

کهن

مجله بین المللی اختصاصی صنعت نساجی ایران
دو ماهنامه علمی، پژوهشی، خبری، اطلاع رسانی
سال ۱۷ . شماره ۸۷ . مرداد ۱۴۰۳ . قیمت ۸۰۰۰ تومان

کاوان شیمه سورن

تولیدکننده مواد شیمیایی
صنایع الیاف مصنوعی و نساجی

کارخانه: شهرک صنعتی اشتهارد، بلوار ملاصدرا غربی
خیابان دماوند ۴، قطعه ۵۲۰۲
همراه: ۰۹۱۲-۸۹۰ ۲۴۱۲ | www.kavanchemie.com





رمز ماندگاری ما، موفقیت شما است.



NedTex Co, Ltd

نماینده‌گی و پشتیبانی در ایران

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

ویژه: ۵۵۶۰ ۹۱۰۳ (۰۲۱)

WINNERS@NedTex.biz



OYAZ
TEXTILE

کیفیتی به بزرگی یک راز

بزرگترین تولید کننده انواع پارچه های رو مبلی و پرده ایی



دفتر مرکزی: تهران، میدان آرژانتین، خیابان احمد قصیر، کوچه نهم، پلاک 7 ۰۲۱-۸۸۵۵۶۲۵۰
کارخانه: قرچک، کمربندی جنوبی، شهرک صنعتی قرچک، بلوار صنعت، پیشرفت 2 ۰۲۱-۳۴۲۶۱۰۰۰

فرش بهشتی
Beheshti Carpet



فرش بهشتی، تنوعی از طرح و نقش

www.beheshticarpet.com

+ 9 8 2 1 - 4 1 1 7 3

FAMA®

Working hours

Monday - Friday: 9.00 - 18.00

Weekend: Holiday

Call anytime/send email

+90 (546) 745 94 18

www.famatransfer.com.tr

info@famatransfer.com.tr



- شرکت تولیدی و بازرگانی فاما ترانسفر واقع در ترکیه با بیش از ۲۰ سال سابقه در صنعت چاپ نساجی و پوشاک

- تامین کننده و صادر کننده مواد اولیه در صنعت چاپ از جمله جوهر، مواد شیمیایی مورد استفاده در صنعت فرش، انواع کاغذ، لوازم یدکی و ماشین آلات

- توزیع کننده مارک های شناخته شده ترکیه ای و ایتالیایی تولید جوهر در ایران

- توزیع کننده لوازم یدکی دستگاه های چاپ صنعتی اتریشی در ایران

- تامین کالاهای مورد نیاز مشتریان از کشورهای مختلف در سراسر دنیا و صادرات کالا به ایران

گروه مهندسی و بازرگانی معتمدتکس



MOTAMEDTEX

قطعات یدکی ماشین آلات بافندگی فرش تولید شده در گروه مهندسی و بازرگانی معتمدتکس ساخته شده از آلیاژهای آلمانی با ضمانت یکساله



انواع کالسکه ای



انواع قیچی



انواع ریپر و گریپر

و تامین قطعات یدکی دیگر



سی ال برد



موتور
رزرو پود



مودول
M5 , M6



آسانسوری
و بند مودول



نیدل
برینگ



برد ژاکارد



جهت مشاهده دیگر قطعات یدکی به سایت معتمدتکس مراجعه یا کد QR را اسکن کنید

WWW.MOTAMEDTEX.COM

مشاوره و فروش ماشین آلات بافندگی فرش



مشاوره و فروش ماشین آلات تمام اتوماتیک بسته بندی فرش ماشینی **آنماک**
معتمدتکس نماینده رسمی و انحصاری **Anmak** در ایران
Makine ve Tekstil San. Tic. A.Ş.



دستگاه وکیوم



دستگاه بسته بندی



دستگاه رول کننده



برای دیدن این خط تمام اتوماتیک
به سایت معتمدتکس مراجعه یا کد QR را اسکن کنید

+90 552 374 9272

manager@motamedtex.com

WWW.MOTAMEDTEX.COM

معتمدتکس پیشرو در ماشین آلات نساجی



MOTAMEDTEX



کنفرانس مدیریت آب و بازچرخانی پساب در صنعت

Conference on Water Management and Wastewater Recycling in the Industry

با حضور اساتید و متخصصین بین المللی



Ardalan Farrokhzad
مدیرفروش بین المللی
شرکت Green Chemicals ترکیه



Ünlü Deniz
مهندس محیط زیست
مدیر توسعه تجاری شرکت
Atech ترکیه



Mehmet Kaçmaz
مهندس شیمی مواد از دانشگاه
لپستان و مهندس فرایند شرکت
Newan Kimya ترکیه



Christain Borner
مدیر بخش بین المللی
شرکت Mutag Biochip آلمان



Prof. İncel Hayrettin Güçlü
استاد دپارتمان علوم محیط زیست
دانشگاه استانبول

محورهای کنفرانس

- ✓ مدیریت بحران کمبود آب
- ✓ افزایش آلایندهای آب و راهکارهای حذف آن
- ✓ بهبود و افزایش راندمان سیستم های AAT
- ✓ جایگزینی سیستم های تصفیه Mutag به جای MBBR
- ✓ بازچرخانی مقرون به صرفه پساب صنعتی به فرآیند تولید
- ✓ نصب و راه اندازی سیستم های UF+RO و MBR+RO برای بازچرخانی پساب در صنعت

ویژه صنایع نفت، پتروشیمی، فولاد، الومینیوم، نساجی، پوشاک و صنایع غذایی

۷ و ۶ شهریور ماه ۱۴۰۳ ساعت ۸ الی ۱۸ عصر

زمان برگزاری:

سالن همایش های شهدای سازمان محیط زیست

مکان برگزاری:

ثبت نام رویداد: <https://Oyaz.co/Event> ۰۲۱۳۴۲۶۱۱۰۲

ثبت نام رویداد:





استاندارد های تخصصی و صادراتی فرش ماشینی

- ✓ ارزیابی انطباق مواد اولیه و محصول با مقررات مواد شیمیایی اتحادیه اروپا
- ✓ ممیزی و ارایه گواهینامه های استاندارد OEKO-TEX
- ✓ آزمون و گواهی ویژگی ضد میکروب، ضد باکتری و قارچ و
- ✓ برجسب گذاری CE (شماره 0534) و اجرای آزمون های مرتبط
- ✓ کلاس بندی درجه لوکس بودن فرش و کفیوش
- ✓ مقاومت در برابر شوینده های متداول کلر دار شامپو ها و ...
- ✓ ارزیابی مقاومت فرش در برابر اشعه فرابنفش
- ✓ ویژگی های ثابت رنگی (سایش، مرطوب، نور)
- ✓ ویژگی های جذب صوت (اکوستیک) فرش و کفیوش ها
- ✓ قابلیت استفاده از فرش بر روی پله ها
- ✓ آزمون مواد خطرناک و ممنوعه مانند رنگزاهای آزو در محصول
- ✓ ویژگی آتش گیری فرش ماشینی و کلاس بندی مرتبط
- ✓ آزمون گازهای منتشره و دود زایی فرش ماشینی
- ✓ ارزیابی ویژگی پاخوردگی و کلاس بندی مصرف فرش ماشینی
- ✓ ویژگی آنتی استاتیک فرش ماشینی
- ✓ آزمون انتقال حرارت از کف در فرش های ماشینی
- ✓ رفتار فرش ماشینی در برابر صندلی چرخدار

برای دریافت اطلاعات بیشتر و کسب گواهینامه استانداردهای تخصصی و صادراتی فرش ماشینی با نماینده رسمی این سازمان در ایران جناب آقای دکتر احسان اکرامی در تماس باشید.

☎ ۰۰۹۸-۹۱۲۰۲۴۸۰۶۷

✉ ehsan.ekrami@oeti.biz

🌐 www.oeti.biz

فهرست

۱۲	استراتژی جدید شرکت آراز در زمینه صادرات محصولات
۱۴	نمایشگاه نساجی اصفهان: پیشرفت چشمگیر و حضور گسترده
۱۸	گزارش صنعت نساجی و پوشاک ترکیه
۳۲	نمایشگاه فرش قازی آنتپ ۲۰۲۴: رویدادی موفق با چشم‌اندازهای امیدوارکننده برای آینده
۳۴	موانع و راهکارهای توسعه صادرات در صنعت فرش ماشینی ایران



صنعت مد به سوی یک تریلیون دلار تا سال ۲۰۲۷ حرکت می‌کند

صنعت مد و فشن پس از دو سال رکود به دلیل تورم و کاهش قدرت خرید مصرف‌کنندگان، دوباره روند صعودی خود را آغاز کرده است.

نمایشگاه اصفهان فرصتی برای نشست‌های ارزشمند و بین‌المللی

آقای رضا مشیری رئیس هیئت مدیره و آقای سیامک ممیز مدیر فروش شرکت اطلس شیمی رزین: نمایشگاه اصفهان یکی از بهترین نمایشگاه‌هایی است که همیشه به خوبی برگزار می‌شود.



پنجاه و نهمین مجمع عمومی انجمن صنایع نساجی ایران

در حاشیه این مجمع و پس از ارائه گزارش‌های فعالیت و تصویب موارد قانونی و همچنین پخش فیلم‌های متنوع از فعالیت‌های دبیرخانه انجمن، بخشی به تقدیر از روسا و دبیران سابق انجمن اختصاص یافت که به دنبال آن از شرکتهایی که بیش از ۴۰ سال سابقه عضویت...



مجله نساجی کهن

مجله بین المللی اختصاصی صنعت نساجی ایران
دو ماهنامه علمی، پژوهشی، خبری، اطلاع رسانی
سال ۱۷. شماره ۸۷. مرداد ۱۴۰۳

صاحب امتیاز، مدیر مسئول و سردبیر:
بهنام قاسمی

مدیر بازرگانی و روابط عمومی: محبوبه قایدی
نویسندگان و همکاران این شماره: دکتر امیررضا باوذر
- مهندس قاسم حیدری- کامبیز مقراضی - دکتر کامران

داوری نیکو رایزن - احسان اکرامی
امور تبلیغات: الهام حبیبی

طراحی و صفحه آرا: سحر عصار

وب سایت: www.kohanjournal.com

پست الکترونیک: info@kohanjournal.com

آدرس: تهران صندوق پستی ۱۶۷۶۵-۴۶۵

چاپخانه: چاپ دیجیتال ایران کهن

- مجله نساجی کهن در انتخاب و ویرایش مطالب ارسالی آزاد می باشد.
- استفاده از مطالب و تصاویر مجله مهن با ذکر منبع بلامانع است.
- مجله نساجی کهن آماده دریافت و انتشار مقالات و دیدگاه های صاحب نظران، همکاران و کارشناسان صنعت فرش ماشینی و نساجی و نیز کارشناسان حوزه اقتصادی می باشد.
- مطالب ترجمه شده ارسالی باید با یک نسخه از متن اصلی همراه باشد.

۴۶

بهبود صنعت نساجی ایران: درس هایی از ترکیه و راهکارهای پیشنهادی

۵۰

تحول در تولید نخ BCF توسط شرکت Oerlikon Neumag

۵۲

فرافن هوا: نوآوری در صنعت هوای فشرده برای صنعت نساجی

۵۴

اندازه گیری عسلک پنبه جهت ارتقای کیفیت پنبه کشت شده در کشور

۶۲

کاهش صادرات صنعت نساجی ترکیه در نیمه اول سال ۲۰۲۴

۶۴

تولید نخ پلی استر در چهارمحال و بختیاری ۲۰ درصد رشد یافت

۶۸

فرش تبریز، مسافر ویژه المپیک ۲۰۲۴ فرانسه

۷۰

ریچارد آر کرایت پیشگام انقلاب صنعتی و پدر سیستم کارخانه های مدرن

۷۶

نقش طراح محصول در تجربه کاربر و توسعه محصول

طراح محصول، مسئول تجربه ی کاربر یک محصول بوده و معمولاً اهداف کسب و کار از دید مدیر محصول دنبال می شود و نقش مهمی در مراحل اصلی توسعه محصول دارد.



انتظارات فعالان صنعت نساجی از دولت جدید

فعالان صنعت نساجی ایران، از دولت جدید خواستار اقداماتی برای رفع چالش های کلیدی این صنعت هستند.

۸۳



• نظرات طرح شده در مقالات و مصاحبه ها لزوما دیدگاه مجله نساجی کهن نمی باشد.

• مجله کهن به صورت الکترونیکی و از طریق مراجعه به سایت مجله کهن قابل دسترسی و دانلود است.

www.instagram.com/kohanjournal





استراتژی جدید شرکت آراز در زمینه صادرات محصولات

میثم جواهری پور مدیرعامل گروه صنعتی بازرگانی آراز 

نوآوری و کیفیت در قطعات و تجهیزات نساجی با استراتژی جهانی

جولا (گروه صنعتی بازرگانی آراز) در حوزه ماشین‌آلات گردبافی و قطعات و تجهیزات فعالیت میکند. ما در حال حاضر صاحب برند تجاری "جولا" هستیم و تعدادی محصول با تکنولوژی بالا را تولید می‌کنیم که به کاهش ضایعات و بهبود مدیریت کارخانه‌ها کمک می‌کنند. این محصولات توسط مهندسين و

متخصصین شرکت جولا طراحی شده‌اند. برند جولا در حوزه قطعات و تجهیزات نساجی ماشین‌آلات گردباف به عنوان یک برند جهانی شناخته می‌شود. با وجود مشکلات حاکم بر شرایط صادراتی کنونی کشورمان، ما استراتژی‌های جدیدی را در نظر گرفته‌ایم. به تازگی شرکت جدیدی در استانبول تأسیس کرده‌ایم تا بتوانیم فعالیت‌های صادراتی خود را بدون مشکلات تحریمی ادامه دهیم.

راهبرد صادراتی به بازارهای جهانی از آفریقا تا آسیا

با توجه به متمرکز شدن فعالیت صنعت نساجی در کشورهای در حال توسعه، ما هم هدف صادراتی خود را بازارهای آفریقا، آمریکای مرکزی، آمریکای جنوبی و شرق آسیا قرار دادیم. این مناطق پتانسیل خوبی برای صادرات محصولات ما محسوب می شوند.

حضور ما در نمایشگاه‌های بین‌المللی جزء استراتژی‌های ماست و ما سعی داریم در این پلتفرم‌ها به دنبال همکاری‌های جدید با شرکت‌های بین‌المللی باشیم.

صنعت نساجی خود تعریف کرده است، در آینده پیشرفت قابل توجهی خواهد کرد.

از این رو، ما کشور ترکیه را به عنوان پایگاه صادراتی خود انتخاب کرده ایم. صنعت نساجی قدرتمند این کشور به عنوان یکی از دلایل اصلی انتخاب ماست.

ما امیدواریم که از نمایشگاه‌هایی که در آن‌ها شرکت کرده‌ایم بهره‌مند شویم و از این محفل‌ها برای توسعه کسب و کارمان استفاده کنیم.

ترکیه با سرمایه‌گذاری قوی خود در صنعت نساجی، به یکی از مقصدهای مهم صادراتی ما تبدیل شده است و ما از این استراتژیک بودن آن استفاده می‌کنیم.

حضور فعالان شما در این حوزه، به‌ویژه رسانه‌ها و افراد فعال در صنعت نساجی، برای ما امیدواری ایجاد می‌کند.

ما همیشه از تلاش‌ها و مشاوره‌های آنان استقبال کرده‌ایم که باعث شده تا محصولات و دستگاه‌های ما به استانداردهای جهانی برسند. ما این پیشرفت را به صنعت نساجی کشورمان نسبت می‌دهیم.

ما امیدواریم که از نمایشگاه‌هایی که در آن‌ها شرکت کرده‌ایم بهره‌مند شویم و از این محفل‌ها برای توسعه کسب و کارمان استفاده کنیم.

ترکیه با سرمایه‌گذاری قوی خود در صنعت نساجی، به یکی از مقصدهای مهم صادراتی ما تبدیل شده است و ما از این استراتژیک بودن آن استفاده می‌کنیم.

حقیقت این است که من فکر می‌کنم نمایشگاه ITM استانبول، با توجه به استراتژی‌هایی که ترکیه برای





نمایشگاه نساجی اصفهان: پیشرفت چشمگیر و حضور گسترده

آقای محمدعلی مشک فروش مدیر بازرگانی شرکت گل انداز 

شرکت ما در حوزه ریسندگی نخ الیاف کوتاه با دو سیستم رینگ و اوپنات فعال هست و حدود ۳۰ سال است که در این حوزه فعالیت می‌کنیم. توانایی ما در تولید نخ‌های اسلاب و کر به خصوص در نمرات ضخیم، ما را از دیگر همکاران متمایز می‌کند.

نمایشگاه اصفهان: پتانسیل رونق صنعت نساجی

نمایشگاه امسال بسیار خوب بود و نسبت به سال‌های قبل که در اصفهان برگزار می‌شد، تعداد شرکت‌کنندگان بیشتری حضور داشتند.

در حاشیه نمایشگاه نساجی اصفهان، فرصتی پیش آمد تا با آقای محمدعلی مشک فروش، مدیر بازرگانی شرکت گل انداز، گفت‌وگویی داشته باشیم. ایشان با تجربه‌ای طولانی در صنعت نساجی، دیدگاه‌های خود را در مورد وضعیت کنونی نمایشگاه، نقاط قوت و چالش‌های پیش روی صنعت نساجی ایران با ما در میان گذاشتند.

آقای مشک فروش تاکید داشتند که نمایشگاه اصفهان پس از تهران، بهترین نمایشگاه نساجی کشور است و به نقش کلیدی آن در رونق و پیشرفت این صنعت اشاره کردند.

تقریباً می‌توانم بگویم که سالن نمایشگاه پر بود و این موضوع به نفع همه شرکت‌کنندگان است. امیدوارم که هر سال بهتر از سال قبل شود. طبق تجربه‌ای که ما داشتیم، نمایشگاه اصفهان همیشه بعد از تهران بهترین نمایشگاه نساجی در کشور است. در شهرهای دیگر نیز شرکت داشته‌ایم، اما اصفهان بعد از تهران بهترین بوده است.

از دیگر مشکلات این صنعت که در واقع مشکل اصلی همه صنایع است، مشکل برق و قطعی‌های برق است که به شدت به ما ضرر می‌زند.

امسال نمایشگاه اصفهان خیلی بهتر از سال‌های پیش بود. از همه بخش‌ها از جمله الیاف، ماشین‌سازی‌ها، قطعات ریسندگی و بافندگی شرکت‌کننده داشتیم.

نسبت به هر سالی که ما می‌آمدیم، امسال اکثر غرفه‌ها قوی شرکت کردند و شرکت‌های بزرگ حضور داشتند. این اتفاق هر سال قطعاً به پیشرفت کل صنعت کمک می‌کند. نقطه قوت این نمایشگاه، تجربه طولانی این شهر در صنعت نساجی است که از قبل انقلاب وجود داشته است.

نقطه ضعف صنعت نساجی ایران

یکی از نقاط ضعف اصلی این صنعت، نبود نگاه کلان به کل زنجیره تولید از مزارع پنبه یا پتروشیمی‌ها تا تولید پوشاک است. تصمیمات جزیره‌ای که هر بار گرفته می‌شود، یکی از زنجیره‌های تولید را متضرر می‌کند.

