

کهن

مجله بین المللی اختصاصی صنعت نساجی ایران
دو ماهنامه علمی، پژوهشی، خبری، اطلاع رسانی
سال ۱۵ . شماره ۷۴ . اسفند ۱۴۰۱ . قیمت ۸۰۰۰ تومان

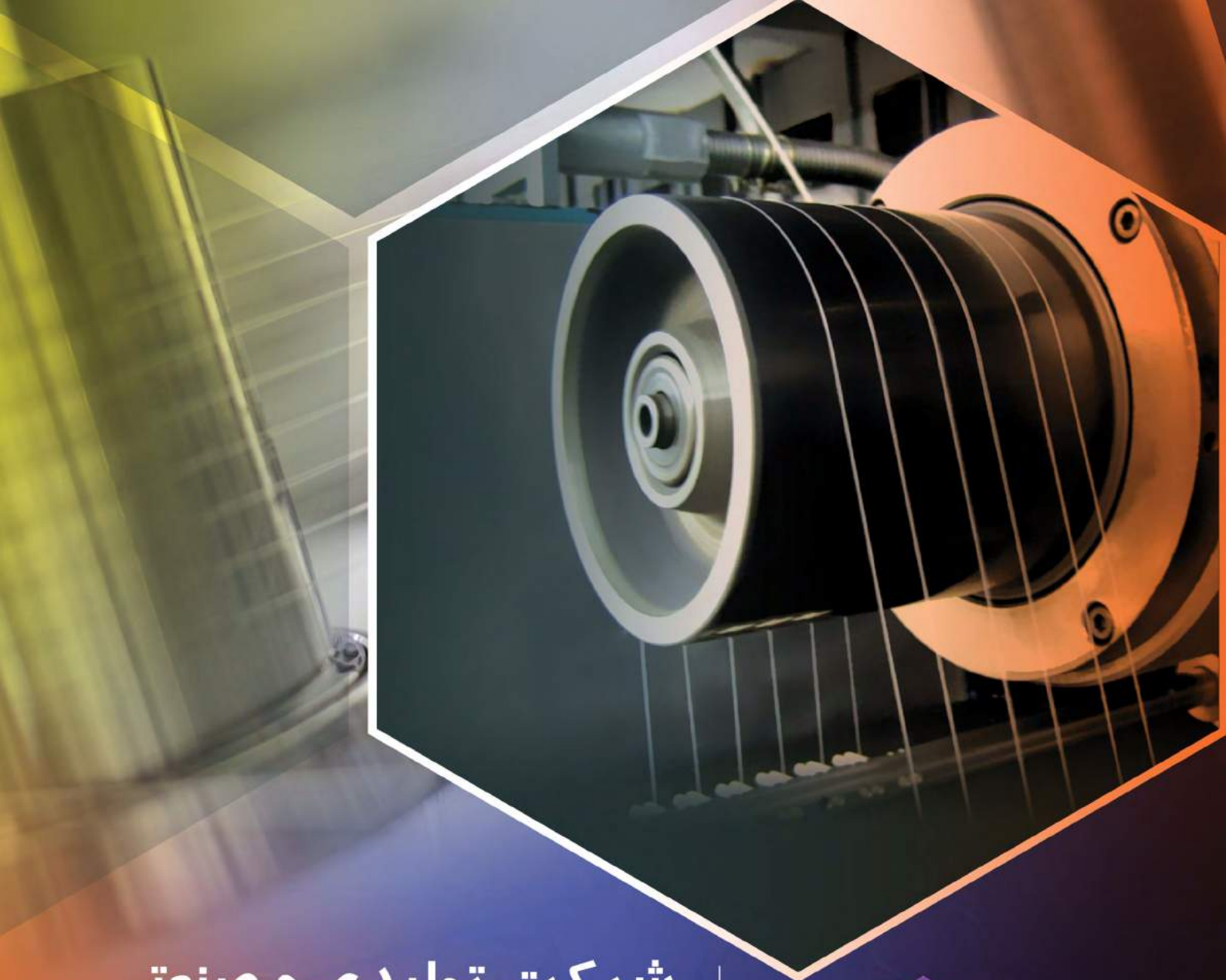


شیمه فرآیند مهر آریا

**تولید کننده و تامین کننده انواع مواد کمکی و قطعات ماشین آلات صنایع
نساجی، شیمیایی، سلولزی و پلیمری و مشاوره خدمات فنی و مهندسی**

- انواع روغن های اسپین فینیش جهت تولید نخ های FDY-DTY-BCF - CF - POY (پلی استرو پلی پروپیلن)
- انواع آنتی استاتیک و نرم کن جهت تولید الیاف پلی استر ریسایکل (هالو_سالید) - کاتن تایپ
- انواع آنتی استاتیک و نرم کن جهت تولید موکت نمدی - پتو
- انواع روغن های پارافینی و پایه گیاهی جهت تولید گونی های PP
- انواع مواد کمکی در صنایع رنگرزی - چاپ و تکمیل
- انواع آنتی فوم مخصوص صنایع نساجی و غیره
- اسپری سیلیکونی مخصوص ذوب ریسی

نشانی: تهران، خیابان آزادی، چهارراه بهبودی
ابتدای خیابان آذربایجان، روبروی بیمارستان شهریار
پلاک ۱۰۴۹، طبقه اول - تلفن: (۰۲۱) ۶۶۸۴۲۲۸۴ - ۶۶۸۴۲۲۸۴
۰۹۱۲۰۳۸۳۲۰۰ - ۰۹۹۱۴۶۴۵۸۴۶
www.chemifarayand.com
info@chemifarayand.com



شرکت تولیدی و صنعتی هینزا شیمی (سهامی خاص)

- اسپین فینیش جهت تولید نخ‌های پلی پروپیلن روی ماشین‌های BCF
- اسپین فینیش جهت تولید نخ‌های پلی استر روی ماشین‌های BCF
- اسپین فینیش جهت تولید نخ‌های CF
- اسپین فینیش برای ذوب رسی پلی پروپیلن (جهت تولید الیاف استیپل)
- اسپین فینیش برای ذوب رسی پلی استر (جهت تولید الیاف استیپل)
- اسپین فینیش جهت تولید اسپان باند (پلی پروپیلن)



هینزا شیمی

تولید کننده انواع مواد تعاونی نساجی و رزین

تنها تولید کننده روغن‌های اسپین فینیش با تکنولوژی روز دنیا

www.hinzachemical.com

آدرس: تهران - بالاتر از تقاطع خیابان خرمشهر و سپهروردی شمالی - کوچه سراب - پلاک ۴ - واحد ۸

تلفن: ۸۸۷۴۸۶۳۹ - ۸۸۷۴۸۶۳۸ فکس: ۸۸۷۶۹۸۹۲

مستریچ، 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



Masterbatch, Compound, Additive, Biodegradable Compound, Extruded Polymer, Plastic Granules, Powder Predisperse Solid, Pigments (Carbon Black & Colors), PE+100, PE+80, PP-r, Welding Rod, Adhesive Granule, Steel Pipe Coating (TOP-COAT), Agro PET Wire, High Strength Yarn & Fibers

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

ریسندگی نخ های پنبه ای، فرش ماشینی، موکت و

لانی های سوزنی

منسوجات نبافته (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، جوراب، البسه ورزشی

مستریچ و افزودنی الیاف پلی استر کتان تایپ جهت تولید

الیاف DOPE DYED

گونی و جامبو پلی پروپیلن

سفید کننده جهت تولید الیاف پلی استر PSF از پرک بطری

براق کننده جهت تولید الیاف پلی استر PSF مورد مصرف در

موکت های چاپی



رنگدانه
سیرجان®

www.rangdaneh.ir

info@rangdaneh.com

دفتر تهران :

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

کدپستی : ۱۵۳۱۷۱۳۹۱۳ صندوق پستی : ۷۴۵۸ - ۱۵۸۷۵

تلفن : (۲۰ خط) ۸۸۷۵۰۶۱۸ - ۰۲۱

فاکس : ۸۸۷۴۱۵۳۰ - ۸۸۷۵۰۶۰۲ - ۰۲۱





ARADCARPETKASHAN



TELEGRAM



SYTE

SCAN &
JOIN US



INSTAGRAM

- تولید کننده ی فرشهای ۵۰۰-۷۰۰-۱۲۰۰-۱۵۰۰ شانه ۱٪ آکریلیک
- Manufacturer of 500-700-1200-1500REEDS
- Machin-made carpets Classic designs and vintage
- DEDICATED DESIGNS
- إنتاج سجاد ۵۰۰-۷۰۰-۱۲۰۰-۱۵۰۰ عقدة من الأكرليك بالكامل
- ☎ +98 912 119 29 69 ☎ +98 31 54 75 14 26 -8
- 📍 Tolid Bld(Main 3) Solieman Sobahi Industrialtown /Aran&Bidgol road/Kashan /Iran



شیمه فرآیند مهر آریا

تولید کننده و تامین کننده انواع مواد کمکی و قطعات ماشین آلات صنایع نساجی، شیمیایی، سلولزی و پلیمری و مشاوره خدمات فنی و مهندسی

- انواع روغن های اسپین فینیش جهت تولید نخ های Poy - cf - bcf (پلی استرو پلی پروپیلن)
- انواع آنتی استاتیک و نرم کن جهت تولید الیاف پلی استر ریسایکل (هالو سالید) - کاتن تایپ
- انواع آنتی استاتیک و نرم کن جهت تولید موکت - پتو بافی ● انواع روغن های پارافینی و پایه گیاهی جهت تولید گونی های PP ● انواع مواد کمکی در صنایع رنگرزی - چاپ و تکمیل
- انواع آنتی فوم مخصوص صنایع نساجی و غیره ● اسپری سیلیکونی مخصوص ذوب ریزی

نشانی: تهران، خیابان آزادی، چهارراه بهبودی
ابتدای خیابان آذربایجان، روبروی بیمارستان شهریار
پلاک ۱۵۴۹، طبقه اول - تلفن: (۰۲۱) ۶۶۸۴۲۲۸۴ (خط)
www.chemifarayand.com
info@chemifarayand.com

شرکت الیاف نمونه

تولید کننده الیاف مصنوعی پلی استر



ALYAF NEMOUNE CO



+ 989121837593
+ 989190037451
+ 02126136130-5



www.nemounegroup.org



تهران، خیابان نیاوران، تقاطع کامرانیه، برج باغ
نیاوران، طبقه ۹، واحد ۱۷



شرکت الیاف نمونه

هلدينگ نمونه همواره از پيشگامان درحوزه توليد الياف پلي استر بوده است. امروز نيز با بهره مندي از کادر متخصص و ايجاد ارتباط مناسب با نخبگان برجسته دانشگاه و صنعت - شرايط را براي عرضه محصولات و ارايه خدمات ممتاز در بازارهاي داخلي و خارجي فراهم نموده است.



اين شرکت توليدي با بهره گيري از روش هاي نوآورانه محصولات خود را به برندي برتر و منحصر به فرد براي مشتريان خود در هر سطحي از تقاضا تبديل نموده است.



با توجه به کيفيت ويژه ي محصولات توليد شده، اين الياف داراي کاربرد در صنايع ريسندگي و پوشاک، منسوجات بي بافت، موکت سازي و نخ فرش، صنايع خواب و پرکني، مبلمان و عروسک سازي، خودرو سازي، و ... مي باشد.



گروه توليدي، صنعتي وبازرگاني نمونه
Nemoun Companies Group



شرکت الياف نمونه
Alyaf Nemoun Co



شرکت بازرگاني نمونه ايران
Nemoun Commerce Co



شرکت نمونه گستران دليجان
Nemoun Gostaran Delijan



+ 989121837593
+ 989190037451
+ 02126136130-5

www.nemoungroup.org

www.nemoungroup.org

www.nemoungroup.org

ما این راه را گرفته ایم...

راهکارهای جامع نرم افزار سیلینک





ماموت (آلمان)
www.mammut.de

دستگاه پنبه دوزی لحاف و تشک



دستگاه دوخت تشک



دستگاه تکمیل رویه تشک



نمایی از کارخانه ماموت

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



رمز ماندگاری ما، موفقیت شما است.



NedTex Co. Ltd

نمایندگی و پشتیبانی در ایران

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

✉ WINNERS@NedTex.biz

فهرست

۱۲	بازگشت موفقیت آمیز نمایشگاه فرش و کفپوش دمو تکس
۱۶	افزایش فروش و صادرات ماشین آلات نساجی در مقایسه با قبل از کرونا
۱۸	افزایش ۴۰۰ درصدی درآمد بزرگترین تولیدکننده پارچه های پشمی لوکس در ترکیه (یونسا)
۱۹	ترکیه رکورد صادرات پوشاک را شکست
۲۰	از مواد خام تا طیف کامل رنگ های راکتیو با دایکول (Dyecol)
۲۴	نوبوریتا (NOBORITA): سفری طولانی از زربافی تا پوشاک لوکس در ژاپن



۳۱

دلایل عدم موفقیت نمایشگاه های نساجی در ایران

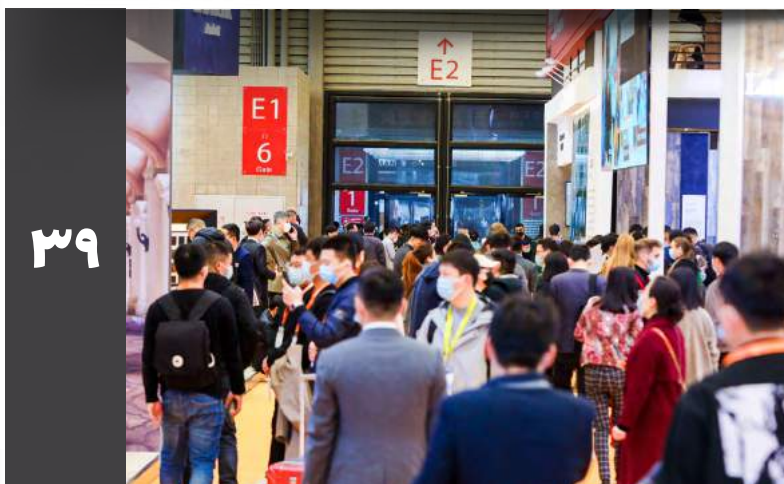
ایران کشوری است با بیش از ۸۰ میلیون نفر جمعیت و با ذخایر طبیعی و انرژی غنی. با اینکه ایران کشوری غنی و دارای منابع طبیعی و انسانی بیشماری است اما از نظر اقتصادی هنوز نتوانسته در اقتصاد غیر نفتی گامهای قابل توجهی بردارد....

سیاست زدگی اقتصاد و خطر از دست رفتن بازارهای منطقه برای ترکیه

ترکیه در سال های اخیر به دلیل سیاست های حزب حاکم تنش های زیادی را با کشورهای اروپایی و منطقه خاورمیانه تجربه کرده است مانند روسیه به دلیل هدف قراردادن هواپیمای جت روسی، عربستان سعودی بر سر کشته شدن روزنامه نگار عربستانی.....



۳۶



۳۹

اژدها وارد میشود ... دمو تکس چین

کشور چین اخیراً از کاهش محدودیت های کرونایی COVID۱۹ در سراسر کشور خبر داده است. این اعلامیه به عنوان یک نشانه مثبت در آینده صنعت نمایشگاهی این کشور است و با اشتیاق زیاد برگزارکنندگان و شرکت کنندگان روبرو شده است.

مجله نساجی کهن

مجله بین المللی اختصاصی صنعت نساجی ایران

دو ماهنامه علمی، پژوهشی، خبری، اطلاع رسانی

سال ۱۵، شماره ۷۴، اسفند ۱۴۰۱

کهن

مجله بین المللی اختصاصی صنعت نساجی ایران
دو ماهنامه علمی، پژوهشی، خبری، اطلاع رسانی
سال ۱۵، شماره ۷۴، اسفند ۱۴۰۱، قیمت ۸۰۰۰ تومان



تولید کننده و تامین کننده انواع مواد کمکی و قطعات ماشین آلات صنایع نساجی، شیمیایی، سارونی و پلیمری و مشاوره خدمات فنی و مهندسی

■ انواع روغن های اسپین فیوژن، جهت تولید نخ های: POY، CF، BCF، DTY، FTY (پلی استر و پلی پروپیلن)
■ انواع کنی استاتیک و نیم کن جهت تولید الباف پلی استر ریسپیکل (هالو سالد) - کتان تاپی
■ انواع کنی استاتیک و نیم کن جهت تولید موکت - نمدی - پلو
■ انواع روغن های پارافینی و پایه آب های جهت تولید گونی های: PP
■ انواع مواد کمکی در صنایع رنگرزی - چاپ و تکمیل
■ انواع کنی قووم مخصوص صنایع نساجی و غیره
■ اسبوری سبیلکونی مخصوص نوب ریس

شماره ۱۵ - فصل ۱۵ - شماره ۷۴ - اسفند ۱۴۰۱
تلفن: ۰۲۱-۸۸۸۸۸۸۸۸
فکس: ۰۲۱-۸۸۸۸۸۸۸۸
www.kohanjournal.com
info@kohanjournal.com

صاحب امتیاز، مدیر مسئول و سردبیر:

بهنام قاسمی

مدیر بازرگانی و روابط عمومی: محبوبه قایدی

نویسندگان و همکاران این شماره: فروغ امیر شیرزاد
- مهلقا صدوقی - حانیه ابولحسنی - فاطمه معتمدی
سده - بهروز عباسی - کامبیز مقراضی - احسان
اکرامی - عصمت غنی زاده

امور تبلیغات: محبوبه قایدی

طراحی و صفحه آرایی: استودیو کهن نگار

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 پلامانع 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.

۴۱

ده دلیل حضور در نمایشگاه ایتما میلان

۴۵

لیست نمایشگاه های نساجی و پوشاک در ژاپن

۵۲

سیستم های نوآورانه منسوجات نبافته شرکت اورلیکون

۵۵

۱۰ میلیون یورو سرمایه گذاری نارکن تکس در وان ترکیه

۵۶

آمار باور نکردنی زباله های نساجی ... راه حل چیست؟

۶۰

ماشین آلات ایتالیا: کاهش سفارشات برای سه ماهه چهارم ۲۰۲۲

۶۱

چگونه برندهای مد می توانند پایداری را تمرین کنند؟

۶۴

فست فشن یا مد سریع چیست؟

۷۰

توجه به تولید پایدار و محیط زیست، ترند جدید در
صنعت نساجی و پارچه پلوش

۷۲

بررسی بازار جهانی کلاه و تولیدکنندگان برتر

۷۴



حمله بنگلادشی ها به بازار پوشاک شب عید

بنابر اظهارات مقامات صنفی بازار پوشاک شب عید وضعیت
مناسبی ندارد؛ فعالان بازار پوشاک معتقدند که مبارزه با قاچاق
این گروه کالایی می بایست به صورت پیوسته ادامه یابد.

یونسکو، صنایع نساجی کاشان را ارزیابی می کند

احمد دانایی نیا اظهار کرد: گروه ارزیابی صنایع دستی یونسکو
پس از معرفی کاشان به عنوان نامزد شهر جهانی صنایع
نساجی سنتی به مدت دو روز از مجموعه ها و کارگاه های...



۷۷

• 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





بازگشت موفقیت آمیز نمایشگاه فرش و کفپوش دموتکس (DOMOTEX)

بازدیدکنندگان از ویژگی های رویداد امسال بود. غرفه داران، بازدیدکنندگان و برگزارکنندگان همگی بر این موضوع تکیه داشتند که دموتکس ۲۰۲۳ یک موفقیت چشمگیر بود.

خانم سونیا کاستلانو مدیر بین المللی نمایشگاه دموتکس (Sonia Wedell Castellano) در رابطه با نمایشگاه

پس از دو سال متوالی و لغو نمایشگاه فرش و کفپوش دموتکس (DOMOTEX) به دلیل همه گیری کرونا، دموتکس ۲۰۲۳ بار دیگر ثابت کرد که مهم ترین پلتفرم تجارت، نوآوری و ترندهای جدید صنعت فرش و کفپوش جهان باقی مانده است.

در طول چهار روز نمایشگاه دموتکس که یک نمایشگاه پیشرو در جهان برای بخش فرش و کفپوش به شمار می رود، بازدیدکنندگان تجاری و فعالان صنعتی، که حدود ۶۹ درصد از آنها از خارج از کشور آلمان بودند، توانستند نوآوری ها و روندهای جدید این بخش را کشف کنند و با بیش از ۷۳۰ غرفه دار در هشت سالن، تماس های تجاری جدیدی برقرار کنند.

پایداری و بازیافت، بین المللی بودن و کیفیت





به عنوان یک رویداد "حتمی"، از دموتکس برای ملاقات با تامین کنندگان موجود و بالقوه در کوتاه ترین زمان ممکن استفاده می کند. یک نظرسنجی از بازدیدکنندگان ممیزی شده نشان می دهد، حدود نیمی از تصمیم گیرندگان در طول اقامت خود در نمایشگاه دموتکس ۲۰۲۳ با شرکت های تولید کننده حاضر در این رویداد قراردادهای تجاری امضا می کنند. حتی در طول نمایشگاه دموتکس ۲۰۲۳، دو سوم بازدیدکنندگان تجاری ابراز کردند که دوباره در ژانویه ۲۰۲۴ از نمایشگاه دموتکس بعدی در هانوفر بازدید خواهند کرد.

رضایت غرفه داران از حضور پر تعداد و کیفیت بالای بازدیدکننده

از طرف غرفه داران، اولین دموتکس (DOMOTEX) در سه سال گذشته نیز

دموتکس ۲۰۲۳ می گوید: "ما تحت تأثیر روند مثبت و همچنین روحیه پر انرژی غرفه گذاران و بازدیدکنندگان DOMOTEX امسال هستیم. جو سالن ها بسیار فوق العاده است. غرفه داران و بازدیدکنندگان به طور یکسان از این که بالاخره دوباره در بزرگترین نمایشگاه تجاری صنعت فرش و کفپوش گرد هم می آیند تا رو در رو ملاقات کنند، ایده ها را تبادل کنند، تماس های جدید برقرار کنند و معاملات را نهایی کنند بسیار راضی و خوشحال هستند. چیزی که من را خوشحال می کند این است که کیفیت بازدیدکنندگان در نمایشگاه فوق العاده است. به هر حال سهم تصمیم گیرندگان ۸۰ درصد است. کسانی که به DOMOTEX می آیند با هدف بسیار خاص و برای حصول نتیجه می آیند."

مایکل رویتنر، خریدار اصلی کفپوش و فرش در شرکت POCO Einrichtungsmärkte GmbH



بسیار ارزشمند است."

روحیه خوش بینی نیز در سالن های نمایشگاه حاکم است.

رضا رجایی، مدیر کل فرش های مدرن رضا می گوید: "مشتریان ما برای مدت بسیار طولانی منزوی شده بودند. حضور ما و همکارانمان در اینجا، دست دادن با مشتریان و نمایش محصولاتمان در آینده تجارت ما بسیار مهم است."



خانم یاسمین خمیس، رئیس گروه اورینتال ویورز مصر می گوید: "ما از حضور در اینجا بسیار هیجان زده هستیم. ما قبلاً در روز اول نمایشگاه یک روز عالی را داشتیم. برای ما، دموتکس (DOMOTEX) مکانی است که همه در آن گرد هم می آیند. مشتریان، تامین کنندگان، رقبا، همه و این همان چیزی است که ما برای رشد تجارت خود نیاز داریم."

محصولات پایدار و بازیافتی موضوع مشترک در همه سالن های نمایشگاه!

در دموتکس ۲۰۲۳، نمایش ویژه THE GREEN COLLECTION و برنامه کنفرانس دموتکس روی استیج با موضوع FLOORED BY NATURE قلب این رویداد را تشکیل داد. اینجا جایی بود که مساله مهم پایداری روی صحنه رفت و مورد بحث و بررسی قرار گرفت و منطقه ویژه و محبوب در میان معماران، طراحان داخلی و خریداران بود.

به وضوح فراتر از انتظارات بود.

نیکلاس هاکانسون، مدیر عامل Vålinge می گوید: "ما از تعداد بازدیدکنندگانی که پس از همه گیری از غرفه ما استقبال کردند، شگفت زده شدیم. امسال به دلیل شرایط سخت جهانی انتظار چنین حضور پرنشاطی را نداشتیم. برای دموتکس ۲۰۲۴، ما می خواهیم در کنار سایر فعالان صنعت فرش و کفپوش شاهد رویدادی قوی تر و متحد باشیم."

