارزش افزوده محصولات دامی رشد ۰٫۷ درصدی را تجربه کرد و محصولات باغی به رشد ۱٫۶ درصدی رسید. رشد منفی ارزش افزوده بخش کشاورزی در شهریورماه در حالی اتفاق افتاده است که میزان بارش در شهریورماه نسبت به ماه مشابه سال قبل یک میلی‌متر افزایش یافته است. این نشان می‌دهد که کاهش ارزش افزوده این بخش به صورت عمده تحت‌تاثیر میزان بارش نبوده است. همچنین از ابتدای سال جاری، بخش کشاورزی با رشد منفی ماهانه روبه‌رو بوده است. با این حال تغییر ترکیب بارش‌ها در نقاط جغرافیایی مختلف، کاهش میزان فروش محصولات و ناتوانی در صادرات می‌تواند

از علل کاهش ارزش افزوده این بخش در آخرین ماه تابستان امسال باشد. بخش نفت خام و گاز طبیعی رشد ۴٫۶ درصدی را در سال ۱۴۰۳ تجربه کرد که در ماه شهریور رشد منفی ۱٫۶ درصدی را از سر گذراند. این رشد منفی در شهریورماه در ادامه رشد منفی ارزش افزوده بخش نفت از ابتدای سال جاری بوده است. از سوی دیگر، گروه صنایع و معادن رشد مثبت را در شهریور سال جاری تجربه کرد. در سال ۱۴۰۳ این گروه ۲٫۴ درصد رشد کرده بود. براساس گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس، رشد این گروه عمدتاً تحت‌تاثیر افزایش شاخص تولید بخش صنعت و رشد مثبت بخش آب، برق و گاز بوده است. این بخش از ابتدای سال جاری رشد منفی را تجربه کرده بود اما در دو ماه مرداد و شهریور به ترتیب به رشد ۱٫۶ و ۱٫۴ درصدی رسید. بیشترین رشد در میان بخش‌های مختلف اقتصادی در شهریورماه سال جاری مربوط به بخش خدمات بوده است. با توجه به داده‌های بانک مرکزی این بخش در سال ۱۴۰۳ به رشد ۳٫۳ درصد رسیده بود که نتایج برآورد مرکز پژوهش‌های مجلس نشان می‌دهد در شهریور ۱۴۰۴ نسبت به مدت مشابه سال قبل ۴ درصد رشد در ارزش افزوده را به ثبت رسانده است. بخش‌های «حمل‌ونقل و انبارداری»، «اداره عمومی، دفاع و تامین اجتماعی» و «املاک و مستغلات» رشد مثبتی را تجربه کرده‌اند. همچنین در ماه مرداد رشد مثبت اما کوچک ۰٫۳ درصدی را به ثبت رسانده است که در پی سه ماه پیاپی رشد منفی بوده است. نکته قابل‌توجه در میان رشد بخش‌های مختلف اقتصادی این است که رشد گروه خدمات از بخش

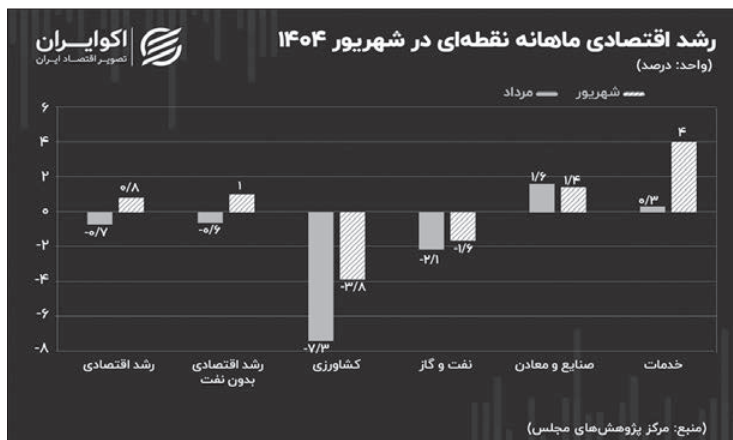


براساس برآورد تولید ناخالص داخلی ماهانه مرکز پژوهش‌های مجلس، رشد اقتصادی ماهانه شهریورماه سال ۱۴۰۴ نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۰٫۸ درصد رشد داشته است. رشد اقتصادی بدون نفت نیز یک درصد برآورد شده است. اقتصاد ایران در حالی رشد اقتصادی ماهانه مثبتی را برای شهریورماه سال جاری ثبت کرده است که ۴ فصل گذشته را با رشد منفی پشت سر گذاشته بود. معمولاً داده‌های رسمی تولید ناخالص داخلی پس از یک فصل منتشر می‌شود که با توجه به لزوم پایش وضعیت بخش حقیقی ایران، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی به محاسبه و برآورد تولید ناخالص داخلی ماهانه می‌پردازد. براساس آخرین اعلام بانک مرکزی در سال ۱۴۰۳، رشد تولید ناخالص داخلی نسبت به سال پیش، ۳٫۱ درصد اعلام شده بود که این میزان بدون احتساب نفت ۳ درصد بوده است.