این مسئله باعث کاهش راندمان و خسارت‌های مالی به دلیل خراب شدن قطعات الکترونیک می‌شود. مشکل دیگری که همه صنایع با آن روبرو هستند، مشکل نبود نیروی انسانی متخصص است. در صنعت نساجی نیز، نبود نگاه کلی به کل سیستم مشکل‌ساز است. مشکل دیگر ممنوعیت در واردات است که اگر قرار است ممنوعیتی در واردات وجود داشته باشد، باید در کل زنجیره اعمال شود تا همه بتوانند با هم و در کنار هم رقابت کنیم.



شیمه فرآیند مهر آریا



تهران، سعادت آباد، بالاتراز میدان کاج،
کوچه علی اکبر ۱۲، بهزاد جنوبی، پلاک ۱۲ واحد ۸
No12, South Behzad, East Sarv, Kaj SQ
Sa'adatabad, Tehran



www.chemifarayand.com



info@chemifarayand.com



۰۹۱۲۰۳۸۳۲۰۰-۰۹۹۱۴۶۴۵۸۱۴۶



مدیریت: ۲۲۱۴۷۸۷۱

سفارشات: ۲۲۱۴۷۸۷۰

مالی و حسابداری: ۲۲۰۹۶۵۰۸-۲۲۱۱۷۶۴۵

کارشناسان فروش: ۲۲۱۱۷۶۴۳ - ۲۲۱۱۷۷۶۱

۲۲۱۴۷۸۶۷ - ۲۲۱۴۷۸۶۹



HINZA CHEMICAL

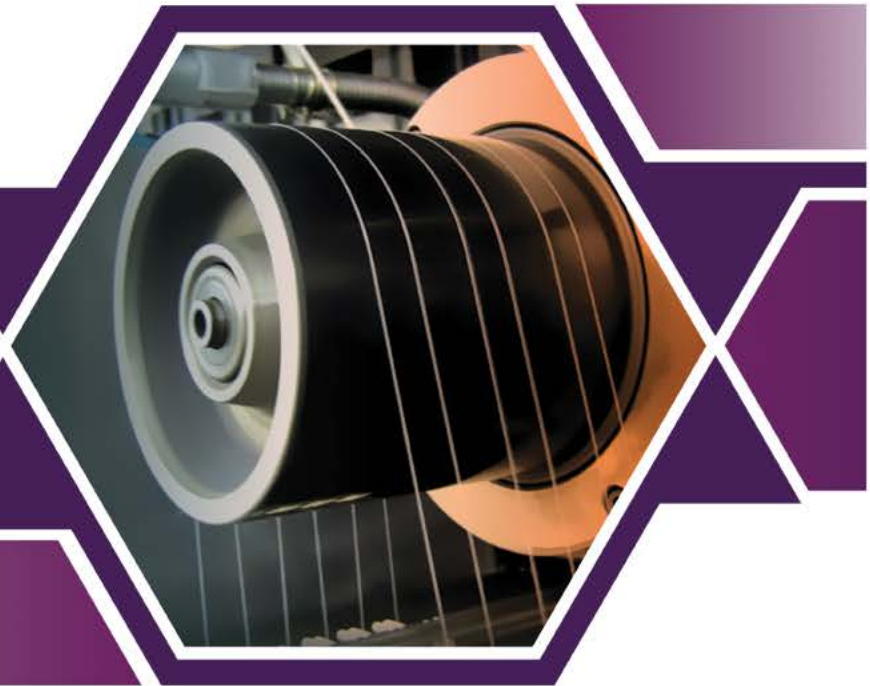
شرکت تولیدی و صنعتی هینزا شیمی

 [hinzachemical](#)

 [hinza-chemical](#)

 www.hinzachemical.com

تولید کننده انواع
روغن های اسپین فینیش



روغن اسپین فینیش مخصوص نخ POY


روغن اسپین فینیش مخصوص نخ BCF پلی استر

روغن اسپین فینیش مخصوص نخ BCF پلی پروپیلن

روغن اسپین فینیش مخصوص نخ CF برای مصرف گونی

روغن اسپین فینیش مخصوص موکت و لایه های پلی استر

سهرودی شمالی-خ خرمشهر-خ مرغاب-پلاک ۷- واحد ۹

۰۲۱-۸۸۵۲۶۰۳۹-۸۸۵۲۲۵۴۹ 





گزارش صنعت نساجی و پوشاک ترکیه

نویسنده: دکتر کامران داوری نیکو رایزن بازرگانی ایران در ترکیه



آشنایی با صنعت نساجی و پوشاک ترکیه

امروزه صنعت نساجی و پوشاک آماده ترکیه عمدتاً صادرات محور است و ظرفیت فعلی بسیار بالاتر از تقاضای داخلی است. ارتباط بین دولت اقتصاد ترکیه و صنعت نساجی پوشاک ترکیه رابطه ای دوسویه است و جمهوری ترکیه به مراتب بیش از آنچه که به این صنایع تزریق کرده از منافع خروجیها و سرریزهای اقتصادی اجتماعی و سیاسی آن بهره مند شده است.

بخش نساجی و پوشاک آماده در جمهوری ترکیه با سیاست توسعه صادرات محور که در سال ۱۹۸۰ اجرا شد به سرعت رشد کرد و از آن زمان سرمایه گذاری در این بخش افزایش یافت در نگاه کلان اقتصادی نساجی و پوشاک آماده یکی از پیشران های مهم ترکیه از نظر تولید ناخالص داخلی میزان، اشتغال سرمایه گذاری سهم در تولید و صادرات و منبع ورود ارز به ترکیه است.

نیز انجام میشود اگرچه ترکیه هفتمین تولید کننده بزرگ پنبه در جهان در سالهای ۲۰۲۱ و ۲۰۲۲ بود؛ لکن تولید داخلی پنبه پاسخگوی نیاز داخلی نیست و به همین دلیل رتبه چهارم واردات پنبه جهان را دارد. البته بخشی از این نیاز در سالهای اخیر با کشت فراسرزمینی در کشورهای آفریقایی مرتفع میشود.



صنعت پوشاک آماده ترکیه با سهم حدود ۳,۹ درصدی تا سال ۲۰۲۳ پنجمین صادر کننده بزرگ پوشاک آماده در جهان است. ترکیه در صادرات پوشاک آماده به کشورهای اتحادیه اروپا پس از چین و بنگلادش رتبه سوم را داشته است.

وزن عمده تولید بر دوش شرکتهای کوچک و متوسط است. بیش از ۱۴۰۰۰۰۰ نفر در ۷۲۰۰۰ شرکت نساجی و پوشاک طبق آمار رسمی فعالیت می کنند جمهوری ترکیه بیشترین میزان فروش در محصولات مد اسلامی را در بین خریداران جهانی داراست.

استانبول و ازمیر با مراکز خرید متعدد و حضور برندهای ترک و خارجی در حال تبدیل شدن به پایتخت مد جدید در کنار شهرهای، پاریس، میلان نیویورک و لندن هستند به موازات فعالیتهای بازاریابی بین الملل قرارداد تجارت آزاد میان ترکیه و اتحادیه اروپا از سال ۱۹۹۶ فعالیت شرکتهای ترکیه ای را تسهیل کرده است.

اکثر محصولات پوشاک آماده تولید شده در ترکیه را محصولات پنبه ای تشکیل میدهند اگرچه نیاز این بخش به مواد اولیه و کالاهای واسطه ای مانند پنبه پشم نخ و پارچه تا حد زیادی در داخل تامین میشود اما میزان قابل توجهی از واردات

از مزایای اصلی این بخش میتوان به تحویل سریع نزدیکی به بازارهای هدف دانش فنی اجتماعی و اداری، تجربه طیف وسیع محصول و ظرفیت طراحی اشاره کرد شرکت های بزرگ در صنعت پوشاک آماده اخیراً بر ایجاد فروشگاه های داخلی و خارجی تمرکز کرده اند.

صنعت پوشاک آماده ترکیه دارای ساختار تولیدی منعطف است و با تطبیق با روندهای مد روز، قادر به تولید محصولات مد روز با ارزش افزوده بالا شده است توان پاسخ سریع به تقاضا و شرایط تحویل انعطاف پذیر سفارشات مزیت رقابتی نساجی و پوشاک ترکیه است، بعلاوه، زمان تحویل کوتاه این امکان را فراهم می‌آورد که خرده فروشان با حداقل موجودی بطور موثر فعالیت کنند.

مروری بر سیر توسعه تجارت خارجی ترکیه در صنعت پوشاک

صادرات پوشاک آماده که در سال های ۲۰۰۵ و ۲۰۰۶ حدود ۱۱.۵ میلیارد دلار بود در سال ۲۰۱۰ به ۱۲/۴ میلیارد دلار رسید.

در سال ۲۰۱۴ صادرات این بخش ۸,۷ درصد نسبت به سال قبل افزایش یافت و به ۱۶,۳ میلیارد دلار بالاترین سطح قبل از پاندمی رسید روند افزایشی صادرات پوشاک آماده ترکیه در سالهای ۲۰۱۸ و ۲۰۱۹ به دلیل کرونا متوقف شد.

در سال ۲۰۲۱ با ۲۲/۱ درصد افزایش نسبت به سال قبل به ۱۸.۳ میلیارد دلار و در سال ۲۰۲۲ با ۶,۴۳ درصد افزایش نسبت به سال قبل به ۱۹.۵ میلیارد دلار رسید سهم صنعت پوشاک آماده از کل صادرات جمهوری ترکیه ۷,۶۶ درصد در سال ۲۰۲۲ بوده است. از سوی دیگر همه گیری کووید ۱۹ تغییرات اساسی در رویه های تجاری شناخته شده ایجاد نمود.

اگرچه در ابتدای همه گیری مانند همه بخشها در صادرات منسوجات و پوشاک آماده نکات منفی وجود داشت در نتیجه اپیدمی که مستقیماً بر تصمیمات

زمان تحویل سریع بویژه برای مد و پوشاک که دارای عمر محصول کوتاهی است حداکثر یک فصل، بسیار اهمیت دارد زیرا الگوی فعالیت خرده فروشان پوشاک در جهان با اقتباس از فشن و مدسریع تنظیم میشود.

صنعت نساجی ترکیه و حساسیت زیست محیطی

در کشورهای پیشرفته مقررات و رویه های مختلفی در خصوص محیط زیست، کیفیت بهداشت استاندارد و... در حال اجراست امروزه در نتیجه توجه و حساسیت بیشتر به محیط زیست و سلامت در اتحادیه اروپا که مهمترین بازار ترکیه در زمینه پوشاک آماده است برچسب زیست محیطی ایجاد شده و تولید واردات و استفاده از برخی مواد مضر از اول مارس ۱۹۹۵ ممنوع شده است شرکتهای ترکیه در سالهای اخیر این پیشرفتها را رصد کرده و علاقه فزاینده ای به زیستار گرائی نشان میدهند و تعداد شرکتهایی که مطابق با سیستم مدیریت کیفیت فعالیت میکنند به سرعت در حال افزایش است.

خرید برندهای جهانی تأثیر میگذارد کشورهای خاور دور مانند کشور ترکیه سفارشات فشرده دریافت کردند. تمرکز این شرکت بر روی کشورهایی که تامین کنندگان قابل اعتماد محسوب میشوند به عنوان یک فرصت بسیار مهم برای صادرات پوشاک و پوشاک آماده ترکیه ارزیابی شده است.

صنعت نساجی و پوشاک آماده ترکیه جایگاه خود را به عنوان تامین کننده استراتژیک برندهای جهانی به دلیل قابلیت‌های اساسی خود مانند انعطاف در ساختار تولید پاسخ سریع به سفارشات کم حجم تولید با کیفیت و توانایی طراحی اورجینال و دست اول، حفظ کرده است شرکت‌های صادر کننده ترکیه با محصولات باکیفیت و تراز جهانی به شرکت‌های خرده فروشی بزرگ بین المللی به چشم شریک استراتژیک مینگرند و در زنجیره ارزش جهانی به تعامل و حمایت از شرکای تجاری خود در اکثر کشورها ادامه می دهند.



مروری بر آمارگان تجارت پوشاک آماده ترکیه

عبارتند از تیشرت با ۲/۷ میلیارد دلار ژاکت با ۲/۷ میلیارد دلار کت و شلوار زنانه و دخترانه با ۱/۴ میلیارد دلار و جوراب با ۱/۳ میلیارد دلار در بین محصولات، نبافته کت و شلوار زنانه و دخترانه با ۳/۸ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۲ کت و شلوار مردانه و پسرانه با ۲ میلیارد دلار بلوز و پیراهن زنانه و دخترانه با ۶۶۳ میلیون دلار و پیراهن مردانه و پسرانه با ۶۳۴ میلیون دلار اقلام صادراتی را تشکیل میدادند.

در سال ۲۰۲۱، ۱۰/۸ میلیارد دلار از صادرات پوشاک آماده شامل منسوجات بافته (Code های ۶۱۰۱ الی ۶۱۱۷) و ۷/۵ میلیارد دلار مربوط به منسوجات نبافته های (HS Code های ۶۲۰۱ الی ۶۲۱۷) بوده است در سال ۲۰۲۲، جمهوری ترکیه ۱۱ میلیارد دلار پوشاک بافته و ۸/۵ میلیارد دلار پوشاک نیافته صادر کرد. شاخص ترین اقلام صادراتی در بین محصولات بافتی

رقبای ترکیه در صنعت پوشاک آماده

مهمترین رقبای ترکیه در صنعت پوشاک آماده کشورهای خاور دور به ویژه کشورهای هستند که قیمت صادراتی پایینی دارند. در حالیکه چین پس از حذف سهمیه ها در تجارت نساجی و پوشاک آماده در سال ۲۰۰۵ به بزرگترین تولید کننده و صادر کننده پوشاک آماده جهان تبدیل شد، همچنان رهبری خود را در بازار جهانی نساجی و پوشاک آماده حفظ کرده است. بنگلادش در حال افزایش سهم خود است.

در صادرات جهانی از سوی دیگر بحران مالی که در اواسط سال ۲۰۰۷ در ایالات متحده ظاهر شد، در سال ۲۰۰۹ در ایالات متحده و اتحادیه اروپا عمیق تر شد این امر کل جهان را تحت تأثیر قرار داده و تأثیرات مخربی بر اقتصادهای در حال توسعه که عمدتاً به این بازارها صادرات دارند، ایجاد کرده است. در سال ۲۰۲۰، کووید - ۱۹ اقتصاد ملی و اقتصاد جهانی را تحت تأثیر قرار داده و باعث تغییر عادات مصرف کنندگان شد.



در سال ۲۰۲۲ ترکیه ۶۹٫۵ درصد از صادرات پوشاک آماده خود را به ۱۰ کشور هدف به شرح ذیل صادر نمود:

آلمان، (۱۷٫۶٪)، اسپانیا، (۱۳٪)، انگلیس، (۱۰٫۱٪)، هلند (۸٫۴٪)، فرانسه، (۵٫۲٪)، ایالات متحده آمریکا (۴٫۲٪) ایتالیا (۳٫۶٪) عراق (۲٫۵٪)، دانمارک (۲٫۵٪) و رژیم اشغالگر (۲٫۴٪) در بین این کشورها آلمان سالهاست که مهمترین بازار پوشاک آماده ترکیه بوده است با توسعه صادرات به سایر کشورها در ۱۰ سال گذشته سهم آلمان از ۴۷٫۳ درصد در سال ۱۹۹۶ به ۱۷٫۶۳ درصد در سال ۲۰۲۲ کاهش یافت.

صادرات ترکیه به بریتانیا که سالها پس از آلمان و اسپانیا سومین بازار مهم بوده است در سال ۲۰۲۱ با ۱۲٫۷ درصد افزایش به ۱٫۹۹ میلیارد دلار رسیده بود که در سال ۲۰۲۲ با کاهش ۱٫۵۵ درصدی به ۱٫۹۶ میلیارد دلار رسید.

صادرات پوشاک آماده ترکیه به آمریکا در سال ۲۰۲۲ با افزایش ۱۹٫۱۵ درصدی نسبت به سال قبل به ۸۲۳ میلیارد دلار رسید. شایان ذکر است که رکورد ترکیه در صادرات به ایالات متحده آمریکا متعلق به سال ۲۰۰۳ با ۱۲ میلیارد دلار بوده است. در میان ۲۰ کشور هدف صادرات پوشاک آماده ترکیه در سال ۲۰۲۲ اوکراین بیشترین افزایش را داشته است.

صادرات پوشاک آماده به کشور مذکور در سال ۲۰۲۲ با افزایش ۱۱۱٫۰۵ درصدی بالغ بر ۴۲۸٫۲ میلیون دلار بوده است.



منطقه نیز بر صادرات پوشاک آماده تأثیر منفی گذاشته است از سوی دیگر از سال ۲۰۱۳ با توجه به بهبود اقتصاد کشورهای اتحادیه اروپا، مشاهده میشود که سهم کشورهای اتحادیه اروپا از صادرات پوشاک ترکیه که در سنوات گذشته ۸۲ درصد بود شروع به کاهش کرده است. با خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا سهم اتحادیه اروپا در صادرات پوشاک آماده ترکیه تا سال ۲۰۲۲ برابر ۶۰,۷۶ درصد است.

در این و شرایط نامطلوب مصرف کنندگان به ویژه در کشورهای توسعه یافته مصرف کالاهای غیر ضروری را بسیار کاهش داده اند محدودیتهای همه گیر منجر به کاهش هزینه های پوشاک آماده مانند بسیاری از محصولات شد و صادرات پوشاک آماده ترکیه نیز تحت تاثیر این وضعیت قرار گرفت علاوه بر تحولات منفی در بازار اتحادیه اروپا بی ثباتی سیاسی در

واردات پوشاک آماده به ترکیه

واردات پوشاک آماده به ترکیه بویژه از سال ۲۰۰۵ با روند حذف سهمیه ها و سوبسیدها به سرعت افزایش یافت و در سال ۲۰۲۱ به ۱,۵ میلیارد دلار و در سال ۲۰۲۲ به ۲,۴ میلیارد دلار رسید کشورهای آسیای شرقی جنوب و جنوب شرق آسیا سهم قابل توجهی در صادرات پوشاک آماده و همچنین جایگاه مهمی در واردات ترکیه دارند در سال ۲۰۲۲، واردات پوشاک آماده ترکیه از جمهوری خلق چین، بنگلادش، ویتنام میانمار، کامبوج، پاکستان، هندوستان مالزی سریلانکا و اندونزی افزایش یافت.

از سوی دیگر در سالیان اخیر، ایتالیا، گرجستان، مصر و اسپانیا همچنان در واردات به ترکیه سرآمد بوده و بازارهای آسیایی را پشت سر نهاده اند در واردات پوشاک، آماده چین رتبه اول بنگلادش، دوم ایتالیا، سوم گرجستان چهارم و مصر در رده پنجم قرار دارند.



درصد و مصر با ۷۷,۹۵ درصد افزایش را شاهد هستیم هنگام بررسی واردات پوشاک آماده بر اساس محصول، این نکته مستفاد میشود که لباس بافتنی (بویژه تیشرت و سویشرت) با یک میلیارد و ۷۹ میلیون دلار در سال ۲۰۲۲ جایگاه مهم تری دارد.

واردات محصولات نبافته کت و شلوار مردانه پسرانه و زنانه (دخترانه) در سال ۲۰۲۲ بالغ بر یک میلیارد و ۲۹۶ میلیون دلار بود.