Jelena Đugum، مدیر اتاق بازرگانی کرواسی مطمئن است که نتایج دموتکس (DOMOTEX) امسال به صنعت کفپوشهای چوبی کرواسی سرعت رشد بسیار بالایی خواهد داد: "برای ما این تصمیم درستی بود که در اینجا باشیم. تماس هایی که در دموتکس (DOMOTEX) برقرار می کنیم برای ما





تمرکز تولیدات پایدار و بازیافت همچنین در ارائه محصولات غرفه داران منعکس شد. بسیاری از حاضرین در نمایشگاه از رویکرد ارزشی DOMOTEX استقبال کردند که بر راه حل های کفپوش سالم و دوستدار محیط زیست برای زندگی تاکید دارد.

دموتکس ۲۰۲۴:

سبزتر، قوی تر، متحدتر

محصولات سبز در دموتکس ۲۰۲۴ در سال آینده هستیم. ما به گسترش همکاری های خود با کارشناسان صنعتی مانند سازمان TFI ادامه می دهیم، تمرکز بیشتری بر روی طراحی داخلی و معماران و غیره خواهیم داشت. به طور خلاصه، مفهوم ما تضمین می کند که دموتکس ۲۰۲۴ قطب فرش و کفپوش ها باقی می ماند که به سادگی هیچ راهی برای دور زدن آن وجود ندارد."

سونیا ودل کاستلانو در مراسم اختتامیه دموتکس امسال اعلام کرد: "ما کاملاً با موضوع اصلی امسال و نمایش ویژه جدید هماهنگ شده ایم. تیم من و من مشتاقانه منتظر گسترش بیشتر مجموعه



فرش بهشتی

فرش بهشتی یک نام و چند نشانی

۰۲۱۴۱۱۷۳

info@beheshticarpet.com

ساعت کاری دفتر مرکزی: شنبه تا چهارشنبه ۸:۳۰ الی ۱۶:۳۰ و

پنجشنبه ها ۸:۳۰ الی ۱۳:۳۰

دفتر مرکزی: تهران - خیابان شهید بهشتی - خیابان سرافراز - کوچه

پنجم - پلاک ۱ - واحد ۵

افزایش فروش و صادرات ماشین آلات نساجی در مقایسه با قبل از کرونا

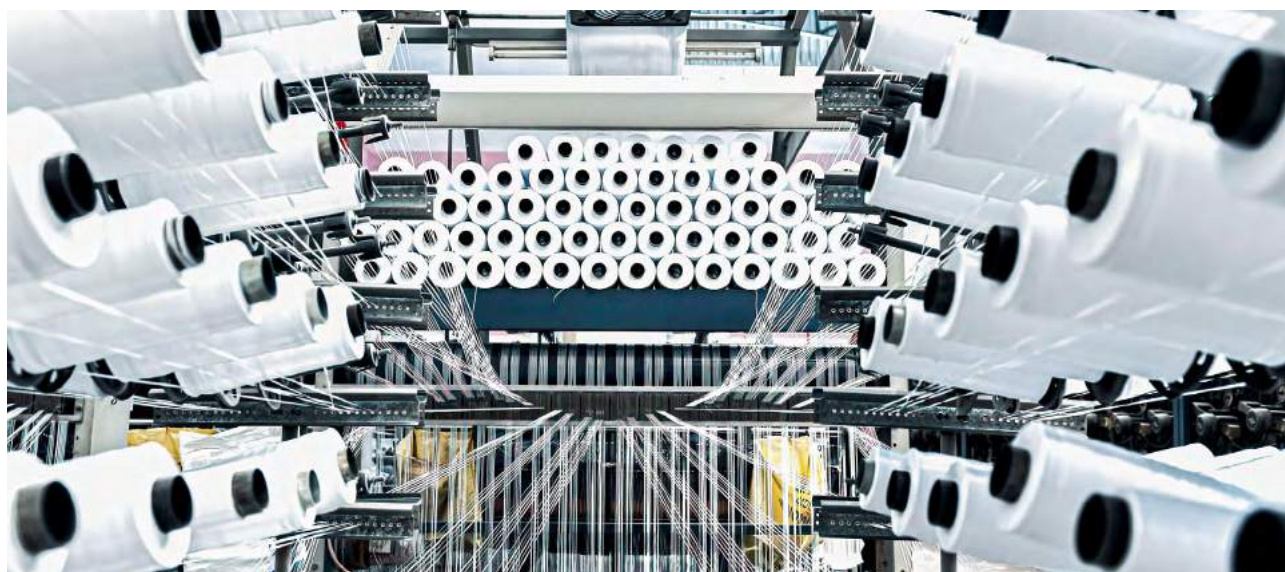
فدراسیون بین المللی تولید کنندگان نساجی در چهل و چهارمین گزارش سالیانه خود در مورد حمل و نقل جهانی و صادرات ماشین آلات نساجی اعلام کرده است سرمایه گذاری ها در این بخش بدون هیچ توقفی با سرعت ادامه دارد و از پاندمی و مشکلات اقتصادی تاثیر چندانی نگرفته است.

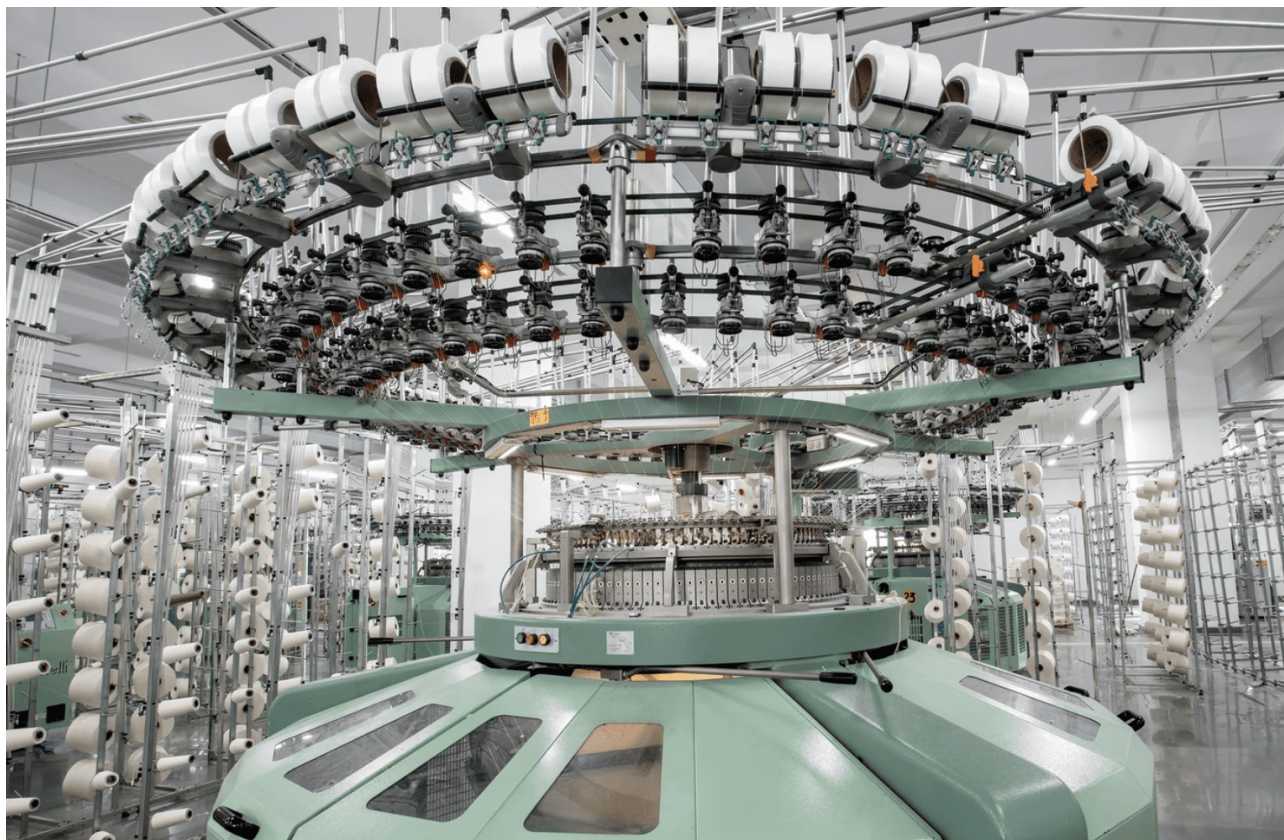
ماشین آلات گردباف با حجم بزرگ ۳۰ درصد و ماشین آلات تخت بافی ۱۰۹ درصد رشد نشان می دهد.

این آمارها در سال ۲۰۲۱ با همکاری بیش از ۲۰۰ شرکت ماشین ساز در

است. انواع ماشین آلات ریسندگی الیاف کوتاه، اپن اند روتور و ریسندگی الیاف بلند به ترتیب بیش از ۱۱۰ درصد، ۶۵ درصد و ۴۴ درصد رشد داشته است. همچنین ماشین آلات بافندگی بدون ماکو ۳۲ درصد،

طبق این آمارها حمل و نقل و تجارت انواع ماشین آلات ریسندگی، تکسچرایزینگ، بافندگی تار پودی، کشفاف، بافندگی حلقوی و ماشین آلات رنگرزی و تکمیل در سال ۲۰۲۱ نسبت به سال ۲۰۲۰ به شیب بسیار زیادی رو به افزایش و رشد بوده





دنیا که بخش مهمی از صادرات و فروش انواع ماشین آلات را در دست دارند تهیه و بررسی شده است.

۹۰ درصد اسپیندل های الیاف کوتاه در راه آسیا

آمارها نشان می دهند تعداد اسپیندل های ریسندگی الیاف کوتاه به طرز چشمگیری افزایش یافته و از عدد ۴ میلیون اسپیندل در سال ۲۰۲۰ به ۷.۶۱ میلیون اسپیندل در سال ۲۰۲۱ رسیده و نکته جالب اینکه حدود ۹۰ درصد آن در بازار آسیا راه اندازی شده است. مهمترین کشورهای وارد کننده این بخش به ترتیب کشورهای چین، هند، پاکستان، ترکیه، ازبکستان و بنگلادش هستند.

رشد ۳۶۵ درصدی ماشین آلات تکسچرایزینگ

این ماشین آلات که رشد بسیار خوبی را داشته است به طور عمده به سه کشور چین، چین تایپه و ترکیه ارسال شده است و اما می توان گفت چین با سهم ۹۰ درصدی این بازار را در سال ۲۰۲۱ به طور کامل بلعیده است. تجارت این یونیت ها که عمدتاً در تولید نخ های پلی آمید فیلامنت کاربرد دارند از ۱۶ هزار عدد در سال ۲۰۲۰ به ۷۵ هزار در سال ۲۰۲۱ رسیده است.

چین بزرگترین خریدار ماشین آلات بافندگی بدون ماکو

در سال ۲۰۲۱ بیش از ۱۴۸ هزار ماشین بافندگی بدون ماکو در جهان

به فروش رفته است که نسبت به سال ۲۰۲۰ بیش از ۳۲ درصد رشد داشته است. چین در این بخش ۷۳ درصد کل واردات ماشین آلات بافندگی رپیر و پروجکتایل، واتر جت و ایر جت را به خود اختصاص داد.

چین، ترکیه و هند بزرگترین وارد کنندگان ماشین آلات گردباف

حجم تجارت ماشین آلات گردباف با ۲۹ درصد افزایش به ۳۲۱۹۲ دستگاه رسید و در این بخش هم چین با خرید ۶۴ درصد کل این ماشین آلات یعنی ۲۱۸۳۳ دستگاه گردباف در صدر قرار دارد و پس از آن ترکیه با ۳۵۰۰ و هند با ۳۱۷۹ دستگاه بافندگی گردباف در رده های دوم و سوم قرار گرفتند.



افزایش ۴۰۰ درصدی گردش مالی بزرگترین تولیدکننده پارچه های پشمی لوکس در ترکیه (یونسا)

اقای Mustafa Sormegoz مدیر عامل شرکت یونسا در این رابطه اظهار داشت: "ما توانستیم در نیمه ابتدایی سال ۲۰۲۲ گردش مالی شرکت را پنج برابر افزایش دهیم که بسیار راضی کننده است و نشان دهنده پتانسیل های بالای شرکت ماست."

هدفی که ما برای سال ۲۰۲۲ در هیات مدیره در نظر گرفته بودیم گردش مالی یک میلیارد لیر و سود خالص ۱۰۰ میلیون لیر بود که به طور کامل به اهداف خود دست پیدا کردیم و هدف جدید خود برای سود خالص را به ۲۰۰ میلیون لیر به روز رسانی کردیم. دلایل این افزایش در

شرکت معظم یونسا YUNSA ترکیه که یکی از تولید کنندگان پیشرو در بخش پارچه های پشمی با کیفیت بالا و لوکس در جهان است اعلام کرد در نیمه اول سال مالی ۲۰۲۲ در مقایسه با مدت مشابه سال قبل ۴۲۵ درصد گردش مالی بالاتری داشته است و با ۴۷۸ میلیون لیر ترکیه گردش مالی ۱۱۷ میلیون لیر سود خالص داشته است.





ترکیه، رکورد صادرات پوشاک، اشکست

سود خالص ما افزایش نرخ ارز در ترکیه و البته سیاست های مالی و کنترل هزینه های تولید است. ما از این پیشرفت بسیار خوشحالیم که نتیجه کار عالی بخش فروش و بازاریابی ما با تکیه بر تولیدات مرغوب و باکیفیت است.

بی شک یونسای یکی از تولیدکنندگان پیشرو در پارچه های پشمی با کیفیت بالا و صادراتی است. امیدوارم در شش ماهه دوم سال نیز با همکاری سهام داران و کارکنان یونسای موفقیت هایمان را تکرار کنیم

اقای Mustafa Sormegoz مدیر عامل شرکت یونسای در رابطه با تولیدات این شرکت اظهار داشت: "ما برای حفظ کیفیت در تولیدات خود سرمایه گذاری های جدیدی را انجام داده ایم و این سرمایه گذاری ها ادامه دارد، به تازگی ماشین آلات جدیدی در خط رنگرزی نصب شده و در حال حاضر نیز مشغول به روز رسانی ماشین آلات بافندگی هستیم که با افزایش ظرفیت ما همراه خواهد بود.

همچنین سیاست های ما در بخش تولیدات سبز و پایدار و دوستدار محیط زیست همچنان در صدر تلاش های ما قرار دارد.

ترکیه که در سال ۲۰۲۱ توانسته بود ۲۰.۵ میلیارد دلار پوشاک صادر کند، در شش ماهه ابتدایی سال ۲۰۲۲ رقم صادرات خود را به ۱۰.۸ میلیارد دلار رساند تا با ثبت رشد ۱۴.۵ درصدی نسبت به دوره مشابه سال قبل رکورد جدیدی برای خود برجای بگذارد.

صنعت نساجی و پوشاک دومین صنعت بزرگ ترکیه از حیث تولید و نیروی کار شاغل است. ترکیه در بین پنج صادرکننده بزرگ پوشاک جهان قرار دارد. ترکیه پوشاک خود را به بیش از دویست کشور جهان و با لیبیل قابل اعتماد "ساخت ترکیه" صادر می کند.

ترکیه با توجه به موقعیت استراتژیک خود یک شریک مهم و قابل اعتماد برای اروپا و برندهای اروپایی برای تامین نیاز پوشاک آنهاست و بسیاری از خرده فروشان اروپایی کالاهای ترکیه

را ترجیح می دهند.

سه کشور مهم وارد کننده پوشاک ترکیه به ترتیب کشورهای آلمان، اسپانیا و انگلستان هستند. آلمان با واردات ۱.۹ میلیارد دلار، اسپانیا با ۱.۳ میلیارد دلار و انگلستان با ۱ میلیارد دلار، هلند با واردات ۹۰۹ میلیون دلار و پنجمین کشور فرانسه با ۵۹۳ میلیون دلار پنج کشور اول وارد کننده پوشاک ترکیه هستند.

در رده های بعدی می توان به کشورهای آمریکا، ایتالیا، رژیم صهیونیستی اسرائیل، عراق و دانمارک به عنوان مقاصد صادراتی مهم پوشاک ترکیه اشاره کرد.

مهمترین محصول صادراتی پوشاک ترکیه، انواع لباس های کشفاف و بافتنی می باشد.



سفری به آینده پایدار رنگهای نساجی

از مواد خام تا طیف کامل رنگ‌های راکتیو با شرکت دایکول (Dyecol)

مصاحبه با آقای دکتر ماهاپاترا / مدیر بازرگانی شرکت شیمیایی شری پوشکار هندوستان (Dyecol)

چه چیزی جدیدی در زمینه تولیدات پایدار و دوستدار محیط زیست ارایه شده است.

نمایشگاه Interdye & Textile Eurasia از نظر سازماندهی و برگزاری قابل قبول و حرفه ای است و بازدیدکنندگان و غرفه داران زیادی در نمایشگاه حضور دارند، اما همانطور که می دانید بازار در حال حاضر بسیار کند است

موثر هستند، اکنون در دوران پس از همه گیری کرونا فعالان صنعت نساجی بسیار مشتاق حضور در فضای تجاری و نمایشگاهی و به ویژه ملاقات با تولید کنندگان، تامین کنندگان و مشتریان هستند. به دنبال محصولات جدید و توسعه در زمینه محصولات پایدار نساجی و محصولات سبز هستند که روند بازار و در مرکز توجه است، در این نمایشگاه سوال اصلی این است که

مجله نساجی کهن: در حاشیه نمایشگاه اینتر دای استانبول که به طور اختصاصی به تولیدکنندگان رنگ و مواد شیمیایی و کمکی نساجی اختصاص دارد با یکی از شرکت های مهم در صنعت رنگ های نساجی هندوستان ملاقات داشتیم و گفتگوی کوتاهی با مدیر بازرگانی شرکت شیمیایی شری پوشکار هندوستان با برند دایکول (Dyecol) داشتیم که در زیر مطالعه می فرمایید:

مجله نساجی کهن: این واقعیت وجود دارد که پس از مدت ها دوباره شانس ملاقات رو در رو با مشتریان را دارید، به طور کلی نمایشگاه Interdye & Textile Printing Eurasia را چگونه ارزیابی می کنید؟

نمایشگاه ها و رویدادها همیشه از نظر ملاقات با مشتریان جدید و گفتگو با مشتریان قبلی خوب و





و به آرامی تغییرات انجام خواهد شد تا در ماه مارچ بازار دوباره حرکت رو به جلو را آغاز کند. اکنون ما خود را با تمام محصولات جدید، آزمایش ها، نمونه ها و ... آماده می کنیم و به محض اینکه بازار به رونق قبل بازگشت، آماده حمایت از مشتریان خود هستیم.

ما به عنوان برند Dyecol که برای اولین بار در بازار مواد شیمیایی و رنگ منطقه اوراسیا و ترکیه شرکت می کنیم و در حال برنامه ریزی برای کشف و تجزیه و تحلیل بازار بزرگ ترکیه برای مواد شیمیایی و رنگ های راکتیو و دیسپرس نساجی و پتانسیل آن هستیم.

سال گذشته ما فعالیت و تجارت نساجی خود را در بازار بنگلادش آغاز کردیم و سال بسیار موفق را در این کشور به عنوان یکی از بزرگترین بازارهای مصرف رنگ نساجی پشت سر گذاشتیم. در نمایشگاه Interdye & Textile Printing Eurasia

استانبول ما در تلاش هستیم تا یک شریک ترکیه ای پیدا کنیم که برای مدت طولانی بتواند برند ما را در بازار ترکیه نمایندگی و رهبری کند.

محصولات اصلی دایکول چیست؟

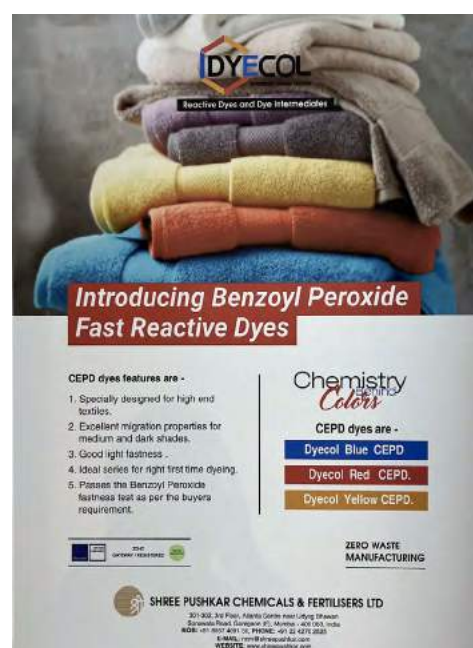
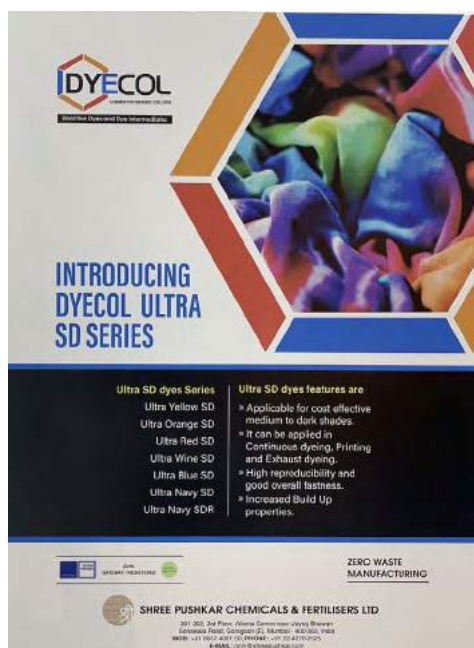
Shree Pushkar یک شرکت مستقر در بمبئی است و جدا از محصولات نهایی، ما یک تولید کننده مواد اولیه مهم در هند هستیم و هر آنچه که برای فرآیند تولید رنگ خود نیاز داریم را در تاسیسات خود تولید می کنیم و طیف کاملی از رنگ های راکتیو را داریم.

تولید مواد اولیه مزیت اصلی ما در مقایسه با سایر تولیدکنندگان بزرگ هندی است، ما جزو ۵ تولید کننده برتر در هند در بخش رنگ های نساجی هستیم.

این مزیت، دایکول را با قابلیت پاسخگویی سریع و مطمئن به تقاضاهای بازار بسیار انعطاف

پذیر می کند. ما مقرون به صرفه هستیم. مزیت دیگر ما این است که هر محصول جانبی از تولید رنگ و مواد واسطه رنگ به نام "Spent Acid" به دست می آوریم، دور نریخته و برای تولید یکی از فرآورده های جانبی شرکت یعنی کودهای کشاورزی، مجدداً استفاده می کنیم، به همین دلیل است که ما شرکتی با تولید زباله صفر هستیم.

مثال دیگر در سری رنگ های راکتیو سیاه ما است، رنگ سیاه حجم اصلی رنگ های راکتیو است. در فرآیند تولید رنگ سیاه ما دو ماده اولیه اصلی H Acid و VS (وینیل سولفون) داریم، وینیل سولفون که در تاسیسات خودمان تولید می کنیم دارای کمترین PCA در جهان است و تمام تولید کنندگان اصلی رنگ در هند از ما خرید می کنند زیرا امروزه همه تولید کنندگان و تامین کنندگان روی PCA پایین در محصولات خود تمرکز دارند و ما تنها تولید کننده در جهان هستیم.



دیسپرس بسیار قدرتمند است اما امروز آنچه در حال رخ دادن است این است که چین با مشکل آلودگی بسیار جدی مواجه است و می‌خواهند از تجارت مواد شیمیایی و رنگ که یک صنعت کثیف و با آلودگی محیط زیستی بسیار بالاست، خارج شوند و در بخش‌های مبتنی بر فناوری‌های پیشرفته بیشتر سرمایه‌گذاری کنند.

هنگامی که چین به آرامی از این صنعت خارج می‌شود، فرصت بزرگ دیگری برای هند وجود دارد. فرصتی که سهم بیشتری از بازار جهانی رنگ‌های دیسپرس را نصیب هند می‌کند.