گروه خدمات با بیشترین رشد

با توجه به رشد اقتصادی به تفکیک فعالیت‌های عمده، گروه کشاورزی با ثبت رشد منفی ۳٫۸ درصدی، کمترین میزان رشد را میان بخش‌های مختلف اقتصاد داشته است. در مقابل ارزش افزوده گروه خدمات در شهریورماه سال جاری نسبت به مدت مشابه سال گذشته، ۴ درصد افزایش یافته است. در میان سایر بخش‌ها نیز بخش نفت خام و گاز طبیعی و گروه صنایع و معادن به ترتیب منفی ۱٫۶ و ۱٫۴ درصد رشد داشته‌اند.

رشد منفی بخش کشاورزی در شهریورماه سال جاری در حالی اتفاق افتاده است که براساس اعلام بانک مرکزی، بخش کشاورزی در سال



نفت و گاز پیشی گرفته است. در سال‌های اخیر در شرایطی که تولید نفت کاهش یافته است و وصول درآمدهای نفتی نیز با دشواری‌هایی همراه شده که گاه در قیمت فروش و در نتیجه در درآمدهای حاصل از فروش خود را نشان می‌دهد، بخش خدمات بار رشد اقتصادی را به دوش می‌کشد.

افول رشد در تابستان

بررسی داده‌های فصلی رشد نیز نشان‌دهنده آن است که هر چند در آخرین ماه فصل تابستان رشد اقتصادی مثبت شده است، با این حال رشد تولید ناخالص داخلی این فصل با و بدون نفت، منفی ۱،۳ درصد بوده است. با وجود رشد مثبت شهریور، رشد کلی منفی در تابستان سال جاری به دلیل شوک‌های ناشی از جنگ که در تیرماه و مردادماه سال جاری به وقوع پیوست، اتفاق افتاده است. براساس داده‌های مربوط به فصل تابستان ۱۴۰۴، تمام بخش‌ها جز خدمات رشد منفی را تجربه کردند. گروه کشاورزی کمترین رشد در ارزش افزوده به میزان منفی ۵،۵ درصد را ثبت کرد. بخش نفت و گاز طبیعی منفی ۱،۷ درصد رشد کرد و گروه صنایع و معادن رشد منفی ۲،۱ درصدی را ثبت کرد.

تنها بخش خدمات در تابستان سال جاری رشد مثبت ۱،۲ درصدی را به ثبت رساند. مقایسه نرخ‌های رشد تابستان سال ۱۴۰۴ با رشد سال ۱۴۰۳ نشان از افت قابل توجه رشد اقتصادی در این فصل دارد که در پی بروز جنگ و پیامدهای بعدی آن بر اقتصاد کشور اتفاق افتاده است. همچنین رشد مثبت شهریورماه می‌تواند نشانه‌ای از بازگشت اقتصاد به مدار مثبت رشد باشد. مراجع: گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس، دنیای اقتصاد، اکو ایران

اجرای ۵ راهکار برای بهبود وضعیت تولید

برای حل مسائل خود پاسخ قابل اعتماد دریافت نکنند. پیرموزن تصریح کرد: علاوه بر دغدغه‌هایی که مطرح شد، نبود زیرساخت‌های کافی، ناترازی مالی و کمبود انرژی مناسب، فشار مضاعفی بر تولیدکنندگان وارد کرده است. این مشکلات در کنار رکود تورمی و محدودیت نقدینگی، توان تولیدکنندگان برای برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری بلندمدت را کاهش داده است. او در ادامه «اصلاح سیاست‌های بانکی و تسهیل دسترسی به تسهیلات مالی برای واحدهای تولیدی»، «تدوین بسته‌های حمایتی کوتاه‌مدت برای تأمین سرمایه در گردش و مواد اولیه»، «توسعه دیپلماسی اقتصادی و ایجاد امکان دسترسی به بازارهای صادراتی برای کاهش اثر رکود داخلی»، «بهینه‌سازی مدیریت سرمایه در گردش توسط خود واحدهای تولیدی» و «استفاده از ظرفیت‌های داخلی و اصلاح قوانین و بهبود شفافیت سامانه‌های دولتی مرتبط با صنایع» را ۵ راهکار برای مقابله با مشکلات موجود عنوان کرد.

نایب‌رئیس اتاق ایران خاطرنشان کرد: با اجرای این راهکارها امکان حفظ تولید، اشتغال و توسعه صادرات فراهم می‌شود و می‌توان بخشی از فشارهای موجود بر صنعت کشور را کاهش داد. البته باید توجه داشت عدم اقدام به‌موقع، خطر کاهش تولید، تعطیلی برخی واحدها، آسیب به اشتغال و اقتصاد کشور را به دنبال خواهد داشت.

نایب‌رئیس اتاق ایران گفت: واحدهای تولیدی کشور در شرایط فعلی با دو چالش اصلی مواجه‌اند؛ رکود تورمی و کمبود نقدینگی. رکود تورمی ناشی از کاهش تقاضای داخلی و محدود شدن قدرت خرید مردم است و تأثیر مستقیم بر حجم تولید و فروش واحدهای صنعتی دارد. این وضعیت باعث کاهش بازدهی و کاهش توان مالی تولیدکنندگان برای ادامه فعالیت‌های روزمره شده است.