در سال ۲۰۲۲ واردات ۴۷۸,۱ میلیون دلاری ترکیه از جمهوری خلق چین با افزایش ۶۵,۰۴٪ واردات ۳۸۱/۶ میلیون دلاری از بنگلادش با افزایش ۹۹/۹۳؛ واردات پوشاک آماده از ایتالیا با افزایش ۵۸ درصدی به ۱۷۳/۶ میلیون دلار رسید.

در واردات پوشاک، آماده میانمار با ۱۶۴/۷ درصد افزایش کامبوج با ۱۰۷,۰۴ درصد هندوستان با ۹۳,۸ درصد، پاکستان با ۸۲/۶

نمایشگاه معتبر نساجی، پوشاک، آکسسوار و صنایع جانبی ترکیه

در تمامی فصول سال نمایشگاه های معتبر نساجی، پوشاک، آکسسوار و صنایع جانبی ترکیه در اکثر شهرهای ترکیه برگزار میشوند که مهم ترین آن ها عبارتند از:

شهر	موضوع	عنوان نمایشگاه	
آدانا	نمایشگاه نساجی و پوشاک آماده	ÇUKUROVA TEXPO	۱
آدانا	چهارمین نمایشگاه پوشاک، پارچه و صنایع جانبی	4. Hazır Giyim, Kumaş, Yan Sanayi Fuarı	۲
استانبول	نمایشگاه پوشاک و مد استانبول	IFCO İstanbul Fashion Connection	۳
آنتالیا	نمایشگاه مد، پارچه و لوازم جانبی VIPTX	VIPTX Fashion	۴
استانبول	بیستمین نمایشگاه بین المللی نخ استانبول ۲۰۲۴	20. Uluslararası İstanbul İplik Fuarı 2024	۵
استانبول	نمایشگاه مد کفش AYMOD	AYMOD	۶
بورسا	نمایشگاه نساجی، پارچه و لوازم جانبی	BURSA TEXTILE SHOW	۷
استانبول	نمایشگاه لوازم جانبی پارچه و نخ استانبول	Texhibition İstanbul	۸
آنتالیا	شانزدهمین نمایشگاه مد سراجی کفش	16. Eksposhoes Antalya	۹
استانبول	نمایشگاه بین المللی صنایع جانبی کفش AYSAF	70 th AYSAF	۱۰
غازی آنتپ	نمایشگاه فرش و قالی	Gaziantep Halı Fuarı	۱۱
استانبول	نمایشگاه بین المللی ماشین آلات نساجی	31 st ITM 2024	۱۲
آنتالیا	بیستمین نمایشگاه بین المللی مد و فشن دوسودوسی	20. Dossodossi Moda Gösteri Fuarı	۱۳
غازی آنتپ	نمایشگاه تریکو، مد و تکنولوژی	Triko, Moda ve Teknoloji Fuarı	۱۴
غازی آنتپ	نمایشگاه زمستانه کفش و دمپایی	Gaziantep Ayakkabı ve Terlik Kış Fuarı	۱۵
استانبول	نمایشگاه ماشین آلات پوشاک	Konfek - Konfeksiyon Makinaları Fuarı	۱۶
ازمیر	هفتمین نمایشگاه تامین کنندگان و فناوری نساجی و پوشاک	7 th Fashion Prime	۱۷
ازمیر	سومین نمایشگاه صنعت پوشاک، نساجی و فناوری چاپ پارچه	3 rd Fashion Tech	۱۸
قونیه	نمایشگاه مد کفش و کیف	Nobel Master Shoes	۱۹
آنتالیا	هفدهمین نمایشگاه مد سراجی کفش	17. Eksposhoes	۲۰
بورسا	بیستمین نمایشگاه بین المللی لباس آماده نوزاد و کودک	20 th JUNIOSHOW	۲۱
غازی آنتپ	نمایشگاه بین المللی تابستانه کفش، دمپایی و صنایع جانبی	36 th Gafshoes	۲۲

برندهای شناخته شده پوشاک ترکیه

تولید پوشاک توسط برندهای متداول پوشاک ترکیه عمدتاً بر پایه سری دوزی است. هرچند در بین برندهای شناخته شده پوشاک ترکیه. در کنار سری دوزی؛ سفارشات اختصاصی دوزی، شخصی دوزی و سفارشی دوزی نیز انجام می شود.

در بازار ترکیه هم شاهد حضور برندهای جهانی پوشاک مانند لوبی ویتون، ورساجی، نایک بنتون، تامی هبلفیگر، لاکوست، باس، جنورجیو آرمی، کالوین کلین، پی برکاردین، کنزی پوما آدیداس، اج ند ام زرا و .. در Outlet ها و نمایندگیها و فروشگاههای Freeshop و بوتیکها هستیم و هم شاهد حضور برندهای داخلی ترکیه.

جدول ذیل ۳۰ برند معتبر و شناخته شده جمهوری ترکیه را معرفی می کند:

۳۰ برند معتبر و معروف جمهوری ترکیه		
21. Tüzün	11. Jakeman	1. Altın Yıldız
22. Armine	12. Damat	2. Kiğılı
23. Emel Turgay	13. Süvari	3. Serdar
24. Fatma Atasoy	14. Vakko	4. Mavi
25. Tekbir	15. Penti	5. LC Waikiki
26. Alvina	16. Yargici	6. Sarar
27. Moda Sahra	17. Tween	7. DeFacto
28. Zühre	18. Colin's	8. Derimod
29. Nihan	19. Jimmy Key	9. Koton
30. Imannoor	20. Tarik Ediz	10. Hatemoğlu

از زمان به اقتدار رسیدن حزب عدالت و توسعه. ak parti (از سال ۲۰۰۳ تاکنون) و در امتداد حرکت نوعثمانی گرایی دولت فعلی ترکیه، برندهای تولیدکننده پوشش شرعی (که در اصطلاح محلی Tesettür Giyim خوانده می شود). افزایش کمی و توسعه کیفی یافته اند. در طراحی محصول توسط این برندها همچنين ليبل پوشاک حلال. رعایت حدود شرعی و تهیه الیاف و چرم و سایر مواد. مبنای عمل قرار می گیرد.

ردیف ۲۲ تا ۳۰ جدول فوق به این دسته از برندها اشاره دارد.

معرفی تشکل‌های فعال در حوزه صنعت نساجی و پوشاک در ترکیه

به سبب ریشه‌دار بودن صنعت نساجی و پوشاک در دانش فنی و تجاری، تشکل‌ها و انجمن‌های جمهوری ترکیه و سهم بالای آن در اقتصاد ملی و محلی و نقش پیشران این بخش در ارزش‌آفرینی و کارآفرین کشور و وفور متخصصین و نیروی انسانی مسلط به این صنعت و همچنین انباشت سرمایه، ماشین‌آلات. متفاوتی در ترکیه تاسیس یافته‌اند که در کنار مسائل تولیدی و تجاری به مدیریت و حل‌وفصل قضایای صنفی، حرفه‌ای و مهارتی اعضای خود از مقیاس محلی تا بین‌المللی می‌پردازند.

علاوه بر این تشکل‌ها و انجمن‌ها، کمیسیون‌های تخصصی مرتبط در بطن اکثر اتاق‌های بازرگانی و اتاق‌های صنایع پراکنده در خاک ترکیه نیز وجود دارند و عضویت همزمان در تشکل‌های عمومی و تخصصی و اتاق‌های تجارت و صنایع امری متداول در ترکیه است.

منتخبی از این انجمن‌ها به شرح ذیل معرفی می‌گردد:

ردیف	نام تشکل	نام اختصاری	عنوان کامل و آدرس وبسایت تشکل
۱	انجمن صنعتگران و بازرگانان منسوجات خانگی ترکیه	TETSİAD	Türkiye Ev Tekstili Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği
۲	انجمن پوشاک و صنایع جانبی	KYSD	Konfeksiyon Yan Sanayiciler Derneği
۳	انجمن طراحان مد	MTD	Moda Tasarımcıları Derneği
۴	فدراسیون مد و لباس‌های آماده	MHGF	Moda ve Hazır Giyim Federasyonu
۵	اتحادیه صادرکنندگان و کارکنان نساجی	TİHCAD	Tekstil İhracatçıları ve Çalışanları Derneği
۶	انجمن صنعتگران ماشین‌آلات و لوازم نساجی	TEMSAD	Tekstil Makine ve Aksesuarları Sanayicileri Derneği
۷	انجمن تولیدکنندگان پوشاک آنکارا	AGSD	Ankara Giyim Sanayicileri Derneği
۸	انجمن صنعتگران و بازرگانان نساجی جنوب شرقی	GÜNTİAD	Güneydoğu Tekstil Sanayi ve İş İnsanları Derneği
۹	انجمن صنعتگران نساجی ماردین	MTSD	Mardin Tekstil Sanayicileri Derneği
۱۰	انجمن بازرگانان نساجی و صنعتگران بابرامپاشا	BATİAD	Bayrampaşa Tekstilci ve Sanayici İşadamları Derneği

۱۱	اتحادیه برندهای متحد	BMD	Birleşmiş Markalar Derneği
۱۲	انجمن تولیدکنندگان جوراب	ÇSD	Çorap Sanayicileri Derneği
۱۳	اتحادیه صادرکنندگان البسه و پوشاک آماده استانبول	İHKİB	İstanbul Hazır Giyim ve Konfeksiyon İhracatçıları Birliği
۱۴	اتحادیه صادرکنندگان نساجی و پوشاک استانبول	İTKİB	İstanbul Tekstil ve Konfeksiyon İhracatçı Birlikleri
۱۵	انجمن صنعتگران و بازرگانان لالهلی	LASİAD	Laleli Sanayici ve İşadamları Derneği
۱۶	انجمن تجار و بازرگانان محمودپاشا	MEİAD	Mahmutpaşa Esnaf ve İş Adamları Derneği
۱۷	انجمن صنعتگران و بازرگانان مرتر	MESİAD	Merter Sanayici ve İşadamları Derneği
۱۸	انجمن بازرگانان نساجی عثمان‌بی	OTİAD	Osmanbey Tekstilci İşadamları Derneği
۱۹	انجمن تولیدکنندگان لباس زیر	TİGSAD	Tüm İç Giyim Sanayicileri Derneği
۲۰	انجمن تولیدکنندگان پوشاک ترکیه	TGSD	Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği
۲۱	انجمن صنایع تکمیلی نساجی ترکیه	TTTSD	Türkiye Tekstil Terbiye Sanayicileri Derneği
۲۲	انجمن صنعتگران لباس بافتنی ترکیه	TRİSAD	Türkiye Triko Sanayicileri Derneği
۲۳	انجمن بازرگانان صنایع نساجی زیتون‌بورنو	ZETSİAD	Zeytinburnu Tekstil Sanayici İşadamları Derneği

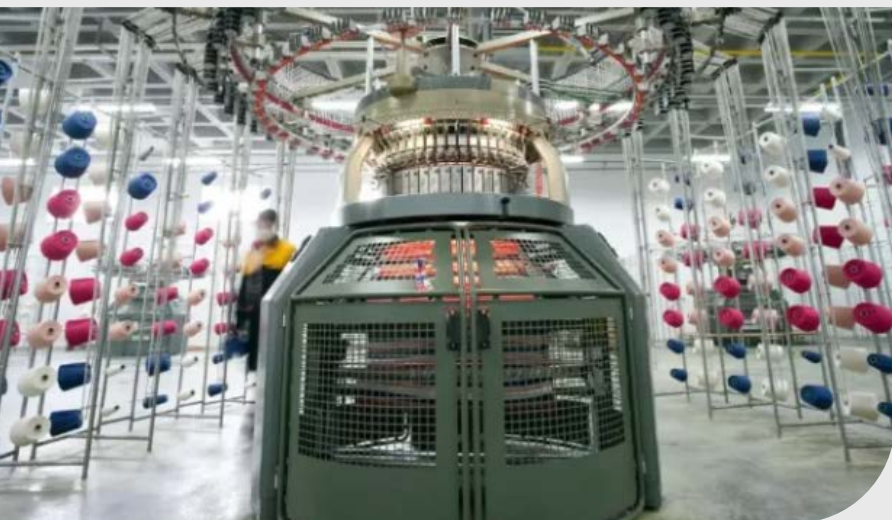
مروری بر رفتار مصرف کنندگان پارچه و پوشاک در ترکیه

الیاف یا مواد ارگانیک تجدید پذیری و قابلیت بازیافت، لیبل حلال، پوشاک با مواد بدون آسیب به حیوان، جاندار آکسوسوار همراه، لباس مختصات فنی قماش درصد) ،ویسکوز پشمریال پلی استر و نیاز بی نیازی به اتو استفاده از الیاف ،نانو آب گریزی ،دیر،سوزی آنتی باکتریال بودن ضد تعریق بودن، ضد حشره بودن و ... (موقعیت استفاده از لباس مجلسی ،کار ،سیویل ،پیک،نیک ورزشی ،ایمنی ،ساحلی ایام ،بارداری یونیفرم و ...) نکاتی است که در طراحی و تولید البسه ترکیه لحاظ میگردد و صد البته در تصمیم خرید مشتریان نیز تاثیرگذار است.

نکته جالب توجه اینجاست که واردات پوشاک با برندهای شناخته شده جهانی به ترکیه ممنوع نیست و همین امر موجب ارتقای کیفیت محصولات داخلی شده به سبب رقابت با برندهای برتر جهانی شده است این موضوع از لحاظ رفتار مصرف کننده نیز قابل تامل است:

که مشتری یا مصرف کننده هر دو کالای داخلی و خارجی را مشاهده و بررسی میکند و با توجه به فاصله اندک کیفیت دو، محصول فاصله قیمتی را بصورت نسبی میسند و چه بسا کالای داخلی را به سبب قیمت پایین تر و کیفیت نسبتاً نزدیک به کالای وارداتی انتخاب میکند مطالعات میدانی اینجانب حاکی از تصمیم برخی مشتریان به دلیل عرق دیار دوستی و ترجیح برند ملی است یعنی حمایت از تولید داخل به عنوان امری میهنی تلقی شده و به تشخیص مردم عادی واگذاشته میشود هرچند دولت نیز با اعمال ابزارهای تعرفه ای و غیر تعرفه ای واردات کالا را مدیریت میکند.

توجه به نوآوری زیبایی شناسی در طراحی تهیه کالکشن و تنوع محصول با توجه به سن، شغل، جنسیت فصل، رنگ سال دهک اجتماعی و قدرت، خرید مواد مصرفی



آموزه های صنعت نساجی و پوشاک ترکیه برای ایران

در این بخش به مرور آموزه ها و عوامل افزایش رقابت پذیری صنعت نساجی و پوشاک ترکیه در عرصه جهانی و الگوبرداری از این کشور همسایه برای توسعه و تعالی تولید و تجارت ایران میپردازیم:

- حمایت از سرمایه گذاری در مناطق کمتر توسعه یافته با هدف آنتی سانترالیزم و توزیع اشتغال
- ترویج خوشه سازی فعالیتهای اقتصادی و صنعتی و حمایت از سرمایه گذاری به همراه انتقال فناوری
- پشتیبانی از ایجاد دفاتر خارجی
- پشتیبانی از تولیدات ترکیه برای تبدیل شدن به برندهای تجاری در بازارهای بین المللی
- اقدامات ضد دامپینگ و وضع سیف گارد بر برخی کالاهای وارداتی توسط دولت ترکیه

- | | |
|---|---|
| صنعت نساجی | • دیجیتالیزه شدن صنعت پوشاک ترکیه از طریق |
| • توجه و توسعه لیبل حلال در امر پوشاک | تحقیق و توسعه و فناوریهای ارتباطات دیجیتال و |
| • سفارش پذیری و تامین بهنگام سفارشات از | طراحی به صورت آنی |
| مقیاس خرد تا کلان | • سرمایه گذاری در مهارتهای نوآورانه و پشتیبان |
| • تقویت قدرت رقابت پذیری شرکتهای ترکیه | تولید دوستدار محیط زیست |
| ای از راه تشویق ایجاد علائم تجاری جهانی | • گسترش تحقیق و توسعه توسعه محصولات جدید |
| طی برنامه «تور کوالیتی» | نوسازی و بازسازی صنایع نساجی و پوشاک |
| • تمرکز بر برندسازی طراحی متمایز و تهیه | • تامین مالی خوشه سازی نساجی و پوشاک در |
| کالکشن بر اساس الگوهای بومی و محلی در | سراسر ترکیه |
| عین توجه به روندهای جهانی | • تمرکز بر بازارهای خارجی |
| • برگزاری هفته های مد و فشن شوهای ترکیه | • تولید تحت لیسانس برندهای خارجی |
| در ، روسیه ، هلند ، پاریس ، نیویورک و ونیز | • دسترسی به مواد اولیه و زیرساخت تولید |
| • ایجاد فروشگاههای زنجیره ای خرده فروش | • برقراری ارتباطات شخصی و سازمانی شرکتهای |
| با برندهای ترکیه ای در داخل و خارج از کشور | نساجی و تعامل موثر با شکل ها |
| ترکیه یا فروش کالاهای برننددار اجرای برنامه | • ایجاد تمایز در محصولات از طریق طراحی و |
| (FFF (from fabric to fashion | برندینگ |
| • تعدد و تنوع متخصصین دانشکده ها و | • آموزش و بکارگیری نیروی کار در کشورهای |
| کورسهای طراحی و دوخت لباس | آفریقایی برای کشت فراسرزمینی پنبه مورد نیاز |

• وفور برنامه های تلویزیونی و رسانه ای در خصوص نحوه انتخاب، جنس فرم و رنگ البسه و سازگار نمودن آن با سایر لباسها و به تبع آن ارتقاء فرهنگ پوشش و حساسیت نسبی عموم مردم ترکیه در مورد رنگ سال یا مد فصل و تناسب آن با سن، شخصیت کاراکتر شغل و ...

• همسویی و همگرایی همه بخشها (مانند کشاورزی در تولید پشم و پنبه، صنعت در تولید ماشین آلات و الیاف، طراحی پارچه طراحی مد و لباس شو و، نمایشگاه لابراتوار و آزمایشگاه، استاندارد حمل و نقل دانشکده و آکادمی تلویزیون و رسانه و ... و تعامل بخش خصوصی تشکلهای و، دولت فعالیت یکپارچه را در صنعت نساجی و پوشاک ترکیه به نمایش می گذارد که نتیجه اش تقویت و پایداری زنجیره ارزش ماندگاری برند و وفاداری مشتری خواهد بود.