اگر هند بتواند مشکل آلودگی صنعت تولید رنگ و مواد شیمیایی نساجی را با فناوری‌ها و راه‌حل‌های جدید حل کند، می‌تواند فرصتی بزرگ باشد و اگر نه، شاید هند هم مجبور شود از این صنعت به دلیل آسیب‌های زیاد محیط زیستی خارج شده و آنرا به کشورهای آفریقایی

ویژگی‌های سری DyeCol is Ultra SD عبارتند از: قابل استفاده برای شیدهای متوسط تا تیره، مقرون به صرفه بودن، می‌تواند در رنگرزی مداوم مورد استفاده قرار گیرد، مورد استفاده در چاپ و رنگرزی اگزاست، تکرارپذیری بالا و مقاومت در برابر نور بالا.

مجله نساجی کهن: تولیدکنندگان رنگ نساجی هند و به طور کلی وضعیت بازار جهانی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

در دهه گذشته، تولیدکنندگان هندی توسعه زیادی داشته‌اند و اکنون بسیاری از برندهای بین‌المللی رنگ و مواد شیمیایی، محصولات خود را توسط شرکای هندی تولید می‌کنند.

هندی‌ها به‌ویژه در رنگ‌های راکتیو و مواد اولیه بسیار قدرتمند و با بالانس منطقی کیفیت و قیمت هستند، از طرف دیگر چین در رنگ‌های

همچنین رنگ‌های ری اکتیو واکنش سریع دایکول (بنزول پراکساید) محصول جدیدی است که به بازار معرفی می‌کنیم.

رنگ‌های واکنش پذیر سریع بنزول پروکساید به طور ویژه برای منسوجات پیشرفته طراحی شده‌اند و دارای خواصی مانند مهاجرت عالی برای طیف وسیعی از شیدهای رنگی متوسط تا تیره، پایداری خوب در برابر نور، ایده‌آل برای رنگرزی در اولین بار و همچنین گذراندن تست ثبات بنزول پراکساید طبق نظر خریداران می‌باشد.

یکی دیگر از سری رنگ‌های راکتیو دایکول، سری Ultra SD است که تمامی فرآیندهای رنگرزی از جمله چاپ را پوشش می‌دهد. این بدان معناست که تولید کنندگان می‌توانند با یک رنگ در تمام فرآیندها کار کنند و بسیار مقرون به صرفه است.

منتقل نماید.

است و ما با کمک تحقیق و توسعه روز به روز به سمت سیاره ای پاک تر و سبزتر پیش می رویم.

ثبات بالا و کیفیت عالی داریم. این سری SS مصرف رنگ را در کارخانه به طور چشمگیری تا ۵۰ درصد کاهش می دهد، در این صورت، این اتفاق می افتد که زمان فرآیند شستشو بسیار کوتاه خواهد بود و می توانیم در زمان، انرژی، آب و مواد شوینده صرفه جویی کنیم. این یکی از راه های عملی است که ما برای کمک به داشتن محیطی بهتر برای نسل بعدی است.

در Shree Pushkar همچنین ما به طور جدی روی بحث تحقیق و توسعه خود کار می کنیم و محصولات جدیدی مانند سری (SS Series Super Strength Series) با ویژگی هایی مانند رنگ های انتخابی دو کاره و چند منظوره برای شید های رنگی تیره متوسط تا تیره سنگین،

اگر به عقب برگردید کشورهای اروپایی هم همین کار را کردند، در گذشته همه رنگ های نساجی از آلمان، سوئیس و ... می آمد اما وقتی حس کردند آسیب های فراوانی به منابع آبی و محیط زیست وارد شده، بخش مهمی از خطوط تولید رنگ های راکتیو و دیسپرس را به شرق منتقل کردند و اکنون تنها روی برندینگ و تکنولوژی های جدید آن کار می کنند. محصولات با تکنولوژی بالا، منسوجات فنی و ...

به طور کلی، تولید رنگ های نساجی یک فرآیند بسیار آلوده کننده با آسیب های جبران ناپذیر به طبیعت و منابع آب است، اما همانطور که به شما گفتم فناوری مانند سایر صنایع به ما در توسعه سریع و راه حل های جدید کمک می کند.

امروز راه حل های جدید و جالبی مانند درمان های زیستی، بازیافت و استفاده مجدد از منابع بسیار موثر، استفاده از اشکال جدید انرژی، فرآیند رنگری بدون نمک، رنگری بدون آب پلی استر که در دو کارخانه در تایلند و تایوان آغاز شده و بسیاری از دستاوردهای جدید دیگر را داریم که ما را با تولید رنگهای نساجی در آینده با حداقل آلودگی امیدوار می کند.

من فکر می کنم آینده صنعت رنگ و مواد شیمیایی نساجی بسیار روشن

DYECOL
CHEMISTRY BEHIND COLORS

Reactive Dyes and Dye Intermediates

Introducing PCA free Reactive Black Dyes

DYECOL Black Dyes are new generation reactive black dyes designed for the following requirements:

1. Energy saving, green production.
2. Smaller quantities of dyes are required to achieve the desired shade.
3. Higher fixation leaves less color in the effluent and lower water temperatures and easy wash-off.
4. Uses less energy and water during manufacturing.
5. Are made using the dye intermediate contained para chloro aniline (PCA) at the minimum by an unique method.
6. The PCA content in the Dye is between 5-30 ppm which is under limit as mentioned in various brand owned MRSL list.

Chemistry Behind Colors

LOW PCA Reactive Black Dyes are-

- Dyecol Ultima Black CEG
- Dyecol Black DR
- Dyecol Ultima Black CEM

ZERO WASTE MANUFACTURING

SHREE PUSHKAR CHEMICALS & FERTILISERS LTD
301-302, 3rd Floor, Atlanta Centre near Udyog Bhawan
Sonawala Road, Goregaon (E), Mumbai - 400 063, India
MOB: +91 8657 4091 50, PHONE: +91 22 4270 2525
E-MAIL: mmm@shreepushkar.com
WEBSITE: www.shreepushkar.com



گفتگو با طراح و موسس برند مد لوکس نوبوریتا ژاپن - جناب آقای علیرضا پور نقشبند

نوبوریتا (NOBORITA): سفری طولانی از زیربافی تا پوشاک لوکس در ژاپن

هوانوردی خودآموز بودم، اما به دلیل اتفاقاتی که در زندگی شخصی من رخ داد، به طور کلی به مسیر دیگری هدایت شدم، بنابراین شروع به تحصیل در رشته هنر و طراحی در اروپا کردم. در دوران تحصیل در اروپا عصر جدیدی به روی دیدگاه ها و خلاقیت بصری من گشوده شد و من متوجه شدم که واقعاً به فضای بزرگتری تعلق دارم.

مجله نساجی کهن: ابتدا از تجربه خود در صنعت نساجی و داستان موفقیت برند نوبوریتا با ما در میان بگذارید.

من در شهر اصفهان و در خانواده ای با بیش از یک قرن سابقه در صنعت نساجی به دنیا آمدم. پدر بزرگ من به طراحی و تولید پرده های طلایی برای خاندان سلطنتی با نخ طلای اصیل به نام زیربافی که در آن زمان بسیار معروف بود، می پرداخت.

در زمان کودکی، پدرم ماشین آلات بافندگی اروپایی را برای تولید پارچه در ایران خریداری و نصب کردند و علاوه بر آن به تجارت فرش ایرانی نیز مشغول بودند، عمویم نیز یک برند فرش

پرشین با نام تجاری IRAN- اصفهان - نقشبند تاسیس کرد. من هم تقریباً هر روز از زندگی ام به تماشای پارچه ها و فرش ها و طرح

ها می گذشت ...

در زمان کودکی، پدرم ماشین آلات بافندگی اروپایی را برای تولید پارچه در ایران خریداری و نصب کردند و علاوه بر آن به تجارت فرش ایرانی نیز مشغول بودند، عمویم نیز یک برند فرش پرشین با نام تجاری IRAN - اصفهان - نقشبند تاسیس کرد. من هم تقریباً هر روز از زندگی ام به تماشای پارچه ها و فرش ها و طرح ها می گذشت.

به هر حال، من در فضای نساجی بزرگ شدم در حالی که در صنعت





هنگامی که صحبت از تجملات به ویژه محصولات لوکس پوشاک به میان می آید، ژاپن یکی از مهمترین گزینه هاست. ژاپن بازار قشر متوسط بزرگتری از سایر نقاط جهان هم دارد. دلیل آن این است که ژاپن دارای جمعیت تحصیلکرده مرفه با سطح بسیار بالایی از فروش سرانه پوشاک است که حدود ۳ برابر بیشتر از چین است یعنی هر ژاپنی در سال سه برابر یک فرد چینی لباس مصرف می کند.

مجله نساجی کهن: برند Noborita بیشتر بر روی طراحی و تولید کیف های چرمی و پوشاک لوکس تمرکز دارد، چرا این بازار نیچ را در ژاپن انتخاب کردید؟

از نظر من، هیچ راهی برای رقابت با برندهای بزرگ و چندملیتی مانند Uniqlo یا Zara یا سایر برندهای مطرح با هزاران فروشگاه و زنجیره فروش قوی آنها در ژاپن وجود ندارد، بنابراین تنها راه کسب درآمد در مد، فروش خلاقیت به مشتریان است که در برخی از دسته ها مانند

وجود داشته و آن بالا و بالا رفتن بوده است. در زبان ژاپنی، Nobori به معنای "بالا رفتن یا صعود کردن" است و Noborita یک نام کاملاً ژاپنی از معانی ذکر شده است.

همچنین، این نام دارای صداهای لاتین بسیار دلنشین مانند صداهای ایتالیایی یا اسپانیایی است و تلفظ آن آسان است، بنابراین آن را انتخاب کردیم زیرا ما همیشه در حال بزرگ شدن و بالا رفتن هستیم.

مجله نساجی کهن: در مورد بازار نساجی داخلی ژاپن و به طور کلی صنعت نساجی و پوشاک بیشتر اطلاعات روز را با ما به اشتراک بگذارید.

ژاپن بزرگترین بازار پوشاک جهان است که ۵ درصد از کل فروش جهانی بازار را به خود اختصاص می دهد که در سال ۲۰۱۵ حدود ۱/۳ تریلیون دلار بود و پیش بینی می شود تا سال ۲۰۲۵ به ۲/۷ تریلیون دلار افزایش یابد.

به هر حال من به کانادا نقل مکان کردم و در صنعت طراحی شروع به کار کردم و به یک جایزه در طراحی (ارتباطات بصری) رسیدم سپس آرام سعی کردم هنرهای تجسمی خود را به پارچه و رندر روی لباس های بدن انسان منتقل کنم، نتایج فوق العاده بود.

سپس یاد گرفتم سبک ایجاد کنم تا طراحی مد را به طور دقیق و با علم روز دنیا انجام دهم و من این کار را انجام دادم. نتایج تمام تلاش های من منجر شد تا برند نوبوریتا (Noborita) را در سال ۲۰۱۷ میلادی در صنعت مد و فشن ژاپن تأسیس کنم.

مجله نساجی کهن: چرا نام برند خود را نوبوریتا گذاشتید؟ (معنا و دلایل آن چیست)

از زمانی که انسان ها بر روی زمین حیات و زندگی خود را شروع کرده اند همواره رو به پیشرفت بوده اند و سیر صعودی به بالا داشته اند، همیشه یک مسیر و هدف مشخص

ارتباط برقرار می کنند و بقیه به خریدار بستگی دارد که خرید کند یا نادیده بگیرد. به یاد داشته باشید که در مرحله اول فروش، یک طراحی زیبا می تواند مشتری را مانند بوی خوش غذا به داخل مغازه بیاورد که می تواند مشتری را برای سفارش غذا جذب کند.

مجله نساجی کهن: ژاپن یکی از خریداران مهم پوشاک و منسوجات چینی است، آیا تاثیر بدی بر تولیدکنندگان منسوجات و پوشاک داخلی دارد؟

برای بازار غیر لوکس، در گذشته اینطور بود اما دیگر نه. این روزها کیفیت چینی از مواد تا ساخت بسیار خوب شده است. در بازار لوکس، ژاپنی ها هنوز هم طراحی و تولید اروپایی به خصوص ایتالیایی را دوست دارند.

مجله نساجی کهن: ژاپنی ها معمولا کدام نوع لباس را ترجیح می دهند؟

در مورد آمار کلی منسوجات در ژاپن باشد:

• بازار کارخانجات نساجی ژاپن مجموعاً ۱۸٫۲ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۱ درآمد داشت که نشان دهنده نرخ ترکیبی تغییر سالانه (CARC) ۰٫۳٪- بین سال های ۲۰۱۶ و ۲۰۲۱ است.

• بخش پارچه با درآمد کل ۱۷٫۱ میلیارد دلار، معادل ۹۳٫۷ درصد ارزش کلی بازار، پردرآمدترین بخش بازار در سال ۲۰۲۱ بود.

• شیوع کوید-۱۹، تأثیر شدیدی بر بازار کارخانجات نساجی داشت و دولت ژاپن به سرعت به این شیوع واکنش نشان داد.

مجله نساجی کهن: اهمیت طراحی و طراحان در صنعت نساجی و پوشاک چیست؟

من فکر می کنم طراح اولین بازیگر کلیدی در طراحی مد است. طراحان به سادگی با دید خود با خریداران

کیف های چرمی، انواع ژاکت و پوشاک اختصاصی جای کار زیادی دارد و شغلی لوکس است.

مجله نساجی کهن: چالش ها و مزایا و معایب در بخش نساجی ژاپن چیست؟

خوب، از جنبه های مثبت، می توان گفت مردم ژاپن به دلیل فرهنگ صرفه جویی قدرت خرید بالا، پول بیشتری را برای محصولات باکیفیت خرج می کنند و به دلیل اینکه سخت کار می کنند، دوست دارند در مراکز خرید تفریح و خرید کنند و با این کار آرامش خود را به دست آورند، اما نکته منفی صنعت پوشاک ژاپن برای طراحان و برندهای خارجی این است که چندین سال طول می کشد تا اعتبار و اطمینان به آنها در چشم مصرف کنندگان تقویت شود و پس از آن می توانند در بین عموم مردم پذیرفته شوند.

اطلاعات زیر می تواند پاسخ خوبی

Concept of a Luxury Bag



Concept of a Luxury Backpack





آیا عادات خاصی در لباس ژاپنی وجود دارد؟

مردم ژاپن از نظر رنگ و استایل بسیار محافظه کارانه لباس می پوشند زیرا جامعه ژاپن به عنوان جامعه ای بسته و با رعایت حریم شخصی شناخته می شود. به هر حال، برای لباس زنانه از طیف وسیعی از طرح ها، از سبک کار تمیز گرفته تا لباس های چاپ شده و گشاد استفاده می شود، اما لباس های زنانه اصلاً باز و نمایش دهنده اندام خانم ها نیستند.

در محل کار، آنها عاشق پوشیدن کت و شلوارهای رسمی غربی ها هستند که عمدتاً مشکی است و برای مراسم های خاص برخی از آنها سنتی و برخی دیگر مارک های گران قیمت را دوست دارند.

مجله نساجی کهن: چه نوع خدماتی را در نوپوریتا به بازار ارائه می کنید؟

من کاپشن های زمستانی و کیف های چرمی گران قیمت را به عنوان

یک شغل تجاری طراحی می کنم و علاوه بر آن، در حال آماده سازی سبک های انقلابی برای شوه های مد هستم، احساس می کنم می توانم بازار لوکس جهان را از نقطه نظر زیبایی شوکه کنم، همانطور که برخی از کارشناسان برندهای مطرح در هنگام نمایش طرح های من به این نکته اذعان داشتند.

مجله نساجی کهن: مشخصات اصلی یک طراح لباس حرفه ای و خلاق چیست؟ چگونه دانشجویان و علاقه مندان به طراحی می توانند یک طراح لباس خوب و حرفه ای باشند؟

بدون شک قدرت تخیل طراح مهمترین عامل موفقیت است. تخیل دروازه خلاقیت است. بنابراین، برای اینکه یک طراح حرفه ای باشیم، تنها چیزی که نیاز داریم این است که بدانیم چگونه بینایی ذهن را تقویت کنیم.

راه های زیادی برای ایجاد یک ذهن قدرتمند وجود دارد، اما در

حال حاضر، فقط من می توانم چند تکنیک را برای دانشجویان و علاقمندان توصیه کنم.

۱- تا جایی که می توانید کارهای بهترین طراحان جهان را تماشا کنید.
۲- از اکثر نمایشگاه های پارچه مخصوصاً "پریمیر ویژن" که در پاریس برگزار می شود دیدن کنید. (گالری نمونه پارچه خصوصی خود را بسازید)

۳- بازی با رنگ ها به خصوص کنتراست ها را یاد بگیرید.

۴- از گالری های هنری و به ویژه نقاشی ها دیدن کنید و سعی کنید دلیل خلق این هنر توسط هنرمند را دریابید.

۵- به موسیقی به خصوص کلاسیک و ملایم گوش دهید.

۶- عشق قوی ترین محرک ذهن برای ایجاد تکلیف برای تخیل است. بنابراین، در ذهن خود یک داستان عاشقانه بسازید، مثلاً اگر کسی را دوست دارید، سعی کنید او را با لباس های زیبا تصور کنید. (سپس

Leading Apparel Firms, FY2019

Company	Sales ¥m	YonY %	
1 World	236,265	-5.4	https://www.world.co.jp
2 Onward HD	248,233	3.2	https://www.onward-hd.co.jp
3 TSI Holdings	170,068	3.1	https://www.tsi-holdings.com
4 Cross Plus	58,493	-7	https://www.crossplus.co.jp
5 Jun	61,600	-3.6	http://www.jun.co.jp
6 Look HD	43,909	-0.2	https://www.look-holdings.jp
7 Itokin	44,698	-11	https://www.itokin.com
8 Sun Rally Group	56,852	2.3	https://www.sunrallygroup.co.jp
9 4° HD	44,970	-4.6	http://yondoshi.co.jp
10 Five Foxes	50,327	-14.8	https://www.fivefoxes.co.jp
11 Moririn	99,051	-10.6	https://www.moririn.co.jp
12 Koizumi Group	49,554	-9.1	https://koizumi-gr.jp/group/
13 Takiho	54,274	-7	https://www.takiho.co.jp
14 Java Group	30,000	-	https://www.java.gr.jp
15 Caitac HD	70,601	0.2	https://www.caitac.co.jp
16 Matsuo International	17,607	1.2	http://www.matsuo-international.com
17 Hirota	20,367	-4	https://www.hirota-ap.com
18 Tokyo Soir	14,971	-7.2	https://www.soir.co.jp
19 Adventure HD	19,416	-4.3	http://www.adventure.co.jp
20 Yamato International	16,818	1.7	http://www.yamatointr.co.jp

Source: Company Data; JapanConsuming شرکت های مهم پوشاک در ژاپن

ذهن شما به طور ناخودآگاه سعی می کند از بازدید بصری گذشته شما استفاده کند که شامل بهترین پارچه های جهان، شغل طراح برتر و هارمونی رنگ ها بر روی نقاشان معروف است که همگی فوراً به شما کمک می کنند

۷- مطالعه در فیزیک کوانتومی حتی دانستن اصول اولیه کافی است.

۸- عکاسی کنید و برای شکار تضاد رنگی طبیعت به عکاسی بروید.

در کنار عوامل ذکر شده، خود را برای طراحی در دو دسته آماده کنید. اولی پایه طراحی چیزی است که شما دقیقاً می توانید به دور از روند، بازار و سود تصور کنید و دومی چیزی است که دیگران (جامعه، شرکت ها، مدیران، گرایش ها و غیره) از شما می خواهند که طراحی کنید.



نخ آذر دنیز

Azar Deniz Yarn

خرید و فروش انواع نخ استوک
و درجات (نیمدوک و کم دوک)



فعالیت ها :

خرید و فروش انواع نخ درجات. نخ استوک. نخ ضایعات.
اسپاندکس. نخ نایلون. نخ لمه. نخ ملانژ. نخ اکریک. نخ لاکرا. نخ
تکسچره. نخ یوموش. نخ سوپربرایت. نخ کاموا. نخ شانل. نخ زری.
نخ فیلامنت. نخ پنبه ۱.۳۰، پنبه ۱.۲۰، پنبه ۱.۱۶، پلی استر، ویسکوز.
دنیرهای مختلف. نخ ویسکوز ۱.۳۰، اوترورا ۱۵۰، ۱۰۰، ۳۰۰ و مینگل
۱۵۰، ۱۰۰ و پلی استر ۱۵۰، ۸۰، ۵۰.... نخ اسپان. نخ bcf. نخ p.p و پلی
استر پنبه ۱.۲۰، ۱.۳ و غیره

به صورت عمده (تناژ) از سراسر کشور

AzarDeniz

شماره های تماس:

پاشازاده ۰۲۱۶۶۲۰۴۳۹۳

۰۹۱۲۷۶۱۱۷۵۴ - ۰۹۱۲۲۴۸۶۹۸۸

asqarpashazadeh@gmail.com

- نخ معمول و هایبالک شیرینک با الیاف معمول و تکنولوژی تبدیل توع به تاپس
- استفاده از الیاف با دیتکس ۲ تا ۶
- نمره ۱۸ (الیاف استیپل) تا ۵۵ متریک (الیاف توع) ۳ و ۴ لا
- رنگریزی ثابت با استفاده رنگ تایوان T&T INDUSTRIES
- تکرنگ و ملانژ تا ۳ رنگ
- تکمیل نخ با: هیت ست - بسته بندی پالت
- استفاده و تحت لیسانس الیاف درجه یک: درالون آلمان و آکسا ترکیه



شرکت ستاره طلایی دلیجان

فرش
یاترپس

- تولیدکننده نخ اکریلیک فرش ماشینی ۷۰۰ تا ۱۵۰۰ شانه
- قبول سفارشات خاص (رنگ و نمره)
- تحویل فوری تا یک هفته
- کیفیت درجه یک و تضمینی

جهت مصارف و محصولات :

- فرش ماشینی نفیس و لطیف و نرم ۱۲۰۰ و ۱۵۰۰ شانه
- فرش های خاص وینتیج (کهنه نمای مدرن) با نخ ملانژ
- فرش برجسته کلاسیک و وینتیج



گزارش - بهنام قاسمی



دلایل عدم موفقیت نمایشگاه های نساجی در ایران

چرا نمایشگاه های نساجی در ایران بازدهی ندارند

ایران کشوری است با بیش از ۸۰ میلیون نفر جمعیت و با ذخایر طبیعی و انرژی غنی. با اینکه ایران کشوری غنی و دارای منابع طبیعی و انسانی بیشمار است اما از نظر اقتصادی هنوز نتوانسته در اقتصاد غیر نفتی گامهای قابل توجهی بردارد.

صنعت نساجی اما یکی از صنایع مهم و قدیمی در ایران است و ایران سابقه درخشانی در صنعت نساجی دارد.

وضعیت نامناسب اقتصادی و تحریم های اعمال شده بر اقتصاد ایران در دهه های گذشته صنایع ایران و به طور خاص صنعت نساجی را با موانع زیادی روبرو کرده است.

همانطور که می توان انتظار داشت نمایشگاه های تجاری انعکاس کاملی از پویایی هر صنعت است اما عدم موفقیت نمایشگاه های نساجی در ایران دلایل مختلفی دارد که در این فرصت به تعدادی از آنها اشاره می کنیم...



نمایشگاه تمایل چندانی ندارند و در صورت حضور در نمایشگاه نیز با محصولات قدیمی و بدون ارایه نوآوری و خلاقیت حضور می یابند که این جذابیت نمایشگاه برای بازدیدکننده را نیز به شدت کاهش می دهد و موجب می شود نمایشگاه ماهیت وجودی اصلی خود که ارایه نوآوری ها و محصولات جدید است را از دست بدهد و به یک دور همی بسیار پر هزینه با نتیجه حداقلی تبدیل شود.

۳- عدم توجه به مطبوعات و تبلیغات

متأسفانه برگزار کنندگان رویدادهای نساجی در ایران باید توجه بیشتری به حضور رسانه های تخصصی داخلی و خارجی مرتبط با این صنعت در نمایشگاه ها داشته باشند. در همه رویدادهای مهم مطبوعات و رسانه ها نقشی حیاتی را ایفا می کنند و مورد توجه برگزار کننده هستند اما در نمایشگاه های نساجی ایران اینگونه نیست.