حسین پیرموزن کمبود نقدینگی در واحدهای تولیدی را به‌عنوان چالش بعدی مورد توجه قرار داد و افزود: این وضعیت زمینه را برای بحران‌های مالی و عملیاتی فراهم می‌کند. یکی از دلایل این محدودیت، بخشنامه اخیر بانک مرکزی است که پرداخت تسهیلات را بر اساس منابع و مصارف واحدهای تولیدی تعریف کرده است. این سیاست محدودیت‌هایی برای دسترسی تولیدکنندگان به سرمایه در گردش ایجاد کرده و بسیاری از واحدها را در تأمین مواد اولیه، پرداخت حقوق کارکنان و ادامه فعالیت دچار مشکل کرده است.

به اعتقاد نایب‌رئیس اتاق ایران، پیچیدگی مشکلات مالی و نقدینگی، بر سایر ابعاد صنعت نیز تأثیر گذاشته است. محدودیت‌های ارزی، نبود امکانات مناسب برای یوزانس و LC، تحریم‌های بانکی و دشواری حضور در بازارهای جهانی، شرایط را برای واحدهای تولیدی پیچیده‌تر کرده است. در کنار این مسائل، قوانین دست‌وپاگیر و سامانه‌های غیرشفاف دولتی موجب شده تولیدکنندگان

سه علامت هشدار برای آینده ایران



تحلیل دقیق وضعیت کنونی و خوانش روندهای آتی، یکی از موضوعات مهم در امر حکمرانی هر کشور و جامعه ای است. این مسئله به قدری از اهمیت راهبردی برخوردار است که رشته ای تحت عنوان آینده پژوهشی در نظام دانشگاهی بین المللی ایجاد شده و در قالب آن سعی می شود روندهای آتی در حوزه حکمرانی هر کشور، ادراک و بسترهای مساعد برای حل مشکلات و چالش ها، از همین حالا فراهم شود.

جامعه ایران نیز مستثنی از این قاعده نیست و واکاوی وضعیت کنونی و ارائه پیش بینی در مورد آینده از سوی صاحب نظران، یکی از حوزه های جذاب در عرصه پژوهش و البته برای افکار عمومی است. از این رو، اینطور به نظر می رسد که ایران حداقل در ۳ حوزه، با پالس های هشدار روبه رو است که از همین حالا باید برای آن ها برنامه ریزی شود.

۱- تداوم روند صعودی تورم در اقتصاد ایران

به تازگی شاهد انتشار گزارش مرکز آمار ایران و به طور خاص تداوم روند صعودی قیمت مواد غذایی بوده ایم. در عین حال، گزارش های مختلف حاکی از این هستند که ایران در حداقل ۴ سال اخیر با نرخ تورم بالا روبه رو بوده که این مسئله به نوبه خود سبب شده تا درآمد طیف های قابل ملاحظه ای از مردم ایران از نرخ تورم عقب بماند و طبیعتاً استانداردهای زندگی آن ها تضعیف شود.

این روند مخصوصاً با توجه به جنگ تحمیلی ۱۲ روزه و تشدید فضای امنیتی در محیط پیرامونی ایران، ابعاد تازه ای را به خود می گیرد. برخی ناظران و تحلیلگران معتقدند که دشمن

جوان است و نوجوانان و جوانان بخش قابل ملاحظه ای از جمعیت ایران را تشکیل می دهند. این در حالی است که به نظر می رسد هنوز آنطور که باید و شاید، نسل Z ایرانی را درک نکرده ایم و برای آن ها برنامه نداریم. پیشرفت های فناورانه و تغییرات جوامع به قدری سریع بوده اند که حتی در بسیاری از کشورهای پیشرفته این گزاره گفته می شود که نسل های جدید به سرعت پوست می اندازند و باید زبان و جهان بینی آن ها درک و متناسب با آن برایشان برنامه ریزی شود.

با این حال، چالش اصلی این است که از منظر حکمرانی در حوزه ارتباط با جوانان در ایران دچار نوعی تاخر تاریخی هستیم و گویی مقتضیات آن ها را آنطور که باید و شاید متوجه نیستیم. موضوعی که شاید یکی از عینی ترین نمودهای خود را در محیط مدرسه و جنس ارتباط معلمان و دانش آموزان به نمایش بگذارد. با راه حل های سنتی نمی توان به مواجهه با نسل Z و نوجوانان و جوانان ایرانی رفت. باید برای آن ها برنامه داشت و اگر چنین نباشد، کاملاً طبیعی است

پس از جنگ ۱۲ روزه، برنامه ای جدی برای در برزخ نگه داشتن اقتصاد ایران دارد. دستورکاری که هدف نهایی آن تحریک اعتراضات عمومی در ایران است. این در حالی است که تهران در واکنش به این دستورکار، توسعه پیوندها با طیف قدرت های شرقی را در دستورکار قرار داده است. با این همه، بسیاری از صاحب نظران معتقدند که ریشه بسیاری از مشکلات اقتصادی ایران امروز را باید در داخل جستجو کرد. از این رو، اگر چهارچوب های اقتصادی در ایران چه از منظر ارتقای حکمرانی اقتصادی و چه رفع موانع خارجی در قالب جنگ اقتصادی تحمیلی به کشور بهبود نیابند، می توان به صورت طبیعی انتظار داشت که نرخ تورم در ایران صعودی تر هم شود. مسئله ای که می تواند ابعاد سیاسی و اجتماعی و امنیتی پیدا کند. فقیرتر شدن جامعه که همین حالا نیز زندگی را برای شمار قابل توجهی از مردم سخت کرده، موضوعی نیست که تبعات آن صرفاً به حوزه اقتصادی محدود بماند.