منابع

صمت

(۷) مصاحبه با عضو سابق کمیسیون صنایع مجلس شورای اسلامی و صاحب نظر در زمینه صنعت نساجی (۸) جستجو و تحلیل آماری از سامانه های Trade Map و MAC Map برای HS code های ۶۱۰۱ الی ۶۱۱۷ و ۶۲۰۱ الی ۶۲۱۷

(۹) اصلاح، سازا؛ نگاهی به آمار صادرات صنایع نساجی و پوشاک کشور ترکیه، شماره ۳، ترجمه شده در واحد مطالعات آماری و راهبردی

دبیرخانه انجمن صنایع نساجی ایران، تابستان ۱۴۰۱

(۱۰) کاظمی، سپیده؛ وضعیت صنعت نساجی ترکیه، شماره ۱۰، تهیه شده در واحد مطالعات آماری و راهبردی دبیرخانه انجمن صنایع

نساجی ایران، تابستان ۱۴۰۱

(۱۱) وبسایتها و پورتالهای تشکلهای صنفی و صنعتی مربوط به نساجی و پوشاک

(۱۲) HAZIR GİYİM SEKTÖR RAPORU, ۲۰۲۴ TİCARET BAKANLIĞI, İHRACAT GENEL MÜDÜRLÜĞÜ

(۱) مشاهدات حاصل از بازدیدهای میدانی از نمایشگاهها و رویدادهای تجاری:

HOMETEX ۲۰۲۳

DOMOTEX ۲۰۲۳

Helal Expo ۲۰۲۳

CFE ۲۰۲۴

HOMETEX ۲۰۲۴

İTM ۲۰۲۴

(۲) بازدید از: ناحیه صنعتی پوشاک Tinaz Tepe از میر، ناحیه صنعتی İki Telli استانبول و منطقه آزاد صنایع چرم منهن

(۳) مصاحبه عمیق با ۵ تن از مدیران ارشد شرکتهای نساجی و پوشاک ترکیه

(۴) مصاحبه با همبنیانگذار برند جهانی ELLE

(۵) مصاحبه با دبیرکل انجمن صنعتگران و بازرگانان منسوجات خانگی ترکیه TETSİAD

(۶) مصاحبه با مدیرکل وقت نساجی و پوشاک وزارت

ARADMACHINE

@aradmachine_db



IMPORT & EXPORT CIRCULAR SECONDHAND KNITTING MACHINES



جستجو کردن برای نساجی ماشین آلات در آراد ماشین.د

REGISTER NOW



+98 912 198 7350
+90542-2987350



نمایشگاه فرش قازی آنتپ ۲۰۲۴: رویدادی موفق با چشم‌اندازهای امیدوارکننده برای آینده

آقای هاکان گوزل، برگزارکننده نمایشگاه فرش قازی آنتپ



گروه نمایشگاهی TÜYAP با همکاری اتاق بازرگانی قازی آنتپ، نمایشگاه فرش قازی آنتپ ۲۰۲۴ را با موفقیت برگزار کرد. دوره بعدی این نمایشگاه در اردیبهشت ماه ۱۴۰۴ در مرکز نمایشگاه خاورمیانه در قازی آنتپ، ترکیه برگزار می‌شود.

میزان قابل توجهی بازدید در صنعت به دست آورده است و یک رویداد کلیدی برای نمایش فرش می باشد.

نمایشگاه امسال به ویژه قابل توجه بود زیرا اولین بار بود که این رویداد را سازماندهی کردیم. ما میزبان ۱۵۰ شرکت کننده در دو سالن بزرگ بودیم که در مجموع ۲۵۰۰۰ متر مربع مساحت داشتند. این نمایشگاه با تبلیغات داخلی و بین المللی توانست توجهات زیادی را به خود جلب کند و خود را متمایز کند.

لطفا کمی درباره نمایشگاه فرش قازیانته توضیح دهید؟

نمایشگاه فرش قازی آنتپ، رویدادی سالانه است که توسط گروه نمایشگاه‌های TÜYAP با همکاری اتاق بازرگانی قازی آنتپ برگزار می‌شود. این نمایشگاه به عنوان سکوی قابل توجهی برای صنعت تولید فرش عمل می‌کند و تولیدکنندگان، تامین کنندگان و خریداران را از بازارهای داخلی و بین المللی جمع‌آوری می‌کند. این رویداد به رسمیت شناخته شده است و

تولید فرش قازی انتپ تأثیر گذاشته است. با ایجاد خود به عنوان قطب مرکزی تولید فرش، توجه و حمایت شرکت های داخل این بخش را به خود جلب کرده ایم. این شناخت منجر به افزایش مشارکت و تقویت شراکت و همکاری تجاری بین بازیگران این صنعت شده است. این نمایشگاه با موفقیت قازی انتپ را به عنوان یک مرکز برجسته برای تولید فرش معرفی کرده است و شهرت آن را بیشتر می کند.

برنامه شما برای آینده نمایشگاه قازیانته چیست؟ رشد و موفقیت مستمر آن را چگونه تصور می کنید؟

در حرکت رو به جلو، هدف اصلی ما ایجاد موفقیت در افتتاحیه و تثبیت موقعیت آن به عنوان یک رویداد پیشرو در صنعت تولید فرش است. هدف ما این است که با جذب غرفه داران و بازدیدکنندگان داخلی و بین المللی بیشتر، پایگاه شرکت کنندگان خود را گسترش دهیم. با بهبود مستمر سازمان، پیشنهادات و تبلیغات نمایشگاه، ما مطمئن هستیم که به رشد پایدار دست می یابیم و تجربه ارزشمندتری را برای همه ذینفعان ارائه می کنیم.



استقبال شرکت کنندگان و بازدیدکنندگان چگونه بود؟ آیا بازخورد مناسبی دریافت کردید؟

استقبال از نمایشگاه بسیار مثبت بود. هم شرکت کنندگان و هم بازدیدکنندگان اهمیت نمایشگاه فرش قازی انتپ را درک کرده و حمایت خود را اعلام کردند. آنها از محیط مجازی که تعاملات کارآمد و معنادار را تسهیل می کرد، قدردانی کردند. بازخورد سازمان نمایشگاه، کیفیت غرفه داران، و حرفه ای بودن کلی همه چیز که در طول رویداد نمایش داده شد بسیار مناسب و قابل قدردانی بود.

با توجه به اینکه امسال اولین سال نمایشگاه است، آیا در مراحل برنامه ریزی و اجرا با چالش خاصی مواجه بودید؟

طبیعتاً برگزاری نمایشگاهی در این مقیاس برای اولین بار مجموعه ای از چالش های خاص خود را به همراه داشت. یکی از مشکلات اصلی تثبیت حضور ما و ترویج نمایشگاه در داخل صنعت بود. با این حال، با پیشرفت نمایشگاه، آگاهی از رویداد ما در این بخش افزایش یافت. تجربه ما در سازماندهی نمایشگاه های موفق دیگر، مانند نمایشگاه فرش و کفپوش در استانبول، بینش های ارزشمندی را ارائه کرد که به ما در غلبه بر موانع اولیه کمک کرد.

از نظر تاثیر نمایشگاه بر صنعت تولید فرش در قازیانته، چه تغییرات یا تحولاتی را مشاهده کرده اید؟

این نمایشگاه به طور قابل توجهی بر صنعت

موانع و راهکارهای توسعه صادرات

در صنعت فرش ماشینی ایران

مهدی نوروزپور مدیرعامل شرکت فرش جردن 

حمایت از تولیدکنندگان و تاثیر تحریم‌های داخلی و خارجی بر این صنعت خواهیم پرداخت.

چالش‌ها و فرصت‌های صادرات فرش ماشینی

رقمی که در حال حاضر در صادرات داریم، ممکن است ۱۰ تا ۲۰ درصد به دلیل مشکلات بازارچه‌های مرزی تحت تأثیر قرار بگیرد.

با این حال، با توجه به آماری که از گمرک و وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) داریم، حدود ۲۲۰ میلیون دلار صادرات داریم. به نظر من، از این مقدار بین ۱۰۰ تا ۱۵۰ میلیون دلار مربوط به فرش ماشینی است. سهم بزرگی از این میزان نیز به کفپوش‌ها اختصاص دارد.

در سال‌های اخیر، صادرات محصولات نساجی ایران با چالش‌ها و فرصت‌های متعددی مواجه شده است. با وجود تحریم‌های بین‌المللی و مشکلات اقتصادی داخلی، تولیدکنندگان ایرانی توانسته‌اند سهم قابل توجهی از بازارهای جهانی را به خود اختصاص دهند.

اما موانع متعددی همچنان بر سر راه این صنعت وجود دارد که نیازمند بررسی و تحلیل دقیق هستند. در این مصاحبه، به بررسی وضعیت کنونی صادرات فرش ماشینی و کفپوش‌های ایرانی، مشکلات و چالش‌های موجود در این مسیر و راهکارهای پیشنهادی برای بهبود شرایط می‌پردازیم. همچنین، به نقش دولت و بانک‌ها در



در رابطه با تحریم‌ها، ممکن است ما بتوانیم تحریم‌های خارجی را به راحتی حل کنیم، اما تحریم‌های داخلی مشکل‌ساز هستند. با وجود اینکه رهبر انقلاب هر سال بر تولید تأکید دارند، تولید ما در شش تا هفت سال گذشته قفل شده است.

به نظر من، در صادرات باید به جای تمرکز بر محصولات اکریلیک و گران‌قیمت، بر روی برنامه‌ریزی بهتری برای محصولات ارزان‌تر کار کنیم. شرکت در نمایشگاه‌ها نیز باید به گونه‌ای باشد که همه در یک مکان مشخص حضور داشته باشند. پراکندگی نمایشگاه‌ها باعث خستگی مشتریان و کاهش حضور آن‌ها می‌شود.

راهکارهای بهبود نمایشگاه‌های صادراتی و مدیریت تولید در صنعت فرش ایران

محصولات ما باید به‌روز شود تا بتوانیم آن‌ها را به نمایشگاه‌های مختلف ببریم. از آنتالیا تا استانبول و دبی، این پراکندگی نمایشگاه‌ها به نظر من نتیجه خوبی ندارد. اگر همه نمایشگاه‌ها در یک مکان مشخص مانند استانبول، آلمان یا قازی آنتپ برگزار شوند، مشتریان خسته نمی‌شوند و حضور بیشتری خواهند داشت. برخی از مشتریان از آنتالیا راضی نبودند، در حالی که برخی از استانبول و دبی رضایت داشتند.

به نظر می‌رسد اراده‌ای پشت این موضوع است که مانع از تحقق برنامه‌ها شود. مشکلات عمده ما در بخش بانکی است؛ اگر بانک‌ها کنار تولید قرار بگیرند و دستگاه‌های جدید را به روز کنند، تولید می‌تواند رشد کند. اما ما به جای خرید دستگاه‌های به‌روز، دستگاه‌های قدیمی را از ترکیه خریداری می‌کنیم که از نظر کارایی و مصرف انرژی مناسب نیستند.



بانک‌ها اگر نقش خود را به درستی ایفا کنند، تولید می‌تواند رونق بگیرد. اما بانک‌ها تاکنون یا نقش مثبتی نداشته‌اند یا تولیدکنندگان را دچار مشکلات بیشتری کرده‌اند.

ما چهار اداره مختلف داریم که باید با هم هماهنگ باشند: گمرک، دارایی، وزارت سمت و بانک مرکزی. هرکدام قوانین و مصوبات خود را دارند که این مسئله مشکلات تولید را بیشتر می‌کند.

به نظر من، تولید بالا با هزینه پایین، قیمت تمام شده پایین و تنوع زیبایی، از شاخصه‌های مهمی است که باید در فرش داشته باشیم تا بتوانیم آن را صادر کنیم.

کارآفرینان است. بسیاری از کارآفرینان نسل بعدی به دلیل حضور فعال پدرانشان، مجبور به پیروی از تفکرات آن‌ها هستند و این باعث می‌شود تغییرات لازم به کندی صورت گیرد.

من برخی از این آمارها و ارقام را به صورت شخصی ارائه می‌دهم، چون در ایران آمار دقیقی وجود ندارد و من هم از جمله کسانی هستم که آمار دقیقی ندارم. به نظر من، در همه صنایع به جز صنایع مادر مانند پتروشیمی‌ها و فولاد، شرکت‌ها در حال تلاش برای بقا هستند. در شهرک صنعتی ما، بیشتر کارخانه‌ها با ۴۰ تا ۵۰ درصد توان خود کار می‌کنند و وضعیت هر روز بدتر می‌شود.

با توجه به صحبت‌های رهبر انقلاب در مورد تولید، اگر اراده‌ای برای حمایت از تولید وجود داشت، باید نتایج مثبتی مشاهده می‌شد. اما با وجود قوانین پیچیده و سامانه‌های ناکارآمد، کار کردن بسیار دشوار شده است. به نظر می‌رسد که پیام‌های موجود، ما را به عدم کار تشویق می‌کنند.

یکی از مشکلات ما، مدیریت داخلی و تفکرات

من نیز به تازگی این موضوع را فهمیده‌ام و سعی می‌کنم کمتر کار کنم تا مشکلات کمتری پیش بیاید.





استاندارهای بین المللی نساجی

OEKO-TEX® STANDARDS



ORGANIC
COTTON



MADE IN
GREEN



STANDARD
100

برای دریافت اطلاعات بیشتر و کسب گواهینامه اوکوتکس OEKO-TEX با نماینده رسمی این سازمان در ایران جناب آقای دکتر احسان اکرامی در تماس باشید.

☎ ۰۲۱-۴۷۶۲۳۲۳۳

✉ ehsan.ekrami@oeti.biz

🌐 oeko-tex.com

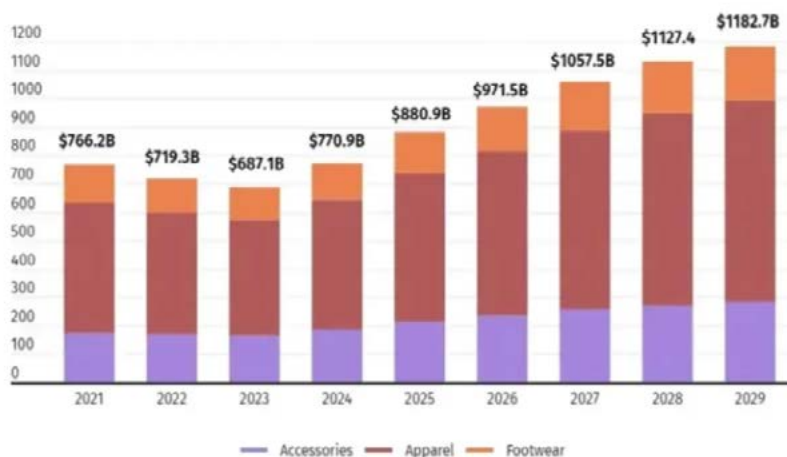
صنعت مد به سوی یک تریلیون دلار تا سال ۲۰۲۷ حرکت می‌کند

صنعت مد و فشن پس از دو سال رکود به دلیل تورم و کاهش قدرت خرید مصرف‌کنندگان، دوباره روند صعودی خود را آغاز کرده است.

Fashion to Become a Trillion-Dollar Industry

Revenue in the global cybersecurity market from 2018 to 2028 (in billion U.S. dollars)

Sources; Statista Market Insights



پیش‌بینی می‌شود که تا پایان سال ۲۰۲۴، میزان خرید جهانی پوشاک به ۷۷۰.۹ میلیارد دلار برسد که معادل ۸۳ میلیارد دلار افزایش نسبت به سال گذشته است.

با میانگین رشد ۹۰ میلیارد دلار در سال، بازار پوشاک تا سال ۲۰۲۷ به یک تریلیون دلار خواهد رسید.

تقریباً ۶۰ درصد از این ارزش ناشی از فروش پوشاک است که بزرگ‌ترین و پرسودترین بخش این صنعت به شمار می‌رود.

درآمد صنعت مد چین با رشدی نزدیک به ۴۰ درصد به ۳۲۳ میلیارد دلار در سه سال آینده خواهد رسید، در حالی که ایالات متحده با رشدی ۳۴ درصدی به درآمدی معادل ۲۶۵ میلیارد دلار خواهد رسید.

گزارش همچنین به تمایل مصرف‌کنندگان به کیفیت به جای کمیت و گرایش به کمدهای کپسولی و بازار فروش مجدد اشاره می‌کند

برای برندها، دستیابی به رشد از طریق استراتژی‌های فروش مستقیم به مصرف‌کننده و تقویت کانال‌های آنلاین اهمیت دارد. سهم فروش آنلاین از ۲۶.۹ درصد در سال ۲۰۲۳ به ۲۹.۳ درصد در سال ۲۰۲۸ افزایش خواهد یافت.

درآمد بازار پوشاک تا سال ۲۰۲۷ با رشدی ۳۸ درصدی به ۶۳۱ میلیارد دلار خواهد رسید. بازار اکسسوری نیز با رشدی مشابه، درآمدی معادل ۲۵۵ میلیارد دلار خواهد داشت. فروش جهانی کفش نیز با رشد ۳۲ درصدی به ۱۷۰ میلیارد دلار تا سال ۲۰۲۷ خواهد رسید.

چین و آمریکا همچنان بازارهای پیشرو در صنعت مد خواهند بود.

انتخاب هیات ریسه جدید اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران

انتخاب هیات ریسه و بررسی مسائل مهم صادرات روز دوشنبه اول مرداد ماه ۱۴۰۳ پنجاه یکمین جلسه دوره جدید هیات مدیره اتحادیه تولید و صادرات نساجی و پوشاک ایران برگزار شد.

در این جلسه، انتخابات هیات ریسه اتحادیه برگزار گردید که طی آن آقایان:
مجید نامی بعنوان رییس هیات مدیره
علیرضا صفاری بعنوان نایب رییس اول
محمد اتابکی بعنوان نایب رییس دوم
امین مقدم بعنوان خزانه دار
از سوی هیات مدیره انتخاب و قبول مسئولیت نمودند.

همچنین در این جلسه موارد مربوط به هیات های تجاری اعزامی به کشورهای روسیه، ترکیه و گرجستان همچنین دعوت از هیات های تجاری کشورها منتخب بابت حضور در دوازدهمین نمایشگاه بین المللی پوشاک ایران مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

بررسی مهمترین مسائل حوزه صادرات منجمله بازگشت ارز و مسأله حمل و نقل صادراتی و عملکرد گمرکات نیز در این جلسه مورد بحث و بررسی قرار گرفت.



ترکیه و جهش صادرات فرش به ۱۸۳ کشور

ترکیه طی ۶ ماه به ۱۸۳ کشور و منطقه آزاد فرش صادر کرد؛ آمریکا و عربستان در صدر واردکنندگان

تولیدکنندگان فرش در ترکیه با صادرات ۲۸۳ میلیون و ۷۹۲ هزار متر مربع فرش در نیمه نخست سال جاری یک میلیارد و ۳۷۴ میلیون و ۶۵۵ هزار دلار درآمد کسب کردند.

طبق داده های انجمن صادرکنندگان جنوب شرق آنادولو، صادرکنندگان فرش در ترکیه با سرمایه گذاری و جستجوی بازارهای جدید، محصولات خود را به ۱۸۳ کشور و منطقه آزاد فروختند.

آمریکا با ۳۹۷ میلیون و ۷۵۷ هزار دلار اولین مقصد صادراتی فرش ترکیه بوده است. عربستان سعودی با ۱۶۵ میلیون و ۲۰۰ هزار دلار، انگلیس با ۸۹ میلیون و ۷۹۵ هزار دلار و عراق با ۸۱ میلیون و ۴۸۰ هزار دلار در رده های بعدی قرار دارند.



احیای دوباره سبلان پارچه اردبیل به همت دولت

از بحران تا شکوفایی با حمایت‌های دولت سیزدهم

مجتمع سبلان پارچه که شامل هفت کارخانه تولیدی پوشاک زنجیره‌ای است، در سال ۸۶ راه‌اندازی شد و با ظرفیت ایجاد اشتغال برای حدود پنج هزار نفر آغاز به کار کرد. اما این کارخانه پس از مدت کوتاهی تعطیل شد و تا مرز ورشکستگی پیش رفت. با این حال، با حمایت‌های دولت سیزدهم و قوه قضاییه و نظارت شهید آیت‌الله رئیسی، این واحد صنعتی دوباره فعال شد و این روزها حال کنونی آن خوش است.

تولیدی و اشتغال دست‌کم پنج هزار نفر از اهداف اولیه این مجتمع بود. اما این کارخانه به‌رغم طلوع باشکوه، شاهد غروب زود هنگام و غم‌انگیز شد.