تبلیغات گسترده در سراسر کشور - بیلبردها و تبلیغات تلویزیونی - داشتن یک وب سایت قدرتمند و تبلیغات برون مرزی از مواردی هستند که موجب اعتبار بخشی به یک نمایشگاه و استقبال بیشتر متخصصین داخلی و خارجی از رویداد خواهد شد که متأسفانه این دست تبلیغات برای نمایشگاه های نساجی در ایران یک امر لوکس و نادر است. کافی است برای درک بهتر موضوع سری به وب سایت های نمایشگاه های ایران بزنید و شرایط را بررسی نمایید.

۴- زیر ساخت های ضعیف نمایشگاهی

می توان گفت ایران از نظر زیر ساخت های نمایشگاهی مشکلات و ضعف های زیادی دارد. در نگاهی اجمالی به سالن های نمایشگاهی در تهران متوجه می شویم که فضای



علل افت نمایشگاه های نساجی در ایران

۱- تحریم ها و مسایل سیاسی

یکی از مهمترین دلایل عدم بازدهی نمایشگاه های نساجی در ایران تحریم های اقتصادی و اختلافات سیاسی ایران با کشورهای منطقه و جهان است. متأسفانه سیاست های غلط آمریکا و کشورهای اروپایی در قبال مردم ایران و عدم مدیریت مناسب از داخل، سیلی از تحریم های اقتصادی را بیش از سی سال به مردم و اقتصاد ایران تحمیل کرده است. هر چند دولت ایران بارها اعلام کرده تحریم ها تاثیری بر اقتصاد ندارد اما مردم و بخش خصوصی ایران به طور واضح تر تاثیرات این تحریم ها را در زندگی و تجارت روزمره خود احساس می کنند.

پر واضح است که تا زمانی که تحریم های اقتصادی بر علیه ایران وجود دارد کشورها تمایلی به حضور در بازار ایران و حضور در رویدادهای تجاری ندارند.

۲ - عدم تمایل به سرمایه گذاری

در شرایطی که اقتصاد ایران وضعیت ترسناکی پیدا کرده و شاخص های اقتصادی و ... آینده روشنی را برای شرکت ها و سرمایه گذاران ترسیم نمی کند شرکت های تولید کننده داخلی تمایلی به اجرای طرح و توسعه و سرمایه گذاری های جدید و یا تاسیس کارخانجات تولیدی جدید ندارند چرا که سرمایه و پول همواره از شرایط پر ریسک اقتصادی فراری است و دوست دارد جایی امن و کم ریسک را انتخاب کند.

به دلیل ذکر شده شرایط نا پایدار اقتصادی تقریباً سرمایه گذاری های مستقیم خارجی را نیز به صفر رسانده است. در چنین شرایطی شرکت های تولید کننده برای حضور در

مناسبی برای برگزاری نمایشگاه های در مقیاس بزرگ و بین المللی وجود ندارد و هر چند فضای نمایشگاه های بین المللی تهران بسیار بزرگ و زیباست اما سالن ها بسیار قدیمی و فاقد امکانات زیر ساختی مناسب هستند و نیاز به بازسازی و نوسازی اساسی دارند.

همچنین سالهاست که مرکز نمایشگاه های بین المللی تهران به دلیل قرار گرفتن در یکی از پرترافیک ترین شاه راه های کلان شهر تهران توانایی برگزاری نمایشگاه های پربازدید را ندارد و شورای شهر تهران همواره با برگزاری نمایشگاه در ساعت های معمول به دلیل جلوگیری از مشکلات ترافیکی حاد خودداری می کند و برگزار کنندگان مجبورند ساعت های بازدید را به ساعات عجیبی مانند ۱۰ صبح تا سه بعدالظهر تغییر دهند که عملاً قابل قبول نیست و با استانداردهای بین المللی نیز تطابق ندارد و مسلماً به طور واضح از بازدهی و کارایی نمایشگاه کاسته و موجب نارضایتی غرفه گذاران و عدم دسترسی بازدید کنندگان می شود.

۵- عدم استقبال بازدید کنندگان خارجی

نمایشگاه های نساجی ایران تقریباً خالی از بازدیدکنندگان خارجی است و تنها

عده معدودی از تجار کشورهای همسایه مانند عراق و افغانستان که در ایران مقیم هستند از نمایشگاه بازدید می کنند. بازدیدکنندگان خارجی به دلایل مختلف از بازدید از نمایشگاه های ایران خودداری می کنند که از مهمترین این دلایل می توان به سخت بودن صدور ویزا برای اتباع خارجی، ترس از عدم صدور ویزای کشورهای اروپایی و آمریکا به دلیل سفر به ایران، کمبود پروازهای بین المللی و ... اشاره کرد.

عمده شرکت های خارجی غرفه گذار در نمایشگاه های نساجی ایران شرکتهای ترکیه ای، هندوستان و چین هستند که به دلایل شرایط سیاسی و منطقه ای به ایران نزدیک هستند و در شرایط خاص از تحریم های آمریکا و کشورهای اروپایی علیه ایران تبعیت نمی کنند و یا با ترفندهایی تحریم ها را دور میزنند.

یکی از برگزار کنندگان نمایشگاه های نساجی در ایران در این رابطه می گوید: "بازار نساجی ایران با ۸۰ میلیون نفر جمعیت یک بازار جذاب برای شرکت های خارجی است اما شرایط سیاسی ایران کار را برای ما سخت کرده و شرکت ها برای موضوع مسافرت به ایران، اخذ

ویزا و بعد از آن فروش و سرمایه گذاری و به خصوص تبادلات مالی و بانکی با ایران مشکلات متعددی دارند، عملاً مراودات بانکی با ایران غیر ممکن است و شرکت ها حتی در صورت حضور در نمایشگاه و فروش ماشین آلات و محصولات نساجی نمی توانند پول را از طرف ایرانی و از طریق مرسوم بانکی و قانونی دریافت کنند."

۶- عدم شفافیت آینده ارزی، سیاسی و امنیت اقتصادی

نرخ ارز های خارجی به ویژه دلار و یورو در ایران به شدت بی ثبات و رو به افزایش است به طوری که در ۱۰ سال گذشته نرخ هر دلار آمریکا از ۳۰۰۰ تومان (۳۰ هزار ریال) ایران به حدود ۵۰ هزار تومان (۵۰۰ هزار ریال) افزایش یافته است که این با وجود بخش نامه ها و فعالیتهای پیشگیرانه دولت ایران بوده است و برخی فعالان اقتصادی معتقدند حتی این نرخ نیز واقعی نیست و ارزش ریال ایران در برابر دلار آمریکا از این هم کمتر است و سیاست های دستوری دولت نرخ را پایین نگاه داشته است.

در این شرایط تولید بسیار دشوار است و از آنجایی که بخش مهمی از مواد اولیه صنعت نساجی و پوشاک ایران مانند الیاف و نخ وارداتی است قیمت های تمام شده تولید کننده نیز سیر صعودی شدید دارد. در بخش صادرات نیز کار برای تولیدکنندگان ایرانی سخت است چرا که نرخ ها به صورت روزانه در حال تغییر است.

یک تولید کننده پوشاک زنانه در شهرک صنعتی نساجی قزوین در این رابطه می گوید: "ما توانایی تولیدات با کیفیت و





ما در نمایشگاه های داخل ایران فقط با هدف حفظ برند و ارتباط با نمایندگان و توزیع کنندگان خود در ایران حاضر می شویم و متاسفانه نمایشگاه های داخل ایران برای صادرات ما اصلا مناسب نیست و هیچ خریدار خارجی به ایران نمی آید در حالی که در همین کشور همسایه ما یعنی ترکیه نمایشگاه های لباس و مد و فشن در همه رده های سنی رونق زیادی دارد و خریداران و بازدیدکنندگان بسیار زیادی از کشورهای منطقه خاور میانه، آفریقا و اروپا به استانبول می آیند.

خود من هر سال در این نمایشگاه ها شرکت می کنم تا با آخرین مدها و رنگ ها و مدل های به روز جهان آشنا شوم. چیزی که در نمایشگاه های نساجی و پوشاک ایران به دلیل محلی بودن یافت نمی شود.

۷- وجود رقبای منطقه ای به ویژه ترکیه

ترکیه کشوری در همسایگی ایران یکی از غول های تولید و صادرات نساجی و پوشاک است. این برای کشوری پرجمعیت و دارای سابقه تاریخی زیاد در صنعت نساجی مانند ایران می تواند مزایا و البته معایب بسیاری داشته باشد.

ترکیه همچنین یکی از قطب های نمایشگاهی دنیاست و به دلیل موقعیت جغرافیایی و آب و هوایی شهر استانبول یک محل ایده آل برای نمایشگاه های نساجی مد و فشن است که این شهر را به محلی جذاب برای بازدیدکنندگان و شرکتهای بین المللی بدل کرده است. همچنین صنعت نساجی و پوشاک و مد و فشن پویای ترکیه بسیاری از خریداران و تجار بین المللی

صادراتی را داریم و حتی می توانیم با کالاهای ساخت ترکیه رقابت کنیم اما متاسفانه تغییرات شدید نرخ ارز به ما امکان برنامه ریزی بلند مدت نمی دهد و مجبوریم بخش زیادی از سرمایه خود را درگیر خرید مواد اولیه کنیم.

ما در نمایشگاه های خارجی شرکت می کنیم و خریداران خارجی کیفیت محصولات ما را می پسندند. اما قیمت تمام شده ای که به آنها دادیم و توافق کردیم به سرعت در ایران در چند روز با افزایش هزینه های تولید و ارز تغییر می کند و خریداران این تغییرات را قبول نمی کنند و مجبوریم با ضرر سفارشات را تحویل دهیم یا سفارشات را لغو کنیم که باعث نارضایتی و عدم اعتماد خریداران بین المللی به تولیدکنندگان ایرانی می شود.

انتقال پول از شبکه بانکی هم عملا غیر ممکن است و مجبوریم با صرف هزینه های زیاد پول را از طریق دفتر خود در دبی و شانگهای و یا به صورت نقدی دریافت کنیم که هزینه ها و ریسک کار ما را افزایش می دهد. متاسفانه دولت نیز حمایت خاصی از صنعت نساجی و پوشاک ندارد و هر روز واردات پوشاک ترکیه ای و چینی فشار بیشتری به تولیدکننده ایرانی می آورد.

یک تولید کننده لباس کودک در بازار تهران نیز در مورد نمایشگاه های نساجی ایران می گوید: " در ایران به دلیل برخی محدودیت های فرهنگی موجود نمایشگاه های مد و فشن کودک و بزرگسالان به شیوه ای که در دنیا مرسوم است برگزار نمی شود.



و ارایه دهندگان سرویس و خدمات نساجی را به حضور در رویدادهای ترکیه علاقمند می کند.

توریستی بودن و زیبایی های شهر استانبول در کنار هتل های زیاد و باکیفیت، دسترسی شرکت هواپیمایی ترکیش ایرلاین به بیش از ۲۰۰ نقطه در جهان و پروازهای امن و باکیفیت و نیز سهولت در اخذ ویزا و یا سفر بدون ویزا نیز از دلایل مهم دیگر است.



همه اینها موجب می شود ایران نتواند با ترکیه در بخش نمایشگاه های نساجی و پوشاک رقابت داشته باشد.

۸- هزینه های بالای سایت های نمایشگاهی

هزینه های برگزاری نمایشگاه در ایران و هزینه هایی که برگزار کننده باید متحمل شود بسیار بالاست. در ایران اغلب سایت های برگزاری نمایشگاه دولتی است و این سایت ها به دلیل نبود رقیب در بخش خصوصی به طور انحصاری شرایط خدمات و قیمت ها را مشخص می کنند.

به ویژه ارقام برای شرکت های برگزار کننده نمایشگاه خارجی به ارزهای خارجی و چندین برابر سایت های نمایشگاهی در سایر کشور هاست. به همین دلیل رغبت برای ورود به بازار نمایشگاه های ایران توسط شرکت های بین المللی کمتر از گذشته است.

۹- مجوز های سالانه و نظارت های دولتی

در ایران برای برگزاری نمایشگاه، هر

نیز با توجه به روابطی که با انجمن ها، اتحادیه ها و نهادهای تصمیم ساز دارند و کیفیت برگزاری نمایشگاه هایشان می توانند به صورت سالانه مجوزهای خود را تمدید کنند.

برگزار کننده ای نیاز به مجوز برگزاری دارد و برگزارکنندگان خارجی نیز نمی توانند بدون یک شریک ایرانی اقدام به برگزاری نمایشگاه کنند.

صدور مجوزهای برگزاری نمایشگاه در ایران پروسه های خاص اداری و بروکراسی پیچیده ای دارد و حتی گاهی روابط و توصیه ها می تواند بر صدور یا عدم صدور یک مجوز و یا انتقال یک نمایشگاه از یک برگزار کننده به برگزار کننده ای دیگر تاثیر گذار باشد.

در چنین شرایطی فضا برای ورود شرکت های برگزار کننده خصوصی خارجی بسیار سخت بوده و تقریباً هیچ شرکتی این ریسک را نمی پذیرد. شرکت های ایرانی

به نظر میرسد برگزار کنندگان داخلی نیز به دلایل مختلف بیشتر از اینکه خود را صاحب برند نمایشگاهی بدانند به عنوان یک مجری موقت تنها به برگزاری دوره بعدی رویداد خود فکر می کنند و از سرمایه گذاری های بلند مدت مانند تبلیغات مناسب داخلی و خارجی، صرف هزینه برای دعوت خریداران و هیات های تجاری و ... خودداری می کنند که این خود منجر به کاهش بهره وری و کیفیت نمایشگاه نیز می شود.

سیاست زدگی اقتصاد و خطر از دست رفتن بازارهای منطقه برای ترکیه

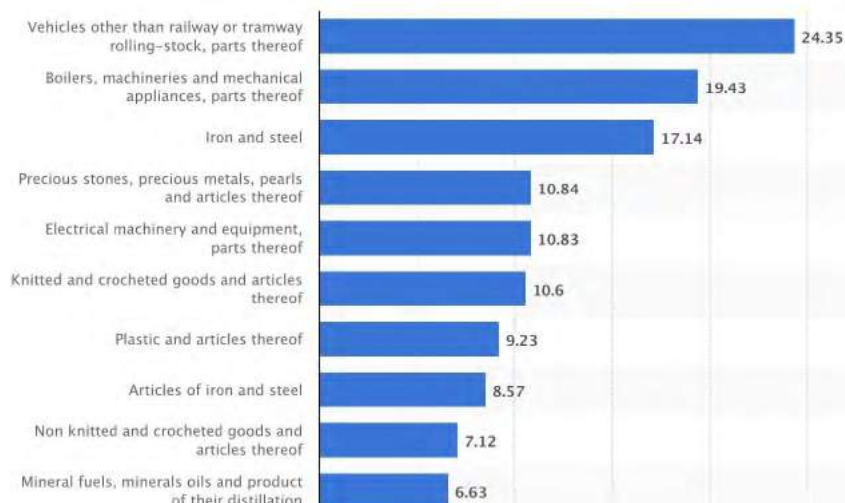


بتواند مجددا مسیر ورود کالاهای ساخت ترکیه به این بازارهای از دست رفته را فراهم کند.

هر چند بخشی از حامیان حزب حاکم در ترکیه که در بخش تولید نساجی و پوشاک فعال هستند از این سیاست ها تا به حال حمایت کرده اند اما بخش بزرگ تری از شرکت های خصوصی ترکیه این رفتارهای تنش برانگیز را بر نمی تابند و معتقدند چنین سیاست هایی در طولانی مدت باعث از دست رفتن بازارهای صادراتی ترکیه می شود. بازارهایی که شرکت های ترکیه ای به سختی توانسته اند خود را در آنها اثبات کنند.

مسئله کالاهای نساجی و پوشاک ترکیه ای از نظر قیمت و کیفیت و طراحی مد در سطح رقابتی هستند و برند پوشاک ساخت ترکیه امروز در دنیا برندی قابل اعتماد است اما رقبای زیادی برای باز پس گرفتن بازارها دورخیز کرده اند کشورهای آسیایی مانند چین، هند، ویتنام و بنگلادش، حتی کشورهای شمال آفریقا نظیر مصر، مراکش و تونس می توانند جایگزینی برای ترکیه در بازارهای اروپا و خاورمیانه و آفریقا به عنوان تامین کننده پوشاک باشند.

حال باید دید در سالهای آتی دولت ترکیه بین ایجاد تنش های سیاسی جدید و پیش گرفتن یک سیاست میانه رو و هوشمندانه کدام را انتخاب می کند و تاثیر مثبت و یا منفی آن بر صادرات کالاهای نساجی و پوشاک ترکیه چه خواهد بود.



ترکیه در سال های اخیر به دلیل سیاست های حزب حاکم تنش های زیادی را با کشورهای اروپایی و منطقه خاورمیانه تجربه کرده است مانند تنش با روسیه به دلیل هدف قراردادن هواپیمای جت روسی، عربستان سعودی بر سر کشته شدن روزنامه نگار عربستانی در سفارت عربستان در استانبول و یا مصر بر سر گروه اخوان المسلمین و آنچه مصر آن را دخالت ترکیه در امور داخلی خود می داند و ... بازارهای زیادی را از دست داده تا جایی که مصر و عربستان که بازارهای بسیار خوبی برای کالاهای ترکیه ای هستند، چند سالی است که با تحریم های نا نوشته کالاهای نساجی ترکیه در گام اول و کلیه کالاهای ساخت ترکیه را در ابعادی وسیع تر تحریم کرده و کام تجار و صادرکنندگان ترکیه ای را تلخ کرده اند.

اما دولت ترکیه نمی تواند از دست رفتن بازارهای صادراتی خود را تحمل کند آن هم در شرایطی که بحران اقتصادی جهانی پس از کرونا و کاهش ارزش پول ترکیه به طور توأمان تیشه به ریشه اقتصاد ترکیه میزند.

به همین دلیل مقامات سیاسی ترکیه به طور مستقیم اقدام به بازگرداندن روابط به شرایط سابق و برقراری روابط مجدد سیاسی و اقتصادی عمیق با رژیم صهیونیستی اسرائیل، عربستان، مصر و حتی اصلاح روابط با سوریه کرده تا



Van de wiele CRT , CRM Small Pulley



Jakob Muller Pulley



Staubli Quick



Van de wiele Crx, Crp, Srx, Hlx small pulley



Van de wiele Crx, Crp, Srx, Hlx small pulley



Van de wiele CRT , CRM Big Pulley

توليد انواع قطعات ژاکارد وندويل

UYUM TEKSTİL

توليدکننده قطعات ماشين آلات

بافندگی فرش ماشینی: Van de Wiel, CRX, CRP, HLX, SRX, CRT, CRM
مخمل بافی: Günne, Gösken, Van de Wiel
اتیکت بافی: Jakob Müller



📍 GUMUSSUYU CAD. DALGİC CARSİSİ NO:3/8 TOPKAPI İSTANBUL UYUM TEKSTİL

☎ 90 0536 962 46 75

✉ mail@uyumtekstil.com tamer_firat@hotmail.com



ITMA 2023

08 — 14
JUNE 2023

FIERA MILANO RHO
MILAN . ITALY

www.itma.com

Source, collaborate and future-proof your business

at the world's largest international
textile and garment technology exhibition



Source

from over 1,570
leading manufacturers
and see live machinery
demonstrations



Collaborate

and grow your
business through
digitalisation and
sustainability



Future-proof

with best-in-class
solutions that put you
ahead of the
competition



Access ITMAconnect

the new year-round
sourcing and knowledge
hub for the global
textile community

Visitor registration is now open!

Scan the QR code to find out why you should visit.

Show Owner



Show Organiser



CEMATEX Associations

ACIMIT (Italy)
AMEC AMTEX (Spain)
BTMA (United Kingdom)
GTM (Netherlands)
SWISSMEM (Switzerland)

SYMATEX (Belgium)
TMAS (Sweden)
UCMTF (France)
VDMA (Germany)

Scan for More Info



Connect With Us
@ITMA2023





نویسنده : محبوبه قایدی



اژدها وارد میشود... بازگشت دموتکس چین به شانگهای

ابن باورند که نیمه دوم سال ۲۰۲۳ کشور چین بازگشتی قوی در فعالیت های بین المللی و داخلی در یک محیط امن تر خواهد داشت.

به همین دلیل است که برگزار کنندگان تصمیم گرفته اند که برای سال ۲۰۲۳، نمایشگاه دموتکس چین (DOMOTEX Asia/CHINAFLOOR) در تاریخ ۲۶ تا ۲۸ ژوئیه در مرکز نمایشگاه ها و همایش های بین المللی در شانگهای برگزار شود و این رویداد با کیفیت بالا و مهم را به صنعت فرش و کفپوش در آسیا بازگرداند.

نشان دهنده اشتیاق به بازگشت به حالت عادی در آینده بسیار نزدیک در چین می باشد.

در عین حال، تجارت جهانی و آنچه شامل واردات و صادرات در صنعت کفپوش می شود نیز به سمت بهبودی سریع پیش می رود. دموتکس هانوفر پس از دو سال غیبت در ژانویه ۲۰۲۳ به شکل موفق برگزار شد و بیش از ۱۰۰ غرفه دار چینی در آن شرکت کردند.

این نشانه آشکاری از آزادسازی تجارت جهانی است. کارشناسان بر

کشور چین اخیراً از کاهش محدودیت های کرونایی COVID۱۹ در سراسر کشور خبر داده است. این اعلامیه به عنوان یک نشانه مثبت در آینده صنعت نمایشگاهی این کشور است و با اشتیاق زیاد برگزارکنندگان و شرکت کنندگان روبرو شده است.

اقدامات اصلی کاهش یافته جدید، شامل آزمایش کمتر، بدون قرنطینه گسترده و عدم قرنطینه در مراکز متمرکز برای بیماران با علائم خفیف است. کاهش قوانین گسترده ترین تغییرات از زمان شروع همه گیری سه سال پیش است که به وضوح



در نسخه ۲۰۲۳ که بیست و پنجمین سال نمایشگاه های متوالی دموتکس شانگهای است، رویدادهای برجسته و محبوب جدید تکمیل کننده بزرگترین گردهمایی صنعت در منطقه آسیا و اقیانوسیه خواهند بود. Z-Space، جدیدترین ویتترین دموتکس شانگهای است که با پوشش دادن دسته های مختلف مفهوم کف-دیوار-سقف، تمام جنبه های فضاهای چند بعدی را در کانون توجه قرار می دهد.

در شانگهای به همراه وضعیت VIP در نمایشگاه، و مزایای دیگر برخوردار خواهند بود. در نهایت، مجمع اجلاس سران صنعت کفپوش چین، با حضور ۲۳ کارشناس مشهور و کارآفرینان برجسته، بار دیگر برگزار خواهد شد. سخنرانی ها و بحث های آنها با حضور متخصصان عالی رتبه که نماینده بیش از ۲۰۰ شرکت کفپوش در چین هستند، برگزار می شود.

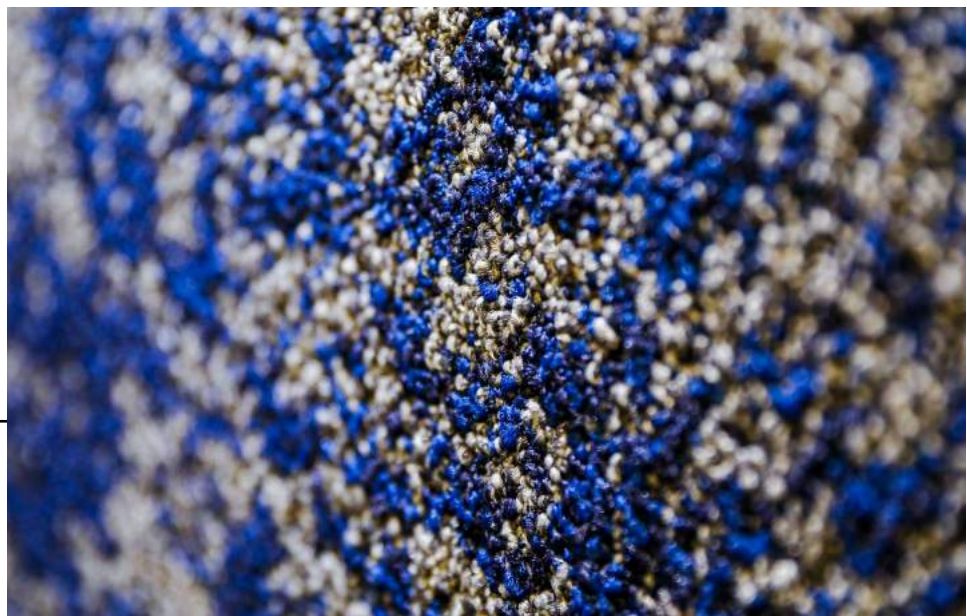
آن زمان را کد بودند. با تعدیل سیاست های دولتی، تقاضای انباشته بلندمدت در بازار چین در ماه های آینده بسیار آشکار خواهد شد.