۲- نسل Z را دریابیم!

هرم جمعیتی ایران سال هاست که

که بازیگران خارجی برای آنها برنامه‌ریزی کنند. موضوعی که به هیچ عنوان در راستای منافع و امنیت ملی ایران نیست.

۳: جامعه ایرانی و معمای «تصویر آینده»

طیف متنوعی از مسائل نظیر چالش‌های اقتصادی، متغیرهای اجتماعی، نارضایتی‌های سیاسی و غیره، سبب شده‌اند تا جامعه ایرانی بعضاً نسبت به آینده تصویر روشنی نداشته باشد و طیف‌هایی از مردم احساس سرخوردگی پیدا کنند. در حقیقت، بخشی از مردم شاید این تصور را داشته باشند که

آینده‌ای روشن ندارند و صرفاً برای بقا در حال تلاش و فعالیت هستند. این تصویر باید شکسته شود و امید واقعی به مردم تزریق شود. آن‌ها باید آینده خود را روشن ببینند. وقتی تصویر آینده برای افراد مبهم و تیره باشد، اینکه ببینیم روند مهاجرت از کشور بالاست یا آمارهای خودکشی نامطلوب است و همچنین توجه به وضعیت بهداشت و درمان پایین است و مثلاً فرزندآوری کاهش می‌یابد و یا طلاق افزایش پیدا می‌کند، به هیچ عنوان گزاره‌های عجیبی نیستند. این وظیفه دولتمرد و سیاستمدار ایرانی است که بسترهایی را فراهم سازد که

مردم در قالب آنها، آینده خود را روشن ببینند و برای آن تلاش کنند. این مسئله حداقل در وضعیت کنونی آنطور که باید و شاید قابل مشاهده نیست. درست به همین دلیل است که باید برای آن برنامه‌ریزی شود و جریان حکمرانی نباید صرفاً در مقام آتش‌نشان رفتار کند و وقتی جایی آتش گرفت وارد عمل شود و ابعاد بحران را مهار کند. بلکه دولت باید دوراندیش باشد و برای آینده برنامه‌های عینی و عملیاتی داشته باشد. برنامه‌هایی که مردم را امیدوار و آینده کشور را آباد کنند. منبع: فرارو

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):	۹۵۰,۰۰۰ تومان
اشتراک یکساله با پست سفارشی (شهرستان):	۱,۲۰۰,۰۰۰ تومان
اشتراک یکساله نسخه الکترونیکی (فایل PDF):	۳۰۰,۰۰۰ 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 سه‌رودی شمالی، خیابان شهید توپچی، پلاک ۳۰
تلفن: ۸۸۵۱۶۷۹۹ (۱۰ خط) فکس: ۸۸۵۲۵۸۷۲ کد پستی: ۱۵۵۸۸۴۳۱۳

GLOBAL COTTON TRADE DOWN AS CHINESE IMPORTS SLUMP 65% IN 2024-25: ICAC

World cotton lint production for 2025 is estimated at 25.4 million tonnes, nearly unchanged from the previous season, surpassing global consumption by 392,000 tonnes, according to the International Cotton Advisory Committee (ICAC). Global trade fell 7.4 per cent to 9.1 million tonnes in 2024-25, mainly due to a 65 per cent decline in China's imports, offsetting gains elsewhere. Tariff escalations have reshaped

trade flows and forecasts, with lingering impacts expected into coming seasons. For 2025-26, global cotton area is projected at 30.4 million hectares, with yields averaging 835 kg per hectare—slightly above the decade average. Consumption will continue to be led by China (32 per cent), followed by India, Pakistan, Bangladesh, and Türkiye, together accounting for 76 per cent of global use, the ICAC said in a

press release.

Additionally, in the 2025-26 season, the top cotton lint producers are estimated to remain the same as last season, with slight changes in their world market share.

ICAC forecasts the Cotlook A Index for 2025-26 in the range of 62–91 cents per pound, with a midpoint of 74 cents, based on current supply and demand conditions.

BRAZIL COTTON PRICES HIT LOWEST REAL LEVEL SINCE 2009 IN OCTOBER

Cotton prices in Brazil continued their downward trend, reaching in October their lowest real-term level since October 2009, according to CEPEA/ESALQ. The decline is being driven by record domestic supply, weak consumption both locally and globally, lower dollar values, and reduced international quotations, which have narrowed export parity, as per the Centre for Advanced Studies on Applied Economics (CEPEA). Spot market activity remained limited, with trades mostly aimed at meeting immediate needs or supporting cash flow. Many market participants stayed focused on fulfilling existing term contracts, while producers concentrated on new grains crop activities. However, transactions for 2024-25 and 2025-26 cotton saw steady movement during the month, CEPEA said in its latest fortnightly report on the Brazilian cotton market.