این واحد صنعتی که در زمینی به وسعت ۲۰۰ هزار متر مربع و ۱۲۰ هزار متر زیربنا احداث شده بود، پس از مدتی دچار مشکلات عدیده‌ای شد.

کارخانه نساجی سبلان یا سبلان پارچه، که در اواخر دهه ۸۰ راه‌اندازی شده بود، به علت نوسانات اقتصادی و ضعف مدیریت، به مشکلات بزرگی برخورد و فعالیت آن هیچ‌گاه به حد مطلوب نرسید.

تولید سالانه بالغ بر ۳۵ میلیون قطعه پوشاک، با قابلیت صادرات ۴۰ درصد از محصولات

سوءمدیریت و ناتوانی در اداره این مجتمع بزرگ، از عوامل اصلی مشکلات این کارخانه بوده است. در نهایت، با بررسی پرونده آن در اداره تسویه امور ورشکستگی قوه قضاییه، حکم ورشکستگی آن صادر شد.

وی افزود که این کارخانه به تولید محصولات با کیفیت پارچه‌ای و پوشاک جین می‌پردازد و به بازارهای داخلی و خارجی صادر می‌شود. همچنین، با راه‌اندازی فازهای توسعه‌ای، میزان اشتغال‌زایی این کارخانه به سه هزار نفر افزایش خواهد یافت.

این کارخانه پس از احیا، در مسیر جهش تولید و اشتغال‌زایی قرار گرفته و مدیرعامل آن بیان کرد که برند «سبلان پارچه» در دنیا شناخته شده است و کیفیت تولیدات آن تضمین شده است.

این کارخانه با تداوم تلاش‌های خود، در مسیر تبدیل شدن به یکی از برترین کارخانه‌های نساجی کشور قرار دارد.

در سوم مهرماه سال ۱۳۹۹، شهید آیت‌الله سیدابراهیم رئیسی، رییس وقت قوه قضاییه، از بخش‌های مختلف این واحد تولیدی بازدید کرد و دستور داد تا پرونده ورشکستگی و تملک این واحد توسط بانک دوباره بررسی شود.

با پیگیری‌های شهید رئیسی و همکاری دولت، امید احیای این واحد صنعتی به ثمر نشست و اکنون به چرخه تولید بازگشته است.

مدیرعامل شرکت تجارت دوخت برتر سبلان اعلام کرد که با صرف ۶ هزار و ۷۰۰ میلیارد ریال، این واحد صنعتی دوباره راه‌اندازی شده و هم‌اکنون با ۹۴۲ نفر نیروی شاغل فعالیت می‌کند.





نمایشگاه اصفهان فرصتی برای نشست های ارزشمند و بین المللی

آقای رضا مشیری رئیس هیئت مدیره شرکت اطلس شیمی رزین



آشنایی با تکنولوژی های روز باشد که تولیدکنندگان انگیزه بیشتری برای حضور و بررسی دستگاه ها و تکنولوژی های جدید داشته باشند.

با این حال، نیاز است تا تقویم برگزاری نمایشگاه بهتر برنامه ریزی شود تا به جای برگزاری غیرمنظم، برنامه ریزی مطابق با نیازها و تقاضای بازار صورت گیرد. این اقدام می تواند به بهبود عملکرد و جذب بازدید کنندگان و تولیدکنندگان کمک کند.

آقای رضا مشیری رئیس هیئت مدیره و آقای سیامک ممیز مدیر فروش شرکت اطلس شیمی رزین: نمایشگاه اصفهان یکی از بهترین نمایشگاه هایی است که همیشه به خوبی برگزار می شود و نشست های مفیدی هم در آن برگزار می شود. نقاط قوت این نمایشگاه را می توان به گسترده تر شدن برگزاری آن نسبت به سال های گذشته اشاره کرد، اما نقطه ضعف آن تعداد بازدید کننده کمتر نسبت به سال های قبل است.

برای برگزاری موفق تر نمایشگاه، لازم است تا شرکت های خارجی بیشتری در آن حضور پیدا کنند و شکل بین المللی بگیرد. این امر می تواند فرصتی برای تبادل اندیشه و

توسعه محصولات و مشکلات اقتصادی در صنعت نساجی

از مدل ترکیه که الگویی برای ماست، پیروی کنیم.

مشکلاتی که برای مشتریان ما ایجاد می‌شود، ما را نگران می‌کند. ما نمی‌توانیم به مشتریان بگوییم که مثلاً از امروز این جنس را در اختیار نداریم و به جای آن از محصول دیگری استفاده کنید یا به صورت کلی استفاده نکنید.

این امر می‌تواند به فروش ضربه بزند و عواقب سنگینی را به همراه داشته باشد، شاید حتی راه را برای مسائل قاچاق و مشکلات دیگری که به صنعت نساجی آسیب می‌زند، باز کند.

تحریم‌ها به طور کلی تاثیری منفی بر اقتصاد جامعه دارد و در عدم رشد صنعت نساجی و پوشاک نیز تأثیر گذار است. اگر ما توانایی ایجاد رونق اقتصادی را داشته باشیم، این صنعت‌ها نیز بهبود پیدا خواهند کرد و بازارهای بین‌المللی را تسهیل خواهند کرد.



ما امیدواریم که سیاست‌گذاری‌ها به گونه‌ای باشند که به حفظ محیط کسب و کارهایمان کمک کنند و باعث افزایش پایداری و کاهش هزینه‌ها در صنعت نساجی شوند.

شرکت ما با تجربه‌ای قدرتمند در صنعت شناخته می‌شود و از یک تاریخچه بلند در تولید افزودنی‌های شیمیایی برای صنعت نساجی برخوردار است. فعالیت‌های ما از تولید الیاف مصنوعی تا ارائه مواد کمکی برای رنگسازی و سایر جوانب سیستم‌های نساجی دربر می‌گیرد.

ما به توسعه پایدار و به‌روز محصولات خود افتخار می‌کنیم و همواره به دنبال بهبود کیفیت و گسترش صادرات هستیم. با این حال، مواجهه با برنامه‌های محدودکننده سازمان‌ها، به خصوص در صنعت معدن و تجارت، به طور قابل توجهی به چرخه مالی و عملیات تولید ما آسیب می‌زند. این برنامه‌ها با توجه به شرایط اقتصادی و بانکی فشار زیادی به هزینه‌های تولید اعمال می‌کنند که جبران آن دشوار است.

ما در حوزه خود رقابت نمی‌کنیم بلکه با همکاری با شرکت‌ها، بازار نساجی را برای همه مهیا می‌کنیم. حضور قوی‌تر شرکت‌های نساجی در این نمایشگاه می‌تواند به رونق و پیشرفت این صنعت کمک کند و تا حدودی،



پنجاه و نهمین مجمع عمومی انجمن صنایع نساجی ایران

می باشد که در تاریخ فعالیت های صنفی ایران کم نظیر است.

عصر روز چهارشنبه ۲۰ تیرماه ۱۴۰۳ پنجاه و نهمین مجمع عمومی انجمن در اتاق بازرگانی، صنعت، معدن و کشاورزی ایران با حضور صدها نفر از فعالان این صنعت برگزار گردید که به اذعان نمایندگان اتاق بازرگانی و همچنین وزارت کار حضور این تعداد از صنعتگران در مجمع عمومی عادی که در آن انتخاباتی برگزار نمی شود بی سابقه و حاکی از جایگاه ویژه این انجمن در بین فعالان این صنعت می باشد!

از تأسیس تا پنجاه و نهمین مجمع عمومی

انجمن صنایع نساجی ایران یکی از قدیمی ترین انجمن ها و تشکل های صنفی ایران است که در ششم اردیبهشت ماه سال ۱۳۴۰ به کوشش روان شادانی چون علی کاشانی پور، حسن کورس، عبدالله مقدم، حسن تفضلی، اکبر لاجوردیان، محمد فرقانی و ... پایه گذاری شد و با گذشت بیش از ۶۳ سال از آغاز فعالیت این انجمن همچنان در حال فعالیت

اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران- ICCIMA

با توجه به اینکه دوره نوزدهم هیئت مدیره این انجمن با چند ماه تاخیر به دلیل همه گیری کرونا از ابتدای سال ۱۴۰۱ آغاز به کار کرده است، این مجمع دومین دوره گزارش دهی هیئت مدیره فعلی بود که در تیر ماه سال آینده (۱۴۰۴) با به اتمام رسیدن دوره فعالیت هیئت مدیره فعلی، انتخابات دوره بیستم هیئت مدیره نیز برگزار خواهد شد.



داشتند با اهدای تندیس ویژه تقدیر به عمل آمد.

با تشکر از دبیر انجمن همکاران دبیرخانه انجمن که به جهت برگزاری این مجمع از هفته ها قبل فعالیت و تلاش بسیار چشمگیری داشتند.

در حاشیه این مجمع و پس از ارائه گزارش های فعالیت و تصویب موارد قانونی و همچنین پخش فیلم های متنوع از فعالیت های دبیرخانه انجمن، بخشی به تقدیر از روسا و دبیران سابق انجمن اختصاص یافت که به دنبال آن از شرکتهایی که بیش از ۴۰ سال سابقه عضویت مستمر در انجمن را نیز



بهبود صنعت نساجی ایران: درس‌هایی از ترکیه و راهکارهای پیشنهادی

آقای مهران مختاری مدیرعامل شرکت ناوک شیمی پخش



من، مهران مختاری، با مدرک دکترای نساجی، حدود ۳۸ سال است که در این صنعت فعالیت می‌کنم. از دوران تحصیل تا مدیریت کارخانه‌ها، به همراه همسرم، خانم زهرا رهایی، شرکتی خانوادگی تأسیس کرده‌ایم که در زمینه تولید و پخش مواد تعاونی نساجی، رنگ‌های نساجی و مواد شیمیایی فعالیت دارد.

تهیه کردیم. شرکت ما بیشتر بر مشاوره و خدمات فنی متمرکز است تا فروش. به نظر من، ارائه خدمات فنی و مشاوره به مشتری از فروش اهمیت بیشتری دارد. اصل بر صداقت و راهنمایی صحیح به کارخانه‌جات است، حتی اگر نیاز به معرفی به دیگران باشد.

ابتدا در کارخانه‌های مختلف و به خصوص در کارخانه چاپ کار کردم. پس از پیوستن به یک شرکت شراکتی، تصمیم به تأسیس شرکت بازرگانی خود گرفتیم.

نماینده‌ی مواد شیمیایی یک شرکت آلمانی را داشتیم و موادممان را وارد می‌کردیم، اما با مشکلات تحریمی، بخشی از مواد را خودمان تولید کردیم و مابقی را از تأمین‌کنندگان دیگر

مشکلات صنعت نساجی در ایران

صنعت نساجی ایران قدمت طولانی دارد و اشتغال‌زایی بالایی دارد. اما متأسفانه به دلیل حمایت‌ها و رانتهای دولتی در دوران جنگ، این صنعت رشد کافی را نداشت.



بعد از برداشته شدن این رانتهای، بسیاری از کارخانه‌های بزرگ تعطیل شدند، اما بخش خصوصی توانست تا حدی این صنعت را ساماندهی کند. به نظر من، در حال حاضر صنعت نساجی ایران با دو مشکل اساسی مواجه است:

۱. نیاز به نیروی کار و عدم اتوماسیون: صنعت نساجی نیاز زیادی به نیروی کار دارد و هنوز اتوماسیون کافی در این صنعت انجام نشده است. دستگاه‌ها قدیمی هستند، حتی ماشین‌های جدید وارد شده نیز از نظر تکنولوژی با استانداردهای بالای جهانی فاصله دارند.

۲. مشکل آب: کشور ما با بحران آب مواجه است و صنایع نساجی، به خصوص در شهرهایی مانند اصفهان با مشکل خشک شدن رودخانه‌ها و کاهش سطح آب‌های زیرزمینی روبرو هستند. این مشکل به شدت اساسی و بحرانی است.

یکی دیگر از مشکلات این است که ما در یک مجموعه بسته کار می‌کنیم و به ارتباط با دنیا اعتقادی نداریم. اگر به ترکیه نگاه کنیم، می‌بینیم که صنعت نساجی این کشور پس از ما شروع به شکل‌دهی کرد و با کمک شرکت‌های آلمانی و ایتالیایی به سرعت رشد کرد.

دولت ترکیه از ابتدا برنامه‌ریزی‌های درستی انجام داد و حمایت‌های مناسبی ارائه داد که به توسعه این صنعت کمک کرد. آن‌ها با دنیای خارج ارتباط برقرار کردند و نیازهای بازار اروپا را تأمین کردند.

این تعامل با فشن و مد جهانی باعث شد که ترکیه اکنون یکی از بزرگترین صادرکنندگان پوشاک باشد و هدف سالانه ۸۰ میلیارد دلار صادرات پوشاک به دنیا داشته باشد. در ایران، وقتی می‌خواهیم کیفیت یک پوشاک را بیان کنیم، اغلب می‌گوییم "ترک" که نشان‌دهنده کیفیت بالای آن است.

این در حالی است که مواد اولیه‌ای که ترکیه استفاده می‌کند، همان موادی است که ما هم استفاده می‌کنیم. اما ارتباط جهانی و توانایی آن‌ها در بهره‌برداری از تکنولوژی‌های جدید، باعث رشد سریع‌تر صنعت نساجی‌شان شده است.

ضرورت ایجاد مناطق تمرکزی برای صنعت نساجی در ایران

دولت ترکیه با ارائه حمایت‌های صحیح و نه رانت، کمک کرده تا این صنعت بتواند روی پای خود بایستد.

کارهای یکدیگر را پوشش دهند و همکاری بهتری داشته باشند. از نظر سیستم‌های حمل و نقل و کنترل آلودگی، نیز بهبودهایی حاصل می‌شد.

من امیدوارم دولت اگر می‌خواهد واقعاً کمک کند، این کارخانه‌ها را در دو یا سه منطقه در سراسر ایران جمع‌آوری کند، مخصوصاً در مناطقی که منابع آب بهتری دارند.

هزینه‌های انتقال و تأسیسات را نیز دولت بر عهده بگیرد تا این صنعت بتواند به بهترین شکل ممکن توسعه یابد. این کار می‌تواند آموزش کارگران را نیز تسهیل کند و به توزیع بهتر نیروی کار کمک کند.

بیشتر بخش نساجی ترکیه نیز توسط بخش خصوصی مدیریت می‌شود. در ایران نیز بیشتر صنعت نساجی توسط بخش خصوصی اداره می‌شود، اما ما هنوز نتوانسته‌ایم مکان‌های خاصی برای تمرکز کارخانه‌های نساجی ایجاد کنیم، این یکی از معایب بزرگ کشور ماست.

اگر چندین منطقه مشخص را معرفی و تمامی کارخانه‌های نساجی را در آنجا متمرکز می‌کردیم، می‌توانستیم بهبودهای زیادی داشته باشیم. دولت می‌توانست تصفیه‌خانه‌های فاضلاب احداث کند تا آب مصرفی به سیستم‌ها بازگردد.

در حال حاضر، کارخانه‌ها در نقاط مختلفی مثل شهرک صنعتی جی، نجف‌آباد و مورچه‌خورت پراکنده‌اند. این پراکندگی باعث مشکلات زیادی می‌شود. اگر این کارخانه‌ها در یک مکان متمرکز بودند، می‌توانستند



تولید برتر آینده را، با جمع بهترینها تجربه نمایید



ماموت (آلمان)

ماشین پنبه دوزی لحاف، تشک و مبلمان



www.mammut.de

SPÜHL

اشپول (سوئیس)

ماشین فتر، اسکلت و فتر پاکتی برای تشک و مبلمان



www.spuhl.com

BECKMANN
AUTOMATION GmbH

بکمان (آلمان)

خط اتوماسیون تکمیل انواع کالای خواب و مبلمان



www.beckmann-sew.com



زد اس کا (آلمان)

ماشین گلدوزی انواع پارچه



www.zsk.de



آوت لست (آلمان)

پارچه سرد - گرم کالای خواب



www.outlast.com

رمز ماندگاری ما، موفقیت شما است.



NedTex Co, Ltd

نمایندگی و پشتیبانی در ایران

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

ویژه: ۰۲۱) ۹۱۰۳ ۵۵۶۰

WINNERS@NedTex.biz





تحول در تولید نخ BCF توسط شرکت Oerlikon Neumag

شرکت Oerlikon Neumag در حال متحول کردن تولید نخ BCF با کارخانه نوآورانه BCF خود است و انقلابی در بهره‌وری و کارایی در صنعت نخ فرش ایجاد می‌کند.

در پاسخ به تغییرات بازار، جایی که پلی‌استر در حال حاضر بیش از ۷۰ درصد از نخ‌های فرش BCF را تشکیل می‌دهد، Oerlikon Neumag با نوآوری‌هایی که بر کل فرآیند تولید تسلط دارند، پیش‌تاز است.

BCF S۸، در کنار کارخانه‌های BCF S+ و Sytec One، طیف متنوعی از محصولات را ارائه می‌دهد که نیازهای متنوع مشتریان را برآورده می‌کند.

حداکثر ۷۰۰ رشته در هر انتها و تیت‌های ظریف ۲.۵ dpf را ارائه می‌دهد که ترجیحات مشتری را به طور یکپارچه برآورده می‌کند.

BCF S۸ صرفه‌جویی قابل توجهی در هزینه با سرعت تولید بالاتر، راندمان سیستم ۹۹ درصد و صرفه‌جویی در انرژی تا ۵ درصد در هر کیلوگرم نخ ارائه می‌دهد که به کارایی هزینه و پایداری کمک می‌کند.

BCF S۸ به دلیل بهره‌وری بالا و توانایی در افزایش سبک محصولات، امکان رقابت موثر در بازارهای در حال تحول را متمایز می‌کند. گسترش مسیر مستقیم نخ باعث بهبود کارایی و کیفیت می‌شود.

از مزایای کلیدی BCF S۸ می‌توان به تولید تیت‌های ظریف‌تر و رشته‌های بیشتر در هر انتها، همسو با روند بازار اشاره کرد.

های S5 و Sytec One را ادغام می کند و عملکرد و تطبیق پذیری بالایی را با اجزای اثبات شده ارائه می دهد.

مزایای کلیدی S+ عبارتند از سرعت و ظرفیت تولید بالا، بهینه سازی شده برای حداکثر بهره وری بدون افت کیفیت.

Sytec One کارایی، تطبیق پذیری و مقرون به صرفه بودن بی نظیری را در تولید BCF ارائه می دهد که برای فرآیندهای سخت و بازیافت بهینه شده است و استاندارد جدیدی را در تولید BCF ایجاد می کند.

نوآوری هایی مانند طراحی های بصری HMI و تجزیه و تحلیل فرآیند هوشمند، عملیات را ساده می کند و کارایی را افزایش می دهد و اپراتورها را برای بهینه سازی عملکرد توانمند می کند.

در پایان، کارخانه Oerlikon BCF S8 Neumag نشان دهنده یک جهش رو به جلو در تولید نخ BCF است که بهره وری، کارایی و کیفیت بی نظیری را ارائه می دهد و می تواند صنعت نخ فرش را متحول کند.

S+ به طور یکپارچه ویژگی های فن آوری



فرا فن هوا: نوآوری در صنعت هوای فشرده برای صنعت نساجی

آقای علی نیکو مدیرعامل شرکت فرا فن هوا

شرکت فرا فن هوا با هدف معرفی تکنولوژی‌های نوین در صنعت هوای فشرده امسال دو تکنولوژی جدید را در نمایشگاه صنعت نساجی اصفهان به نمایش گذاشت.