DOMOTEX asia/CHINAFLOOR برای تسهیل تقاضاها و پیشرفت مداوم صنعت فرش و کفپوش در بازار وجود دارد و همچنان مناسب ترین پلت فرم تجاری در منطقه آسیا و اقیانوسیه در صنعت فرش و کفپوش خواهد بود.

در سه سال گذشته، به دلیل سیاست های سختگیرانه چین در پیشگیری از همه گیری کرونا، جدای از محدودیت هایی که در سفرهای بین المللی و داخلی وجود داشت، همه فعالیت های تجاری در منطقه آسیا نیز ضربه بزرگی خوردند و در

برنامه هیات های خریدار بار دیگر خریداران با کیفیت در محل و آنلاین را به برخی از تولیدکنندگان برتر کفپوش منطقه معرفی می کند. خریدارانی که گزینه در محل را انتخاب می کنند، از اقامت رایگان

نمایشگاه دموتکس چین مکانی است برای همه حرفه ای ها، بازدیدکنندگان و غرفه دارانی که قصد دارند به یکی از بزرگترین بازارهای کفپوش، املاک و مستغلات و ساخت و ساز جهان دسترسی داشته باشند و کسب و کار خود را گسترش دهند.





ایتما بزرگترین نمایشگاه ماشین آلات نساجی در دنیا....

ده دلیل حضور در نمایشگاه ایتما میلان

نمایشگاه ایتما برندی بی همتا در صنعت نساجی جهان است که توسط انجمن های نساجی کشورهای اروپایی یا همان CEMATEX برگزار می شود. CEMATEX شامل ۹ عضو است که شامل انجمن ماشین سازان نساجی کشورهای آلمان، ایتالیا، انگلستان، هلند، بلژیک، سوییس، سوئد، اسپانیا و فرانسه است.

۲- حضور پررنگ ایتالیایی ها
نمایشگاه ایتما میلان ۲۰۲۳ توسط یک کشور قدرتمند و تراز اول در

هزار بازدید کننده برگزار می شود و توسط بیش از ۲۴۰ انجمن، اتحادیه، سازمان، مجله و مطبوعات در سراسر جهان حمایت می شود.

نمایشگاه ماشین آلات نساجی ایتما میلان ۲۰۲۳ در تاریخ ۸ لغایت ۱۴

۱- بزرگترین رویداد ماشین آلات نساجی جهان

ایتما میلان را می توان بزرگترین رویداد نساجی جهان به شمار آورد که با حضور بیش از ۱۶۰۰ غرفه گذار از بیش از ۴۴ کشور در فضایی بالغ بر ۲۰۰ هزار متر مربع و بیش از ۱۰۰





ساخت و توسعه ماشین آلات نساجی یعنی ایتالیا برگزار می شود.

در ایتالیا صدها شرکت سازنده ماشین آلات و قطعات نساجی در مقیاس جهانی وجود دارند که بخش زیادی از محصولات آنها صادراتی است. ایتما میلان بهترین فرصت است تا این شرکت ها در خانه خود بتوانند با هزینه بسیار کم آخرین دستاوردها و ماشین آلات جدید خود را در معرض دید بازدیدکنندگان مشتاق از سراسر جهان بگذارند.

۳- آخرین تکنولوژی ها و نوآوری ها

یکی از دلایل مهمی که نمایشگاه ایتما تا این اندازه مهم و مورد توجه اهالی صنعت نساجی جهان است وجود روح نوآوری و خلاقیت در این نمایشگاه است. در واقع این یک سنت قدیمی است که شرکت ها باید در نمایشگاه ایتما با دستی پر حاضر شوند و حتما در غرفه خود محصولی جدید را به نمایش بگذارند.

به همین دلیل ایتما رویدادی منحصر به فرد است که در آن حضور نوآورانه یک الزام است.

۴- ملاقات همکاران و دوستان قدیمی

نمایشگاه ها و رویدادهای نساجی در سراسر جهان محل ملاقات با

همکاران و دوستان قدیمی است و چه جایی بهتر از نمایشگاه ایتما و شهر میلان برای ملاقات دوستان قدیمی!

این روزها به قدری درگیری و مشغله کاری برای فعالان صنعت و تولیدکنندگان افزایش پیدا کرده که باید چنین فرصت هایی را مغتنم شمرد و در کنار انجام ملاقاتهای تجاری با دوستان قدیمی هم تجدید دیدار کرد.

۵- پرواز با دوبال: تولید پایدار و دیجیتالی شدن

شاید بتوان گفت مهمترین ترندهای صنعت نساجی در ۴ سال گذشته مرحله دیجیتالی شدن صنعت نساجی و همچنین توجه به تولیدات پایدار، بازیافتی و دوستدار محیط زیست باشند.

موضوعاتی که ایتما برای آنها برنامه های ویژه ای دارد و هم برگزار کنندگان و هم شرکت های تولیدی تمرکز اصلی خود را در توسعه و معرفی راهکارها، محصولات و پروسه های منطبق با این اصول مهم قرار داده اند.

یافته که تولیدکنندگان محصولات نساجی و پوشاک که خود را با این اصول اساسی تطبیق نداده اند از بازار رقابت حذف خواهند شد. بنا براین به نظر میرسد ماشین آلات و پروسه های تولیدی منطبق با بازیافت و تولید پایدار در نمایشگاه ایتما ۲۰۲۳ میلان بیشترین سطح توجه را به خود جلب نماید.

۶- سمینارها و رویدادهای ارزشمند

در حاشیه نمایشگاه ایتما میلان ۲۰۲۳ ده ها سمینار آموزشی و اطلاع رسانی توسط شرکت های تولیدی و یا توسط برگزار کنندگان نمایشگاه برنامه ریزی و هماهنگ شده است که می توانید در حاشیه نمایشگاه و در وقت های خالی خود در این سمینارها و گردهمایی های ارزشمند بسته به زمینه کاری خود شرکت کنید و با آخرین اطلاعات روز آشنا شوید.

برای حضور در این رویدادهای جانبی نمایشگاه ایتما میلان ۲۰۲۳ بهتر است برنامه های موجود را از سایت ایتما بررسی کنید و در تقویم خود جای دهید.

۷- اولین سکوی پرتاب بعد از همه گیری کرونا

همه گیری کرونا در یک غافلگیری تمام جهان را درگیر کرد و کشورهای



در طول سال گذشته تعداد زیادی از نمایشگاه های ماشین آلات نساجی در کشورهای مختلف برگزار شد که بسیاری از ماشین سازان مهم اروپایی در آن شرکت داشتند اما حضور آنها صرفاً به یک میز و صندلی در غرفه نماینده محلی خود محدود می شد و ماشین آلات و خطوط تولید واقعی به نمایش گذاشته نشد و حتی شرکت های بزرگ و غول های ماشین سازی دنیا نیز به نمایش بخش کوچکی از ماشین آلات و خطوط تولیدی خود پرداختند.

اما قضیه در نمایشگاه ایتما میلان ۲۰۲۳ به شکل دیگری رقم خواهد خود و تقریباً تمامی شرکت ها حضوری تمام عیار با آخرین خطوط تولیدی و ماشین آلات خود خواهند داشت و بهترین فرصت برای فعالان صنعت نساجی در جهان است تا بتوانند آخرین ماشین آلات و نوآوری شرکت ها را از نزدیک ببینند و حتی لمس کنند.

این قضیه برای شرکت های ماشین ساز ایتالیایی به مراتب پررنگ تر خواهد بود چرا که نمایشگاه در خانه آنها برگزار می شود و از نظر لجستیکی، حمل و نصب و نمایش زنده ماشین در نمایشگاه ایتما به مراتب راحت تر هستند و هزینه های کمتری را متحمل می شوند.

۹- میزبانی بی نقص به سبک ایتالیایی

انجمن ماشین سازان نساجی ایتالیا (ACIMIT) برای برگزاری هرچه بهتر نمایشگاه ایتما میلان ۲۰۲۳ سنگ تمام گذاشته است و به بهترین شکل برنامه های

صاحب صنعت نساجی را درگیر مشکلات عمده ای کرد و به دنبال آن فروش ماشین آلات نساجی در بسیاری از بازارها نیز با مشکلات عمده ای مواجه شد.

حال با عبور از دوران پاندمی کرونا صنعت نساجی وارد دوران تازه ای می شود و می توان گفت نمایشگاه ماشین آلات نساجی ایتما میلان ۲۰۲۳ اولین رویداد مهم صنعت نساجی پس از دوران کروناست که می تواند یک سکوی پرش برای ماشین سازان نساجی جهان به شمار آید.

شاید بتوان گفت ایتما تنها برند نمایشگاهی در صنعت نساجی جهان است که از پاندمی کرونا در امان بود و طعم تلخ کنسل شدن یا به تعویق افتادن را نچشید. پس از برگزاری موفق ایتما ۲۰۱۹ در بارسلون در اوایل سال ۲۰۲۰ پاندمی آغاز شد و حالا با اتمام پاندمی در سال ۲۰۲۳ مجدداً نمایشگاه ایتما را خواهیم دید.

این یک خوش شانسی بزرگ برای اهالی صنعت نساجی و پوشاک جهان است که می توانند دوباره در ایتما حاضر شوند. البته امیدواریم بعد از ایتما میلان با پاندمی جدیدی مواجه نشویم!

۸- لمس واقعی ماشین آلات نساجی

این یک واقعیت است که هیچ کدام از نمایشگاه های ماشین آلات نساجی در جهان به اندازه ایتما شما را در حس و حال واقعی ماشین آلات نساجی غرق نمی کند.

از تمام شهر میلان در پشت بام خود دارد. ارزشمندترین اثر درون این کلیسا، یک صلیب واقعی است که برخی بر این باور هستند که متعلق به «عیسی مسیح» بوده است.

محله ناویلی (Navigli)

گورستان مُنیومنتال (Monumental Cemetery)

کاخ اسفورتسکو (Castello Sforzesco)

نگارخانه ویتوریو امانوئل دوم (Galleria Vittorio Emanuele II)

دومین هتل هفت ستاره جهان در در نگارخانه ویتوریو امانوسل دوم قرار دارد

تالار آلاسکالا (Teatro Alla Scala)

موزه هنر پیناکوتکا دی برا (Pinacoteca di Brera)

محله برا (Brera)

کلیسای آمبروز مقدس (Sant'Ambrogio)

پارک سِمپیون (Sempione)

پیاتزا دی مرکانتی (Piazza dei Mercanti)

موزه پُلدی پتزولی (Poldi-Pezzoli Museum)

رستوران تراموای اتمسفر (ATMosfera)

گالری هنر مدرن (Civica Galleria d'Arte Moderna)

خوابگاه های رومی سن لورنزو (Colonne di San Lorenzo)

ورزشگاه سن سیرو (San Siro Stadium)



تبلیغاتی و معرفی نمایشگاه را برای جذب حداکثری بازدیدکنندگان و غرفه گذاران از سراسر جهان را در دستور کار قرار داده است.

انجمن ماشین سازان نساجی ایتالیا با همکاری سازمان توسعه صادرات ایتالیا و سایر نهادهای خصوصی و دولتی در ایتالیا به شکلی هماهنگ و موثر تمام قدم های لازم را بر میدارند تا ایتما میلان ۲۰۲۳ به یک رویداد بی نظیر و فراموش نشدنی تبدیل شود.

میزبانی نمایشگاه ماشین آلات نساجی ایتما یک فرصت استثنایی برای ایتالیاست تا بتواند در یک ضیافت مثال زدنی تمامی خریداران ماشین آلات نساجی ایتالیا از سراسر جهان را در زیر یک سقف جمع کرده و یک گام مهم در جهت افزایش فروش و صادرات ماشین آلات نساجی ساخت ایتالیا بردارد.

قطعا ایتالیا به عنوان مهد توریست و گردشگری جهان تجربه ها و برنامه های کاملی برای برگزاری چنین رویدادی را دارد.

۱۰- زیبایی های میلان را از دست ندهید

میلان پنجمین شهر بزرگ اروپا و دومین شهر بزرگ کشور ایتالیا است که به عنوان پایتخت مُد جهان و مرکز تجارت ایتالیا شناخته می شود و از نظر طراحی لباس و اقتصاد در دنیا شهرت فراوانی دارد. میلان ترکیب زیبایی از مدرنیته و تاریخ با گذشته ای الهام بخش و میراث فرهنگی غنی است. شاید شهر میلان اولین انتخاب هر گردشگری برای دیدن ایتالیا نباشد ولی دیدنی های زیادی دارد که تماشای هریک از آن ها خالی از لطف نخواهد بود.

مهمترین مکانهای دیدنی شهر میلان را می توانید در زیر مشاهده نمایید:

کلیسای جامع میلان (Duomo di Milano)

سفر به میلان بدون بازدید از این کلیسای شگفت آور غیرممکن است. کلیسای جامع میلان یکی از بزرگ ترین کلیساهای گوتیک دنیا است که چشم انداز فوق العاده ای

لیست نمایشگاه‌های نساجی و پوشاک در ژاپن



ورود به بازار ژاپن فکر خوبی است.

تأثیر همه‌گیری کرونا در ژاپن بسیار بسیار کمتر از اروپا بوده است و اقتصاد مصرفی آن قوی‌تر است و بنابراین بازار صادراتی ایده آلی برای شرکت‌ها است.

در دو دهه گذشته، بازار پوشاک ژاپن به طور فزاینده ای متمرکز شده است. تجزیه و تحلیل فروش ۱۰۰ خرده فروش برتر فروش پوشاک سالانه نشان دهنده افزایش قابل توجهی در سهم ۱۰۰ خرده فروش برتر از کل بازار است.

در زیر با بزرگترین نمایشگاه‌های

ژاپن ۱۵/۵ تریلیون ین است. واردات عمدتاً از آسیا است، اما در بازارهای ممتاز و محصولات گران قیمت، برندهای اروپایی و آمریکایی سهم قوی دارند. فرصت‌های زیادی برای شرکت‌های اتحادیه اروپا وجود دارد، به ویژه از زمانی که توافقنامه مشارکت اقتصادی اتحادیه اروپا و ژاپن در اول فوریه ۲۰۱۹ لازم الاجرا شده است.

بازار پوشاک و مد ژاپن باثبات است و یکی از بزرگترین بازارهای صادراتی برای شرکت‌ها است. در زمانی که اکثر تولیدکنندگان، برندها و خرده‌فروشان به دلیل تأثیر همه‌گیری با چالش‌های بزرگی در بازارهای داخلی خود مواجه هستند،

ژاپن به وضوح یکی از بهترین بازارهای صادرات مد و فشن برای شرکت‌ها است. ژاپن سومین اقتصاد بزرگ جهان است، یکی از باثبات‌ترین و سازمان‌دهی‌شده‌ترین اقتصادهای جهان است. شرکت‌های ژاپنی در جامعه‌ای کار می‌کنند که بسیار منضبط و اخلاقی است و به کشورهای دیگر اجازه می‌دهد با خیال راحت و با اطمینان با ژاپن کار کنند.

بازارهای پوشاک و نساجی ژاپن همچنان در وضعیت خوبی قرار دارند. بازار مد (پوشاک و لوازم جانبی) در پنج سال گذشته ثابت مانده است در حال حاضر ارزش بازار



نساجی در ژاپن آشنا می شوید:

Rank	Company	Type	Apparel in Total		
			Sales ¥mn	YonY %	Sales* %
1	Uniqlo	SpS	872,957	0.9	100.0
2	Shimamura	SpS	516,068	-4.4	100.0
3	Zozo	EC	317,423	6.7	92.0
4	Aeon Retail	GMS	301,927	-3.9	17.2
5	Daimaru-Matsuzaka	DpS	239,495	-4.2	36.5
6	GU	SpS	238,700	12.7	100.0
7	Adastria HD	SpS	222,376	-0.1	100.0
8	Isetan-Mitsukoshi	DpS	200,038	-12.3	34.3
9	Onward Holdings**	SpS	197,424	5.9	79.5
10	Takashimaya	DpS	194,234	-2.8	27.9
11	World	SpS	184,749	0.7	82.0
12	Sogo Seibu	DpS	169,750	-2.5	28.8
13	United Arrows	SpS	157,412	-0.9	100.0
14	Aoyama Shoji	SpS	153,162	-17.0	100.0
15	Ito-Yokado	GMS	140,760	-8.0	13.4
16	TSI Holdings**	SpS	139,458	6.3	82.0
17	Pal Group	SpS	137,700	5.5	100.0
18	Marui Group	SpS	136,570	-0.4	55.0
19	Stripe International	SpS	132,500	-0.5	100.0
20	Baycrews	SpS	131,000	10.3	100.0
21	Hankyu-Hanshin	DpS	130,632	-0.3	28.0
22	Ryohin Keikaku (Mu)	SpS	122,149	8.4	37.2
23	Selyu*	GMS	112,432	-	-
24	Sazaby League	SpS	112,400	1.0	95.0
25	Aoki Holdings	SpS	98,352	-14.0	65.0
26	Belluna	EC	90,873	1.2	50.5
27	Uny	GMS	89,320	-2.3	12.4
28	Beams	SpS	85,400	2.9	95.7
29	Kintetsu	DpS	81,711	-1.1	31.6
30	Mash Holdings	SpS	78,700	11.8	100.0



JIAM Osaka

(ماشین آلات نساجی)

مکان: اوزاکا Osaka

تاریخ: ۳۰ نوامبر - ۳ دسامبر ۲۰۲۳

وب سایت: www.jiam-show.com

درباره نمایشگاه:

JIAM ۲۰۲۲ OSAKA یک نمایشگاه تجاری بین المللی است که یک پلت فرم تجاری جهانی را فراهم می کند. این نمایشگاه راه حل های نوآورانه ای را با ترکیب مجموعه مهارت های موجود در سطح بالا که از طریق تغییرات شدید بازار ایجاد شده اند، معرفی می کند و جدیدترین فناوری ها را از طیف وسیعی از بخش های صنعت ارائه می دهد.

JIAM ۲۰۲۲ OSAKA با موفقیت به پایان رسید. تعداد بازدیدکنندگان (گزارش اولیه) چهار روز نمایشگاه را گزارش خواهیم کرد.

تعداد بازدیدکنندگان: ۱۰,۴۲۳ تعداد

تعداد غرفه داران: مجموعاً ۱۵۰ شرکت/کشور

توکيو: ۵-۷ آوریل ۲۰۲۳

وب سایت: www.fashion-tokyo.jp

درباره نمایشگاه:

بزرگترین نمایشگاه بین المللی مد ژاپن با ۶۵۰ غرفه دار از سراسر جهان!

FaW TOKYO -FASHION WORLD TOKYO پلتفرم تجاری برای شرکت های سراسر جهان است تا جدیدترین محصولات/مواد پایدار، پوشاک، کیف، کفش، لوازم جانبی، پارچه/مواد/لوازم جانبی نساجی و فناوری های

Fashion World Tokyo

(پوشاک (واردات و داخلی)، نساجی (واردات)، OEM، مد پایدار و غیره)



مکان: توکیو

تاریخ: ۱۰-۱۲ اکتبر ۲۰۲۳



دیجیتال مد را به نمایش بگذارند.

وب سایت: www.plugin-ex.com

درباره نمایشگاه:

از زمان برگزاری اولین رویداد در سال ۲۰۰۶، PLUG IN به عنوان یک نمایشگاه مشترک از کالاهای متفرقه مد و سبک زندگی با کیفیت بالا شهرت پیدا کرده است.

این نمایشگاه یک نمایشگاه متوسط است که توسط رسانه شماره ۱ صنعت مد "Senken Shimbun" میزبانی می شود.

ما در BtoB به عنوان مکانی برای ملاقات غرفه داران با بازدیدکنندگان مختلف مانند فروشگاه های بزرگ، فروشگاه های منتخب، فروشگاه های تخصصی، تولید کنندگان، شرکت های تجاری، رسانه ها و غیره تخصص داریم.

از سال ۲۰۲۱، CREDITS به عنوان یک شریک مالی داریم که به عنوان "PLUG IN | Editorial" شناخته می شود. ما در حال گسترش زمینه های طراحی کالاهای متفرقه، لوازم آرایشی زیبایی و مواد غذایی هستیم.

ما همچنین بازاریابی آزمایشی را با همکاری فروشگاه منتخب "Editorial" برای حمایت از غرفه داران، از جمله گزینه هایی مانند جلسات عکس، انجام می دهیم.

PROJECT
TOKYO

Project Tokyo

(پوشاک، لوازم جانبی مد، کفش)

مکان: توکیو

تاریخ: ۱۵-۱۶ مارس ۲۰۲۳

وب سایت: www.project-tokyo.com

درباره نمایشگاه:

PROJECT TOKYO صاحبان و خریداران خرده فروشان مختلف در سراسر جهان را برای نمایشگاه مارس ۲۰۲۳ دعوت می کند.

غرفه داران می توانند برای برنامه همسان سازی ما با

نمایشگاه ماه آوریل مجموعه های AW را جمع آوری می کند و از ۲۳۰۰۰ خریدار از سرتاسر جهان استقبال می کند تا برندها، پارچه ها و مواد را تهیه کنند و خدمات منبع یابی مد/OEM/ODM و موارد دیگر را سفارش دهند.

ROOMS^{TOP}

Rooms

(پوشاک، اکسسوری، کفش و ...)

مکان: توکیو

تاریخ: ۱۲-۱۵ اکتبر ۲۰۲۳

وب سایت: www.roomsroom.com

محل برگزاری: ۹F Hikarie Hall Shibuya Hikarie

تعداد برنامه ها: ۲۵۰ برند (فرض شده)

تعداد بازدیدکنندگان مورد انتظار: ۱۵۰۰۰

درباره نمایشگاه:

این نمایشگاه رویدادی مدیریت شده است که طی ۲۰ سال گذشته بیش از ۱۰۰۰۰ غرفه دار از همه ژانرها مانند مد، سبک زندگی، هنر، اجرا و .. با هدف احیای کارهای خلاقانه شرکت کرده اند. این نمایشگاه، یک جشنواره خلاقانه که به یک پلتفرم جدید تبدیل شده است که عملکردهای مذاکره تجاری و عملکردهای فروش محصول را ترکیب می کند.

به موازات مذاکرات تجاری و تطبیق، می توانید از طریق تعامل مستقیم با مشتریان عمومی و فروش محصولات، انتظار گسترش کسب و کار جدید را نیز داشته باشید.



PLUG IN | Editorial

Plug In

(لباس زنانه، پوشاک مردانه، لوازم جانبی، کیف، کفش، کالاهای سبک زندگی، کالاهای خوراکی و نوشیدنی، وسایل نمایشگاهی، فناوری، راهکارهای تجاری و غیره)

مکان: توکیو

تاریخ: ۲۲-۲۴ مارس ۲۰۲۳

خریداران دعوت شده درخواست دهند.

ما امیدواریم که رویدادی را بهتر از هر کاری که قبلاً انجام داده‌ایم برگزار کنیم.

Jumble

(لباس های راحتی، فضای باز، ورزشی، پوشاک سبک، کفش و غیره)

مکان: توکیو

تاریخ: ۸-۱۰ مارس ۲۰۲۳

وب سایت: www.jumble-tokyo.com

درباره نمایشگاه:

برای بیش از ۱۰ سال در صحنه مد توکیو، نمایشگاه تجاری، JUMBLE نقش مهمی در بین برندهای لباس ژاپنی، لوازم جانبی، کالاهای خانگی و همچنین آثار هنری در صنعت نساجی بازی کرده است.

چیزی که Jumble را منحصر به فرد می کند قول آن که "کیفیت همیشه اول است" می باشد. تعهد ما به تشویق تولید محلی و طول عمر طولانی کالاها از طریق انتخاب دقیق مواد خام، طراحی همیشگی، و مهارت‌های ماهر است. محصول تولید شده؛ توسط چه کسی، چگونه و کجا تولید می شود برای ما دارای اهمیت است.