The CEPEA/ESALQ Index (payment in 8 days) fell 4.63

per cent in October, averaging BRL 3.5176 (~\$0.66) per pound, down 5.16 per cent month-on-month and 12.7 per cent year-on-year. Export parity FAS rose 0.7 per cent in the period, reaching BRL 3.6129 per pound at Santos and BRL 3.6234 per pound at Paranaguá on October 31. The Cotlook A Index edged down 0.39 per cent to \$0.7740 per pound, while the US dollar gained 1.07 per cent against the Real, closing the month at BRL 5.381.

Global cotton area for 2025-26 is projected at 30.42 million hectares, down 0.64 per cent year-on-year, according to ICAC. Slightly higher yields are expected to keep world output stable at around 25.4 million tonnes. In Brazil, cotton area in 2025-26 is expected to rise 11.46 per cent, offsetting an estimated 4.92 per cent decline in productivity. This would result in output of around 3.921 million tonnes, an increase of 5.97 per cent compared to 2024-25.

ITALIAN TEXTILE MACHINERY ORDERS INDEX DECLINES IN Q3 2025

In the third quarter of 2025, the orders index for textile machinery – compiled by ACIMIT's Economics Department (the Association of Italian Textile Machinery Manufacturers) – recorded a 16% decrease compared to the same period in 2024. In absolute terms, the index stood at 41.8 points (base year 2021 = 100).

The decline reflects negative performances in both the domestic and foreign markets. Specifically, on the domestic market, orders fell by 17% compared to the same quarter of the previous year, with the absolute index value reaching 49.9 points.

Foreign orders also registered a 16% decrease compared to the third quarter of 2024, with an index value of 40.7 points. During the third quarter, the order

backlog ensured four months of guaranteed production, slightly up from 3.9 months recorded in the second quarter.

Marco Salvadè, president of ACIMIT, commented: "The ACIMIT survey outlines a business climate where overall demand remains weak. In Italy the decline in order intake reflects the difficult period the textile supply chain is currently experiencing." Mr. Salvadè added: "On foreign markets, however, we can see some signs of recovery. Although total order intake is still down compared to the first nine months of 2024, Italian textile machinery exports — based on official data for the first half of the year — show growth in some key markets such as India, Pakistan, and Egypt."

GERMANY'S ADIDAS ACHIEVES HIGHEST-EVER QUARTERLY SALES IN Q3 2025

German sportswear giant Adidas has reported record quarterly revenue of €6.63 billion (~\$7.69 billion) in the third quarter (Q3) of 2025—the highest in the company's history. The milestone was fuelled by robust brand performance and a 12 per cent rise in currency-neutral sales, supported by double-digit growth across all markets and improved profitability despite challenges from currency fluctuations and tariffs.

The strong Q3 performance was powered by double-digit increases across all key regions and categories. Footwear revenues rose 11 per

cent, led by significant gains in Running, Football, Training, and Specialist Sports.

Apparel sales surged 16 per cent, fuelled by momentum in Originals, Football, and Running, supported by differentiated and locally relevant collections. Accessories posted a 1 per cent increase.

Performance categories grew 17 per cent, led by strong traction in Running and Football. The brand's lifestyle business also expanded by 10 per cent, driven by enduring demand for its Terrace franchises, collaborations with Wales Bonner,

Oasis, Edison Chen, and market-specific activations, Adidas said in a press release.

Region-wise, revenues for the Adidas brand grew 12 per cent in Europe, 10 per cent in Greater China, 13 per cent in Emerging Markets, 21 per cent in Latin America, 11 per cent in Japan/South Korea, and 8 per cent in North America. Growth was consistent across all channels, with wholesale sales up 10 per cent, own retail up 13 per cent, and e-commerce surging 15 per cent—building on more than 25 per cent growth in the same quarter last year.

CHINESE FIRM TO INVEST \$19.72 MN TO SET UP APPAREL UNIT IN BANGLADESH

Chinese company October 4128 (BD) Ltd will invest \$19.72 million to set up a high-end garment manufacturing factory at the Bangladesh Export Processing Zone Authority (BEPZA) Economic Zone (BEPZA EZ) in Mirsharai, Chattogram.

Company managing director Mohammed Taufikul Ahsan and Mohammad Ashraful Kabir, BEPZA member in charge of in-



vestment promotion, signed the agreement.

The company will annually produce 3 million pieces of ski, snow sports, hunting and motor riders' gear, insulated win-

ter coats, down jackets and pants, rain gear, work wear, running wear, yoga wear and water sportswear.

The project is expected to create 2,788 jobs, according to domestic media outlets.

Forty nine companies, including October4128 (BD)

Ltd, have signed agreements so far to invest in the BEPZA EZ, with a total proposed investment of around \$1.08 billion. Of those, six have started production.

FOUR CONTRACTS WORTH \$65 MN SIGNED WITH CHINESE TEXTILE FIRMS IN EGYPT

Elsewedy Industrial Development has signed four contracts worth \$65 million with major Chinese textile companies to set up factories in Egypt's Sokhna 360 industrial city under the Suez Canal Economic Zone (SCZone).

SCZone comprises six seaports and four industrial zones and offers opportunities in manufacturing and logistics.

Elsewedy Industrial Development stems from Elsewedy Electric, a global leader with an 80-year legacy in the trade and manufacturing industries and a market capitalisation in excess of \$2.5 billion.