استیج با ۱۵ درصد کارایی بالاتر و موتورهای نسل جدید پرمنت مگنت (P.M)، که به عنوان موتورهای بدون بلبرینگ شناخته می‌شوند و قابلیت کار در شرایط دائم کار و دماهای بالا را دارند.

این ویژگی‌ها برای صنایع نساجی بسیار حیاتی هستند و استفاده از موتورهای قدیمی در این صنایع به معضلی تبدیل شده بود که ما با معرفی این تکنولوژی‌ها توانستیم این مشکل را برطرف کنیم.

آقای علی نیکو مدیرعامل شرکت فرا فن هوا: شرکت ما در زمینه تولید کمپرسورهای اسکرو که قلب صنعت نساجی و کارخانجات نساجی محسوب می‌شود، فعالیت می‌کند.

معرفی تکنولوژی‌های نوین هوای فشرده در صنعت نساجی در نمایشگاه امسال

در نمایشگاه امسال، دو تکنولوژی جدید در زمینه هوای فشرده را معرفی کردیم: کمپرسورهای دبل





ما به عنوان تأمین‌کننده تجهیزات هوای فشرده صنایع نساجی، در طول ده سال گذشته هیچ نوآوری در این صنعت ندیده بودیم. اما امسال با معرفی این دو تکنولوژی برتر، همکاران و سایر شرکت‌ها به تازگی این تکنولوژی‌ها پی بردند.

“

این اقدام نیازمند عزم جدی برای هدایت همه شرکت‌ها به سمت تکنولوژی‌های جدید است. شرکت فرافن هوا با معرفی این تکنولوژی‌ها، قدمی مهم در جهت نوآوری و حرکت به سمت تکنولوژی‌های نوین برداشته است.

اگرچه برگزاری نمایشگاه در چهار شهر مختلف ایران به نظر خوب می‌آید، اما به نظر من دست‌اندرکاران باید هزینه‌های شرکت در نمایشگاه را به میزان قابل توجهی کاهش دهند تا تعداد شرکت‌کنندگان افزایش یابد و رقابت بیشتری ایجاد شود.

با توجه به وضعیت اقتصادی فعلی، کاهش هزینه‌ها به شرکت‌ها کمک می‌کند تا بتوانند در نمایشگاه‌ها شرکت کنند و حضور در نمایشگاه یکی از اصول مهم ما است.

امسال با معرفی این دو تکنولوژی، محصولات ما متمایز شدند و کارایی و میزان هوادهی کمپرسورها در سایزهای مختلف افزایش یافت.

تکنولوژی‌های جدید ما همگام با تکنولوژی‌های روز دنیا هستند. یکی از نقاط قوت حضور در نمایشگاه، دیدار با سایر همکاران و مشتریان است، اما همان‌طور که اشاره کردم، کاهش هزینه‌های شرکت در نمایشگاه به افزایش تعداد شرکت‌کنندگان و پربارتر شدن نمایشگاه کمک می‌کند.



اندازه گیری عسلک پنبه جهت ارتقای کیفیت پنبه کشت شده در کشور

نویسنده : قاسم حیدری، فوق لیسانس تکنولوژی نساجی 

از جمله معایب پنبه با میزان عسلک بالا می توان به پیچیدگی بالای الیاف دور غلتک ها در سالن ریسندگی، پارگی بالای نخ، راندمان پایین در کاردینگ و پاساژ، مشکلات انبارداری که با افزایش زمان انبارداری پنبه با عسلک بالا، با افزایش فعالیت میکروارگانیسم ها، استحکام الیاف کم می شود و باعث تغییر رنگ می شود. چرایی بوجود آمدن عسلک پنبه می بایست توسط کارشناسان بخش کشاورزی مورد بررسی قرار گیرد. با توجه به اینکه پنبه ایرانی کماکان با مشکل عسلک پنبه درگیر است، نیاز به افزایش اقدامات و مطالعات و آزمایشات و تحقیقات در این حوزه بسیار حایز اهمیت می باشد. در این مقاله به یک روش شناسایی و درجه بندی میزان عسلک پنبه پرداخته خواهد شد که با هزینه بسیار پایین میسر است و برای هر کارخانه ریسندگی و پنبه پاک کنی پیشنهاد می شود.



اندازه گیری عسلک پنبه با استفاده از محلول شناسایی بندیکت:
 لوازم آزمایشگاهی مورد نیاز:

ارلن مایر 100 م.ل.	بشر 1000 م.ل.	استوانه مندرج 100 م.ل.	همزن شیشه ای	لوله آزمایشگاهی 12 م.ل.	چراغ بونزن
					

ترازوی دیجیتال یکصدم گرم	کرنومتر
	

روش انجام آزمایش:

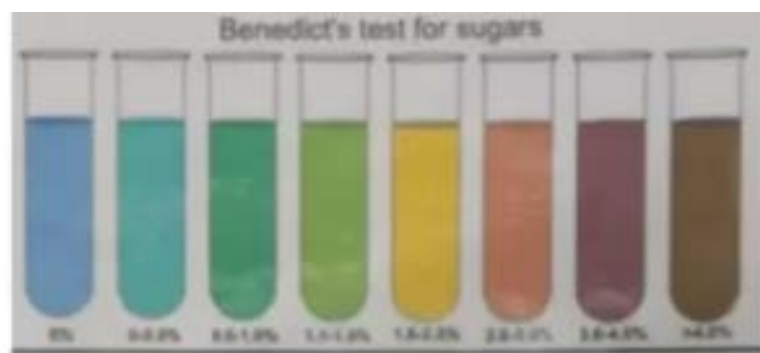
بندیم.

ارلن را داخل بشر با آب جوشیدن قرار می دهیم و ۵ دقیقه در این حالت می گذاریم. بعد از ۵ دقیقه ارلن را برداشته و باز و با هم زن هم زده و نمونه را از داخل لوله آزمایش بیرون می کشیم. کاغذ سفیدی پشت لوله آزمایش قرار می دهیم تا بتوانیم رنگ محلول باقیمانده در لوله آزمایش را شناسایی کنیم.

اگرم از نمونه استاندارد از عدل پنبه مورد نظر تهیه می کنیم. نمونه باید بگونه ای باشد که خصوصیات آن بیانگر خصوصیات کل عدل مورد بررسی باشد. نمونه را داخل ارلن گذاشته و ۲۰م.ل. آب مقطر و ۱۰م.ل. از محلول بندیکت به آن می ریزیم و درپوش ارلن مایر را محکم می

آبی مایل به فیروزه ای شفاف	چسبندگی ندارد
سبز مایل به آبی شفاف	چسبندگی جزئی
زرد چرک	چسبندگی متوسط
نارنجی چرک یا قرمز آجری	آلودگی شدید

بدین ترتیب میزان عسلک پنبه شناسایی و دسته بندی می شود.



با اندازه گیری میزان عسلک پنبه در کارخانجات ریسندهی، امید است مطالبه گری ریسندهاگان از کشاورزان جهت کاهش عسلک پنبه بیشتر شده و سبب همت مضاعف کشاورزان به کاهش عسلک پنبه کشت شده می شود.

RAAHI
TEXTILE STUDIO

طراحی تخصصی چاپ پارچه

Raahi Textile Design Studio

راحیلا پروانه وار

طراحی چاپ:

سیلک اسکرین



روتاری



دیجیتال



- Rotary Printing
- Silk screen Printing
- Digital & Sublimation Printing

فرایند طراحی حرفه‌ای؛

گام نخست تولید متمایز و پیشرو!

• تحلیل و بررسی روند بازار

• پیشرو و همگام با ترندهای جهانی

• مشاوره سبک طراحی و چاپ

• طراحی کلکسیون‌های اختصاصی

• طراحی سفارشی مبتنی به نیاز مشتری

• ایجاد پالت رنگی تخصصی

• استفاده از تکنیک‌های هنری

• استفاده از نرم‌افزارهای به روز

• فیلم‌سازی و تفکیک رنگ

استودیو تخصصی طراحی چاپ پارچه "راحی"

• ۱۸ سال سابقه فعالیت حرفه‌ای در صنعت نساجی

• همکاری با تولیدکنندگان پارچه و پوشاک

• آموزش حرفه‌ای تیم‌های طراحی

• همکاری با دانشگاه‌های معتبر کشور

09127942665

@Raahistudio

@Rparvane

texstudioraahi@gmail.com



زندگی جدید منسوجات بازیافتی و تأثیرات زیست‌محیطی آن

صنعت نساجی یکی از مهم‌ترین صنایع جهان است که سالانه بیش از ۲.۶ میلیارد تکه، معادل ۶۲۵ هزار تن در سال پوشاک، پارچه‌های نظافت خانگی و سایر محصولات پارچه‌ای را به بازار عرضه می‌کند.

این ارقام نشان‌دهنده آلاینده‌گی بالای این صنعت است، زیرا سیستم‌های تولید و توزیع فعلی با مقررات محافظت از محیط‌زیست ناسازگار هستند. بازیافت منسوجات، علاوه بر کاهش ضایعات، تعهد به یک چرخه پایدار است که تأثیر مثبتی بر سیاره زمین دارد.

اهمیت بازیافت منسوجات

بازیافت منسوجات می‌تواند به کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای، کاهش وابستگی به دفن زباله و حفظ منابع کمک کند. فرایند تولید لباس، به میزان زیادی برق، آب و سایر انرژی‌ها را مصرف می‌کند.

بازیافت منسوجات با کاهش یا حذف نیاز به ساخت لباس‌های جدید، باعث صرفه‌جویی در مصرف انرژی می‌شود. از سوی دیگر، خرید لباس‌های بازیافتی می‌تواند به کاهش تأثیرات محیطی «مد سریع» کمک کند.

صنعت مد سریع

پوشیده می‌شود، در ۱۵ سال گذشته ۳۶ درصد کاهش یافته است. تولید، حمل‌ونقل و پسماند این صنعت هزینه زیست‌محیطی زیادی دارد. برای مثال، خرید یک پیراهن پنبه‌ای سفید، آلاینده‌هایی معادل ۳۵ مایل رانندگی با یک خودرو ایجاد می‌کند. افزایش عمر لباس تا ۹ ماه می‌تواند باعث کاهش ۲۰ تا ۳۰ درصدی کربن، آب و ضایعات شود.

صنعت مد سریع، مربوط به تولید ارزان و سریع لباس‌هایی است که بیش از چند بار قابلیت استفاده ندارند و باعث ایجاد میل و تقاضا بین مصرف‌کنندگان برای خرید لباس‌های جدید و بیشتر می‌شود. تعداد دفعاتی که یک لباس قبل از دور انداختن

ارزش بازیافت لباس

ارزش واقعی بازیافت لباس در چرخه عمر منسوجات و منابع حفظ‌شده در هر مرحله نهفته است. بازیافت منسوجات از صرفه‌جویی در آب، کاهش مصرف انرژی در تولید و حمل‌ونقل بهره‌مند می‌شود و راه را برای آینده‌ای پایدارتر هموار می‌کند.

کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای

انباشته می‌شوند، به دلیل کمبود اکسیژن، تجزیه آن‌ها توسط هضم بی‌هوازی صورت می‌گیرد و منجر به تولید متان می‌شود که به جو وارد شده و کیفیت هوا و سلامت سیاره را تهدید می‌کند.

منسوجات ساخته‌شده از مواد گیاهی مانند پنبه و کتان زیست‌تخریب‌پذیر هستند و به‌وسیله ارگانوسم‌هایی مانند باکتری‌ها تجزیه می‌شوند. اما وقتی این منسوجات در محل دفن زباله



کاهش استفاده از محل های دفن زباله

سالانه بیش از ۱۲ میلیون تن منسوجات در محل دفن زباله ها قرار می گیرد. این عمل نه تنها برای محیط زیست مضر است، بلکه بسیار هزینه بر است و فضای زیادی از محل دفن زباله را اشغال می کند. بازیافت منسوجات می تواند میزان منسوجات در محل های دفن زباله را کاهش داده و فضا را برای پسماندهای دیگر آزاد کند.



کمک به نیازمندان

استفاده مجدد به کشورهای در حال توسعه صادر می شود. این رویکرد می تواند به ایجاد شغل در این کشورها کمک کند. برای مثال، یک شرکت در سه کشور آفریقایی بوركینافاسو، سنگال و ماداگاسکار با این روش بیش از ۳۵۰ شغل مستقیم و ۱۰ برابر شغل غیرمستقیم ایجاد کرده است.

هرچند صادرات انبوه لباس های دست دوم، رهبران کشورهای آفریقایی را به واکنش واداشته است. آن ها معتقدند واردات پوشاک فرسوده صنعت نساجی کشورشان را تهدید می کند و حیثیت مردم را به خطر می اندازد، به همین دلیل به ممنوعیت ورود منسوجات استفاده شده فکر می کنند.

احتمالاً مهم ترین دلیل انتخاب مردم برای بازیافت منسوجات، کمک به افراد نیازمند است. لباس های بازیافتی برای کمک به سازمان های حمایت از نیازمندان، به کمک های نقدی تبدیل می شود. لباس های اهدایی که آسیب چندانی ندیده اند، اغلب به فروشگاه های دستفروشی یا حتی به کشورهای در حال توسعه فروخته می شوند.

صادرات لباس های دست دوم به کشورهای در حال توسعه

حدود ۵۰ درصد از لباس های جمع آوری شده برای

کشورهای تولیدکننده و بازیافت‌کننده زباله‌های مد

چین و آمریکا بیشترین زباله‌های مد را تولید می‌کنند. به‌طور متوسط هر آمریکایی سالانه ۳۷ کیلوگرم لباس بیرون می‌ریزد. ایتالیا و آلمان نیز پیشرو در تولید زباله‌های نساجی هستند. در میان کشورهای اروپایی، ایرلند، آلمان و هلند بالاترین نرخ بازیافت را دارند.

زندگی جدید منسوجات بازیافتی

منسوجات بازیافتی به تعداد بیشماری از اقلام روزمره تغییر کاربری داده می‌شوند. برندهای متعددی از پارچه‌های بازیافتی لباس‌های جدید و مدرن تولید می‌کنند که برای خریداران آگاه از محیط‌زیست جذاب است.

بعضی از منسوجات بازیافتی به مواد عایق خانگی تبدیل می‌شوند و برخی دیگر برای ساخت لوازم داخلی خانه و خودرو استفاده می‌شوند.

این تغییر کاربری‌ها نشان‌دهنده تطبیق‌پذیری و مزایای زیست‌محیطی بازیافت است و به کاهش ضایعات و تقویت نوآوری در تولید محصول پایدار کمک می‌کند.

پاسپورت محصولات دیجیتال و مبارزه با ضایعات لباس

برندهای مد پایدار از پاسپورت محصولات دیجیتال (DPP) برای مقابله با ضایعات لباس استفاده می‌کنند. این پاسپورت‌ها شامل اطلاعاتی درباره مواد، مسیر تولید، ردپای کربن و نحوه دفع آن است که به مصرف‌کنندگان کمک می‌کند انتخاب‌های پایدارتر داشته باشند.

استفاده از DPPها در صنعت مد برای خرید و شیوه‌های پایدار در حال گسترش است و انتظار می‌رود استفاده از آن در سال‌های آینده رشد کند.





کاهش صادرات صنعت نساجی ترکیه در نیمه اول سال ۲۰۲۴

در این مدت، ارقام کلی صادرات ترکیه با افزایش ۲ درصدی به ارزش ۱۲۵.۴ میلیارد دلار رسید، در حالی که بخش نساجی و مواد اولیه آن سهم ۴.۴ درصدی در صادرات عمومی و بخش پوشاک و منسوجات سهم ۶.۱ درصدی را به خود اختصاص داده است.

هنگامی که ارقام صادرات به تفکیک کشور مورد بررسی قرار دهیم، ایتالیا، آلمان و ایالات متحده آمریکا در میان کشورهایی که ترکیه بیشترین منسوجات را به آنها صادر کرد، برجسته بودند.

صادرات بخش نساجی و مواد خام ترکیه در دوره دیمه تا خردادماه ۱۴۰۳ (ژانویه تا ژوئن ۲۰۲۴) ۵ درصد نسبت به مدت مشابه سال ۲۰۲۳ کاهش یافت و از ۵.۸ میلیارد دلار به ۵.۶ میلیارد دلار کاهش یافت.

بر اساس داده‌های منتشر شده توسط ITHIB، صادرات پوشاک و منسوجات که در مدت مشابه سال گذشته به ارزش ۸.۸ میلیارد دلار بود، با ۱۳.۶ درصد کاهش به ۷.۶ میلیارد دلار رسید.

در همین مدت نسبت به سال قبل صادرات منسوجات فنی با ۲.۵ درصد کاهش از ۱۱۲۶ میلیارد دلار به ۱۰۹۸ میلیارد دلار رسید. صادرات نخ با کاهش ۰.۷ درصدی از ۱۰۵۸ میلیارد دلار به ۱۰۵۱ میلیارد دلار رسید.

بر اساس گروه های کالایی، بیشترین کاهش صادرات در پارچه تریکو با نرخ ۱۲ درصد و منسوجات خانگی با نرخ ۱۳.۶ درصد مشاهده شد. تنها گروه محصولی که ارقام صادرات در آن افزایش یافت، الیاف با نرخ ۴.۷ درصد بود.

هنگامی که به نرخ بهره برداری از ظرفیت در صنعت نساجی ترکیه در دوره دیمه تا خردادماه نگاه می کنیم، افزایش ثابت، اگرچه با نرخ های پایین، قابل توجه است.

بر این اساس نرخ بهره برداری از ظرفیت که در دی ماه ۶۹.۵ درصد بود، در خرداد به ۷۳.۳ درصد رسید.

در حالی که صادرات به ایتالیا در شش ماهه سال قبل ۴۶۷ میلیون دلار بود، این رقم در سال ۲۰۲۴ با ۶.۵ درصد کاهش به ۴۳۶ میلیون دلار رسید.

صادرات به آلمان با ۱۱.۱ درصد کاهش از ۴۰۸ میلیون دلار به ۳۶۳ میلیون دلار کاهش یافت. صادرات به آمریکا با افزایش ۷.۶ درصدی از ۳۳۶ میلیون دلار به ۳۶۱ میلیون دلار افزایش یافت.

بیشترین کاهش صادرات نساجی ترکیه مربوط به پارچه های تریکو و منسوجات خانگی بوده است. همچنین در ۳ گروه کالایی نخست صادراتی در بازه زمانی دیمه تا خردادماه، کاهش به ثبت رسیده است.

صادرات پارچه بافته در این مدت با ۷.۳ درصد کاهش نسبت به سال قبل از ۱۲۴۲ میلیارد دلار به ۱۱۵۲ میلیارد دلار کاهش یافت.



تولید نخ پلی‌استر در چهارمحال و بختیاری

۲۰ درصد رشد یافت

مهدی عباس‌پور تاکید کرد: از ابتدای سال جاری تاکنون ۱۵ هزار تن نخ پلی‌استر در واحدهای صنعتی این استان تولید و روانه بازار مصرف شده است.

صنعت نساجی است که به‌علت ویژگی‌هایی مانند نداشتن پُرزدهی، استحکام زیاد و درخشندگی در تولید محصولاتمانند پتو، فرش، موکت، لباس، پارچه روتختی و پرده کاربرد دارد.