MAG

(پوشاک، لوازم جانبی مد، کفش)

مکان: توکیو

تاریخ: ۸-۱۰ مارس ۲۰۲۳

مکان: اوزاکا

تاریخ: ۱۴-۱۵ مارس ۲۰۲۳

وب سایت: www.mag-preview.com

"MAG" یک نمایشگاه مشترک مد، داخلی و کالا است. خریداران از همه اقشار به مغازه‌ها می‌آیند، بنابراین این امکان وجود دارد که مشتریان جدید مختلفی را به دست آورید. همچنین، اختلاط با دیگر خلاقان و مغازه داران امکان تبادل ایده های جدید را چه به صورت خلاقانه و چه در کسب و کار فراهم می کند.

AFF (Asia Fashion Fair)

(پوشاک، پارچه، تزئینات، منسوجات خانگی، لوازم جانبی)



مکان: اوزاکا - Osaka

تاریخ: ۱۱-۱۳ آوریل ۲۰۲۳

وب سایت: www.asiafashionfair.jp

نمایشگاه AFF (نمایشگاه مد آسیا) در سال ۲۰۰۳ تأسیس شد. این نمایشگاه یک بار در بهار در اوزاکا و یک بار در پاییز در توکیو برگزار می‌شود و این رویداد تا به امروز ۳۵ دوره برگزار شده است.

به عنوان بزرگترین نمایشگاه OEM.ODM برای منسوجات و پوشاک در ژاپن، AFF طبقه بندی محصولات مختلف از جمله پوشاک، پارچه، منسوجات خانگی و لوازم جانبی را به نمایش می گذارد. غرفه داران AFF تجربه غنی کار با شرکت های ژاپنی دارند که منجر به این واقعیت می شود که آنها به راحتی می توانند انواع خواسته های مربوط به ODM، عملکرد بالا، مد سریع و قیمت های پایین را برطرف کنند.

اخیراً مدل «چین بعلاوه یک» از مفهومی به واقعیت تبدیل شده است، نمونه آن تعداد واردکنندگان ژاپنی است که از پایگاه‌های تولیدی در سراسر آسیا به منسوجات و پوشاک روی آورده‌اند. شرکت های چینی با افتتاح کارخانه های جدید در آسیای جنوب شرقی این تمایل را دنبال می کنند. عرضه محصولات از چین به آسیا گسترش یافته است.

AFF با جذب تامین کنندگان بیشتر، انتخاب های بیشتری را برای خریداران ژاپنی فراهم می کند.



Premium Textile Japan

مکان: توکیو



مکان: توکیو

برگزارکننده: سازمان هفته مد ژاپن (JFW)

تاریخ: ۱۵-۱۷ مارس ۲۰۲۳

محل برگزاری: سالن نمایشگاه بین المللی فروم توکیو

وب سایت: www.jitac.jp

۱-E

اعضا: ۶۵ شرکت

پریمیوم نساجی ژاپن (PTJ) یک جلسه تجاری است که در آن غرفه داران با دقت انتخاب شده، انواع منسوجات با کیفیت بالا را پیشنهاد می کنند.

بلا تکلیفی تخصیص ارز به مواد اولیه صنعت نساجی

به بازار شب عید است، اما بلا تکلیفی تخصیص ارز به مواد اولیه این صنعت و نابسامانی در تولیدات نساجی و پوشاک، کاهش تولید و افزایشها را در این صنعت رقم میزند و بازار شب عید نیز متاثر از این موضوع، با کاهش تقاضا مواجه می شود.

گرفت از طریق رسانه های رسمی اعلام کرد که ارز نیمایی با نرخ ۲۸ هزار و ۵۰۰ تومان برای مواد اولیه تولید و صنعت اختصاص می یابد، اما متاسفانه در یک ماه اخیر این تخصیص ارز به صورت قطره چکانی صورت گرفته و نابسامانی در زنجیره تولید صنعت نساجی را رقم زده است.

عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی گفت: نابسامانی در بازار ارز، تامین مواد اولیه زنجیره صنعت نساجی را با مشکل مواجه کرده است.

سیدجواد سجادی بیدگلی افزود: تامین مواد اولیه همواره یکی از چالش های جدی در صنعت نساجی بوده است و با توجه به آنکه بخش عمده مواد اولیه این صنعت وارداتی است، هر اتفاقی که در بازار ارز روی دهد، تولید در این صنعت را نیز تحت تاثیر قرار می دهد.

سجادی ادامه داد: در کنار این چالش، چند روزی است که شایعات عدم تخصیص ارز نیمایی به مواد اولیه این صنعت مطرح می شود که این موضوع نیز بر نگرانی فعالان این صنعت افزوده است.

وی با اشاره به وعده رئیس کل جدید بانک مرکزی برای تامین ارز مورد نیاز تولید، گفت: زمانی که رئیس کل جدید بانک مرکزی، مسئولیت را در این نهاد بر عهده

عضو هیئت مدیره انجمن صنایع نساجی با اشاره به بازار شب عید گفت: صنعت نساجی و پوشاک یکی از مهمترین صنایع برای رونق بخشی





شرکت صنایع قالی دستباف گونه

اولیای تبریز



فرش اولیای تبریز

VanDewieleHCPX2

فرش 700 شانه

3000 تراکم

10 رنگ

استاندارد

کاشان-شهرک صنعتی امیرکبیر-خیابان شکوفه 5



OLIAYETABRIZ_CARPET



03155503910





سینا تاب کاشان



کارخانجات رسیندگی و بافندگی سینا تاب کاشان

تولیدکننده انواع نخ آکریلیک از نمره 18 تا 60 متریک

(هایبالک و هیت ست شده)

افتتاح خط نازک ریس **Zinser Saurer**

دارای دو خط **carding** و **Tow to Taps**

تکنولوژی برتر ✓

کیفیت برتر ✓

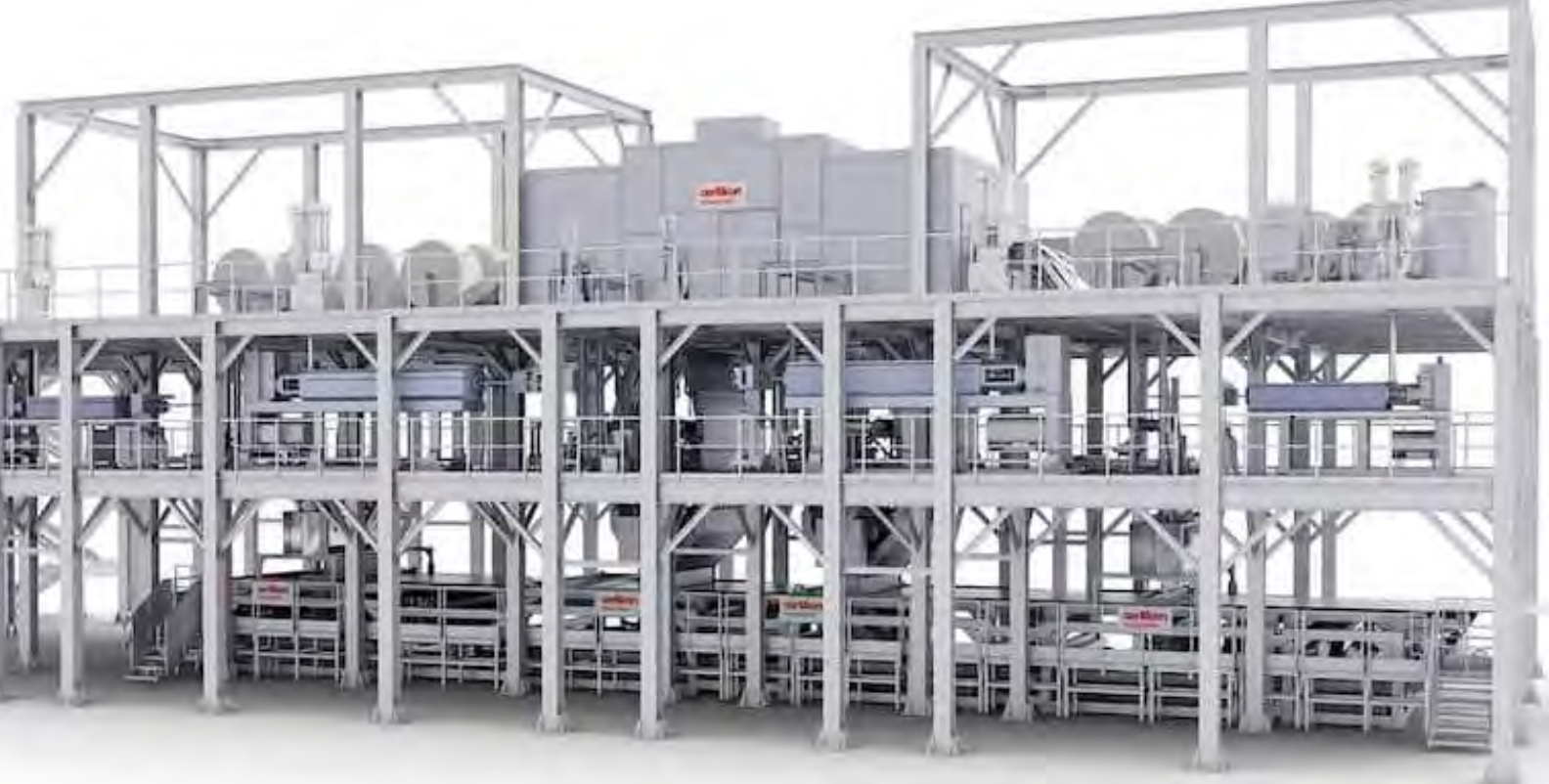
تخصص برتر ✓

کاشان-شهرک صنعتی امیرکبیر-خیابان شکوفه 5

03155503910

@sinatab_spinning





منسوجات بی بافت



سازگار با محیط زیست و آینده: با سیستم های نوآورانه منسوجات نبافته شرکت اورلیکون (Oerlikon)

دکتر Ingo Mählmann، معاون فروش و بازاریابی در Oerlikon Nonwoven در مورد حضور این شرکت در نمایشگاه تکنولوژی های صنعت منسوجات بی بافت در ژنو سوئیس می گوید: «هنگام توسعه فناوری های خود، ما نه تنها بر کارایی سیستم و کیفیت محصول تمرکز می کنیم، بلکه بر پایداری، کارایی انرژی و حفظ منابع نیز تمرکز ویژه داریم. هدف اعلام شده ما این است که شریک پیشرو برای تولید راه حل های پایدار و سازگار با محیط

کاربردهای منسوجات نبافته برای راه حل های فنی، بهداشتی و پزشکی متعدد با تمرکز بر پایداری و کیفیت ارائه خواهد کرد.

بازدیدکنندگان و شرکت کنندگان در نمایشگاه ایندکس ژنو می توانند با کارشناسان منسوجات نبافته در غرفه شماره ۲۳۱۴ ملاقات کنند و نگاهی دقیق تر به واحد شارژ hycuTEC، دارنده فعلی جایزه نوآوری FILTrex، بیندازند.

همه در مورد پایداری و تولید محصولات محیط زیست و بازیافتی صحبت می کنند و شرکت ماشین سازی اورلیکون - بخش ماشین آلات منسوجات بی بافت (Oerlikon Nonwoven) به ما نشان می دهد که چگونه این کار انجام می شود.

در نمایشگاه تجاری منسوجات نبافته پیشرو جهان یعنی INDEX، که در ژنو سوئیس در تاریخ ۱۸ تا ۲۱ آوریل ۲۰۲۳ برگزار می شود، این شرکت سیستم ها و مجموعه محصولات خود را برای

زیست در صنعت منسوجات بی بافت باشیم.»

Ingo Mählmann می‌افزاید: «پلیمرهای زیست تخریب پذیر زیادی وجود دارد که می‌توانند برای تولید منسوجات نبافته استفاده شوند. در اینجا، ما می‌خواهیم از مشتریان خود برای تبدیل شدن به یک پیشگام در بازار در پردازش چنین پلیمرهایی حمایت کنیم. جایگزین‌هایی برای پلیمرهای استاندارد رایج امروزی مورد نیاز است و Oerlikon Nonwoven می‌تواند صلاحیت و فناوری‌های پردازش این پلیمرهای جدید را ارائه دهد.»

منسوجات نبافته پلی لاکتیک اسید زیست تخریب پذیر

پلیمر زیست تخریب پذیر PLA (اسید پلی لاکتیک) ممکن است جایگزینی برای شرکت‌هایی باشد که می‌خواهند پارچه‌های نبافته پایدار تولید کنند. به عنوان مثال، فناوری‌های ملت بلون (meltblown) و یا اسپان باند (spunbond) شرکت اورلیکون برای پردازش PLA مناسب هستند. در نمایشگاه ایندکس ژنو INDEX، این شرکت نمونه‌ای از برنامه کاربردی را به نمایش می‌گذارد مانند ماسک‌های پزشکی دهان و بینی که کاملاً از پارچه‌های نبافته PLA ساخته شده‌اند.

حفظ منابع با hycuTEC

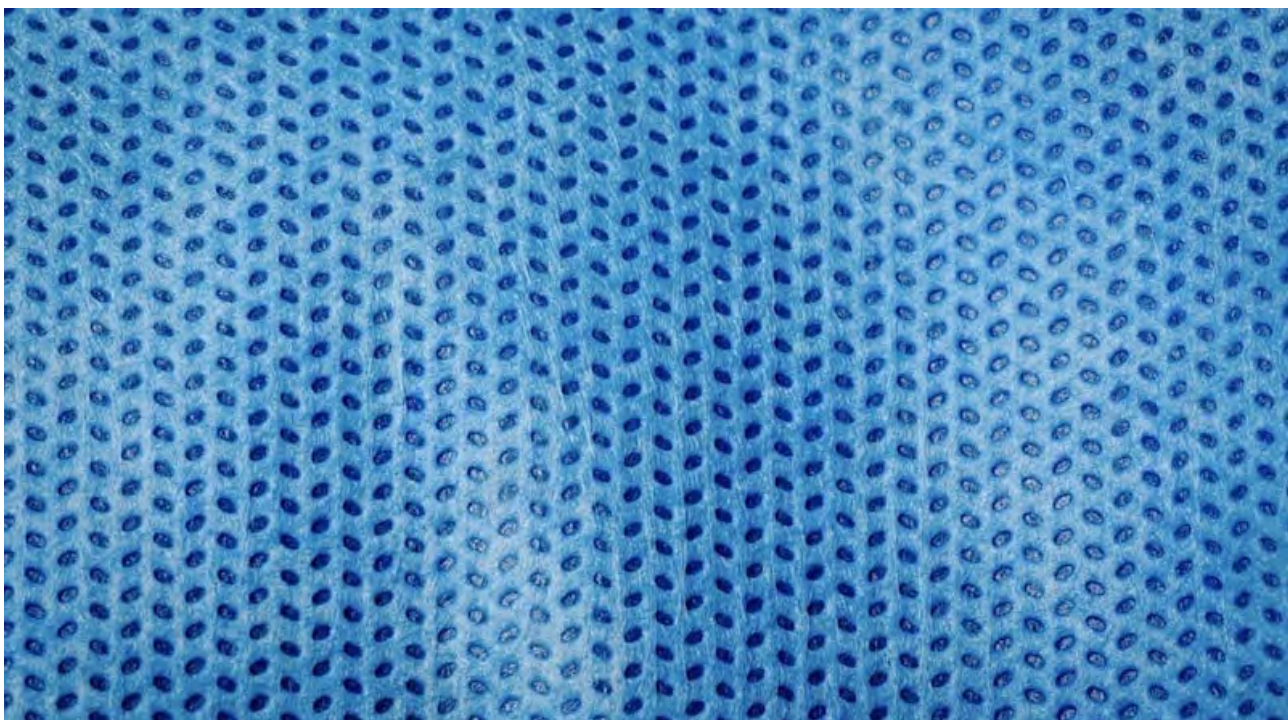
Oerlikon Nonwoven در مورد راه حل هیدرو شارژ HycuTEC خود، برنده جایزه نوآوری ۲۰۲۲ FILTrex شده است، این فناوری مصرف انرژی در پروسه تولید منسوجات بی

بافت ملت بلون (meltblown) را به شدت کاهش می‌دهد. همچنین در این تکنولوژی راندمان فیلتر به بیش از ۹۹/۹۹٪ افزایش می‌یابد.

این فناوری نوآورانه می‌تواند فرآیند خشک‌کردن اضافی را کنار بگذارد و باعث صرفه‌جویی قابل توجهی در مصرف آب و مهم‌تر از همه انرژی مورد نیاز برای خشک‌کردن شود. این امر به نوبه خود، مصرف انرژی بسیار پایین را هم در فرآیند تولید و هم در کل طول عمر فیلتر hycuTEC تضمین می‌کند.

تولید دستمال مرطوب اکولوژیکی با تکنولوژی فانتوم

Oerlikon Nonwoven با فناوری Phantom خود یک فناوری نوآورانه برای تولید دستمال مرطوب ارائه



فناوری ایرلید (Airlaid): منسوجات نبافته پایدار ساخته شده سلولزی

الیاف سلولزی به عنوان ماده اولیه برای تولید منسوجات نبافته در حال حاضر از نظر پایداری و سازگاری با محیط زیست تقریباً بی رقیب هستند. فرآیند منسوجات بی بافت ایرلید شرکت اورلیکون راه حل ایده آل برای پردازش این ماده خام به محصولات پیشرفته برای طیف گسترده ای از کاربردها است.

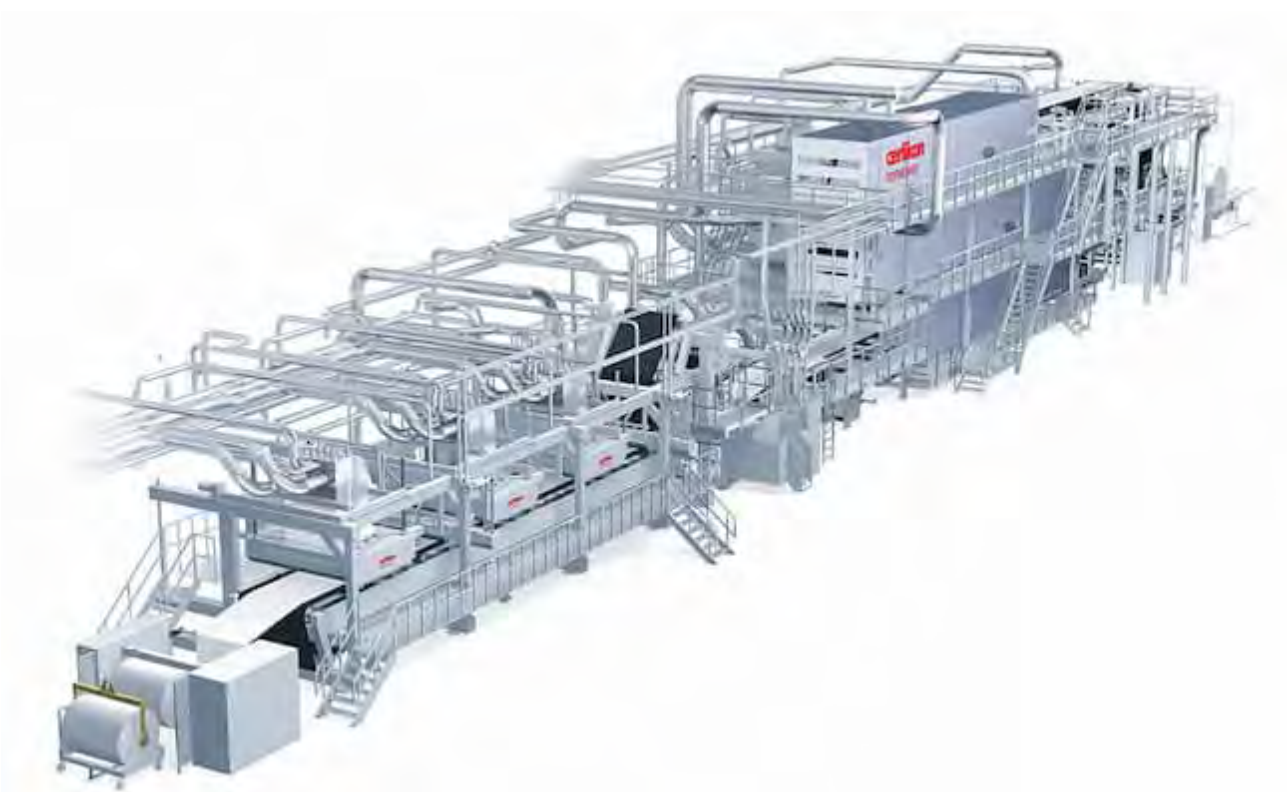
امروزه، تقاضای زیادی برای راه حل های تولیدی برای منسوجات نبافته با کیفیت بالا و سبک وزن و با سرعت تولید بالا وجود دارد که با فناوری جدید ایرلید اورلیکون همخوانی دارد.

در مقایسه با فرآیندهای معمولی مانند منسوجات بی بافت اسپان لیس (hydroentangled carded nonwovens)، فن آوری فانتوم مزایای زیست محیطی، عملکردی و هزینه ای را هم در کاربرد و هم در ساخت ارائه می کند: عدم استفاده از درهم تنیدگی برای تولید منسوج بی بافت باعث خشک شدن سریع تر می شود، بنابراین در انرژی مورد نیاز صرفه جویی قابل توجهی انجام می شود.

برای خشک کردن پارامترهای محصول مانند نرمی، استحکام، جذب کثیفی و جذب مایع را می توان با تنظیمات فرآیند بهینه کرد. فناوری فانتوم برای تولید کنندگان منسوجات بی بافت و دستمال های مرطوب انعطاف پذیر و با قدرت جذب بالا را امکان پذیر می کند.

می دهد. به عنوان مثال، دستمال مرطوب ساخته شده از خمیر سلولز و الیاف پلیمری. در اینجا، خواص خمیر و پلیمر به نحوی با هم ترکیب می شوند که خواص مواد اولیه را کاملاً متحد می کند.

ترکیب مواد می تواند تا ۹۰ درصد الیاف سلولزی را شامل شود که یک ماده خام تجدیدپذیر است. انتخاب یک پلیمر زیست تخریب پذیر باعث می شود که دستمال های مرطوب به روش کاملاً «بدون پلاستیک» و سازگار با محیط زیست تولید شود. امروزه مصرف دستمال های مربوط در جهان به شدت در حال افزایش است و شرکت هایی که در زمینه تولید دستمال مرطوب زیست تخریب پذیر پیشرو هستند بازار آینده به ویژه در کشورهای اروپایی و آمریکا را در اختیار خواهند داشت.



NARKONTEKS

COMMITTED TO PERFECTION

۱۰ میلیون یورو سرمایه گذاری جدید نارکن تکس (NARKONTEKS) در وان ترکیه

پایدار و دوستدار محیط زیست به کار خواهد گرفت.
نارکن تکس یک شرکت خانوادگی است که در سال ۲۰۰۵ در ازمیر تاسیس شده است.

آقای Toygar Narbay عضو هیات مدیره این شرکت در رابطه با این سرمایه گذاری جدید گفت: "بسیار خوشحالیم که در یکی از قطب های آینده صنعت نساجی در ترکیه یعنی شهر وان این سرمایه گذاری را انجام می دهیم. در حال حاضر محصولات ما به ۲۵ کشور جهان صادر می شود که در صدر آن کشورهای هلند، آلمان و انگلستان قرار دارد."

خواهد شد و انرژی آن به طور کامل از انرژی خورشیدی تامین خواهد شد. این شرکت که سایر کارخانجات آن در شهرهای ازمیر و مانیسا قرارداد قرار است کارخانه چهارم در شهر وان را در سال ۲۰۲۳ راه اندازی کند.

۸۵ درصد استخدام های این کارخانه به خانم ها تعلق خواهد داشت و سالانه ۱۵ هزار لباس زیر و انواع لباس شنا و ... تولید خواهد کرد.

این کارخانه که با استانداردهای روز اروپایی ساخته خواهد شد تمام امکانات خود را برای تولید

شرکت نارکن تکس قصد دارد چهارمین کارخانه تولیدی خود را در شهر وان با سرمایه ۱۰ میلیون یورو تاسیس نماید. شرکت نارکن تکس که یکی از شرکت های پیشرو در بخش تولید انواع لباس های زیر خانگی، مایو، لباس های زیر ورزشی، ترمال و ... در ترکیه است چهارمین کارخانه خود را با ایجاد اشتغال برای هزار نفر به طور مستقیم در منطقه صنعتی ویژه نساجی و پوشاک شهر وان در شرق ترکیه احداث خواهد کرد.