The agreements, formalised at the SCZone headquarters in Egypt's New Administrative Capital, involve investments spanning 238,000 square metres and are expected to create over 3,000 direct jobs.

SCZone chairman Waleed Gamal El-Din attributed the zone's appeal to its integrated infrastructure, strategic location and attractive investment incentives.

The zone is working to develop a comprehensive industrial ecosystem covering all textile production stages, from spinning and weaving to dyeing, finishing, and final manufacturing, Gamal El-Din was cited as saying by the state information service.

He added that attracting leading global textile firms is a step toward localising advanced technology, transferring expertise and creating quality jobs for Egyptian youth, aligning with the SCZone's vision to establish a specialized industrial and logistics platform supporting national economic growth and sustainable development.

SINGAPORE EDITION OF ITMA ASIA + CITME MAKES SUCCESSFUL PRESENTATION

7 November 2025 – The region's leading textile and garment technology exhibition, ITMA ASIA made a successful return to Singapore after two presentations in 2001 and 2005.

Combined with CITME, the four-day ITMA ASIA + CITME exhibition at the Singapore Expo concluded on 31 October 2025 with participants praising the international mix of visitors and strong turn-out of buyers from the region. From the supply side, the exhibition was well represented by companies from key textile technology manufacturing regions, thus offering buyers a balanced selection of solutions.

The Singapore exhibition attracted visitorship of over 26,600 from 109 countries and regions, reaffirming its reputation as the region's most influential showcase of textile and garment manufacturing technologies.

Some 92% of the visitors came from overseas, with

35% of them from South Asia and 30% from Southeast Asia. The top three visitor countries were: India (19%), China (11%) and Indonesia (10%). Other countries in the top 10 list included Bangladesh, Pakistan, Vietnam and Malaysia.

The show owners – CEMATEX (the European Committee of Textile Machinery Manufacturers), China Textile Machinery Association (CTMA), The Sub-Council of Textile Industry, CCPIT (CCPIT TEX) – attributed its strong showing to Singapore's ideal location, conducive business environment and seamless visitor experience. Mr Alex Zucchi, President of CEMATEX, said: "Exhibitor feedback has been very positive as the high-quality visitorship and serious business discussions are greatly appreciated. The exhibition has created a strong sense of optimism about the opportunities ahead amid current economic challenges."

ITMF & IAF CONCLUDE SUCCESSFUL JOINT CONVENTION 2025 IN YOGYAKARTA

The International Textile Manufacturers Federation (ITMF) and the International Apparel Federation (IAF) have successfully concluded their second joint convention, held this year in Yogyakarta, Indonesia. In close collaboration with the host Indonesian Textile Association (API), the event gathered over 400 delegates from around the world from across the entire textile and apparel value chain.

The conference program was met with great enthusiasm and fea-

tured a diverse range of high-level discussions on topics shaping the future of the global industry — including technology adoption, evolving legislation, fibre innovation, audit fatigue reduction, decarbonisation, AI applications, and the transformation of the Indonesian textile and apparel sector. The event also showcased innovation, sustainability, and collaboration through inspiring presentations by the winners of the ITMF Awards.

The success of the 2025 convention was made possible through the strong support of the Indonesian Textile Association (API) as well as PT Dan Liris and PT Pan Brothers, both ITMF and IAF member companies. Together, they showcased Indonesia's vibrant and forward-looking textile and apparel industry — projecting a positive and ambitious image of the country as a premier location for both textile and garment production.



*SINGAPORE EDITION OF ITMA ASIA + CITME MAKES SUCCESSFUL PRESENTATION

- The Singapore exhibition attracted visitorship of over 26,600 from 109 countries and regions, reaffirming its reputation as the region's most influential showcase of textile and garment manufacturing technologies. Some 92% of the visitors came from overseas, with 35% of them from South Asia and 30% from Southeast Asia...page63

*ITMF & IAF CONCLUDE SUCCESSFUL JOINT CONVENTION 2025 IN YOGYAKARTA

- The International Textile Manufacturers Federation (ITMF) and the International Apparel Federation (IAF) have successfully concluded their second joint convention, held this year in Yogyakarta, Indonesia. The event gathered over 400 delegates from around the world from across the entire textile and apparel value chain...page63

*CHINESE FIRM TO INVEST \$19.72 MN TO SET UP APPAREL UNIT IN BANGLADESH

- Chinese company October 4128 (BD) Ltd will invest \$19.72 million to set up a high-end garment manufacturing factory at the Bangladesh Export Processing Zone Authority (BEPZA) Economic Zone (BEPZA EZ) in Mirsharai, Chattogram....page62

*FOUR CONTRACTS WORTH \$65 MN SIGNED WITH CHINESE TEXTILE FIRMS IN EGYPT

- Elsewedy Industrial Development has signed four contracts worth \$65 million with major Chinese textile companies to set up factories in Egypt's Sokhna 360 industrial city under the Suez Canal Economic Zone (SCZone)...Page 62

*ITALIAN TEXTILE MACHINERY ORDERS INDEX DECLINES IN Q3 2025

- In the third quarter of 2025, the orders index for textile machinery – compiled by ACIMIT's Economics Department (the Association of Italian Textile Machinery Manufacturers) – recorded a 16% decrease compared to the same period in 2024...page61