الیاف پلی‌استر در دسته الیاف مصنوعی قرار دارد و نخ تهیه شده از آن به‌عنوان یک محصول اصلی در گروه پلی‌استر، ۴۰ درصد از تولید جهانی پلی‌استر را تشکیل می‌دهد و این نخ در صنعت نساجی کاربرد بسیاری دارد.

وی با اشاره به فعالیت ۴۰ واحد تولیدی نساجی در چهارمحال و بختیاری افزود: این کارخانه‌ها ۴۰ درصد نخ پلی‌استر کشور را تولید و روانه بازار مصرف می‌کنند.

عباس‌پور به صادراتی بودن نخ‌های پلی‌استری تولیدی در چهارمحال و بختیاری اشاره و تصریح کرد: تولید الیاف پلی‌استر در تمامی فصل‌های سال گذشته نسبت به مدت مشابه سال قبل از آن روند افزایشی داشته است.

وی یادآور شد: نخ‌های پلی‌استری از مواد اولیه



متوسط با اشتغال بین ۵۰ تا ۱۰۰ نفر و بقیه واحدهای صنعتی کوچک هستند.

تاکنون با صدور بیش از ۲ هزار جواز تاسیس و افزون بر ۴۰۰ طرح با سرمایه‌گذاری بالای ۶۰ درصد طرح‌های صنعتی اجرایی شده که در راستای کمک به تکمیل این طرح‌گام‌های بلندی برداشته شده است.

چهارمحال و بختیاری در برخی محصولات صنعتی از جمله لوازم خانگی، تولید چادر مشکی، موکت و برخی از صنایع دیگر رتبه‌های مطلوبی در کشور دارد.

چهارمحال و بختیاری ۱۲ شهرستان با بیش از یک میلیون نفر جمعیت دارد که تعدادی از محصولات واحدهای تولیدی این استان به کشورهای دیگر صادر می‌شود.

چهارمحال و بختیاری ۳۲ شهرک و ناحیه صنعتی مصوب دارد که هم‌اکنون ۲۲ شهرک و ناحیه صنعتی استان آمادگی واگذاری زمین به متقاضیان سرمایه‌گذاری در بخش‌های تولیدی مختلف هستند.

هم‌اکنون در چهارمحال و بختیاری بیش از یک‌هزار واحد صنعتی در حال فعالیت است که ۳۶ واحد این مجموعه واحدهای بزرگ و دارای اشتغال بالای ۱۰۰ نفر و ۳۲ واحد



با هم می توانیم
با هم انجام خواهیم داد



Star Management Group GmbH



ما راهکارهای جدید
برای برندهای جدید و کسب و کارها در صنعت
ماشین آلات نساجی ارائه می دهیم تا رشد کنند

برای دریافت خدمات با ما تماس بگیرید
info@bouzary.de



Licht Str. 2, 45127 Essen, Germany

+49 (0)20189940451



بهباد کارآفرین تجارت

همراه با تجار و کارآفرینان در جستجوی راهکارهای مبتکرانه در صنعت نساجی



درباره ما

بهباد کارآفرین تجارت در تهران
به نمایندگی شرکت آلمانی

Start Management Group GmbH

همراه شما در زمینه‌های متفاوت
فعالیت‌های تجاری صنعت نساجی

خدمات ما

- پشتیبانی حرفه‌ای امور اداری، گمرک، صادرات، قراردادهای تجاری اقسام ماشین‌آلات نساجی و ...
- تهیه و ارسال انواع کالاهای تجاری و نساجی به ایران به طور مستقیم از شرکت‌های اروپایی
- تماس با اتاق‌های بازرگانی آلمان و کشورهای اروپایی
- نمایندگی شرکت‌های بازرگانی و تولیدی در آلمان و اروپا

تماس با ما
۰۹۹۱۲۸۱۳۸۷۰
۰۲۱۹۱۶۹۴۵۲۳

ایمیل

info@bouzary.de

آدرسی

خیابان سهروردی شمالی، خیابان کاووسی فر



فرش تبریز، مسافر ویژه المپیک ۲۰۲۴ فرانسه

تابلو فرش با نمادهای فرهنگی و گردشگری کشور فرانسه بافتند؛ این فرش‌های ورزشی با ایده و ابتکار استاد حسین کاظمی حامد نظارت و بافته شده است.

حمید ارشادی، طراح جوان فرش‌های المپیک ۲۰۲۴ در گفت‌وگویی اظهار کرده است: شش نفر از استادکاران فرش تبریز، در شش ماه اخیر بافت تابلو فرش‌های المپیک ۲۰۲۴ را بر عهده داشته‌اند. **وی با اشاره به سابقه ۲۰ ساله خود در طراحی نقشه‌های فرش افزود: طراحی نقشه فرش‌های جام جهانی ۲۰۲۲ قطر را نیز برعهده داشتیم که توسط استادکاران فرش تبریز در جامعه جهانی به نمایش درآمد.**

المپیک ۲۰۲۴ فرصتی دیگر برای فرش تبریز است تا بار دیگر، پس از پرچمداری در المپیک و جام جهانی سال‌های اخیر، هنر دست تبریز و فرهنگ ایرانی را به جهانیان نشان دهد.

فرش دستبافت تبریز با نمادهای المپیک و پرچم‌های ایران و کشور میزبان فرانسه که بافته شده بود، برای نمایش به محل برگزاری مسابقات ارسال شد؛ بر این اساس رویدادهای بین‌المللی از جمله المپیک ۲۰۲۴ فرصتی برای نشان دادن فرهنگ و هنر ایران به جهانیان است؛ ۲۶ سال است که از بافت فرش جام جهانی می‌گذرد، این بار هنرمندان تبریزی با تابلو فرشی از جنس المپیک پاریس دست به کار شدند و پنج عدد

این طراح جوان فرش تبریزی با اشاره به فعالیت شبانه‌روزی استادکاران فرش برای اتمام بافت فرش‌های المپیک ۲۰۲۴ در هفته پیش‌رو گفت: ۷ فرش المپیک ۲۰۲۴ در تبریز با حمایت پیشکسوتان فرش بافته و به عنوان پرچم‌دار شاخص فرهنگ ایرانی در جامعه جهانی حضور دارد.

نخ‌های به کار برده شده در این تابلوفرش‌ها از جنس ابریشم و مریوس بوده و هر تابلو فرش با ۲۵۰ هزار گره ترکی بافته شده است.

ارشدی بیان کرد: این تابلوفرش‌ها با تفاهم و هماهنگی کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران به کمیته جهانی المپیک لوزان سوئیس، کمیته المپیک فرانسه، کمیته المپیک ایران و کمیته المپیک ژاپن اهدا خواهد شد.

فرش‌هایی که در المپیک ۲۰۲۰ توکیو و جام جهانی ۲۰۲۲ رونمایی شدند، هنر دست استادکاران فرش تبریز بودند که با تصاویری از حرم مطهر رضوی و جهان‌پهلوان غلامرضا تختی راهی جامعه جهانی شدند.

رشدی در خصوص نقش‌های به کار برده شده در تابلوفرش‌های المپیک ۲۰۲۴ گفت: نماد کمیته ملی المپیک جمهوری اسلامی ایران که نشانگر نقش پرچم ایران است در این تابلوفرش‌ها طراحی و بافته شده و شاخه‌های زیتون و کبوتران صلح در حال پرواز به نشانه صلح، از نمادهای به کار برده شده در این تابلوفرش‌ها هستند.

وی اظهار کرد: تابلوفرش‌های المپیک ۲۰۲۴ در ابعاد ۹۰×۶۰ سانتی‌متر با رج شمار ۵۵ طراحی شده و با همت استادکاران فرش در تبریز بافته شده است.

طراح تابلوفرش‌های المپیک ۲۰۲۴ افزود:





ریچارد آرکرایت پیشگام انقلاب صنعتی و پدر سیستم کارخانه‌های مدرن

ریچارد آرکرایت: پدر سیستم کارخانه های صنعتی مدرن ریچارد آرکرایت بود. او که یک مرد خودآموخته بود، ماشین‌های زیادی را برای تولید انبوه نخ اختراع کرد و مسئول ایجاد تولید پارچه‌های پنبه‌ای به عنوان صنعت پیشرو در شمال انگلستان بود.

در ۲۳ دسامبر ۱۷۳۲ در پرستون انگلستان، یک شهر بندری به دنیا آمد. او کوچکترین فرزند از ۱۳ فرزند یک مرد کارگر فقیر بود. آرکرایت که نزد یک آرایشگر در بولتون شاگرد شد، در سال ۱۷۵۵ ازدواج کرد. پس از مرگ همسر اولش، پاتینس هولت، که از او صاحب یک پسر شد، در سال ۱۷۶۱ با مارگارت بیگینز ازدواج کرد.

مارگارت درآمد کمی داشت که به آرکرایت امکان داد کسب و کار آرایشگری خود را گسترش دهد. او روشی مخفی برای رنگ کردن مو به دست آورد و با خرید موهای انسان برای استفاده در ساخت کلاه گیس به سراسر کشور سفر کرد. سفرهایش او را با افرادی که به بافندگی و ریسندگی اهمیت می دادند، در تماس بود. هنگامی که مد برای پوشیدن کلاه گیس کاهش یافت، او به اختراعات مکانیکی در زمینه منسوجات توجه کرد تا ثروت خود را به دست آورد.

در سال ۱۷۶۷ ماشینی برای کارکردن پنبه به انگلستان معرفی شد و جیمز هارگریوز جنی ریسندگی را اختراع کرد. با این حال، این ماشین‌ها به کار دستی قابل توجهی نیاز داشتند و جنی هارگریوز نخ‌های پایین‌تری تولید کرد. آرکرایت با کمک یک ساعت ساز ماشین ریسندگی ساخت که نخ قوی تری تولید می کرد.

اختراع قاب ریسندگی تحول در تولید نخ و موفقیت‌های ریچارد آرکرایت

آرک رایت بیشتر به خاطر اختراع قاب ریسندگی یا قاب آبی که در سال ۱۷۶۹ ثبت اختراع کرد، شهرت دارد و نخ را از پنبه خالکوبی شده به طور خودکار و با ماشین تولید می‌کرد. این یک پیشرفت نسبت به جنی چرخان جیمز هارگریوز بود، زیرا نخ قوی‌تر بود.

تأسیس اولین کارخانه نساجی: ریچارد آرکرایت و انقلاب صنعتی در کرامفورد

آرک رایت در سال ۱۷۷۱ یک کارخانه نساجی در کرامفورد در دربی شایر راه اندازی کرد که اولین کارخانه واقعی بود. هزاران زن و کودک به صورت شبانه روزی کار می‌کردند. قاب‌های چرخان توسط چرخ‌های آبی کار می‌کردند، از این رو به آن قاب‌های آبی می‌گویند.

با گسترش کارخانه در کرامفورد، به زودی آشکار شد که جمعیت موجود شهر برای تأمین نیروی کار مورد نیاز برای مقیاس عملیاتی که آرکرایت برنامه ریزی کرده بود، کافی نیست.

بنابراین او کارگرانی را از خارج از محل وارد کرد و مجموعه ای از کلبه ها را در نزدیکی آسیاب ساخت تا آنها را در خود جای دهد (او همچنین خانه عمومی Greyhound را ساخت که هنوز در میدان بازار کرومفورد وجود دارد). استوارت فیشر بیان می‌کند که خانه های کارگری اکنون به عنوان "اولین توسعه مسکن کارخانه در جهان" در نظر گرفته می‌شود.

اگرچه سازندگان دیگر نیز با استفاده از اصل مشابهی روی ماشین‌های ریسندگی کار می‌کردند، آرکرایت پیشرفت‌های مهمی انجام داد که ماشین او را متمایز کرد و در جایی موفق شد که دیگران شکست خورده بودند.

پس از ماه‌ها آزمایش و تنظیم، فواصل صحیح را برای غلتک‌هایی که الیاف پنبه را بیرون می‌کشید، کشف کرد و وزنه‌هایی را از مجموعه بالایی غلتک‌ها آویزان کرد تا بتوانند غلتک‌های پایینی را محکم بگیرند. قبل از Arkwright، نخ در مغازه‌های خانگی توسط افرادی که روی چرخ ریسندگی کار می‌کردند یک چرخ، یک نخ می‌چرخیدند.

اکنون نخ را می‌توان با ماشین‌ها، صدها قرقره در یک زمان تولید کرد، و کارگران ماهر خانگی را می‌توان با کارگران غیر ماهر جایگزین کرد که فقط باید پنبه‌های کارد شده را بار می‌کردند و قرقره‌ها را تعویض می‌کردند.

او به اسکاتلند دعوت شد و در آنجا به دیوید دیل در تأسیس کارخانه‌های پنبه در نیو لانارک کمک کرد. یک آسیاب بزرگ Arkwright در Birkacre در Lancashire در شورش های ضد ماشین آلات سال ۱۷۷۹ ویران شد.

رقبا با استفاده از اختراع او بدون مجوز، کارخانه‌های مشابهی را افتتاح کردند و آرک راییت به شدت تخلف را در دادگاه دنبال کرد. متأسفانه، مشخص شد که بیشتر آنچه در اختراعات Arkwright اصلی بود، کار مردان دیگر بود.

در پاسخ به چالش‌های Arkwright، تولیدکنندگان اعتبار پتنت‌های Arkwright را زیر سوال بردند و استدلال کردند که آنها اصالت اختراعات او را نشان نمی‌دهند.

مجموعه‌ای از پرونده‌های دادگاه به اوج خود رسید که در دادگاه ثبت اختراع در ژوئن ۱۷۸۵، جایی که آرکرایت متهم به کپی کردن اختراع چرخان ماشین‌ساز به نام توماس هایز شد، به پایان رسید.

هایز به دادگاه گفت که غلتک های استفاده شده در قاب آبی Arkwright توسط او ابداع شده است. حق امتیاز موتور کارتینگ Arkwright نیز به چالش کشیده شد.



آرک راییت در کرامفورد به ایجاد ترتیبات کاری بسیار منظم پرداخت. کار در دو شیفت ۱۳ ساعته در روز سازماندهی می‌شد، از جمله یک همپوشانی برای تغییر شیفت. آرک راییت بافندگان با خانواده های پرجمعیت را تشویق کرد که به کرامفورد نقل مکان کنند.

خانواده های کامل، از جمله تعداد زیادی از کودکان هفت ساله (که متعاقباً به ده افزایش یافت) به کار گرفته شدند. و در پایان دوره تصدی او، نزدیک به دو سوم از ۱۱۵۰ کارمند کودک بودند.

پس از تأسیس کارخانه در کرامفورد، آرکرایت به لنکاوی بازگشت و آسیاب Birkacre در Chorley را اجاره کرد، که قرار بود کاتالیزوری برای رشد شهر به یکی از مهم‌ترین شهرهای صنعتی انقلاب صنعتی شود.

در سال ۱۷۷۷، آرکرایت کارخانه هارلم را در ویرکسورث، دربی‌شایر اجاره کرد، جایی که اولین موتور بخار را برای استفاده در یک کارخانه پنبه‌سازی نصب کرد (این برای پر کردن حوضچه‌ای که چرخ آسیاب را به حرکت در می‌آورد به جای هدایت مستقیم ماشین‌آلات استفاده می‌شد).

دادگاه حکمی علیه آرک رایت صادر کرد و هر دو اختراع او را لغو کرد و این امر باعث رضایت تولیدکنندگان پنبه شد که از آن به بعد آزاد بودند تا بدون محدودیت از اختراعات او استفاده کنند. حق ثبت اختراع او در سال ۱۷۸۱ و ۱۷۸۵ در دادگاه به چالش کشیده شد و لغو شد.

بولتون و جیمز وات ازدواج کرد. تولید با کارخانجات نساجی بسیار افزایش یافت، اما نزولی اجتماعی شدید بود، زنان و کودکانی که ۱۲ ساعت در روز کار می کردند و وظایف تکراری را در شرایط ناسالم انجام می دادند. انقلاب صنعتی موهبت بسیار متفاوتی بود.

در سال ۲۰۰۹، پست سلطنتی بریتانیا مجموعه ای از ۸ تمبر پستی را منتشر کرد که در مجموع آنها را "پیشگامان انقلاب صنعتی" نامیدند. آرک رایت روی یکی از تمبرهای ۵۰p بود، جایی که او به متیو بولتون، جیمز وات، جورج استفنسون، هنری مادسلی، جوزیا ودگوود، جیمز بریندلی و جان مک آدام پیوست.

او در سال ۱۷۸۶ لقب شوالیه را دریافت کرد و برای چندین سال او توانست قیمت نخ پنبه را در انگلستان تعیین کند و توانست ثروت زیادی را از خود به جای بگذارد. پس از مرگش (در سال ۱۷۹۲)، ارزش آرکرایت بیش از ۵۰۰۰۰۰ پوند بود که تقریباً معادل یک میلیارد مدرن بود.

او موقعیت اجتماعی را داشت که توسط نقاش بزرگ دربی، جوزف رایت، نقاشی شده بود، که حتی کارخانه آرک رایت را در کرامفورد نقاشی کرد. اختراع واقعی Arkwright قاب آب نبود، بلکه سیستم کارخانه بود. آسیاب کرامفورد او اولین گام در انقلاب صنعتی بود که چشم انداز انگلستان را در نیم قرن آینده تغییر داد، به ویژه هنگامی که در نهایت با ماشین بخار متیو



 TÜYAP





GLOBAL
CENTER OF
THE CARPET
SECTOR



scan the QR code
for more information

www.icfexpo.com

 @icfexpo

CFE

carpet & flooring expo

January 7-10, 2025

**ISTANBUL EXPO CENTER
TÜRKİYE**

FABTEX GEORGIA

International Fabric, Yarn,
Accessories & Home Textile Fair

26 - 28 Sep 2024

———— Tbilisi, Georgia



**Discover
Best
Destination**



+90 212 577 66 76
info@kuzeyexpo.com





نقش طراح محصول در تجربه کاربری و توسعه محصول

نویسنده : دکتر امیررضا باو در 

طراح محصول، مسئول تجربه‌ی کاربری یک محصول بوده و معمولاً اهداف کسب و کار از دید مدیر محصول دنبال می‌شود و نقش مهمی در مراحل اصلی توسعه محصول دارد.

او در واقع کسی است که بر فرآیند طراحی یک محصول از ابتدا تا انتها یا بهبود محصول موجود نظارت دارد و درک درستی از اهداف بزرگتر محصول داشته و در عین حال به جزئیات مورد نیاز برای دستیابی به آنها توجه دارد.

همچنین تلاش می‌کند که طراحی، زبانی یکسان با کسب و کار داشته باشد. بطور مثال در یک موقعیت فرضی، طراح محصول می‌تواند این پرسش را مطرح کند: "آیا این محصول در اقتصاد فعلی معنا دارد؟" یا "چگونه طراحی خود را مقرون به صرفه کنم؟"

نقش طراح محصول به راحتی با سایر عناوین شغلی طراحی (مانند طراح تجربه‌ی کاربری) اشتباه گرفته می‌شود.

وی در این مسیر همزمان حداکثر سود را به ذینفع می‌رساند و به طور مستقیم برای کاربر و به طور غیرمستقیم برای پایه‌هایی که کسب و کار بر روی آن استوار شده‌اند، فعالیت می‌کند.

حضور یافتن او در فرآیند سبب می‌شود هنگام همکاری با مشتریان ارتباطاتی سازنده‌تر برقرار شود، هزینه‌ها کاهش یابند و درآمد افزایش پیدا کند.

در حالی که یک طراح محصول از فرآیند تفکر طراحی، رویکرد انسان محور، تحقیقات بازار و ابزارهای نرم‌افزاری مشابه طراحان UX استفاده می‌کند، کار آنها کاملاً یکسان نیست.