این کارخانه جدید به وسعت ۲۴ هزار متر مربع در زمینی به مساحت ۳۵ هزار متر مربع بنا

آمار باور نکردنی زباله های نساجی ... راه حل چیست؟

خریداران آگاه به نکات مرتبط با آن توجه می کنند.

از هر پنج تکه لباس، سه تکه در سطل زباله!

در بحث تغییرات اقلیمی بسیاری از صنایع باید اقدامات پیشگیرانه ای را انجام دهند که در صدر آنها صنعت نساجی و پوشاک قرار دارد چرا که در این صنعت به معنای واقعی کلمه اصراف و زیاده روی های غیر ضروری دیده می شود.

بنابر اعلام سازمان های مرتبط

کالاهای نساجی، استفاده از مواد اولیه بازیافتی در تولید، استفاده از بسته بندی های قابل بازیافت و اکولوژیک، رواج خرید و فروش و استفاده مجدد از لباس های دست دوم را نام برد.

در همین راستا برخی از برندهای مهم پوشاک در دنیا در حال اجرای پروژه های بسیار مهمی در بخش پوشاک پایدار و دوستدار محیط هستند برای خریداران کالاهای نساجی و بالاخص پوشاک نیز اهمیت این موضوع بیش از پیش مشخص شده و بسیاری از

طبق آمارها در حالی که نسبت به ده سال گذشته لباس هایمان را ۴۰ درصد کمتر می پوشیم و مورد استفاده قرار می دهیم، به طور میانگین از هر ۵ تکه لباس، سه تکه در همان سال اول به سطل های آشغال و در نهایت محل های دفن زباله می رود که باعث از بین رفتن میلیاردها دلار سرمایه و آلودگی شدید محیط زیستی می شوند.

از راه های مقابله با این روند خطرناک می توان به مواردی مانند جدی گرفتن صنعت بازیافت





با مد و فشن مصرف در این بخش تا سال ۲۰۲۳ بیش از ۶۰ درصد افزایش خواهد یافت که بسیار نگران کننده است. متأسفانه امروز پدیده مد سریع یا همان فست فشن افراد جامعه از زن و مرد و کودکان را به خرید و مصرف بیشتر و بیشتر دعوت می کند که باعث مصرف بالای مواد اولیه و تولید مقدار زیادی ضایعات در مرحله تولید و توزیع می شود.

طبق برآوردها ضرری که از محل دفن ضایعات نساجی و پوشاک به این صنعت زده می شود بالغ بر ۵۰۰ میلیارد دلار است. هرساله ۱۰۰ میلیارد تکه لباس در دنیا تولید می شود که به طور میانگین ۶۰۰ میلیون تکه لباس در همان سال اول وارد سطل های زباله می شوند. در سال ۲۰۰۸ زباله های نساجی در آمریکا بالغ بر یازده میلیون تن بوده است.



با وجود اصراف زیاد در منسوجات اما علاقمندی و توجهات مردم و خریداران و توزیع کنندگان نهایی به کالاهای دارای برچسب های تولید پایدار و دوستدار محیط زیست در حال افزایش است.

طبق آمارهای موسسه مک کنزی حدود ۶۰ درصد از خریداران به ویژه در اروپا و آمریکا هنگام خرید به لیبل های محصول دقت می کنند و حتی حاضرند بهای بیشتری بابت آن پرداخت کنند.



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

دانا نساج توانا

سهامی خاص شماره ثبت: ۴۲۴۲

گروه دانا نساج توانا:

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

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



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



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



فروش
ویژه
رنگ سرمه‌ای
کاتیونیک

CATIONIC DARK BLUE 2RN 300%



ماشین آلات نساجی ایتالیا: کاهش سفارشات برای سه ماهه چهارم ۲۰۲۲

با خوش بینی به سال جاری نگاه کنیم. شرکت‌های عضو انجمن ماشین سازان نساجی ایتالیا در حال حاضر بر نمایشگاه بزرگ ایتما میلان ITMA تمرکز کرده‌اند، این نمایشگاه جهانی صنعت ماشین‌آلات نساجی از ۸ تا ۱۴ ژوئن ۲۰۲۳ در شهر میلان برگزار خواهد شد.

نوآوری‌های تکنولوژیکی که تولید کنندگان ما به نمایشگاه خواهند آورد، نیاز صنعت نساجی به پایداری فزاینده، هم از نظر زیست محیطی و هم از نظر اقتصادی را برآورده می‌کند."

اطمینان حاکم است، تأثیر منفی بیشتری بر دریافت سفارش‌های صادراتی ماشین آلات نساجی ایتالیا گذاشته است.

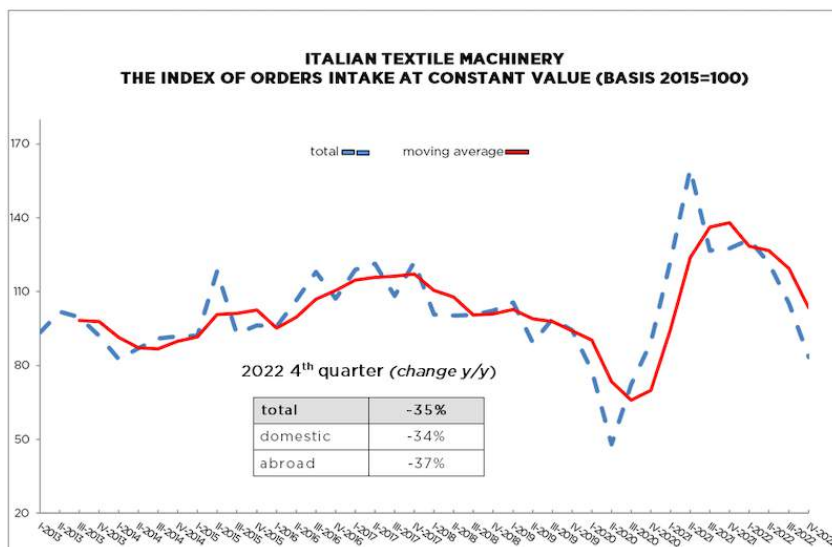
داده‌های سه‌ماهه آخر در ماه‌های اول سال ۲۰۲۳ نیز ادامه دار است. کاهش قیمت انرژی و تورم، اگرچه همچنان بالاست، اما اندکی نیز کاهش یافته است، با این حال، نشانه‌هایی از بهبود خفیف در تجارت شرکت‌ها در جهان دیده می‌شود.

آقای الساندرو زوکی رئیس انجمن ACIMIT ادامه می‌دهد: "ما باید

شاخص سفارشات ماشین آلات نساجی سه ماهه چهارم ۲۰۲۲، پردازش شده توسط ACIMIT، انجمن تولیدکنندگان ماشین آلات نساجی ایتالیا، کاهش شدید ۳۵ درصدی را در مقایسه با دوره اکتبر تا دسامبر ۲۰۲۱ نشان داد.

سفارشات ماشین آلات نساجی در بازار داخلی ایتالیا ۳۴ درصد کاهش یافت، در حالی که شاخص صادرات ماشین آلات نساجی ایتالیا ۳۷ درصد کاهش یافت.

آقای الساندرو زوکی (Alessandro Zucchi)، رئیس ACIMIT اظهار داشت: "داده های شاخص سفارشات برای سه ماهه چهارم آنچه قبلاً در سه ماهه های قبلی در سال ۲۰۲۲ مشاهده شده بود را تأیید می کند. پس از افزایش شدید در سال ۲۰۲۱، این کاهش سفارشات بیشتر جنبه روانی دارد. علاوه بر این، جنگ مداوم بین روسیه و اوکراین، با پیامدهای مرتبط با آن بر تجارت و تجارت روزانه، و یک چارچوب اقتصاد کلان که در آن عدم





تهیه: محبوبه قایدی



چگونه برندهای مد می توانند پایداری را تمرین کنند؟

با این حال، در سال های اخیر، پایداری به یکی مهمترین بحث های صنعت نساجی جهان تبدیل شده است. در حال حاضر بسیاری از برندهای مد در حال دست زدن به ابتکاراتی هستند تا محصولات خود را به عنوان مد پایدار معرفی کنند، در حالی که برخی دیگر نقش حیاتی گنجاندن پایداری در مدل کسب و کار خود را نادیده می گیرند.

این برندها عمدتاً بر تولید مجموعه هایی برای پاسخگویی به روندهای در حال تغییر و استفاده از مواد و فرآیندهای متداول تمرکز می کنند، اما یک یا دو کلکسیون خود را به عنوان مجموعه های آگاهانه یا سبز بیشتر در معرض دید قرار میدهند.

برخی کارشناسان صنعت نساجی این را به عنوان دور زدن مشتری و یا شستشوی سبز تلقی می کنند، اصطلاحی که به ادعاهای نادرست، مبهم و گمراه کننده یک شرکت در مورد سازگاری با محیط زیست محصولاتش



صنعت نساجی و مد در حال ایجاد تهدیدی از نظر تولید مقدار زیادی زباله جامد، آلودگی آب و انتشار گازهای گلخانه ای است. علاوه بر این، کارگران در مواقعی در معرض مواد خطرناک، دستمزدهای ناعادلانه پرداخت شده و ساعات کار طولانی قرار دارند.



را به دست گرفته اند و با در نظر گرفتن پایداری در مدل کسب و کار خود، راه حل های بسیار خلاقانه ای را در اختیار تولید کنندگان قرار می دهند تا با رعایت اصول زیبایی شناختی و ترندهای بازار تولیدات سبز و دوستدار محیط زیستی تولید کنند که هم به راحتی قابل بازیافت و بازگشت به طبیعت باشند و هم ضرری برای مصرف کنندگان نهایی و خریداران نداشته باشد.

پایداری را می توان در سطوح مختلف سیستم مد از نظر موارد زیر گنجاند:

- استفاده از مواد اولیه
- استفاده از نیروی کار
- استفاده از تکنولوژی و فرآیندها
- بسته بندی و ارتقاء محدوده محصول
- توزیع محصولات
- پس از استفاده از محصول مانند مراحل جمع آوری و بازیافت و غیره.

برندهای آگاه می توانند پایداری را با موارد زیر تضمین کنند:

اشاره دارد. در واقع این نوع شرکت ها بدون اصلاحات اساسی در پروسه تولید فقط ظاهر و پوسته ای موجه برای خود ایجاد می کنند و به دنبال بهره برداری از مزایا و جنبه های تبلیغاتی تولید سبز هستند.

برخی از برندها فقط از درصد کمی از پنبه ارگانیک یا پلی استر بازیافتی در ترکیب پارچه استفاده می کنند و محصول خود را ۱۰۰ درصد پایدار معرفی می کنند. بنابراین، اختلافات زیادی در مقوله مد پایدار بین کارشناسان وجود دارد که باید توسط شرکت های معتبر و قابل اعتماد با ارزیابی شرکت های فعال در بخش مد و فشن تحت جنبه های مختلف پایداری برطرف شود.

در عین حال، برندهای زیادی وجود دارند که ابتکاراتی را برای رسیدگی به مسئله اساسی ناپایداری در مدل کسب و کار خود به طرق مختلف انجام می دهند. با درک مفهوم مدل کسب و کار بر نتیجه کلی، برندها می توانند بسیاری از فرآیندها و رویه ها را که منجر به افزایش ردپای کربن می شوند حذف کنند.

خوشبختانه، برخی از طراحان لباس و فشن ابتکار عمل

- استفاده کمتر از مواد اولیه دست اول و نو در فرآیند تولید
- عدم استفاده از آفت کش ها، مواد شیمیایی مضر در تولید الیاف
- عدم استفاده از مواد، فرآیند یا تکنولوژی های خطرناک
- عدم هدر دادن مواد در تمامی مراحل تولید
- عدم استفاده از پلاستیک در بسته بندی
- بیمه سلامت و پرداخت دستمزد عادلانه به نیروی کار
- تولید نکردن لباس های مد روز و لباس های اندازه خاص
- استفاده مجدد از فاضلاب و مواد دفع شده
- استفاده از مهارت ها و مواد محلی موجود
- استفاده از مواد بازیافتی مانند پنبه بازیافتی، پلی استر بازیافتی و غیره.

- سطح آگاهی و حساسیت مصرف کنندگان نقش بسیار مهمی در حصول اطمینان از برندها دارند تا آنها مجبور شوند با رعایت استانداردهای به روز و قوانین موجود به طور فعال در تولید محصولات سبز و پایدار نقش خود را ایفا کنند.
- این آگاهی به همان اندازه از طرف تولید کنندگان نیز مورد نیاز است.
- مواردی که مصرف کنندگان کالاهای نساجی و پوشاک باید دنبال کنند:
- لباس و پوشاک کمتری خریداری کنند
- خرید پوشاک دست دوم در جامعه تبلیغ شود
- برخی لباس ها مانند لباس عروس را می توانید به صورت اجاره ای تهیه کنید
- لباس های سفارشی برای خود بپوشید
- پوشاک مد کلاسیک بادوام،

- ماندگار و طولانی را انتخاب کنید هرچند کمی هم گران باشد در طولانی مدت به سود شماست.
- لباس های قدیمی را به خیریه ها و نیازمندان اهدا کنید
- لباس های خود را تا حد امکان با افرادی از فامیل و دوستان که با دغدغه های محیط زیستی شما همسان هستند عوض کنید
- فروش لباس های قدیمی در برخی سایت های اینترنتی
- لباس ها را تا حد امکان مراقبت و تعمیر کنید، و مورد استفاده مجدد و چرخه مجدد کنید و مثلا تنها با یک سوراخ کوچک قابل رفو دور نیندازید.
- می توان نتیجه گرفت که اتخاذ ابتکارات کوچکتر و ساده تر هم از سوی مصرف کنندگان و هم از سوی برندها می تواند راه درازی در حفاظت از کره زمین داشته باشد.





فست فشن یا مد سریع چیست؟ مقابله با اثرات منفی مد سریع

حدود ۱۸ درصد از صنعت مد جهانی را تشکیل می دهد.

این صنعت مد سریع است که لباس های جدید و مقرون به صرفه را در اختیار مصرف کنندگان قرار می دهد. همچنین کمک قابل توجهی به اقتصاد جهانی می کند. ۳۰۰ میلیون نفر در سراسر جهان مشغول به کار هستند. همچنین به کشاورزان و کارگران در فقیرترین کشورهای جهان اشتغال می دهد.

بازیافت لباس

فست فشن یا مد سریع چیست؟

اصطلاح «مد سریع» به طراحی، تولید و فروش لباس هایی اطلاق می شود که بر تولید سریع حجم قابل توجهی از لباس ها در مدت زمان کوتاه تمرکز دارد. مد کم هزینه در اواخر دهه ۱۹۹۰ و اوایل دهه ۲۰۰۰ با ظهور

در عصر پیشنهادهای بزرگ و مدهای مقرون به صرفه، تعداد بسیار کمی از مردم به این فکر می کنند که دقیقاً چگونه به آخرین سبک ها و روندها دست پیدا می کنیم، آن هم با کمترین قیمت در فروشگاه های اطراف یا در سایت های تجارت الکترونیکی مورد علاقه بدون هیچ زحمتی. گاهی اوقات، تولید پوشاک مستلزم سختی هایی است که کارگران در انتهای زنجیره های عرضه مد سریع متحمل می شوند.

صنعت مد یکی از پنج صنعت بزرگ در جهان است که ارزش کلی آن حدود ۱٫۷ تریلیون دلار در سراسر جهان است. ۲ درصد از تولید ناخالص داخلی جهان را تشکیل می دهد. میلیون ها نفر را استخدام می کند و از اقتصاد بسیاری از کشورها حمایت می کند. اما این صنعت در دو دهه اخیر به دلیل ظهور مد سریع به طور فزاینده ای مورد توجه قرار گرفته است. از سال ۲۰۲۲، مد سریع



اینترنت، مصرف گرایی و فناوری به اوج خود رسید.

در سراسر جهان است. با نرخ فعلی، انتظار می‌رود این رقم تا سال ۲۰۳۰ ۵۰ درصد افزایش یابد.

در اینجا، تولید لباس متکی بر تقلید از روندهای فعلی و استفاده از مواد با کیفیت پایین برای ارائه گزینه های مقرون به صرفه به مصرف کنندگان است. با این حال، این منجر به تأثیرات فاجعه‌بار اجتماعی و زیست محیطی می‌شود که باعث آسیب‌های گسترده و گاهی اوقات حتی استثمار کارگران یا آسیب رساندن به حیوانات می‌شود.

امروزه صنعت مد بیش از ۸ درصد از انتشار گازهای گلخانه‌ای جهان را به خود اختصاص می‌دهد. این شرکت مسئول انتشار ۱٫۷ میلیارد تن CO₂

نیاز مصرف‌کننده به روند همتراز با سایر نقاط جهان وجود دارد. مصرف‌گرایی کالاهای ارزان‌تر و سریع‌تری را می‌طلبد، که منجر به انطباق مدل‌های تجاری خطی توسط بسیاری از شرکت‌ها شده است.

برای تولید لباس‌های مد سریع، برندها معمولاً سعی می‌کنند هزینه‌های خود را تا حد امکان پایین نگه دارند. اگر یک شرکت خریدار تقاضای لباس ارزان‌تر را سریع‌تر و خود مرتبط بماند، عرضه‌کنندگان ممکن است قیمت‌های خود را کاهش دهند تا کسب‌وکار خود را ادامه دهند.

همچنین به مقدار زیادی از زباله‌های نساجی که در محل‌های دفن زباله یا سوزانده می‌شوند، کمک می‌کند. علاوه بر این، این صنعت ۲۰ درصد از فاضلاب جهان را تولید می‌کند (چو، ۲۰۲۱). در کشورهایی که چارچوب های نظارتی در مورد رنگ های سمی یا مواد تجدید ناپذیر ندارند، کارخانه های فست فشن کوه هایی از زباله و آلودگی ایجاد می‌کنند.

افزایش مصرف گرایی

در زمان‌های اخیر، افزایش مصرف‌گرایی، همراه با افزایش

این منجر به یک اثر دومینویی در زنجیره تامین می شود، به این معنی که کارگران در پایین زنجیره تامین اغلب مجبورند ساعت های طولانی با دستمزد بسیار کمی، گاهی اوقات تا ۱/۸ دلار در روز کار کنند.

این یک واقعیت شناخته شده است که هزینه نیروی کار برای صنایع تولیدی در کشورهای نوظهور و در حال توسعه در مقایسه با کشورهای توسعه یافته کمتر است و صنعت مد نیز از این قاعده مستثنی نیست. بنگلادش، هند، چین و ویتنام از جمله کشورهایی هستند که اکثر مدهای فست فشن را به کشورهای توسعه یافته صادر می کنند.

تأثیرات منفی فست فشن

یکی از نتایج مد سریع، کار اجباری است، که در آن کارگران مجبورند ساعت های طولانی با دستمزد کم یا بدون دستمزد اضافی کار کنند. در برخی موارد، کارگران حتی ممکن است از ترک شغل خود جلوگیری

کنند زیرا ممکن است به دلیل بدهی، قرارداد یا اجبار محدود شوند. این آنها را در چرخه فقر قرار می دهد و آنها را در برابر سایر اشکال استثمار آسیب پذیرتر می کند.

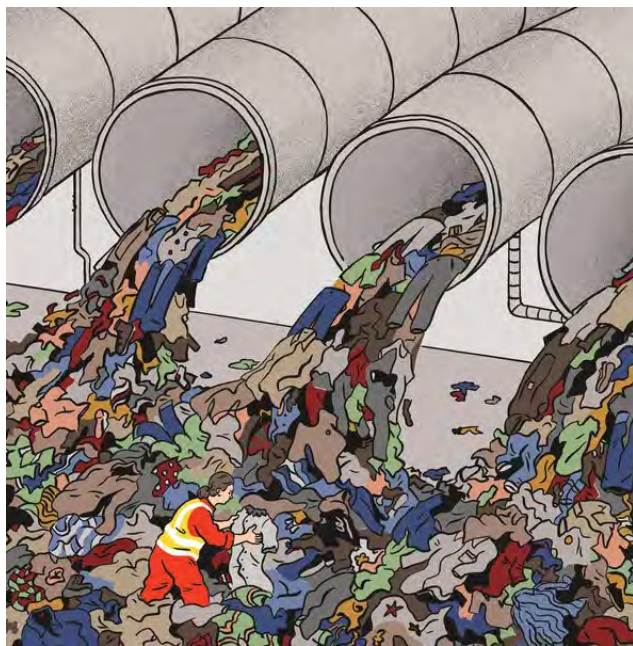
ثانیاً، زنان باردار شاغل در صنعت پوشاک اغلب از مرخصی زایمان خود محروم می شوند. تخمین زده می شود که ۸۰ درصد کارگران پوشاک زن هستند. مشکل دیگر این است که زنان اغلب برای همان شغل حقوق کمتری نسبت به مردان دریافت می کنند. به دلیل مهلت های فشرده خریداران که باید رعایت شود، کارگران گاهی اوقات از استراحت و مرخصی پزشکی محروم می شوند.

برای کشاورزانی که مواد خام (پنبه) را در انتهای زنجیره تامین تولید می کنند، مشکل مالی ایجاد شده توسط تسلط شرکت بر تجارت پنبه و بدهی ناشی از سرمایه گذاری در کودهای گران قیمت، حشره کش ها، تجهیزات و دانه های اصلاح

در مناطقی که کارخانجات نساجی و پوشاک حضور دارند، موضوع آلودگی محیط زیست نیز مطرح است. رنگ های خطرناک به داخل آب های محلی تخلیه می شوند و مصرف آنها توسط مردم محلی منجر به مشکلات شدید سلامتی مانند سرطان و ناتوانی های رشدی شده است. علاوه بر این، کمبود آب و آلودگی زمین های حاصلخیز را به دنبال دارد.

در طول همه گیری کرونا یا همان کووید ۱۹، مواردی وجود داشت که خرده فروشان و تولیدکنندگان الکترونیکی سفارشات به ارزش میلیاردها دلار را لغو یا کاهش دادند. این شامل لباس هایی بود که از قبل ساخته شده بود و آماده ارسال بود. در حال حاضر مرسوم است که برندها فقط پس از تحویل اقلام هزینه پرداخت می کنند.





این امر تامین کنندگان و کارکنان آنها را در موقعیتی ناپایدار و آسیب پذیر قرار می دهد. این امر منجر به تعطیلی کارخانه ها و از دست دادن قابل توجه شغل برای بسیاری از کارگران پوشاک شده است و گروهی را که در حال حاضر در معرض تهدید قرار گرفته اند به فقر و سختی بیشتری سوق داده است.

چه کاری می توان انجام داد؟

در دوره پس از همه گیری کرونا، زنجیره تامین ممکن است محلی تر شود زیرا شرکت ها متوجه می شوند که تولید خارج از کشور در طول یک بحران چقدر غیرقابل پیش بینی است. این ممکن است منجر به زنجیره تامین پایدارتر و شفاف تر شود، اما همچنین ممکن است بیکاری را برای افرادی که به مشاغل تولیدی وابسته هستند طولانی کند.

دولت ها و سازمان های غیردولتی (NGO) در تلاش هستند تا از استثمار کارگران جلوگیری کنند. برخی از اقدامات آنها شامل بهبود شرایط عملیاتی کارخانه و ارائه آموزش بیشتر به کارگران در مورد حقوق خود است. آنها همچنین گزارش های سوء استفاده را بررسی کرده و اقدامات لازم را انجام می دهند.

مورد این موضوع و فشار برای تغییر کار می کنند. این اقدامات در حال به نتیجه رسیدن هستند، اما هنوز راه زیادی در پیش است. باید فشار بیشتری بر شرکت ها وارد شود تا رویه های خود را تغییر دهند و دولت ها اقدامات بیشتری برای حمایت از حقوق کارگران انجام دهند.

مصرف کنندگان چه کاری می توانند انجام دهند؟

فشار مداوم جامعه برای مصرف بیشتر، اصلاح عادات خرید را دشوار می کند. بنابراین، مصرف کنندگان باید از برندها بخواهند که زنجیره تامین خود را شفاف کنند. این به کارگران پوشاک، اتحادیه ها و سازمان های غیردولتی کمک می کند تا از کسب و کارهای پوشاک بخواهند برای پایان دادن به سوء استفاده ها و کمک به کارمندان در دستیابی به راه حل اقدام کنند.