*GERMANY'S ADIDAS ACHIEVES HIGHEST-EVER QUARTERLY SALES IN Q3 2025

- German sportswear giant Adidas has reported record quarterly revenue of €6.63 billion (~\$7.69 billion) in the third quarter (Q3) of 2025—the highest in the company's history. The milestone was fuelled by robust brand performance and a 12 per cent rise in currency-neutral sales...page61

*GLOBAL COTTON TRADE DOWN AS CHINESE IMPORTS SLUMP 65% IN 2024-25: ICAC

- World cotton lint production for 2025 is estimated at 25.4 million tonnes, nearly unchanged from the previous season, surpassing global consumption by 392,000 tonnes, according to the International Cotton Advisory Committee (ICAC). Global trade fell 7.4 per cent to 9.1 million tonnes in 2024-25, mainly due to a 65 per cent decline in China's imports...page60

*BRAZIL COTTON PRICES HIT LOWEST REAL LEVEL SINCE 2009 IN OCTOBER

-The decline is being driven by record domestic supply, weak consumption both locally and globally, lower dollar values, and reduced international quotations, which have narrowed export parity...page60

Holder of License & Chairman: Jamshid Bassiri

Executive Director: Alireza Hashemi

Scientific Advisors: Mohammad Nikpanje

Design: HamidReza Ghaemi

Layout: Tarh Saz Gohar

Public Relations Officer: Saeedeh Shakoori

Coordination: Hossein Kiani

Colleagues of this Issue: Nima Bassiri, Nasrin Masoumi, Abbas Bayat, Leila Sharif, Motahare kheradmandan, Sara Torabi, Azadeh Mohebi

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**

تحول در کیفیت الیاف مصنوعی

از شما دعوت می‌شود از غرفه شرکت **آرمان شیمی افروز** در سی و یکمین
نمایشگاه بین‌المللی صنعت نساجی دیدن فرمایید.
سالن ۸۳۱ - غرفه ۳۰
۱۲-۱۵ دی ماه ۱۴۰۴
محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران

مزایای رقابتی:

- افزایش استحکام الیاف
- کاهش هزینه‌های تولید
- سازگاری با محیط زیست

لیست مواد:

- نرمکن کاتیونیک
- آنتی‌استاتیک
- روغن اسپین‌فینیش

"برای مشاوره تخصصی با ما تماس بگیرید"

۰۲۱-۴۱۹۹۴



۰۹۹۱۲۷۰۷۴۴۲



www.armanchemie.com



آدرس: تهران، شهرک غرب، خیابان گلها، خیابان توحید یکم، پلاک ۱۳۷



www.laferspa.com

نامی آشنا در تکمیل پارچه

Lafer

SPA
ideas for better fabric

دستگاه کامپکت - دستگاه برس
Sueding - Compacting

دستگاه تیغ - دستگاه خار
Raising - Shearing



رمز ماندگاری ما، موفقیت شما است.



NedTex Co, Ltd

نماینده گی و پشتیبانی در ایران

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

ویژه: ۵۵۶۰ ۹۱۰۳ (۰۲۱)

WINNERS@NedTex.biz





محصولات بی همتا

تولید بدون وقفه

دستگاه های ارزنده

خدمات و پشتیبانی ممتاز ما

تقديم به شما



رمز ماندگاری ما، موفقیت شما است.



NedTex Co, Ltd

نماینده گی و پشتیبانی در ایران

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

ویژه: ۹۱۰۳ ۵۵۶۰ (۰۲۱)

WINNERS@NedTex.biz





- طراحی مشاوره ساخت
- تجهیزات تهویه صنعتی:
- صنایع نساجی، تهویه مترو
- و فیلتراسیون صنعتی
- فن های محوری
- هوا شور (Air washer)
- انواع فیلتر های هوا
- انواع دمپر و لوور



محصولات :

- فن های محوری از قطر ۸۰۰ تا ۱۶۰۰ میلی متر و از دبی ۸۰۰۰ تا ۱۵۰۰۰۰ متر مکعب در ساعت با قابلیت تغییر زاویه پره جهت دستیابی به دبی و اختلاف فشار مورد نیاز
- انواع دریچه های تنظیم هوا و دمپر در سایزهای متنوع بنابر سفارش بدنه از جنس ورق گالوانیزه و بلید از جنس آلومینیوم اکستروود.
- رادیاتورهای فولادی بدون فین جهت استفاده آب گرم - بخار یا روغن
- انواع فیلترهای هوا از نوع روتاری اتوماتیک و استاتیک در سایز و ظرفیتهای متنوع
- هواساز جهت تهویه صنایع نساجی و دیگر نیازهای صنعتی
- هواشورهای اشباع و فوق اشباع جهت مترو و موارد خاص
- درب های بازدید دوجداره
- افشانک، قطره گیر، هادی هوا



کیمیانساج همراه تولید هم قدم کیفیت

وارد کننده رنگهای دیسپرس و راکتیو

تولید کننده مواد تعاونی

- انواع نرمکن سیلیکونی (میکرو)
- نرمکن کاتیونیک پرک - خمیری
- نرمکن دوخت
- انواع صابون ها (پخت، حلال دار، پششور و ریداکشن)
- آنزیم پرز بر
- فیکسه کننده
- دیسپرس کننده (پودری - مایع)
- آنتی استاتیک
- سختی گیر
- نفوذ دهنده
- یکنواخت کننده راکتیو
- ضد کف
- ضد شکست