در حالی که طراحان UX و طراحان محصول هر دو در هسته‌ی خود حل‌کننده‌ی مشکلات متمرکز بر کاربر هستند، طراحان محصول و طراحان UX اولویت‌های متفاوتی دارند. یک طراح محصول بیشتر تلاش خود را بر روی ساخت یک محصول قابل فروش و مقرون

به صرفه متمرکز می‌کند که استفاده از آن نیز آسان باشد.

یک طراح UX فقط بر تجربه‌ی کاربر از محصولی متمرکز می‌کند که شخص دیگری قبلاً آن را سودآور دانسته است.

اگر ترجیح می‌دهید روی خود محصول متمرکز کنید و نه جنبه‌های کسب و کاری آنچه طراحی می‌کنید، مشاغل طراحی دیگری نیز وجود دارند که مشابه نقش طراحی محصول هستند و ممکن است برای شما جالب باشند.

برخی از این عناوین شغلی عبارتند از:

- طراح تجربه (Experience Designer | XD)
- معمار اطلاعات (Information Architect | IA)
- طراح تعامل (Interaction Designer | IX)
- معمار تجربه (Experience Architect | XA)
- طراح رابط کاربری (User Interface Designer | UI)
- طراح تجربه‌ی کاربری (User Experience)
- محقق تجربه‌ی کاربری (User Experience)
- معماری تجربه (Experience Architect | XA)
- طراح رابط کاربری (User Interface Designer | UI)
- تجربه نویسنده (User Experience Writer | UX)

در برخی موارد، یک طراح محصول، بسته به اینکه تیمش چقدر بزرگ باشد، برخی از جنبه‌های هر تعدادی از این نقش‌ها را انجام می‌دهد. به طور کلی، هر کدام از نقش‌های بالا را می‌توان به عنوان موقعیت‌های جداگانه یافت.



یک طراح محصول واقعا چه می‌کند؟

یک طراح محصول، مسئول تجربه‌ی کاربری و اهداف کسب و کاری یک محصول است. آنها از تفکر طراحی برای ایده‌پردازی و طرح راه‌حل استفاده می‌کنند که به نیازهای کاربران و همچنین نیازهای کسب و کار پاسخ دهد.

نقش طراح محصول برای همه یکسان نیست. هر کارفرما مسئولیت‌های انعطاف‌پذیری را که می‌تواند از تجربه‌ی کاربر تا طراح همه‌کاره را شامل شود، اختصاص خواهد داد. به طور کلی، طراح محصول، مباشر محصول است. آنها مطمئن می‌شوند مشکلی را که برای کاهش آن تعیین کرده اند حل می‌کنند، بهترین حالت محصول را ارائه می‌دهند، مقرون به صرفه و کاربردی است، و همه‌ی ذینفعان از نتیجه‌ی نهایی راضی هستند.

فرآیند کار یک طراح محصول

طراحان محصول فرآیندی را طی می‌کنند که به طور نزدیک با فرآیند تفکر طراحی موازی می‌شود، که شامل موارد زیر است:

- طراحی و ایجاد نمونه‌های اولیه
- برگزاری جلسات تست همراه کاربران
- پیاده‌سازی بازخوردها
- راه‌اندازی یک محصول
- اندازه‌گیری وسعت محصول و تکرار مراحل

در حالی که به نظر می‌رسد این یک فرمول ساده است، طراحان محصول همچنین مسئول حل مشکلات در طول طراحی و توسعه‌ی محصول هستند. گاهی اوقات فرآیند آنها بیشتر شبیه به یک نمودار پیچیده و پر از خطوط خمیده است تا یک نمودار ساده با خطوط مستقیم.

در اینجا، برخی از مسئولیت‌هایی که یک طراح محصول ممکن است در شرح شغل خود داشته باشد، آورده شده است:

- تجربه‌ی کاربری (UX)
- رابط کاربری (UI)
- کدنویسی
- مدیریت پروژه
- حل مسئله
- مدیریت تیم
- برنامه‌ریزی و برگزاری جلسات تست
- طراحی وایرفریم
- پشتیبانی فنی
- پشتیبانی بازاریابی
- ملاقات با مشتریان
- نمونه‌سازی
- تامین منابع (در صورت لزوم)
- ارائه‌ی محصول نهایی

طراحان محصول به چه مهارت‌هایی نیاز دارند؟

برای طراحان محصول، مهارت‌های نرم و مهارت‌های فنی به یک اندازه مهم هستند. این نقش مستلزم برقراری ارتباط با چندین تیم مختلف، ذینفعان و ارائه‌ی ایده‌ها در هر مرحله از فرآیند است. حل مسئله در بازه‌ی زمانی تعیین شده، یکی دیگر از مهارت‌های نرم است که طراحان محصول باید بر آن مسلط باشند.

طراحان محصول همچنین بر دانش فنی متوازن با توانایی خلاقانه‌ی خود متکی هستند. آن‌ها به حسی از آگاهی بصری و فضایی نیاز دارند که با آگاهی کسب و کاری در تعادل باشد، تا بدانند چه چیزی خوب به نظر می‌رسد، عملکرد خوبی دارد و محصولی مناسب برای اهداف کسب و کار خواهد بود.

یک طراح محصول از نرم‌افزارهایی مانند Sketch، Figma، Adobe Illustrator و XD و نرم‌افزارهای نمونه‌سازی دیگر استفاده می‌کند تا ایده‌های خود را زنده کند. آن‌ها از نقشه‌های سفر و تحقیقات کاربر، وایرفریم‌ها، نمونه‌های اولیه و طرح‌های با جزئیات بالا برای اطلاع‌رسانی تصمیمات خود و ارائه‌ی ایده‌های خود استفاده می‌کنند.

بسیاری از توضیحات شغلی برای طراحان محصول انتظار دارند که طراح، تجربه‌ی طراحی در رشته‌های UX و ال، مهارت در نرم‌افزارهای محبوب و مهارت‌های همکاری قوی داشته باشد. برای شرکت‌های چند ملیتی، مهارت‌های زبان خارجی اغلب دارایی بزرگی در این نقش است.

نقش او چیست؟

نقش طراح محصول تا حد زیادی منعطف است. در واقع یک طراح چند رشته‌ای 'jack of all trades' است که UX/UI، کدنویسی، مدیریت پروژه و حتی مهمتر از همه، حل مسئله را انجام می‌دهد. به طور خلاصه، طراح محصول راه‌حلهایی برای مشکلاتی که احتمال می‌رود در طول فرآیند اولیه ایجاد شود، طراحی می‌کند.

او در کنار همکاری با تیم‌های فنی، کسب و کار، فروش و پشتیبانی، مسئولیت طراحی پلن برای تسهیل راه‌حل‌ها، ایجاد طرح‌های آزمایشی متعدد، ایجاد وایرفریم‌ها و انجام تست‌های کاربردی در تیم محصول را برعهده دارد.



اندازه‌گیری موفقیت راه‌حل‌های ممکن تعیین کنند. او هدف محصول را به یک تجربه کاربری تبدیل کرده و بازخورد مورد نیاز را در مورد آنچه که برای رسیدن کاربران به اهدافشان باید در نظر گرفته شود، ارائه می‌دهد.

پس طراح محصول می‌تواند تجربه بصری کاربر را ایجاد کند و نقاط اصطکاک را کاهش دهد و هنگامی که محصولی بالغ شد می‌تواند به بهبود تجربه کاربر و کارایی بیشتر محصول کمک کند.

طراح محصول همچنین از توسعه دهندگان در طول فرآیند راه‌اندازی پشتیبانی می‌کند و در کنار تیم‌های بازاریابی برای اطمینان از هم‌افزایی بین برند و محصول کار می‌کند.

پروداکت دیزاینر با مدیران محصول و محققان UX همکاری می‌کند تا با درک نقاط درد کاربر، نگرش‌ها، انگیزه‌ها و اهداف کاربران را به طور خلاصه تعریف کند، مشکلات کاربر را تایید کند و KPIها (شاخص‌های کلیدی عملکرد) را برای

رابرت گرینبرگ

“چالش ما در رابطه با تبدیل چیزهایی بی نهایت پیچیده به مسائل ساده‌تر و قابل درک‌تر است.”

کرده و داده‌های کمی و کیفی رفتار کاربران را تحلیل می‌کند، مفهوم اولیه تعریف می‌کند، نسخه آزمایشی یا پروتوتایپ می‌سازد و فرایند تست را آغاز می‌کند تا محصولی ساده و قابل استفاده براساس هدف بنیادی آن به دست آورد.

اما منظورمان از کلمه «مشکل یا نیاز» چیست؟ به طور مثال فرض کنید هوا به شدت سرد شده است، نیاز کاربر تهیه لباس گرم برای مقابله با سرما است. بنابراین به سراغ اینترنت می‌رود تا لباس مورد نظر خود را جستجو کند.

اینجاست که طراح محصول وارد میدان می‌شود. وظیفه او اطمینان حاصل کردن از این است که کاربر به سادگی از یک اپلیکیشن یا وب سایت برای پیدا کردن لباس‌های زمستانی مد نظر خود استفاده کند.

اما فراهم آوردن یک تجربه خوب برای کاربر، به سادگی ساخت یک محصول ایده‌آل نیست. طراحی محصول، عمقی بسیار بیشتر دارد.

طراحان محصول روی سه نوع طراحی تمرکز می‌کنند:

طراحی سیستم، که به معنای چگونگی ساختارمهندسازی محصول است تا بتوان به پیشینه تعامل دست یافت و نیازهای کاربر را برطرف کرد.

طراحی فرآیند، که به تحلیل، ساخت و بهبود کارهایی که درون سیستم انجام می‌شوند، مرتبط است. مانند رفتن به سبد خرید یا ثبت نام کردن برای دریافت خبرنامه ایمیلی.

طراحی رابط کاربری، که راجع به ظاهر، استایل و احساس اپلیکیشن یا وب‌سایت بوده و هدف آن، دستیابی به بیشترین نوآوری و حس رضایت به هنگام استفاده است.

طراح محصول دقیقا چه می‌کند؟

تا به اینجا توضیح دادیم که او مشکلات محصول و نیازهای کاربر را تعریف می‌کند و برای حل مشکل و طراحی راه‌حل، شروع به جمع‌آوری داده‌ها از منابع مختلف کرده تا محصولات مشابه و رقبا را شناخته و از ابعاد مختلف بررسی کند. وی با کاربران صحبت



اولین قدمی که پروداکت دیزاینر برمی‌دارد، حصول اطمینان از منحصر به فرد بودن محصول و ارزشمندی کافی برای آن مشتریانی است که به وبسایت‌های دیگر دسترسی دارند. بخشی از این فرآیند شامل سنجش عملکرد رقبا نیز می‌شود.

او سعی می‌کند سایتی بهتر، کاربردی‌تر و لذت‌بخش‌تر از گزینه‌های دیگر طراحی کند. علاوه بر این، او به ترسیم مسیری رایج می‌پردازد که کاربران احتمالاً آن را برای رسیدن به راهکار مد نظر خود در پیش می‌گیرند.

بنابراین وی در تمام مسیر، روی «سفر مشتری» تاثیر می‌گذارد. البته که در این مسیر فاکتورهای دیگری هم داریم، اما رسیدگی به نیازهای کاربران، هدف غایی طراح محصول است. وی بر بهبود سه معیار مهم تصمیم‌گیری تمرکز دارد - کیفیت، عملکرد و جذابیت زیبایی‌شناختی. همچنین به شما در افزایش فروش و تضمین رضایت بیشتر مشتری کمک می‌کند.

. همکاری با مهندسان و مدیران محصول به منظور درک پیچیدگی‌های فنی
. تعریف حداقل محصول پذیرفتنی و حصول اطمینان از کیفیت بالای محصول به هنگام ساخت و عرضه
. شناسایی فرصت‌های آتی برای بهبود هرچه بیشتر محصول
. مشارکت در جلسات بازنگری طراحی و اشتراک‌گذاری وظایف به صورت مداوم با رهبران شرکت

مسئولیت‌های طراح محصول چیست؟

. انتخاب ایده‌های تازه و قرار دادن آن‌ها در مسیر پیاده‌سازی
. پیاده‌سازی، سنجش و بهبود طراحی‌ها
براساس بازخوردهای کمی و کیفی دریافتی



انتظارات فعالان صنعت نساجی از دولت جدید

درخواست فعالان نساجی ایران از دولت برای رفع چالش‌های اساسی صنعت

فعالان صنعت نساجی ایران، از دولت جدید خواستار اقداماتی برای رفع چالش‌های کلیدی این صنعت هستند. مجتبی دستمالچیان، رئیس انجمن صنایع نساجی ایران، تأکید کرد که واردات بی‌رویه، نیاز به بازسازی و نوسازی صنایع و تخصیص ارز از جمله مشکلات اصلی واحدهای نساجی است.

بانک‌ها اشاره کرد و افزود که این مسائل تأمین سرمایه در گردش واحدها را با مشکل مواجه کرده است.

او همچنین به اهمیت اجرای قانون بهبود فضای کسب و کار اشاره کرد و گفت: "از دولت جدید انتظار داریم این قانون را به‌طور کامل اجرا کند و از دیدگاه‌های تشکلهای بخش خصوصی استفاده نماید." کاظمی ابراز نگرانی کرد که برخی برنامه‌ها و قوانین بدون مشورت با بخش خصوصی تصویب می‌شود که باعث بروز مشکلاتی می‌شود.

او با اشاره به قانون ممنوعیت واردات کالاهای مشابه، خواستار توجه به این ممنوعیت در صنعت نساجی شد و افزود که وفور واردات رسمی و غیررسمی به صنعت آسیب زده و مانع رشد آن شده است.

لزوم کنترل واردات و نوسازی ماشین‌آلات: درخواست رئیس انجمن صنایع نساجی از دولت جدید

دستمالچیان همچنین بر لزوم کنترل واردات پارچه و پوشاک تأکید کرد و گفت: "دولت جدید باید این موضوع را مدیریت کند و واردات را در زنجیره نساجی کنترل نماید." وی به عمر بالای ماشین‌آلات نساجی اشاره کرد و بیان داشت که بازسازی و نوسازی این ماشین‌آلات ضروری است، اما امکان ثبت سفارش ماشین‌آلات جدید وجود ندارد و این موضوع نیاز به توجه دارد.

شاهین کاظمی، نایب‌رئیس هیئت‌مدیره انجمن صنایع نساجی ایران، به چالش‌های تأمین مواد اولیه، تخصیص ارز، قاچاق و روش‌های انقباضی



garment TECH

istanbul



KONFEKSİYON, NAKIŞ MAKİNELERİ
YEDEK PARÇA VE YAN SANAYİ FUARI

GARMENT, EMBROIDERY MACHINES
SPARE PARTS AND SUB-INDUSTRY EXHIBITION

25-28
Haziran / June 2025

İSTANBUL FUAR MERKEZİ / YEŞİLKÖY

www.garmenttech.com.tr

 **Teknik
Fuarcılık**

www.teknikfuarcilik.com



ITMA ASIA



ITMA ASIA + CITME

SINGAPORE 2025

28 – 31 October 2025

Singapore Expo

www.itmaasiasingapore.com



THE LEADING TEXTILE TECHNOLOGY EXHIBITION DRIVING REGIONAL GROWTH

Tap a Proven Business Platform
to Propel Your Regional Growth

60,000
Square Metres

600
Exhibitors

30,000
Visitorship



Find Out More

Apply for Stand Space Now!

Owners



Organiser



Co-organiser



Supported By



Held in



Connect With Us





افرا جوت
AFRA JUTE

• نمایندگی رسمی شرکت رحمان جوت بنگلادش در ایران

تامین کننده نمرات مختلف نخ کنف

Karnotooka.com

Ceo@karnotooka.com
Mahmoodzakupour@gmail.com

+989124024878
+982122248083

Masterbatch, Compound, Additive,
 BDO (Chemical Intermediate), PBT (Engineering Polymer),
 PBAT, PBS (Biodegradable Polymers), Carbon Black,
 Biodegradable Compound, Extruded Polymer, Plastic Granules,
 Powder Predisperse Solid, Pigments (Industrial and sanitary),
 PE100+, PE80+, PP-r,
 Welding Rod, Steel Pipe Coating (TOP-COAT)
 and adhesive for the middle layer of steel pipe coating ,
 Agro PET Wire, High Strength Yarn & Fibers



مسترچ، افزودنی،
 کامپاند، آمیزه های پلیمری،
 کامپاند و گرانول زیست تخریب پذیر،
 پودر و پیگمنت پری دیسپرس (صنعتی و بهداشتی)،
 نخ و الیاف مدول و مقاومت بالا



موارد استفاده در
 صنایع نساجی، نخ و الیاف

فرش ماشینی و موکت :

نخ های فیلامنتی و الیاف کوتاه

الیاف پلی استر ، پلی پروپیلن و پلی آمید کوتاه

نخ های B.C.F. مورد مصرف در فرش ماشینی، موکت تافتینگ، کات و لوپ

نخ های CF مورد مصرف در دوخت، کمر بند ایمنی، بافت محافظتی

نخ های POY, FDY مورد مصرف در فرش ماشینی، رومبلی، جوراب و البسه ورزشی

الیاف پلی استر، پلی آمید، پلی پروپیلن مورد مصرف در ریسنجی نخ های پنبه ای،

فرش ماشینی، موکت و لانی های سوزنی

منسوجات نیاخته (Non woven) بهداشتی :

اسپان باند (Spunbond) . ملت بلان (Melt Blown)

سوزن زن . SS, SMS, SMMS

نخ های B.C.F., C.F., POY, FDY, DTY, TFO ، پلی پروپیلن، پلی استر و

پلی آمید مورد مصرف در فرش ماشینی، پارچه رومبلی، پرده ای، البسه ورزشی

مسترچ و افزودنی الیاف پلی استر کتان تایپ

جهت تولید الیاف DOPE DYED

گونی و جامبو پلی پروپیلن

سفید کننده و براق کننده جهت تولید الیاف پلی استر PSF



www.rangdaneh.ir
 info@rangdaneh.com

دفتر تهران :

خیابان دکتر بهشتی ، خیابان پاکستان ، کوی هشتم ، بلاک ۲۴

کدپستی: ۱۵۳۱۷۱۳۹۱۳ صندوق پستی: ۷۴۵۸ - ۱۵۸۷۵

تلفن: (۲۰ خط) ۸۸۷۵۰۶۱۸ - ۰۲۱

فاکس: ۸۸۷۴۱۵۳۰ - ۸۸۷۵۰۶۰۲ - ۰۲۱





中国国际纺织机械展览会 暨ITMA亚洲展览会 ITMA ASIA + CITME 2024

14 - 18 October 2024

**National Exhibition and Convention Center
Shanghai, China**

www.itmaasia.com | www.citme.com.cn



VISIT ASIA'S LEADING BUSINESS PLATFORM FOR TEXTILE MACHINERY

Source advanced manufacturing technologies to increase your competitive edge.

**Enjoy early bird rate when you register online
by 13 October 2024!**

www.itmaasia.com
www.citme.com.cn



For more information, please contact

ITMA Services

Tel: +65 6849 9368

Email: itmaasiacitme@itma.com

Beijing Textile Machinery International Exhibition Co., Ltd (BJITME)

Tel: +86 10 8522 9831 / 5822 1177-617

Email: itmaasiacitme@bjitme.com

Owners



Organiser



Co-Organiser



In Partnership With