مصرف کنندگان باید خود و همچنین دوستان و خانواده خود را در مورد مد سریع و مصرف گرایی آموزش دهند. آنها باید فقط در صورت نیاز لباس بخرند و مطمئن باشند که اغلب آنها را خواهند پوشید. آنها باید لباس های تکراری را بپذیرند و از مارک های اخلاقی حمایت کنند و صرفه جویی در لباس را ترجیح دهند و اگر قرار نیست بیش از یک بار لباس خود را بپوشند می توانند آن را اجاره کنند.

آنها همچنین با گروه های دیگر برای افزایش آگاهی در





Textile

Bags, Sacks, Jumbo Bag PP, Carpet,

Fibers & Filament Yarns

PET Staple Fibers:

- Direct CP
- One- Step (short Spinning)
- Two-Step

PP Staple Fibers:

- One- Step (short Spinning)
- Two-Step

PA Staple Fibers:

- One- Step (short Spinning)
- Two-Step

PVA Staple Fibers:

- One- Step electrospinning

POY/FDY: ATY, TFO, Carpet, Upholstery, Tapestry, Socks,
The Textile and Clothing Sports

BCF/CF: Used in the production of carpet, the method of
production:

CUT, LOOP, CUT/LOOP, FACE TO FACE, WOVEN CARPET

Non-woven

Spun Bond, Melt Blown, Needle Punch, SS, SMS, SMMS
(Food Contact)

Head office:

RANGDANEH SIRJAN Co.

1st Floor, No. 24 , 8th Alley,
Pakestan St. Dr. Beheshti Ave., Tehran 1531713913 IRAN
TEL. : (+98-21) 88750618 (10 Lines)
FAX : (+98-21) 88741530 , (+98-21) 88750602

Factory office:

Factory: No.27-28-49-50 Industrial zone,
Sirjan Special Economic zone, Sirjan-IRAN
TEL. : (+98-344238) 2023 (5 Lines)
FAX : (+98-344238) 2027
Skype: RANGDANEHSIRJAN

Web Site: [Http://www.rangdaneh.ir](http://www.rangdaneh.ir)

E-mail: info@rangdaneh.com

RANGDANEH
SIRJAN Co.



Textile Filament Yarn & Fiber,
Packaging, Plastic,
Polymer Compound,
Automobile Parts,
Geomembranes,
Pipes & Fitting,
Cable & Wire Industries,
Agriculture Industries,
Film, Strap & Tape,
Writing Supplies,
Kitchen Appliances,
Home Appliances &
Electronics Industries
and ...



توجه به تولید پایدار و محیط زیست، ترند جدید در صنعت نساجی و پارچه پلوش



جهان تولید می کند. که در بخش های مختلف از جمله پوشاک، کفش، دمپایی، منسوجات خانگی و لوازم داخلی منزل و خودرو، فیلترهای تهویه مطبوع، غلطک رنگ، لوازم التحریر، اسباب بازی، پتو، محصولات کودک، منسوجات خانگی و لوازم جانبی کاربردهای گسترده دارد. علاوه بر این، Kolunsağ Muflon نیز ظرفیت تولید محصولات بر اساس خواسته ها و طرح ها و رنگ های دلخواه مشتری را دارد.

یکی از این شرکت ها Kolunsağ Muflon است که با میانگین ظرفیت تولید سالانه ۲,۷۰۰,۰۰۰ متر در تاسیسات یکپارچه فناوری پیشرفته و تیم متخصص خود، از سال ۱۹۳۳ در میان تولیدکنندگان پیشرو ترکیه در صنعت نساجی بوده است.

شرکت موفلان، اولین تولید کننده "پارچه پلوش ضد شعله" با بالاترین کیفیت پشم گوسفند را برای گروه های مختلف محصولات در ترکیه و

هرچند که حساسیت و تلاش برای تولید محصولات پایدار و محیط زیست بیش از یک دهه است که در کشورهای اروپایی و آمریکا مورد توجه قرار گرفته است اما در چند سال گذشته با مشکلات محیط زیستی متعدد و جدی شدن تغییرات آب و هوایی و همه گیری کرونا توجه به این مساله دو چندان شده و بسیاری از تولید کنندگان، خریداران و توزیع کنندگان کالاهای نساجی و پوشاک توجه به تولید پایدار و محیط زیست را در صدر توجه خود قرار داده اند.



Kolunsağ Muflon با داشتن گواهینامه مدیریت کیفیت ISO ۹۰۰۱، نه تنها محصولاتی را برای نزدیک به ۵۰ درصد از بازار داخلی ترکیه عرضه می کند، بلکه به تمامی بخش های کاربران در اروپا، بالکان، روسیه و خاورمیانه کالاهای خود را صادر می کند.

Kolunsağ Muflon که به لطف نوآوری های خود در زمینه فناوری های تولید پشم گوسفند، تولید سازگار با محیط زیست و کارآمد را انجام می دهد، با گسترش سریع سهم صادرات خود، قصد دارد نقش مهمی در بازارهای بین المللی ایفا کند.

Kolunsağ Muflon با افزایش نرخ صادرات تولید فعلی خود و پیشرفت سریع برای تبدیل شدن به یک برند پیشرو در شمال اروپا، شمال آفریقا و قفقاز، به اقتصاد ملی ترکیه کمک می کند. این شرکت ظرفیت تولید و فروش با بالاترین کیفیت محصول را

پارچه پلوش چیست؟

پارچه پلوش (Plush Fabric)، گرفته شده از لغت فرانسوی peluche، نوعی پارچه پرزدار، یا کرک دار می باشد که پرزهای آن در مقایسه با پارچه های مخمل بلند تر می باشند. این پارچه از شبکه ای از نخ ها با الیاف طبیعی یا مصنوعی تشکیل شده است. پارچه پولیش را در بازار با نام های پارچه ولسفات و پارچه نیوسافت نیز می شناسند که در زمینه هایی همچون عروسک سازی، لباس و کالای خواب کاربرد فراوانی دارند.

با معقول ترین قیمت در بازارهای بین المللی ارایه می دهد و تنها از "مواد اولیه ۱۰۰٪ ساخت ترکیه" استفاده می کند.

راز موفقیت Kolunsağ Muflon یک رویکرد تولید و مدیریت است که حول محور مشتری مداری، فناوری پیشرفته، نوآوری و کارایی متمرکز است. در نتیجه این رویکرد، Kolunsağ Muflon با بزرگترین برندهای جهان در بخش های صنعتی و نساجی و پوشاک همکاری دارد و یکی از برندهای شناخته شده ترکیه در بازارهای بین المللی است.



بررسی بازار جهانی کلاه و تولیدکنندگان برتر



بازار کلاه و پوشش سر همواره بازاری داغ و جذاب برای تولید کنندگان محصولات نساجی بوده است.

به شمار می رود. یک بررسی جالب در آمریکا استفاده از انواع کلاه در طبقه های سنی مختلف جامعه را مورد بررسی قرار داده است که در زیر مشاهده می کنید:

کهنسالان (۱۹۶۴-۱۹۴۵) : ۵.۱ درصد

میانسالان (۱۹۷۹-۱۹۶۵) : ۱۵.۲ درصد

جوانان (۱۹۹۹-۱۹۸۰) : ۳۰.۶ درصد

نوجوانان (متولدین بعد از سال ۲۰۰۰) : ۵۵.۸ درصد

بازار کلاه (headwear) که شامل انواع کلاه زمستانی، Beanies کلاه اسپورت، هدبند، کلاه های حصیری و سایر محصولات مرتبط می شود با رشد مد و فشن در سال های اخیر از رشد قابل توجهی برخوردار بوده. دیگر استفاده از کلاه به فصل سرما و یا استفاده در مهمانی های خاص و ویژه محدود نمی شود و استفاده از کلاه به جزیی از مد و عادات لباس پوشیدن مردم جامعه تبدیل شده است.

از مهمترین بازیگران بازار انواع کلاه می توان شرکت های زیر را نام برد:

Adidas AG

New Era Cap

Nike Inc

Pipolaki

با افزایش جمعیت شهری انتظار می رود مد و فشن نیز افزایش پیدا کند. در حال حاضر ۵۵ درصد جمعیت جهان در شهرها سکونت دارند و تا سال ۲۰۵۰ پیش بینی می شود این رقم به ۶۷ درصد افزایش پیدا کند. استفاده از پوشش های غیر رسمی در بین همه اقشار جامعه نسبت به ده سال پیش مشهود است و کلاه در پوشش غیر رسمی جوانان و سایر افراد جامعه یک عنصر مهم



Under Armour Inc

شمالی، روسیه و آسیا هستند و آفریقا و آمریکای جنوبی کمترین سهم را دارند.

همانطور که در سالهای اخیر نفوذ بسیار سریع علم و تکنولوژی در صنعت نساجی و پوشاک مصرف کنندگان را شگفت زده کرده است در بخش تولید انواع کلاه نیز شرکت های زیادی دست به ابتکارات و نوآوری برای تولید محصولات جدید و با کاربری بهتر را آغاز کرده اند.

در این بخش استفاده از الیاف و نخ های قابل بازیافت مجدد، تولید کلاه با الیاف بازیافتی، تولید کلاه از چرم های وگان و ارگانیک و ترکیب کلاه با سنسورهای خاص اندازه گیری گرما و رطوبت بدن و ... در صدر این نوآوری ها هستند و به طور مستقیم به تجربه کاربری بهتر برای مصرف کننده و حفظ محیط زیست کمک های شایانی می کنند.

بخش دیگری که در سالهای اخیر بارش بسیار خوبی روبرو بوده لباس های ورزشی و به دنبال آن فروش انواع هد بند و کلاه های ورزشی (sports cap market) است که فرصت خوبی برای تولید کنندگان این نوع کلاه و برندهای مشهور مانند نایک آدیداس و ... ایجاد کرده است.

ورزش هایی مانند تنیس ، گلف، بیس بال، کریکت و چوگان ورزش هایی هستند که به طور مستقیم استفاده از کلاه در عملکرد و بازدهی بهتر ورزشکار تاثیر گذار است و مصرف بالایی از کلاه را به خود اختصاص می دهد.

بزرگترین بازار های مصرف انواع کلاه در جهان آمریکای

Headwear Market - Market Size (%), by Geography, Global, 2021



Source: Mordor Intelligence



حمله بنگلادشی ها به بازار پوشاک شب عید

بنابر اظهارات مقامات صنفی بازار پوشاک شب عید وضعیت مناسبی ندارد؛ فعالان بازار پوشاک معتقدند که مبارزه با قاچاق این گروه کالایی می‌بایست به صورت پیوسته ادامه یابد. به گفته سعید قدیری، دبیر اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان پوشاک، طرح‌های مبارزه با قاچاق باید استمرار داشته باشد چرا که حجم قاچاق پوشاک حجم زیادی است و در حال حاضر بیش از ۳ میلیارد دلار قاچاق پوشاک در کشور داریم. با توجه به بالا بودن آمار قاچاق پوشاک صرفاً استمرار داشتن این طرح است که می‌تواند از قاچاق پوشاک جلوگیری کند، اما در حال حاضر این طرح متوقف شده است.

چرا وضعیت فعلی مبارزه با قاچاق پوشاک رضایت بخش نیست؟

دبیر اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان پوشاک پیش از این اعلام کرده بود: اگر بحث قاچاق در دو حوزه بررسی شود یکی بحث واردات کالا به کشور است و دیگری بحث عرضه آن در بازار است که هر دو باید با هم بررسی شود. غیر از



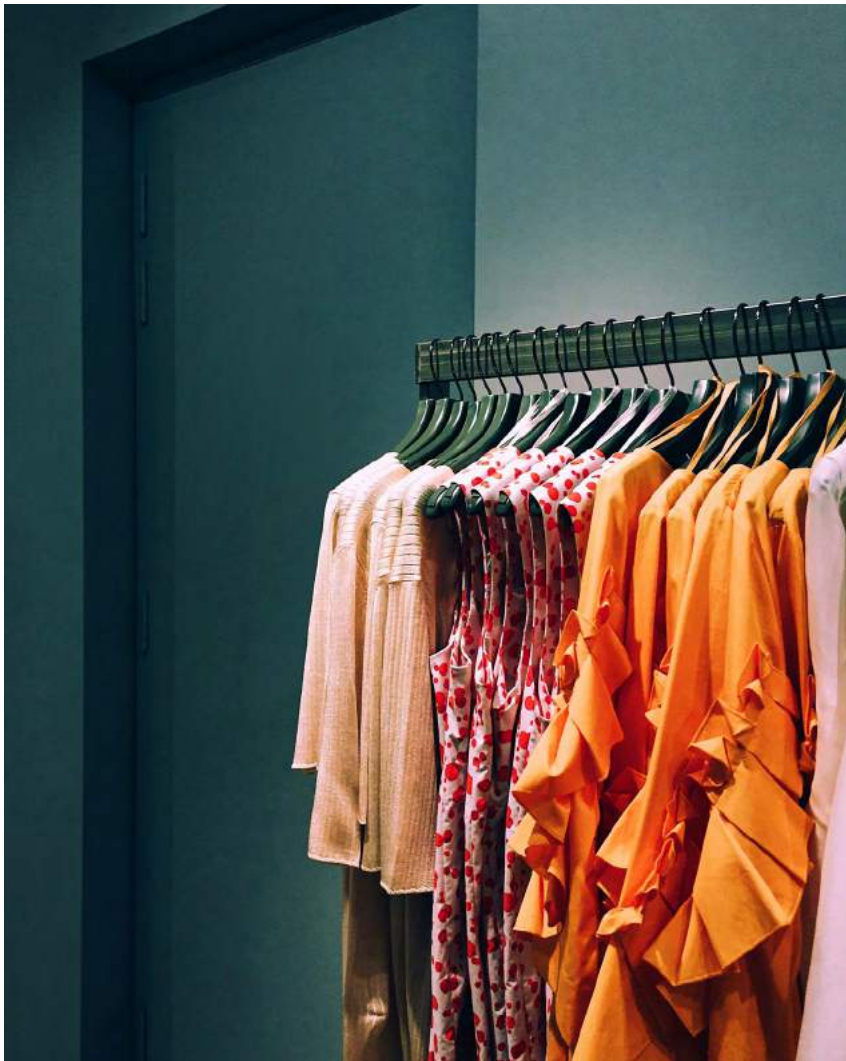
بحث قاچاق که کاملاً غیر قانونی است بحث واردات قانونی اما بی رویه نیز وجود دارد که این رویه ها شامل گذر مرزی، ملوانی، مسافری و مناطق آزاد هستند که شکل قانونی دارند و به صورت فله ای کالاهای از این مراجع وارد کشور می‌شوند.

بحث دوم عرضه کالاها در کشور است چرا که این کالاها به صورت غیر قانونی وارد کشور شده و فروش آن‌ها نیز نوعی تخلف محسوب می‌شود. اینکه بخواهیم بگوییم چرا در این حوزه عزم کافی وجود ندارد باید گفت ما در هیچ کدام از حوزه‌های مصرفی موجود در کشور عزم کافی نداریم و متأسفانه یکی از مهم ترین دلایل این موضوع نبود شفافیت است.

جلالی قدیری گفت: در حوزه پوشاک عاملی که باعث عدم شفافیت می‌شود، بحث اجرای ناقص قانون مالیات بر ارزش افزوده و صندوق‌های فروشگاهی است. در صورتی که این قوانین به درستی انجام شود و رویه های واردات پوشاک در کشور نیز اصلاح شود تا حد زیادی از فضای پوشاک به شفافیت خواهد رسید و واردات قاچاق پوشاک به کشور نیز کاهش پیدا خواهد کرد.

کمبود مواد اولیه در صنعت نساجی و پوشاک

در همین راستا، محمدعلی مقدم، فعال صنعت پوشاک و نساجی در خصوص وضعیت بازار پوشاک شب عید گفت: امروزه دو اتفاق بزرگ



رفته؛ بنابراین قیمت تمام شده کالا افزایش پیدا کرده و دچار رکود توری خواهیم شد. همچنین مصرف‌کننده نهایی به دلیل محدودیت‌های میزان درآمد نمی‌تواند برای شب عید لباس مناسب تهیه کند. این بزرگ‌ترین مشکلی است که کارخانه‌های تولید پوشاک با آن دسته و پنجه نرم می‌کنند.

مقدم ادامه داد: اگر تولیدکنندگان با کاهش کیفیت محصولات قیمت تمام شده را نیز کاهش دهند، در این صورت مصرف‌کننده، از آن محصول راضی نخواهد بود و تولیدکنندگان هیچگاه با این کار اعتبار برند خود را

برای بازار پوشاک شب عید قبل از گران‌شدن نرخ ارز رخداده است. موضوع اول رکود توری است به این معنا که مواد اولیه در اختیار تولیدکننده پوشاک قرار نمی‌گیرد؛ زیرا به دلیل قطع گاز و برق، مواد اولیه دچار کمبود شده است. همچنین به دلیل موانع بانکی و ارزی امکان واردات به‌موقع مواد اولیه و الیافی همچون پنبه امکان‌پذیر نبوده است.

وی افزود: از طرفی با کمبود مواد اولیه میزان تقاضا از عرضه بالاتر

خداشه دار نمی‌کنند.

هجوم پوشاک قاچاق بنگلادشی به بازار شب عید

این فعال صنعت پوشاک اظهار کرد: معضل بزرگ بعدی این است که با کاهش تولیدات داخلی، خریدوفروش پوشاک دست‌دوم بنگلادشی هر روز در حال گسترش است

وی در خصوص میزان قاچاق صنعت نساجی در کشور گفت: با کاهش میزان تولید از حدود ۵ میلیارد دلار گردش بازار پوشاک، ۲.۵ میلیارد دلار به‌صورت واردات بی‌رویه و قاچاق صورت می‌گیرد.

مقدم ادامه داد: اگر مواد اولیه به‌موقع و به‌اندازه نیاز در اختیار کارخانه‌های تولید پوشاک قرار گیرد، می‌توانیم ۸۵ درصد از نیاز بازار پوشاک را با تولیدات داخلی تأمین کنیم. از ۱۵ درصد باقی‌مانده ۵ درصد افرادی هستند که به دنبال پوشاک لاکچری و گران‌قیمت هستند که از خارج کشور تهیه می‌کنند و ۱۰ درصد نیز افرادی هستند که توانایی خرید پایینی دارند و پوشاک خود را از مرزها تهیه می‌کنند.

این فعال صنعت نساجی در خصوص آمار قاچاق در کشور اظهار داشت: ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز آمار ۸۰۰ میلیون دلار را برای قاچاق پوشاک ارائه کرده است؛ اما به نظر می‌رسد که میزان واقعی قاچاق بسیار بالاتر

از رقم اعلام شده باشد. از طرفی به دلیل اینکه پوشاک قاچاق به روش‌های مختلف کولبری، ته لنجی و مبادی مختلف وارد کشور می‌شود، نمی‌توان میزان دقیقی از آمار قاچاق پوشاک ارائه کرد.

وی در پایان با انتقاد از اعمال سیاست‌های غلط در بازار پوشاک گفت: ممنوعیت واردات و همچنین برخوردهای ضعیف ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز به یک اندازه در ایجاد قاچاق پوشاک در کشور نقش دارند.

نقش مهم قاچاق در نابسامانی‌های بازار ارز

در روزهای اخیر بازار ارز با نوسانات زیادی روبرو شده و این موضوع باعث

نگرانی اکثر مردم شده است. برخی از کارشناسان اقتصادی معتقدند که گسترش اقتصاد زیرزمینی و افزایش حجم قاچاق می‌تواند موجب خروج ارز از کشور شده و فشار سمت تقاضا را افزایش دهد. همین موضوع عامل مهمی در جهت ایجاد تقاضای کاذب در بازار ارز شده است.

مجیدرضا حریری، رئیس اتاق بازرگانی ایران و چین با اشاره به نقش مسئله قاچاق در وضعیت نابسامان بازار ارز می‌گوید: «هر یک دلاری که از چرخه تجارت رسمی خارج می‌شود، مابه‌ازای آن تراکنش ریالی در سیستم بانکی داخلی رخ می‌دهد؛ اگر واقعا اراده کنترل باشد خروج سرمایه و قاچاق کالا به مقدار قابل توجهی تحت فشار قرار می‌گیرد.»



یونسکو، صنایع نساجی کاشان را ارزیابی می‌کند



رئیس اداره میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی کاشان از ورود کارشناسان صنایع دستی سازمان یونسکو برای ارزیابی و بررسی صنعت نساجی کاشان به این شهر خبر داد.

احمد دانایی نیا اظهار کرد: گروه ارزیابی صنایع دستی یونسکو پس از معرفی کاشان به عنوان نامزد شهر جهانی صنایع نساجی سنتی به مدت دو روز از مجموعه‌ها و کارگاه‌های نساجی سنتی شهرستان کاشان بازدید خواهند کردند.

وی افزود: کاشان پیش از این به عنوان شهر ملی نساجی سنتی معرفی شده است و امیدواریم پس از بررسی و بازدید ارزیاب‌های جهانی یونسکو از ظرفیت‌های صنعت نساجی این شهرستان و کسب شاخص‌های لازم، این شهر به عنوان شهر جهانی نساجی سنتی انتخاب و معرفی شود.

رئیس اداره میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی کاشان، تصریح کرد: سازمان جهانی یونسکو برای هر تصمیم خودارزیابی‌های مقدماتی و اولیه را برای انتخاب کاشان برای شهر جهانی نساجی سنتی انجام داده و بر این اساس برای بازدید میدانی گروه ارزیاب‌های صنایع دستی یونسکو به مدت دو روز در کاشان حضور خواهند داشت.

برنامه‌های سفر دو روزه ارزیاب‌های جهانی صنایع دستی سازمان یونسکو در کاشان است.

دانایی اظهار کرد: صادرات، ترویج و توسعه صنایع دستی، جاذبه‌های گردشگری، میراث فرهنگی و میزان فعالیت تشکلهای غیردولتی در شهرها و روستاها از شاخص‌های مورد توجه شورا برای ثبت ملی است.

دانایی نیا تأکید کرد: قابلیت‌ها و ظرفیت‌های کاشان در حوزه نساجی سنتی توسط بخش دولتی در اداره میراث فرهنگی و فعالیت بخش خصوصی در کارگاه‌های کوچک و بزرگ در بافت تاریخی شهر موجب شد که وزارت میراث فرهنگی، کاشان را نامزد شهر جهانی نساجی سنتی به سازمان یونسکو معرفی کند.

وی گفت: دیدار از مرکز هنرهای سنتی و صنایع دستی کاشان، کارگاه‌های خانه‌های تاریخی، کارگاه رنگرزی و زیلوبافی، زری‌بافی، پارک علم و فن‌آوری، بازار و کاروانسرای امین‌الدوله و فروشگاه‌های صنایع دستی، کارگاه شعربافی و خانه نساجی از جمله برنامه‌های این تیم خواهد بود.

رئیس اداره میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی کاشان، افزود: گشایش دبیرخانه شهر ملی در موزه تخصصی نساجی سنتی کاشان از دیگر



ITM

2024

İ S T A N B U L

**INTERNATIONAL TEXTILE
MACHINERY EXHIBITION**

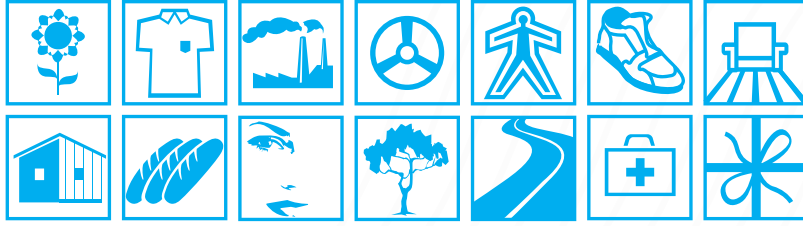
4-8 JUNE 2024

**DISCOVER
THE FUTURE**

see you at

HIGHTEX 2024

INTERNATIONAL TECHNICAL TEXTILES
AND NONWOVEN TRADE FAIR
ULUSLARARASI TEKNİK TEKSTİLLER
VE NONWOVEN FUARI



4-8
JUNE / HAZİRAN 2024

www.hightexexhibition.com

görüsmek üzere



پربازدیدترین وبسایت نساجی ایران



دانلود رایگان

کهن