تلفن: ۰۲۱-۶۶۶۹۸۵۷ / ۰۲۱-۶۶۶۵۵۵۰۲ / ۰۲۱-۶۶۶۹۹۷۲۰
۰۲۱-۶۶۶۵۵۰۳۷ / ۰۲۱-۶۶۶۸۸۳۷۷

تهران - شهرک اکباتان، کوی بیمه،
خیابان شهید فلسفی (بیمه چهارم)،
پلاک ۱۰۵، ساختمان میلا، طبقه ۶، واحد ۱۲



تلفن: ۰۲۱-۶۶۶۹۹۷۲۰

کد پستی: ۱۳۹۳۸۷۳۱۳۶

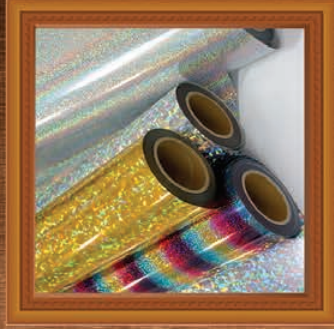
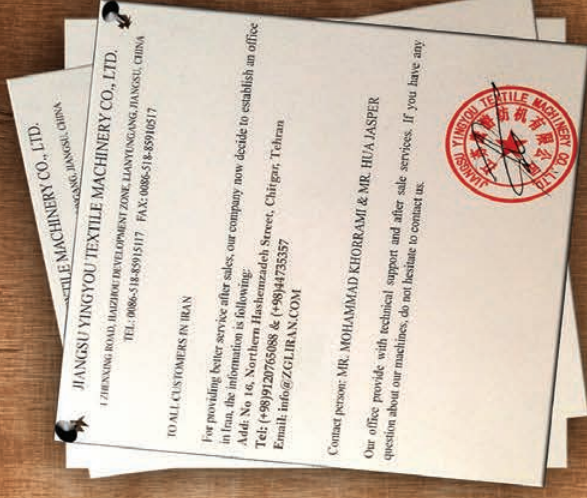
kimiyanasaj.m@gmail.com

www.kimiyanasaj.com

kimiyanasaj.m

ماشین آلات خطوط تولید پتو، انواع مخمل، حوله، پولوش، خز و چرم مصنوعی

ZGL
SUTO
制造



ZGLIRAN



ZGLIRAN



www.ZGLIRAN.com



www.ZGLIRAN.ir

- ❖ انواع چسب و مواد لمینت، برنزینگ، کوتینگ و ...
- ❖ انواع فیلم، فویل، پیگمنت و کاغذ چاپ ترنسفر
- ❖ انواع رنگ و جوهر چاپ، دیسشارژ، روغن
- ❖ مواد شیمیایی نساجی

- ❖ ماشین آلات و قطعات یدکی نساجی
- ❖ انواع ماشین های چله پیچی و بافت
- ❖ ماشین های خار، پولیش، تیغ، امباس و ...
- ❖ انواع چاپ تخت و روتاری، استتر، استیمر، شست شو، خشک کن و ...

دفتر ایران: تهران - چیتگر - هاشم زاده شمالی پلاک ۱۶ - تلفن: ۰۹۱۲۰۷۶۵۰۸۸ - ۴۴۷۳۵۳۵۷ - ایمیل: info@ZGLIRAN.com

مهندس محمد خرمی



آسیاتکس

تولیدکننده الیاف پلی استر

www.asiatex.ir

الیاف پلی استر کتان تایپ و سالید

ساخته شده از مواد نو، بازیافتی و ترکیبی از هر دو

مورد مصرف صنایع ریسندگی، فرش، موکت
پتو، انواع کفپوش، ایزوگام، پرکننده ها
لایه پلی استر، منسوجات بی بافت و فیلتراسیون



■ دفتر مرکزی و کارخانه: دلیجان، کیلومتر ۵ جاده اصفهان، شهرک صنعتی دلیجان، خیابان صنعتگران شمالی
شماره پستی: ۳۷۹۹۱۵۴۷۱۸ | تلفن: ۰۸-۴۴۴۳۳۶۹۰ (۰۸۶)
شرکت نساجی آسیا

■ دفتر تهران: خیابان بخارست، خیابان پنجم، پلاک ۱۵، ساختمان پارس، طبقه ۲، واحد ۹
شماره پستی: ۱۵۱۳۷۱۸۶۳۳ | تلفن: ۰۲۱-۸۸۱۰۸۰۶۱۰۳ (۰۲۱) | پست الکترونیکی: info@asiatex.ir



شرکت هیراد کارا

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



خدمات پاک کردن (از بین بردن لاک شابلون های استفاده شده)
جهت عکاسی و طراحی جدید با استفاده از دستگاه لیزر

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: ۰۲۱-۵۶۷۱۵۱۰۷-۸ ۰۲۱-۵۶۷۱۲۷۹۷ فکس: ۰۲۱-۵۶۷۱۲۷۹۸

فروش: ۰۹۱۲-۰۴۵۳۵۰۰ ارسال طرح: ۰۹۹۰-۵۳۳۵۳۴۲